

**Науково-дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України**

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№1 (152)**

Київ 2014

Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 1 (152) / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – К., 2014. – 206 с.

Рекомендовано Вченою радою НДЕІ

Збірник статей присвячено науковим здобуткам молодих науковців – аспірантів та здобувачів наукових ступенів кандидата та доктора економічних наук. Він охоплює широкий спектр проблем із таких напрямів:

- макроекономічні аспекти сучасної економіки;
- інноваційно–інвестиційна політика;
- економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності;
- розвиток регіональної економіки;
- соціально–трудова проблеми.

Розраховано на науковців і спеціалістів, які займаються питаннями управління економікою та вивчають теорію та практику формування ринкових відносин в Україні.

Відповідно до постанови Президії ВАК України від 14 жовтня 2009 р. № 1–05/4 даний збірник віднесено до наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (перелік № 1, розділ «Економічні науки»).

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

І.Г. МАНЦУРОВ, доктор економічних наук, професор (головний науковий редактор)
А.О. СІГАЙОВ, доктор економічних наук, професор (заст. наукового редактора)
В.Ф. БЕСЕДІН, доктор економічних наук, професор
В.М. ЛИЧ, доктор економічних наук, професор
В.І. ПИЛА, доктор економічних наук, професор
О.Ю. РУДЧЕНКО, доктор економічних наук, професор
О.С. ЧМИР, доктор економічних наук, професор
М.М. ШАПОВАЛОВА, кандидат економічних наук

РЕЦЕНЗЕНТИ

Ю.В. ГОНЧАРОВ, доктор економічних наук, професор

Формування ринкових відносин в Україні, 2014. Реєстраційний № КВ 5350

© Науково–дослідний економічний інститут, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, 2014

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

О.Ю. РУДЧЕНКО,
д.е.н., професор, заввідділом, Науково-дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку України,
І.П. СІНГАЄВСЬКИЙ,
здобувач

Стратегічне планування в державному секторі

У статті розглядаються актуальні питання запровадження стратегічного планування в державному секторі економіки України.

Ключові слова: стратегічне планування, державний сектор, управління.

В статье рассматриваются актуальные вопросы внедрения стратегического планирования в государственном секторе экономики Украины.

Ключевые слова: стратегическое планирование, государственный сектор, управление.

The article deals with topical issues of implementation the strategic planning in state sector of Ukrainian economy.

Keywords: strategic planning, state sector.

Постановка проблеми. Одним із пріоритетних напрямів подальшого економічного розвитку України, що визначений у 2013 році у Щорічному Посланні Президента України до Верховної Ради України, є підвищення ефективності управління державним майном, запровадження дієвої моделі управління державним сектором, яка має забезпечити позитивний вплив на конкурентоспроможність національної економіки в цілому [1]. Важливим аспектом підвищення дієвості управління державним сектором є запровадження стратегічного планування як умови забезпечення реалізації потенціалу його розвитку.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання впровадження стратегічного планування в практику управління вже протягом тривалого часу знаходяться в центрі уваги як

науковців, так і практиків. При цьому основна увага приділяється вирішенню цієї проблеми стосовно насамперед економіки в цілому [2–4] та на рівні окремих суб'єктів господарювання [5], в той же час особливості його запровадження у державному секторі, як правило, не висвітлюються.

Мета статті – розгляд питань запровадження стратегічного планування в державному секторі економіки України.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне планування в держсекторі має бути органічним елементом загальної системи впровадження стратегічного планування в практику управління національною економікою, оскільки лише в цьому випадку управлінські інновації зможуть позитивно вплинути на рівень її конкурентоспроможності.

Особливість стратегічного планування стосовно держсектору полягає в тому, що воно є однією з основних функцій стратегічного управління та представляє собою процес прийняття управлінських рішень відносно формування стратегій, розподілу ресурсів та адаптації як цього сектору в цілому, так і суб'єктів його господарювання до зовнішнього середовища та їх внутрішньої реорганізації. Тобто його слід розглядати на двох рівнях: як стосовно держсектору в цілому, так і суб'єктів його господарювання.

Розглядаючи ретроспективу стратегічного планування стосовно держсектору (в основному щодо процесів реформування), слід підкреслити, що основна увага протягом тривалого часу приділялася головним чином його скороченню шляхом активного проведення приватизаційних процесів (завдяки їх особливій ролі у процесі ринкової трансформації

економіки України), які були започатковані після прийняття «стартового» пакету приватизаційних законів на основі Концепції роздержавлення і приватизації підприємств, землі та житлового фонду, а також першої Держпрограми приватизації майна держпідприємств. Так, зазначену Концепцію слід розглядати як важливий стратегічний документ здійснення приватизації. Вона містила основні вихідні положення та передбачала, на наш погляд, занадто оптимістичний та спрощений сценарій щодо розвитку приватизаційних процесів, що зумовлене переважно ідеологічною забарвленістю цього документа та його необхідністю для розробки ключових законопроектів про приватизацію.

Поступове завершення сертифікатної приватизації гармонічно перейшло в її грошовий етап, стратегічним документом якого (поряд із проектом Концепція другого етапу приватизації, який, на жаль, не був офіційно розглянутий) фактично була Державна програма приватизації на 2000–2002 роки, що не втратила чинності до прийняття Державною програмою приватизації на 2012–2014 роки. Крім офіційно прийнятої Концепції роздержавлення і приватизації підприємств, землі та житлового фонду документами стратегічного планування слід вважати всі державні програми приватизації, які визначали цілі, пріоритети, завдання та умови приватизації.

Аналіз процесів реформування відносин власності в Україні засвідчив, що, по-перше, вони здійснювалися не стільки завдяки виваженій стратегії, скільки з позицій забезпечення неможливості повернення до адміністративно-командної системи; по-друге, не стільки стосовно управління держсектором, скільки для здійснення приватизаційних процесів. При цьому ключові стратегічні орієнтири мали переважно декларативний характер та не були підкріплені відповідним механізмом для їх досягнення. Крім того, красномовним підтвердженням того, що питанням управління державною власністю приділялася другорядна роль, є те, що Закон України «Про управління об'єктами державної власності» був прийнятий лише у вересні 2006 року, а мета оптимізації державного сектору економіки була визначена лише в Державній програмі приватизації на 2012–2014 роки. В той же час позитивним слід визнати те, що останнім часом питання управління держсектором набувають все більшої уваги. Зокрема, в Програмі економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», що можна вважати середньостроковим документом стратегічного планування, питанням приватизації та управління державною власністю присвячений спеціальний розділ, а як індикатори успіху визначено:

- зменшення частки державного сектору у ВВП з 37 до 25–30%;
- залучення до держбюджету коштів, пов'язаних з приватизацією та використанням держмайна, у розмірі 50–70 млрд. грн. до 2014 року;
- збільшення рівня капіталізації решти державних активів утричі [6, с. 48].

Таким чином, ретроспективний аналіз упровадження стратегічного планування в держсекторі свідчить про те, що, по-перше, зазначені процеси стосувалися переважно приватизаційних процесів; по-друге, заходи стратегічного планування з питань приватизації мали непослідовний та несистемний характер; по-третє, питанням управління держсектором протягом тривалого часу не приділялася належна увага, що вимагає вдосконалення механізму управління ним.

Основні недоліки в управлінні держсектором полягають у відсутності:

- системних стратегій, програм ринкової трансформації та розвитку як окремих галузей та сфер діяльності в цілому, так і реформування держсектору зокрема;
- системності та наявності нерегульованих елементів у правовому полі щодо органів державного управління та їхніх повноважень;
- належної якості управління як щодо уповноважених органів управління, так і менеджменту суб'єктів господарювання;
- належної прозорості при прийнятті стратегічних рішень, що сприяло проявом корупції та рейдерства.

Саме зазначені недоліки привели до того, що сучасний стан держсектору характеризується такими рисами, як:

- недосконалість структури та організаційно-правових форм господарювання (зокрема, переобтяженість державними комерційними підприємствами та недостатній рівень корпоративних інтегрованих структур, що є важливою передумовою дієвого управління);
- низькі показники ефективності функціонування суб'єктів господарювання та доходності активів.

У кінцевому підсумку найбільш принциповим проявом сучасного стану держсектору є загрози в сфері національної та економічної безпеки держави, занепад інвестиційної та інноваційної діяльності, незацікавленість приватного капіталу у співпраці з державою у стратегічних для економіки країни сферах на принципах державно-приватного партнерства, що особливо актуально в умовах відсутності належних інвестиційних ресурсів у держави. Саме тому зміна діючої моделі управління держсектором зумовлена необхідністю перегляду пріоритетів у цій сфері, посилення державного контролю й регулювання в держсекторі, що має здійснюватися в комплексі із заходами щодо підвищення рівня стратегічного планування, активізації інвестиційно-інноваційної діяльності та вдосконалення корпоративного управління.

У цьому контексті доцільним є визначення як основної стратегічної мети держсектору – формування раціонального його розміру та забезпечення конкурентоспроможності, що можливо лише шляхом зміни чинної моделі управління з урахуванням як світового досвіду, так і особливостей та стану національної економіки. Так, аналіз свідчить, що загальносвітові тенденції еволюції управління держсектором полягають в його консолідації, підвищенні вимог щодо ефективності управління та віддачі державних активів, у тому числі й із застосуванням інструментів стратегічного планування, що

зумовлює необхідність посилення уваги до цих аспектів вдосконалення управління держсектором в Україні.

Питання формування системи державного стратегічного планування в економіці країни знаходяться у стадії свого формування. Так, відповідно до проекту закону «Про державне стратегічне планування» в системі документів державного стратегічного планування передбачається розроблення на середньостроковий період (від трьох до п'яти років) стратегічних планів розвитку державних підприємств, державних акціонерних товариств, а також державних господарських об'єднань, державних холдингових компаній, інших господарських організацій.

Аналіз зазначеного законопроекту свідчить, що в ньому лише фрагментарно регламентуються питання запровадження стратегічного планування в держсекторі, що зумовлює необхідність врахування наступних положень.

По-перше, воно повинно узгоджуватися із загальними напрямками розвитку галузей економіки, для чого необхідно розробляти Програми розвитку базових галузей економіки, що зазначено, зокрема, в Указі Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 лютого 2008 року, але, на жаль, не робиться на практиці. При цьому зазначені програми мають передбачати в обов'язковому порядку положення, що стосуються визначення місця та роль суб'єктів господарювання держсектору (насамперед стратегічно важливих підприємств) у розвитку галузі із врахуванням загальної функції держави щодо створення умов для розвитку національної економіки в цілому. Зокрема, якщо галузь представляє собою стратегічно важливу для розвитку національної економіки, є достатньо капіталоемною, вимагає значних витрат на фундаментальні та прикладні дослідження, тобто інвестиційно непривабливою для вітчизняного приватного бізнесу (атомна енергетика, космічна галузь), держава повинна відігравати активну роль як з позиції проведення відповідної промислової політики (з можливим застосуванням інструментів державно-приватного партнерства для залучення приватних інвестицій), так і завдяки відповідній стратегії функціонування суб'єктів господарювання держсектору; якщо ж галузь приваблива для приватного капіталу, держава може обмежитися застосуванням регуляторних інструментів з мінімальною присутністю в ній суб'єктів господарювання держсектору. Саме виходячи з цього слід було б із самого початку вибудовувати стратегію здійснення приватизації, яка, на жаль, була проведена безсистемно зі значними втратами для національної економіки.

По-друге, доцільним є розроблення стратегічних документів розвитку самого держсектору (наприклад, Концепція щодо запровадження нової моделі управління в Україні, Програма управління держмайном, що слід розробляти по завершенню практики розробки державних приватизаційних програм), що були б узгоджені із загальними документами розвитку національної економіки в цілому.

По-третє, в окремих стратегічних документах, які передбачається розробляти, мають бути відповідні підрозділи, що стосуються особливостей розвитку держсектору.

По-четверте, стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання держсектору доцільно розробляти не тільки на середньостроковий, а й на довгостроковий період (5–10 років) із відповідним поточним коригуванням в залежності від змін загальних стратегічних положень, а також виконання середньострокових планів. З цих позицій важливим є розроблення методичних рекомендацій щодо складання середньо- та довгострокових стратегічних планів розвитку держпідприємств та господарських структур, а також започаткування розробки їх на практиці.

По-п'яте, слід посилити увагу до стратегічного планування на рівні керуючих органів господарських товариств державного корпоративного сектору, для чого, зокрема, доцільним є створення в рамках наглядової ради відповідного комітету з цих питань.

По-шосте, вимоги щодо запровадження інструментів стратегічного планування доцільно враховувати при розробці та вдосконаленні супутніх документах. Так, у Методичних рекомендаціях застосування критеріїв визначення ефективності управління об'єктами державної власності, затверджених наказом Мінекономрозвитку №253 від 15.03.2013, доцільно посилити певні аспекти, що характеризують рівень корпоративного управління та стосуються приведення статутних документів у відповідність до вимог чинного законодавства, наявності розроблених внутрішніх положень, відсутності випадків корпоративних конфліктів, а також наявності затверджених стратегічних планів розвитку та інвестиційних планів. Що стосується національних акціонерних товариств та холдингових компаній, тут доцільно також передбачити обов'язковість наявності в наглядовій раді комітету зі стратегічного планування.

Отже, в контексті забезпечення процесів централізації управління об'єктами держвласності при впровадженні дуальної та підготовки для подальшого переходу до централізованої моделі посилюється роль стратегічного управління як щодо держсектору в цілому, так і стосовно його суб'єктів господарювання, особливо потужних інтегрованих комплексів, якими є державні господарські об'єднання, національні акціонерні компанії та державні акціонерні компанії. При цьому лише у випадку системного впровадження та реалізації на практиці положень стратегічного планування держсектор дійсно буде відігравати важливу роль у розвитку національної економіки в цілому, сприяти забезпеченню економічної безпеки держави.

Висновки

Дослідження дозволяє обґрунтувати такі пропозиції щодо запровадження в держсекторі стратегічного планування:

– стратегічне планування в держсекторі має узгоджуватися із загальними напрямками розвитку галузей економіки, для чого необхідно розробляти Програми розвитку базових

галузей економіки з визначенням ролі та місця суб'єктів господарювання держсектору;

– доцільно розробляти стратегічні документи розвитку самого держсектору (наприклад, Концепцію щодо запровадження нової моделі управління в Україні, Програму управління державним майном, що доцільно розробляти по завершенню державних приватизаційних програм), що були узгоджені із загальними документами розвитку національної економіки в цілому;

– в окремих стратегічних документах, які передбачається розробляти, мають бути відповідні підрозділи, присвячені особливостям розвитку держсектору;

– стратегічні плани розвитку визначеного кола суб'єктів господарювання держсектору доцільно розробляти на середньостроковий, а також довгостроковий період (5–10 років) із відповідним поточним коригуванням в залежності від змін загальних стратегічних положень, а також виконання середньострокових планів;

– слід посилити увагу до стратегічного планування на рівні керуючих органів господарських товариств державного корпоративного сектору, для чого, зокрема, доцільним є створення в рамках наглядових рад відповідного комітету з цих питань;

– вимоги щодо запровадження інструментів стратегічного планування доцільно враховувати в супутніх документах, зокрема стосовно оцінки ефективності управління в держсекторі.

Крім того, для підвищення рівня «сприйняття» суб'єктами господарювання держсектору заходів щодо впровадження

дуальної моделі управління ним, а також інструментів стратегічного планування доцільним є посилення державного корпоративного сектору (шляхом проведення корпоратизації державних підприємств з подальшою їх консолідацією).

Список використаних джерел

1. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К.: НІСД, 2013. – 576 с.

2. Манцуров І.Г. Інституційне планування в системі державного регулювання економіки: монографія / І.Г. Манцуров. – К.: НДЕІ, 2011. – 655 с.

3. Пенькова О.Г. Стратегія розвитку економіки: методологічні засади: монографія / Пенькова О.Г. – Умань: Видавець «Сочінський», 2012. – 393 с.

4. Щукін Б.М. Становлення системи стратегічного планування в Україні: проблеми та напрями вдосконалення / Б.М. Щукін, А.В. Циганюк // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. – Вип. 11 / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – К., 2013. – С. 14–19.

5. Жаворонкова Г.В. Стратегічне управління автотранспортними підприємствами: монографія // Г.В. Жаворонкова, І.П. Садловська, Т.Н. Шкода, В.О. Жаворонков; за редакцією Г.В. Жаворонкової. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 676 с.

6. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» Комітет з економічних реформ при Президентові України. [Електрон. ресурс] // Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

УДК 338.23:336.74

Б.І. КАБАЦІ,
к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, Львівська комерційна академія

Перспективи економічного зростання України з урахуванням фактора впливу фінансово-кредитного механізму державного регулювання

У статті комплексно проаналізовано вплив фінансово-кредитного механізму державного регулювання на економічне зростання України, виділено основні групи факторів впливу, а також здійснено оцінку перспектив економічного зростання вітчизняної економіки.

Ключові слова: економічне зростання, диспропорції, фінансово-кредитний механізм, державні видатки, ВВП, конкурентоспроможність.

В статье комплексно проанализировано влияние финансово-кредитного механизма государственного регулирования на экономический рост Украины, выделены основные группы факторов влияния, а также осуществлена оценка перспектив экономического роста отечественной экономики.

Ключевые слова: экономический рост, диспропорции, финансово-кредитный механизм, государственные расходы, ВВП, конкурентоспособность.

In this paper the author comprehensively analyzes the financial and credit mechanism of state regulation on economic growth in Ukraine, highlights the main groups of influencing factors, and assesses the prospects for economic growth in the domestic economy.

Keywords: economic growth, disparities, financial-credit mechanism, government spending, GDP, competitiveness.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток країн із ринковою економікою пов'язаний із формуванням інновацій-

но-інвестиційної моделі, а інтенсивність та якість економічного зростання насамперед залежить від забезпечення фінансовими ресурсами та ефективністю їх використання. В даному аспекті важливим є розробити та запровадити дієвий механізм державного регулювання суспільних відносин із врахуванням фактора глобалізації соціально-економічного розвитку. Пріоритетного значення набуває регулювання фінансово-кредитної сфери, зокрема бюджетної та грошово-кредитної політики держави з метою формування конкурентоспроможної вітчизняної економіки та її зростання. Питання визначення впливу фінансово-кредитного механізму на економічне зростання набуває ще більшої актуальності з огляду на необхідність пошуку нових альтернативних джерел фінансування розвитку економіки, а також удосконалення існуючих механізмів залучення та використання фінансових ресурсів. Зважена політика державного регулювання фінансово-кредитного механізму вимагає не лише удосконалення існуючих підходів та методів, а й її збалансування відповідно до сучасних вимог та реалій розвитку світової економіки, що становить значний науковий інтерес та обумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вагомий внесок у дослідження параметрів економічного зростання зробили такі вчені, як П. Самуельсон, В. Норгауз, Р. Дорнбуш, С. Фішер, М. Фрідман, Ф. Модільяні, Р. Солоу, Дж. Тобін, А. Пігу, А. Лаффер та багато інших. Серед вітчизняних науковців питанням дослідження фінансово-кредитної політики та державного регулювання економічного зростання відзначимо праці: О. Амоші, О. Барановського, Г. Башнянина, Є. Бойка, А. Гальчинського, В. Гейця, А. Гриценка, Б. Данилишина, С. Дзюбика, М. Долішнього, А. Іларіонова, Б. Кваснюка, О. Ковалюка, М. Козоріз, М. Крупки, В. Лещука, В. Литвицького, І. Лютого, І. Михасюка, В. Найдьонова, М. Чумаченка, В. Юценка, аналітиків Національного інституту стратегічних досліджень та інших. Незважаючи на значну кількість наукових праць з даної проблематики, недостатньо уваги приділено виявленню комплексного впливу кількісних та якісних факторів на економічне зростання країни в умовах глобалізації.

Метою статті є комплексний аналіз впливу фінансово-кредитного механізму державного регулювання економічного зростання України та окреслення визначальних перспектив розвитку вітчизняної економіки.

Виклад основного матеріалу. Ринкова трансформація, зумовлена необхідністю радикальних перетворень практично всіх елементів економічного, політичного та соціального життя України, розпочалася на фоні глибоких структурних диспропорцій. Специфічні негативні умови (значний рівень монополізації виробництва, відсутність оптимальної виробничої структури економіки, недостатній рівень розвитку банківської системи, ринку кредитних ресурсів, залежність від імпорту енергоносіїв та ін.) значно посилили недоліки перехідного періоду та спричинили виникнення кризових явищ, які погіршували економічну ситуацію аж до середини 1999 року.

Практично кожна країна з перехідною економікою переживає подібний період спаду виробництва, що підтверджує досвід усіх європейських країн, які здійснюють ринкові реформи. Як і Україні, їм довелося переборювати наслідки стрибкоподібного підвищення цін на імпортні енергоносії, розриву економічних відносин із сусідніми державами, відсутності дієвих механізмів саморегуляції ринкової економіки та інструментів державного впливу. Проте країнам Центральної Європи вдалося подолати більшість негативних проблем трансформаційного періоду протягом трьох-п'яти років, а в українській економіці цей процес набув затяжного характеру.

Формування перехідної економічної системи як одного з основних вимагало вирішення питання розробки нового механізму державного регулювання економічного розвитку країни. Він докорінно відрізнявся від інструментарію, який характеризував командно-адміністративний тип суспільно-економічних відносин, і повинен був сприяти переходу від абсолютизації державних механізмів до формування інструментів ринкового саморегулювання.

Відсутність комплексного та науково обґрунтованого підходу щодо розробки специфічного, з врахуванням особливостей розвитку, механізму державного регулювання української економіки спричинила погіршення динаміки зростання основних економічних показників та виникнення стагфляційних процесів у країні.

Чинники значного падіння обсягу виробництва в Україні можна поділити на дві групи:

- ті, які сформувалися ще під час перебування України у складі Радянського Союзу;
- ті, які виникли вже після початку трансформаційних змін.

До основних чинників першої групи можна віднести такі:

1. Важливим аспектом економічного зростання в умовах колишнього Радянського Союзу був принцип випереджаючого зростання виробництва засобів виробництва порівняно з виробництвом предметів споживання. Наслідком подібних підходів для української економіки стала нераціональна структура промисловості, три чверті виробництва якої складала продукція важкої промисловості і лише чверть – продукція, що призначена для задоволення потреб споживачів.

2. Ступінь інтегрованості економіки України в колишній радянській господарській комплекс була набагато більш високою, ніж економік держав Центральної та Східної Європи в економічний простір РЕВ. Тому розрив старих господарських зв'язків болісно відобразився на вітчизняній економіці.

3. Однією з важливих причин падіння обсягів виробництва в Україні став успадкований потужний військово-промисловий комплекс, який значно перевищував потреби українського суспільства та потребував негайного перепрофілювання.

До основних чинників, що сформувалися вже під час незалежності України, можна віднести:

1. Використання на початковому етапі суто еволюційного шляху ринкової трансформації без визначення чітких корот-

кострокових орієнтирів щодо проведення інституціональних, економічних та політичних реформ.

2. Відсутність чіткого розуміння щодо формування ефективних важелів державної регуляції економічних процесів.

3. Недостатньо чітку спрямованість структурної перебудови економіки України, а особливо відсутність ефективного механізму входження сільського господарства в систему ринкових відносин.

4. Недостатню послідовність здійснення політики економічної лібералізації, приватизації та демонополізації.

Період з 2000 року можна визначити як такий, що відображає покращення економічної ситуації в країні та характеризує вихід її з кризи. Проте неправильним буде визначення його як періоду економічного зростання, оскільки у своєму реальному відображенні основні економічні показники не наблизилися до рівня 1990 року.

Формування ефективного механізму державного регулювання економічного зростання України, спрямованого на зростання результативності економічної діяльності суспільства, потребує ґрунтовного вивчення поточної економічної та інституціональної ситуації у країні.

Важливим є врахування впливу чинників інституційного середовища: правових, економічних, зовнішньоекономічних, соціокультурних, політичних. Кожна з цих груп чинників впливає на ефективність механізму державного регулювання ринкової економіки, на можливості держави впливати на характер і темпи економічного зростання.

Встановленню взаємозв'язків між динамікою економічного зростання та ефективністю функціонування інститутів (ефективністю інституційного середовища) присвячує своє дослідження Л.В. Таміліна [3, с. 309–326]. Економічне зростання залежить від традиційних чинників (інтенсивність накопичення фізичного та людського капіталу; зростання продуктивності праці, що обумовлено розвитком технологій та підвищенням ефективності виробництва внаслідок інтеграції національної економіки до міжнародного поділу праці), які на пряму залежать від діючих інститутів [3, с. 311–312]. Відповідно інституційне середовище стає визначальним в моделі державного регулювання динаміки економічного зростання.

Дослідження впливу основних чинників інституційного середовища на механізм державного регулювання економічного зростання України:

• 1 група – правові чинники.

Розвиток національної економіки передбачає розвиток інститутів, які її персоніфікують, а знання особливостей інституційної будови суспільства зменшує невизначеність у розвитку економічної системи та підвищує ступінь передбачуваності в діях економічних суб'єктів. Закони, підзаконні акти, норми, правила гри, обмеження визначають межі та основні інструменти механізму державного регулювання економічного зростання України.

Еволюція правових чинників інституційного середовища сприяє розвитку механізму державного регуляторного

впливу, оптимізації ефективності його застосування. Якість апарата державного управління, достатність та ефективність правової бази, антимонопольне регулювання, взаємоузгодженість дій різних гілок влади – це ті чинники, які забезпечують формування оптимального механізму державного регуляторного впливу на темпи економічного зростання.

Врахування особливостей правових чинників на стадіях розробки та впровадження інструментів як бюджетно-податкової, так грошово-кредитної форми державного регулювання економічного зростання України забезпечує не тільки їх дієвість у короткостроковому періоді, а й визначає можливість формування довгострокової стратегії економічного зростання в країні.

• 2 група – економічні чинники.

Ця група чинників визначає пріоритетність тактичних цілей державного регулювання економічного зростання: темпи інфляції, рівень безробіття, реальні грошові доходи населення, обсяг промислової продукції, структура економіки.

Спрямованість та результативність інструментів фінансово-податкової та грошово-кредитної форми державного регулювання економічного зростання залежить від поточної економічної ситуації в країні (розміру реального ВВП, темпу приросту ВВП у порівнянні з попереднім роком, розміру ВВП на одну особу), очікувань суб'єктів економічної діяльності щодо тенденцій розвитку товарного, грошового, валютного ринків країни.

Вибір пріоритетності між стимулюючими інструментами фіскального та монетарного характеру також на пряму залежить від стану розвитку інститутів фінансового та грошового ринків країни.

До групи економічних чинників, що характеризують вплив на механізм державного регулювання економічного зростання, можна віднести і чинники, пов'язані з ринковою трансформацією економіки України (частка державного сектору економіки, фінансовий стан підприємств, розвиненість ринкової інфраструктури).

• 3 група – політичні чинники.

Структура політичних інститутів значно впливає на темпи економічного зростання. Для країни, що характеризується політичною відкритістю, стабільністю політичного устрою, високорозвиненою системою захисту прав приватної власності та ринковими підходами щодо розподілу ресурсів, механізм державного регуляторного впливу виступає лише доповненням до ефективних ринкових механізмів саморегуляції. В протилежному випадку держава повинна взяти на себе не лише вирішення проблем стимулювання економічного зростання, а й забезпечувати політичну стабільність у країні.

Для української економіки вплив саме цієї групи чинників є найбільш вагомим. Відсутність політичної стабільності, чіткої економічної програми уряду на довгострокову перспективу, значний рівень політизованості більшості економічних рішень (починаючи від прийняття бюджету країни, формування податкової системи, завершуючи програмами економіч-

ного та соціального розвитку країни) призводять до послаблення регулюючої ролі держави.

Саме усунення впливу політичних чинників на економічний розвиток країни, на спрямованість та тактику державного регулювання економічного зростання і має визначатися як критерій покращення інституційного середовища країни.

• 4 група – соціальні чинники.

Рівень доходів, зайнятість населення, розвиток соціального захисту, соціальні гарантії, структура та менталітет населення (індивідуальні характеристики груп населення, демографічна ситуація, податкова культура) тощо – це ті соціальні чинники, які, з одного боку, визначають спрямованість заходів держави щодо стимулювання економічного зростання; з іншого – вони є критеріями оцінки ефективності механізму державного регуляторного впливу.

Врахування соціальних чинників за умов формування інструментів фінансово-податкового та грошово-кредитного регулювання динаміки економічного зростання стало більш вагомим при виборі моделі економічного розвитку України – соціально орієнтованої моделі західноєвропейського зразку.

• 5 група – зовнішньоекономічні чинники.

В умовах сучасних інтеграційних процесів, вступу України до СОТ та значної залежності української економіки від зовнішньоекономічної діяльності, врахування зовнішньоекономічних чинників при формуванні механізму державного регулювання економічного зростання є визначальним.

Важливу роль у прискоренні зростання вітчизняної економіки може зіграти міжнародна фінансова інтеграція. Залучення іноземного капіталу та запозичення на міжнародних фінансових ринках, членство у наднаціональних організаціях спроможні покращити якісні та кількісні характеристики економічного зростання України.

Врахування впливу перелічених груп чинників інституційного середовища при формуванні інструментарію фінансово-податкового та грошово-кредитного регулювання економічного зростання в Україні дозволить максимально адаптувати його до поточних умов економічного розвитку країни та забезпечити ефективність державного регуляторного впливу на динаміку економічного зростання в довгостроковій перспективі.

Проведення аналізу на рівні III та IV етапів дозволяє визначити можливість державного регулювання динаміки економічного розвитку країни шляхом поєднання інструментів фінансово-податкового та грошово-кредитного регулювання.

Частіше всього застосовуються такі варіанти поєднання цих форм державного регулювання економічного зростання:

1. Стимулююче фінансово-податкове регулювання паралельно із застосуванням рестрикційного грошово-кредитного регулювання економіки. Збільшення розміру державних видатків та зменшення частки податкових надходжень до дохідної частини бюджетної системи країни забезпечує стимулюючий ефект шляхом зростання доходів як домогосподарств, так і підприємницького сектору країни. Зростаючий

рівень доходів призводить до короткострокового періоду дестабілізації ситуації на товарному ринку країни, що спричиняє розвиток інфляційних процесів. Обмеження грошової пропозиції, зменшення кредитних можливостей комерційних банків, пожвавлення діяльності фондового ринку країни стримує динаміку інфляційних процесів та сприятливо впливає на ситуацію на товарному ринку. Покращуються не тільки кількісні, а й якісні характеристики економічного зростання.

2. Експансіоністське грошово-кредитне регулювання в поєднанні з стримуючим фінансово-податковим. Якщо стимулюючий ефект забезпечується розширенням грошової пропозиції, то в короткостроковому періоді це призведе до пожвавлення інвестиційної діяльності в країні та до розширення кредитних ресурсів комерційних банків. Дисбаланс, що виникне на товарному ринку, в даному випадку пов'язаний зі зростанням попиту, буде впливати на середній рівень цін до моменту, коли пожвавлення інвестиційної діяльності забезпечить адекватний приріст товарної пропозиції. Можливим є інший варіант розвитку подій: зниження облікової ставки зумовлює відносно зростання доходності державних цінних паперів та збільшення надходжень до бюджету від їх реалізації. Це, своєю чергою, сприяє зростанню бюджетних видатків або ж скороченню рівня оподаткування як факторів впливу на ринкову кон'юнктуру з боку фінансово-податкового регулювання.

Комбінація заходів стимулюючого характеру різних форм державного регулювання ринкової економіки повинна чітко узгоджуватися з поточною ситуацією в реальному секторі економіки країни. Серед чинників, що впливають на вибір інструментів фінансово-податкової та грошово-кредитної форм, можна виділити такі:

1. Фаза економічного циклу, на якій перебуває економіка країни. На стадії депресії або рецесії найбільш дієвими є інструменти фінансово-податкового регулювання, оскільки вони сприяють покращенню використання економічних ресурсів, забезпечують доповнення низького рівня сукупного попиту, зростання рівня доходів економічних суб'єктів. На стадії наближення до потенційного розміру ВВП застосування інструментів фінансово-податкової форми державного регулювання економіки спричиняє витіснення приватних інвестицій та дестабілізує ситуацію на товарному ринку. Пріоритетність грошово-кредитних інструментів у цей період підтверджується як теоретично, так і практично.

2. Стан бюджетної системи країни. Дефіцит бюджету країни, що має циклічний характер (є результатом не регуляторних заходів з боку держави, а наслідком неспроможності економіки країни забезпечити такий рівень надходжень, який є достатнім для фінансування зростаючих потреб суспільства), зменшує позитивний вплив фінансово-податкових інструментів. У такому випадку використання монетарних інструментів забезпечує не тільки фінансування бюджетного дефіциту, а й позитивно впливає на покращення економічної динаміки в країні.

3. *Темп інфляції.* Високі темпи інфляційних процесів в країні зменшують вагомість як фінансово-податкових, так і грошово-кредитних інструментів. Застосування стимулюючих заходів як першої, так і другої форм сприяє розвитку інфляційної спіралі в економіці.

4. *Стан розвитку банківської системи країни.* Розвиток ринку кредитних ресурсів є основним чинником грошово-кредитного регулювання. За умови недостатнього його розвитку або нестабільності банківської системи країни в цілому стимулювання економічного зростання в країні шляхом використання монетарних інструментів є неможливим.

Щодо перспектив економічного зростання України, то зазначимо, що одним із визначальних факторів економічного зростання на сучасному етапі є конкурентоспроможна економіка. Вітчизняна економіка на даному етапі є неспроможною забезпечити високий рівень і достатню якість життя населення, оскільки залишається поза світовим конкурентним середовищем. Відповідно уряд задля вирішення даної проблеми до ключових своїх завдань відносить якнайширше залучення інвестиційних капіталів, які стануть джерелом нових знань, технологій і принципів управління, підвищення зайнятості. Нагадаємо, що Україна у рейтингу Глобального індексу конкурентоспроможності 2012/2013 поліпшила свої позиції відразу на дев'ять пунктів і зайняла 73-тє місце серед 144 країн світу, які досліджувалися. Позиція України підвищується другий рік поспіль (після падіння на 17 пунктів у 2009–2010 роках) і досягла докризового рівня [2, 4]. Проте реальний стан справ в економічній системі доволі суперечливий, а фінансові результати свідчать про негативні тенденції. В даному аспекті зазначимо, що завданнями державної політики на 2013–2014 роки визначено: удосконалення чинних тарифних систем у сферах природних монополій; забезпечення підтримки оптимального рівня інфляції, який не перешкоджатиме економічному розвитку країни; стимулювання зниження готівки в структурі грошового обігу та дедоларизація економіки; забезпечення збалансованості державних фінансових ресурсів із реальними можливостями національної економіки; забезпечення фінансової стабільності; детінізація економіки; зниження адміністративних бар'єрів для розвитку підприємництва; удосконалення процедур отримання документів дозвільного характеру; зменшення втручання контролюючих органів у господарську діяльність; нормативно-правове регулювання сфери ігорного бізнесу; підвищення рівня відповідальності роботодавців за порушення трудового законодавства та умов оплати праці; формування механізму та процедури проведення оцінки стану і перспектив розвитку малого та середнього підприємництва та рівня ефективності державної підтримки; розроблення та впровадження новітніх технологій, спрямованих на розвиток внутрішнього виробництва та інноваційної економіки; створення банку розвитку з метою стимулювання та підтримки розвитку пріоритетних сфер економіки, інвестиційних та інноваційних проектів, залучення для їх фінансування дов-

гострокових зовнішніх інвестицій в економіку держави [1]. Усі ці заходи повинні якнайповніше сприяти економічному зростанню держави та націлені на підвищення рівня стійкості вітчизняної економіки до зовнішніх та внутрішніх загроз. Виконання та дотримання описаних пріоритетів повинно створити передумови для повного відновлення економіки після кризи, а також підвищення рівня її конкурентоспроможності. На жаль, на даний час перспективи стійкого економічного зростання української економіки є доволі суперечливими і потребують значного доопрацювання в аспекті визначення пріоритетів, а також механізмів їх дотримання. Значну роль у цих процесах має відігравати фінансово-кредитне регулювання, адже будь-які реформи та зміни в економічній системі повинні бути підкріплені відповідним фінансуванням. Дана проблематика надалі залишається актуальною, зокрема в аспекті пошуку нових альтернативних джерел фінансування, і потребує наступних більш ґрунтовних досліджень.

Висновки

У підсумку зазначимо, що серед інструментів державного регулювання провідне місце займають фінансово-податкові, серед яких виокремлено політику державних видатків і величину видатків розвитку, які значною мірою впливають на економічне зростання. Аналіз впливу заходів податково-го регулювання на динаміку економічного зростання країни підтверджує необхідність зміни пріоритетності функцій податків із фіскальної на стимулюючу. Аналіз ефективності використання грошово-кредитного механізму державного регулювання економічного зростання доводить, що серед позитивних аспектів розвитку грошового ринку країни можна виділити зростання рівня монетаризації та коефіцієнту фінансової глибини. Підвищення рівня монетаризації економіки України забезпечує прискорення товарних операцій купівлі продажу, здешевлення кредитних ресурсів та забезпечує зростання сукупного попиту. Проте подальше дослідження розміщення грошової маси країни доводить, що в останні роки відбувається переміщення частки грошового потоку від суб'єктів господарювання до фізичних осіб. Виявлена тенденція негативно впливає на ситуацію на товарному ринку країни, оскільки стимулює зростання товарного попиту, без прискорення розвитку товарної пропозиції. Погіршує ситуацію і надання переваги з боку банківських установ споживчому кредитуванню над інвестиціями.

Серед основних напрямів оптимізації фінансово-податкового механізму державного регулювання економічного зростання, дія якого пов'язана з обсягами та структурою державних видатків, доцільними будуть такі заходи:

– враховуючи поточні завдання державного регулювання економічного зростання України та в залежності від соціально-економічної ситуації в країні доцільним є надання переваги регуляторній функції державних видатків, оскільки саме вона, шляхом факторів пропозиції та розподілу, стимулює зростання ВВП;

– протягом короткострокового періоду доцільним є визначення та фіксація розміру державних видатків на рівні не більше 30% до ВВП. У подальшому за умови збільшення розміру дохідної частини бюджету можливим є збільшення і розміру витрат;

– важливим є збільшення частки видатків, в загальній їх сукупності, що мають «продуктивний» характер і пов'язані з розвитком пріоритетних галузей економіки та розвитком людського капіталу. Спрямування державних бюджетних ресурсів на підтримку галузей народного господарства дозволить вирішити проблему недостатнього обсягу товарної пропозиції та низького рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів та послуг, що призводить до виникнення диспропорції в обсягах експортних та імпорتنих товарних потоків. Спрямування державних видатків в такі галузі економіки України, як сільське господарство, легка та харчова промисловість, галузі обробної промисловості, дозволило б

забезпечити зростання доданої вартості за даними видами економічної діяльності, а також позитивним чином вплинуло на кількісні характеристики ВВП країни та темпи економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id
2. Перспективи економіки України в умовах глобальної макроекономічної нестабільності / Я.А. Жаліло, Д.С. Покришка, Я.В. Белінська, А.П. Павлюк [та ін.]. – К.: НІСД, 2013. – 120 с.
3. Постсоветский институционализм / Под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – 480 с.
4. Україна: перспективи розвитку (Консенсус прогноз) / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2012. – Вип. 31: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.me.gov.ua > ... > Прогнози.

О.В. КУСТОВСЬКА,
к.е.н., доцент кафедри землевпорядного проектування НУБіП України,
М.С. ЖУКОВА,
студентка магістратури другого року навчання факультету землевпорядкування НУБіП України

Справляння державного мита за посвідчення договорів відчуження та договорів оренди земельних ділянок

Стаття присвячена оцінці справляння митних платежів за посвідчення договорів відчуження земельних ділянок та договорів оренди земельних ділянок. Проаналізовані особливості справляння державного мита та необхідність справляння державного мита, а також спрощення даної процедури.

Ключові слова: мито, митні платежі, договори відчуження земельних ділянок.

Статья посвящена оценке взимания таможенных платежей за удостоверение договоров отчуждения земельных участков и договоров аренды земельных участков. Проанализированы особенности взимания государственной пошлины и доказана необходимость взимания государственной пошлины и упрощения данной процедуры.

Ключевые слова: пошлина, таможенные платежи, договоры отчуждения земельных участков.

The customs fees for certification of alienation of land and land lease agreements are analyzed. Authors considered the important role of state taxes collecting and the need to simplify this procedure.

Keywords: taxes, customs fees, contracts in terms of alienation of land.

Постановка проблеми. Громадяни та юридичні особи України, а також територіальні громади та держава мають

право набувати у власність земельні ділянки на підставі мита, дарування, успадкування та інших цивільно-правових угод. Діюче законодавство визначає перелік правочинів щодо відчуження земельних ділянок, для яких встановлено нотаріальну форму посвідчення і які підлягають державній реєстрації. При посвідченні даних угод обов'язковою складовою є справлення державного мита. У трансформації приватизації земельних ділянок державної та комунальної власності, підготовки функціонування ринку землі – питання справляння державного мита за посвідчення договорів відчуження земельних ділянок та договорів оренди землі набувають особливої актуальності, а процедура сплати державного мита потребує детально аналізу та спрощення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Правові проблеми права власності на об'єкти нерухомості завжди були в центрі уваги. Зокрема, аналізу митної політики, становлення і розвитку митного законодавства присвятили праці такі науковці: Н. Беляєва, К. Іванов, В. Маслов, А. Мицак, О. Морозов, А. Мостовий, Ю. Напсо, П. Нікитюк, Т. Лісниченко, А. Сідаков, Є. Смирнова, С. Стеценко, В. Чигир та ін.

Метою статті є комплексний аналіз справлення державного мита за посвідченням договорів відчуження земельних ділянок та договорів оренди земельних ділянок, а також

проведення обґрунтування особливостей процесу справляння державного мита.

Виклад основного матеріалу. Мито як інститут митного права виконує такі функції: стимулюючу (регулюючу), охоронну та фіскальну. Ефективність реалізації кожної з функцій мита залежить від порядку та гнучкості механізму його справляння [1].

Порядок посвідчення договорів відчуження земельних ділянок врегульовано нормами Земельного кодексу, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, законів України «Про оцінку земель», «Про державну експертизу землевпорядної документації», «Про особисте селянське господарство», «Про фермерське господарство», іншими нормативно-правовими актами, в тому числі постановою Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 №677, якою затверджено Порядок розроблення проектів землеустрою щодо відведення земельних ділянок», наказом Державного комітету України по земельних ресурсах від 04.05.99 №43 «Про затвердження Інструкції про складання, видачі, реєстрації і зберігання державних актів на право власності на земельну ділянку і право постійного користування земельною ділянкою та договорів оренди землі», Методикою експертної грошової оцінки земельних ділянок, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 11.10.2002 №1531, Порядку проведення експертної грошової оцінки земельних ділянок, затвердженого наказом Державного комітету України по земельних ресурсах, затвердженим наказом Державного комітету України по земельних ресурсах від 09.01.2003 №2, зі змінами та доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України по земельних ресурсах від 22.03.2004 №80, Порядку здійснення відмітки про перехід права власності на земельну ділянку, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 06.05.2009 №439 (зі змінами), Порядку вчинення нотаріальних дій нотаріусами України, затвердженого наказом Міністерства юстиції України від 22.02.2012 року №296/5 (далі – Порядок) [2].

Відповідно до положень статей 655, 656 Цивільного кодексу за договором купівлі-продажу одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно і сплатити за нього певну грошову суму.

Предметом договору купівлі-продажу може бути товар, який є у продавця на момент укладення договору або буде створений (придбаний, набутий) продавцем у майбутньому, зокрема під товаром можна розуміти земельну ділянку.

Відповідно до ст. 132 Земельного Кодексу України [3], згідно з якою в договорах відчуження, посвідчених нотаріусами, зазначалися: назва сторін (прізвище, ім'я та по батькові громадянина, назва юридичної особи); вид угоди; предмет угоди (земельна ділянка з визначенням місця розташування, площі, цільового призначення, складу угідь, правового режиму); документ, що підтверджує право власності на земельну ділянку; відомості про відсутність заборон на відчуження земельної ді-

лянки; відомості про відсутність або наявність обмежень щодо використання земельної ділянки за цільовим призначенням (застава, оренда, сервітути тощо); права та обов'язки сторін; кадастровий номер земельної ділянки; момент переходу права власності на земельну ділянку [2].

Угоди про перехід права власності на земельну ділянку підлягають нотаріальному посвідченню та державній реєстрації [4].

При посвідченні договорів відчуження земельних ділянок нотаріусами враховується суб'єктний склад осіб, які мають право на отримання прав на земельну ділянку, а також обмеження щодо суб'єктів права власності.

Відповідно до вимог ст. 80 Земельного кодексу України [3] суб'єктами права власності на землю є:

а) громадяни та юридичні особи – на землі приватної власності;

б) територіальні громади, які реалізують це право безпосередньо або через органи місцевого самоврядування, – на землі комунальної власності;

в) держава, яка реалізує це право через відповідні органи державної влади, – на землі державної власності.

Іноземці юридичні особи, іноземні держави та міжнародні організації можуть бути суб'єктами права власності на землю у випадках, встановлених законодавством. Зокрема, право власності іноземними громадянами або іноземними юридичними особами на землі сільськогосподарського призначення не поширюються, а у разі виникнення цього права – земельна ділянка сільськогосподарського призначення має бути відчужена протягом одного року.

Відповідно до вимог частини четвертої ст. 55 Закону України «Про нотаріат» [5] посвідчення договорів щодо нерухомого майна провадиться за місцезнаходженням (місцем реєстрації) цього майна або за місцезнаходженням (місцем реєстрації) однієї із сторін відповідного правочину [2].

При посвідченні договорів відчуження земельних ділянок нотаріус повинен встановити справжнє волевиявлення сторін на його укладення та перевірити чи відповідає зміст цього правочину вимогам закону.

Відповідно до статей 43, 44 Закону України «Про нотаріат» при вчиненні нотаріальної дії нотаріуси встановлюють особу учасників цивільних відносин, які звернулися за вчиненням нотаріальної дії. Особа віком до 16 років встановлюється за свідоцтвом про народження за умови підтвердження батьками (одним з батьків) того, що ця особа є їхньою дитиною [5].

Під час посвідчення правочинів визначається обсяг цивільної дієздатності фізичних осіб, які беруть у них участь. Визначення обсягу цивільної дієздатності фізичної особи здійснюється за паспортом або за іншими документами, які унеможливають виникнення будь-яких сумнівів щодо особи громадянина, який звернувся за вчиненням нотаріальної дії. У разі потреби нотаріусу надається довідка про те, що особа не страждає на психічний розлад, який може вплинути на її здатність усвідомлювати свої дії та (або) керу-

вати ними. У разі наявності сумнівів щодо обсягу цивільної дієздатності фізичної особи, яка звернулася за вчиненням нотаріальної дії, нотаріус зобов'язаний звернутися до органу опіки та піклування за місцем проживання відповідної фізичної особи для встановлення факту відсутності опіки або піклування над такою фізичною особою [5].

Якщо стороною договору відчуження земельної ділянки є юридична особа, нотаріус повинен перевірити правоздатність та дієздатність юридичної особи на підставі установчих документів, свідоцтва про державну реєстрацію і витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців цієї юридичної особи [5].

Нотаріусами перевіряються повноваження представників юридичних та фізичних осіб відповідно до вимог статті 44 Закону України «Про нотаріат» [5].

Для посвідчення договору купівлі–продажу земельної ділянки нотаріус також вимагає від фізичних осіб надання довідки про присвоєння реєстраційного номера облікової картки платників податків за даними Державного реєстру фізичних осіб платників податків, від юридичних осіб – код платника податків згідно з Єдиним державним реєстром підприємств та організацій [2].

Якщо особа через свої релігійні або інші переконання у встановленому законом порядку відмовилася від прийняття реєстраційного номера, нотаріус перевіряє цей факт за її паспортом [6].

З метою посвідчення договорів відчуження земельних ділянок для перевірки належності земельної ділянки відчужувачу нотаріусам необхідно надати правовстановлювальні документи на земельну ділянку.

Також згідно зі ст. 81 Земельного кодексу України [3] право власності на земельну ділянку, набуто у власність із земель приватної власності без зміни її меж, цільового призначення, посвідчується:

- придбання за договором купівлі–продажу, ренти, дарування, міни, іншими цивільно–правовими угодами;
- безоплатної передачі із земель державної і комунальної власності;
- приватизації земельних ділянок, що були раніше надані їм у користування;
- прийняття спадщини;
- виділення в натурі (на місцевості) належної їм земельної частки (паю).

Оформлення речових прав на земельну ділянку відбувається відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень».

Крім того, для посвідчення договорів відчуження земельних ділянок нотаріусам також необхідно надати такі документи:

- висновок про експертну грошову оцінку земельної ділянки. Виходячи з вимог ст. 13 Закону України «Про оцінку земель» [7] для укладення договору купівлі–продажу земельних ділянок обов'язковим є проведення експертної оцінки земельних ділянок, зокрема у разі відчуження земельних діля-

нок, що належать до державної або комунальної власності та на підставі рішення суду. Однак з огляду на те, що відповідно до п. 172.3 ст. 172 розділу IV «Податок на доходи фізичних осіб» Податкового кодексу України дохід від продажу об'єкта нерухомості визначається виходячи з ціни, зазначеної в договорі купівлі–продажу, але не нижче оціночної вартості такого об'єкта, розрахованої органом, уповноваженим здійснювати таку оцінку відповідно до закону, нотаріусам при посвідченні договорів відчуження земельних ділянок (крім міни та дарування), вважаємо, що необхідно вимагати звіт про експертну грошову оцінку земельної ділянки [2];

- витяг із Поземельної книги про земельну ділянку;
- витяг із Державного реєстру обтяжень рухомого майна про відсутність податкової застави;
- витяг з Єдиного реєстру заборон відчуження об'єктів нерухомого майна про відсутність заборони (арешту);
- витяг із Державного реєстру іпотек про відсутність обтяження нерухомого майна іпотекою.

У разі наявності заборони договір купівлі–продажу земельної ділянки, обтяженої боргом, посвідчується лише у разі згоди кредитора і набувача на переведення боргу на набувача, а в разі наявності податкової застави за умови письмової згоди відповідного податкового органу [6]. У випадку коли земельна ділянка знаходиться у спільній власності, договір купівлі–продажу підписується всіма співвласниками або уповноваженими ними особами.

Договір купівлі–продажу земельної ділянки, що нотаріально посвідчується, викладається у двох примірниках, один з яких залишається у справах нотаріуса. Але на бажання учасників правочину кожному з них видається по одному примірнику, про що зазначається у тексті правочину. Всі примірники підписуються учасниками правочину. Посвідчувальний напис вчиняється на всіх примірниках правочину. Відповідно до частини першої ст. 42 Закону України «Про нотаріат» нотаріальні дії вчиняються після їхньої оплати, а також у передбачених законом випадках після сплати до бюджету податку з доходів фізичних осіб та в день подачі всіх необхідних документів.

За нотаріальне посвідчення договорів відчуження земельних ділянок стягується державне мито у розмірі 1% суми договору (згідно з п. «а», «б» частини третьої ст. 3 Декрету Кабінету Міністрів України від 21.01.93 «Про державне мито» [8]). Відповідно до п. 18 ст. 4 вищезазначеного Декрету від сплати державного мита звільняються:

- громадяни, віднесені до категорій 1 і 2 постраждалих унаслідок Чорнобильської катастрофи;
- громадяни, віднесені до категорії 3 постраждалих унаслідок Чорнобильської катастрофи, – які постійно проживають до відселення чи самостійного переселення або постійно працюють на території зон відчуження, безумовного (обов'язкового) і гарантованого добровільного відселення, за умови, що вони станом на 1 січня 1993 року жили або відпрацювали у зоні безумовного (обов'язкового) відселен-

ня не менше двох років, а у зоні гарантованого добровільно-го відселення – не менше трьох років;

– громадяни, віднесені до категорії 4 потерпілих унаслідок Чорнобильської катастрофи, які постійно працюють і проживають або постійно проживають на території зони посиленого радіоекологічного контролю, за умови, що станом на 1 січня 1993 року вони прожили або відпрацювали в цій зоні не менше чотирьох років;

– інваліди Великої Вітчизняної війни та сім'ї воїнів (партизанів), які загинули чи пропали безвісти, і прирівняні до них у встановленому порядку особи;

– інваліди I та II груп.

Однак відповідно до абзацу другого пункту четвертого Інструкції про порядок обчислення та справляння державного мита, затвердженої наказом Головної державної податкової інспекції України 22.04.93 №15, державне мито по угодах, за якими одна сторона звільняється від сплати державного мита, сплачується повністю другою стороною (якщо вона також не звільнена від сплати мита).

Крім того, частиною другою ст. 19 Закону України «Про нотаріат» встановлено, що за надання державними нотаріусами додаткових послуг правового характеру, які не пов'язані із вчинюваними нотаріальними діями, а також технічного характеру справляється окрема плата у розмірах, що встановлюються Головним управлінням юстиції Міністерства юстиції України в Автономній Республіці Крим, головними управліннями юстиції в областях, містах Києві та Севастополі.

Після нотаріального посвідчення та державної реєстрації нотаріусом договору відчуження земельної ділянки у Державному реєстрі правочинів перехід права власності на набуту земельну ділянку має бути зареєстрований територіальним органом Держземагентства України за місцем знаходження земельної ділянки.

Статтю 19 Закону України від 06.10.98 №161–XIV «Про оренду землі» [9] встановлено, що договір оренди земельної ділянки не може перевищувати 50 років.

За нотаріальне посвідчення договору оренди земельної ділянки має сплачуватися державне мито в розмірі та за ставкою, визначеними пп. «у» п. 3 статті 3 Декрету Кабінету Міністрів України від 21.01.93 №7–93 «Про державне мито» (зі змінами та доповненнями), яким ставку державного мита визначено в розмірі 0,01 відсотка від грошової оцінки земельної ділянки, що встановлюється за методикою, затвердженою Кабінетом Міністрів України. У разі відсутності грошової оцінки земель – 1% суми договору, але не менше одного неоподаткованого мінімуму доходів громадян [8].

При здійсненні цивільно-правових угод щодо земельних ділянок використовується експертна грошова оцінка.

Платники державного мита несуть відповідальність за правильність його стягнення, а також за своєчасність і повноту зарахування до бюджету, передбачену законодавством України.

Висновки

Важливість сплати державного мита є явною. Процедура укладання цивільно-правової угоди, зокрема договору про відчуження земельної ділянки, є трудомісткою та потребує значної витрати часу для збору необхідних документів для здійснення цивільно-правової угоди. Зокрема, необхідно взяти до уваги режим роботи всіх необхідних структурних підрозділів, час видачі ними довідок та часи прийому звернень громадян, що є незручним та трудомістким процесом.

Для вирішення вказаних проблем пропонується:

– створення «єдиного вікна» для отримання необхідних довідок для укладання цивільно-правових угод, зокрема угод щодо відчуження земельних ділянок, договорів оренди земельних ділянок;

– можливість подавати документи та звертатися до структурних підрозділів органів Держземагентства в електронному вигляді;

– можливість отримання документів від структурних підрозділів Держземагентства та інших відповідних організацій в електронному вигляді, які будуть легітимними, зокрема для укладання договорів відчуження земельних ділянок та договорів оренди земельних ділянок.

Список використаних джерел

1. Мостовий А. Порядок справлення митних платежів / Мостовий А. // Митна справа України. – К., 2010. – №2 (68). – С. 22–26.
2. Офіційний сайт Головного управління юстиції у м. Києві [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://justicekyiv.gov.ua>.
3. Земельний кодекс України від 25.10.2001 [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14/stru/para0637#o637>.
4. Внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо документів, що посвідчують право на земельну ділянку, а також порядку поділу та об'єднання земельних ділянок: Закон України від 05.03.2009 №1066–VI [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1066-17>.
5. Про нотаріат: Закон України від 02.09.93 №3425–XII [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3425-12>.
6. Про затвердження Порядку вчинення нотаріальних дій нотаріусами України: Наказ Мін'юсту України від 22.02.2012 №296/5 [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0282-12>.
7. Про оцінку земель: Закон України від 11.12.2003 №1378–IV [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1378-15>.
8. Про державне мито: Декрет Кабінету Міністрів України від 21.01.91 [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/7-93>.
9. Про оренду землі: Закон України від 06.10.98 №161–XIV [Електрон. ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/161-14/para0109#o109>.

Детермінанти формування відсоткової ставки по банківських кредитах в Україні

Проведено дослідження та узагальнення базових чинників впливу на рівень кредитних ставок, авторами запропоновано багатофакторну модель формування ціни банківських кредитів в Україні.

Ключові слова: банківський кредит, відсоткова ставка, ціна кредиту, кореляційно-регресійний аналіз, багатофакторна модель.

Проведено исследование и обобщение базовых факторов, влияющих на уровень кредитных ставок, авторами предложена многофакторная модель формирования цены банковских кредитов в Украине.

Ключевые слова: банковский кредит, процентная ставка, цена кредита, корреляционно-регрессионный анализ, многофакторная модель.

The research and summarize the basic factors affecting the level of interest rates, the authors proposed a multifaceted model of pricing of bank loans in Ukraine.

Keywords: bank loan, the interest rate, the price of credit, correlation and regression analysis, multivariate models.

Постановка проблеми. Одну з центральних позицій у системі банківського маркетингу займає цінова політика, особливо ціноутворення на кредитні продукти, оскільки їх прибутковість створює основу для ефективної діяльності банку. Будучи інтегральним показником, що формується під впливом множини різних факторів, відсоткова ставка по кредиту, своєю чергою, впливає на зміни в економіці. Банківські кредити виступають одним із базових джерел формування інвестиційних ресурсів, стимулювання господарської активності та прискорення економічного зростання. Саме тому визначення основних чинників та оцінка їхнього впливу на формування ціни банківського кредиту набуває особливої актуальності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Різні аспекти формування ціни банківського кредиту розглядаються у працях відомих науковців, зокрема А.С. Гальчинського, Ю.О. Заруби, А.С. Кравченко, В.Д. Лагутіна, М.І. Лазепко, Т.В. Майорової, А.А. Пересади, М.І. Савлука та інших. Утім недостатньо висвітленим залишається питання оцінки впливу базових факторів на рівень відсотку по банківських кредитах в Україні.

Метою статті є визначення базових факторів та кількісна оцінка їхнього впливу на відсоткову ставку по банківських кредитах із використанням кореляційно-регресійного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи природу банківського кредитування, важливо зазначити, що в його основі лежить авансування капіталу, яке проявляється в тому, що ресурси вкладаються з поверненням вартості, до того ж більшої за авансовану. При цьому кредит як рух коштів характеризується процесом утворення і використання фондів грошових коштів на поворотній основі зі стягненням плати – відсотків.

Разом із тим не існує єдиної для всіх випадків відсоткової ставки. Надання кредиту може диференціюватися залежно від умов повернення, державного регулювання цього процесу, особливостей позичальника тощо. Отже, доцільно більш детально розглянути фактори, які впливають на ціну кредиту.

На думку М.І. Лазепко, рівень норми позичкового процента встановлюється під впливом конкуренції на ринку позичкових капіталів і залежить від співвідношення попиту та пропозиції позичкового капіталу. Чим більший попит на кредит, тим вища норма процента [1, с. 515].

Попит на позичковий капітал залежить від таких чинників:

- масштаби виробництва, рівень його спеціалізації та кооперування;

- циклічність коливань виробництва;
- сезонність умов виробництва та реалізації продукції;
- темпи інфляції, прискорення яких викликає підвищення процентних ставок, що слугує захистом від знецінення позичкового капіталу;
- вид кредиту та його цільове призначення;
- розмір кредиту;
- термін користування позикою;
- забезпеченість повернення кредиту;
- своєчасність повернення кредиту.

З боку пропозиції позичкового капіталу на рівень процентної ставки також впливає низка чинників, а саме:

- рівень монетизації ВВП;
- розміри грошових нагромаджень та заощаджень у суспільстві та товарно-грошова збалансованість виробництва;
- рівень грошово-кредитного регулювання економіки центральним банком із допомогою процентних ставок та інших властивих йому інструментів, їх диференційованості залежно від грошово-кредитної політики (облікова ставка, норма обов'язкового резервування, операції на відкритому ринку тощо);
- міжнародні чинники, особливо вільний перелив капіталів із країни в країну, передусім так званих гарячих грошей. Інте-

гравця України у світову економіку через збільшення пропозиції дешевого іноземного позичкового капіталу (розміщення еврооблігацій, розміщення ОЗДП, міжнародні кредити) може сприяти зниженню середньої ринкової норми процента.

Т.С. Давидюк зазначає, що визначення ціни кредиту є важливою складовою процесу кредитування та розподіляє чинники, що впливають на розмір процентної ставки за кредити, на макро- та мікроекономічні [2, с. 298–301].

Розмір процентної ставки на макrorівні залежить від:

- попиту та пропозиції, які склалися на кредитному ринку;
- стабільності грошового ринку в країні;
- ставок банків-конкурентів;
- норми прибутку від інших активних операцій;
- рівня облікової ставки центрального банку.

Серед мікроекономічних факторів виокремлюють:

- мету кредиту;
- розмір кредиту;
- термін користування кредитом;
- рівень ризику;
- витрати на оформлення позички і контроль, характер взаємовідносин між банком і позичальником.

Широкий спектр чинників на мікро- та макrorівні розглядає Ю.О. Заруба, виділяючи на макrorівні фазу економічного циклу, стан кон'юнктури на товарному, фондовому і валютному ринках, рівень та структуру монетизації економіки, економічну політику держави, темпи інфляції, доходи населення, динаміку курсу національної валюти, грошові заощадження населення, тобто багатство нації тощо.

Серед внутрішньобанківських автор виокремлює стратегічні орієнтири банку, кредитний ризик, вартість залучених ресурсів банку (в тому числі процентні та непроцентні витрати) та бажаний рівень прибутковості банку [3, с. 46, 56].

Окрім вищевказаних важелів впливу В.Д. Лагутін додає такі: рівень ставки податку на прибуток банку, умови надання аналогічного виду кредиту на загальнодержавному та регіональному кредитних ринках, можливості банку щодо додаткового залучення кредитних ресурсів, а позичальника щодо отримання такої ж позики в інших банках, наявність різних форм матеріального забезпечення позики. Головним чинником автор вбачає ціну залучення кредитних ресурсів [4].

А.А. Пересада та Т.В. Майорова виділяють основні фактори, які впливають, зокрема, на вартість інвестиційних кредитів:

- зміна відсотків за депозитами;
- офіційно оголошений індекс інфляції;
- можливості одержання довгострокового інвестиційного кредиту в інших банках на більш пільгових умовах;
- характер партнерських взаємовідносин із позичальником, його фінансове становище, тривалість та міцність зв'язків;
- альтернативні варіанти вкладення (інвестування) коштів в інші активи з метою одержання максимального доходу;
- можливий ризик кредитування інвестиційних заходів, особливо інноваційних проєктів;

- витрати з оформлення позички та проведення банківського моніторингу;
- розмір позички;
- строк позички та інші фактори [5, с. 28].

Своєю чергою, А.С. Кравченко поділяє фактори впливу на рівень кредитної ставки на опосередковані та безпосередні. Відповідно до опосередкованих факторів відносяться: стан міжнародного фінансового ринку, фінансовий рейтинг країни, політично-правовий та економічно-соціальний стан країни, стан державного бюджету, динаміка ВВП, стан грошово-кредитного ринку, кон'юнктура кредитного ринку, рівень конкуренції, процентна політика банку, норма ліквідності банку, оподаткування, ставка рефінансування НБУ.

До безпосередніх факторів впливу автор відносить: вартість кредитних ресурсів, постійні банківські витрати на кредит, змінні банківські витрати на кредит, термін, сума кредиту, питома вага власного банківського капіталу в його пасивах, індекс стійкості валюти, прибуток банку від кредитної діяльності, коефіцієнт повернення кредиту [6].

Отже, підсумовуючи думки вищевказаних науковців, доцільно визнати, що ціна кредиту формується під впливом конкуренції на ринку позичкових капіталів і залежить від важелів, що формуються на мікро-, та макrorівні. Відповідно в подальшому дослідженні буде проведено аналіз впливу на рівень кредитної ставки таких детермінант:

- масштаб виробництва, динаміка ВВП;
 - розміри грошових нагромаджень та заощаджень у суспільстві та товарно-грошова збалансованість виробництва;
 - темп інфляції;
 - рівень монетизації ВВП;
 - рівень грошово-кредитного регулювання економіки центральним банком за допомогою процентних ставок та інших властивих йому інструментів;
 - динаміка курсу національної валюти;
 - середня відсоткова ставка за депозитами;
 - ставка за міжбанківськими кредитами;
 - рівень ставки податку на прибуток фінансової установ;
 - бажаний рівень відсоткової маржі між кредитними та депозитними ставками;
 - резерви під видані кредити, що сформувалися з урахуванням якості кредитного портфеля;
 - альтернативні варіанти вкладення (інвестування) коштів в інші активи з метою одержання максимального доходу;
 - розмір, термін користування позикою, забезпеченість повернення кредиту;
 - своєчасність повернення кредиту.
- Авторами пропонується такий алгоритм побудови регресійної моделі формування ціни банківських кредитів:
- 1) теоретичний підбір факторів впливу з обґрунтуванням причин вибору (теоретичний аспект зв'язку);
 - 2) кореляційний аналіз кожного фактора зі ставкою по кредиту;

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

3) порівняння отриманих даних кореляційного аналізу з оптимальним значенням коефіцієнтів та відсів показників з недостатнім рівнем зв'язку;

4) побудова кореляційної матриці відібраних факторів впливу з метою визначення наявності мультиколінеарності;

5) побудова регресійної моделі формування ціни кредитів на базі сформованих детермінант;

6) перевірка моделі на достовірність та її оптимізація.

Виходячи з даних проведеного теоретичного аналізу існує велика кількість факторів, що впливають на ціну кредитних ресурсів. Проте не кожен показник можна застосувати при побудові математичної моделі. Слід звернути увагу на те, що в процесі дослідження здійснено чотири етапи відсіву факторів:

1) відсів через неможливість дати точну кількісну оцінку фактору;

2) відсів через відсутність достатніх статистичних даних (програмний комплекс «регресія» вимагає для побудови моделі однакової кількості спостережень по всіх факторах та результативному показникові);

3) відсів через низький рівень кореляції (зв'язку) з результативним показником;

4) відсів через наявність мультиколінеарності.

Для побудови багатофакторної моделі формування ціни банківських кредитів нами використано стандартний пакет аналізу даних MS Excel, зокрема модулі «Регресія» та «Кореляція».

За основу функції «Кореляція» в MS Excel взято лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^{i=k} (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^{i=k} (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^{i=k} (y_i - \bar{y})^2}}$$

де r – коефіцієнт кореляції;

x_i – значення змінних (фактори впливу на ціну кредиту);

y_i – значення результативного показника (ціна кредиту);

\bar{x}, \bar{y} – середні арифметичні значення;

k – кількість спостережень.

Кількісна міра кореляційного зв'язку оцінюється за значеннями коефіцієнта кореляції у межах від -1 до $+1$. Від'ємне значення вказує на обернений зв'язок і навпаки. У моделі взяті лише ті фактори, коефіцієнт кореляції яких є вищим за $|0,5|$ (саме це значення є граничним при відборі факторів) [7]. Значення, нижчі за дане відсіваються через недостатній рівень зв'язку з результативним показником (відсотковою ставкою за банківськими кредитами).

Для дослідження було обрано період з 2007 року по другий квартал 2013 року (щоквартальні значення).

На основі вищезгаданого коефіцієнта визначено вплив базових факторів на середньозважену процентну ставку по банківським кредитам (табл. 1).

Через недостатність офіційних статистичних даних з подальшого аналізу виключаються такі фактори:

1) кількість підприємств-банкрутів ($r = 0,22855$ за даними з четвертого кварталу 2011 року по другий квартал 2013 року);

2) питома вага кредитів, наданих на інвестиційні потреби (починаючи з лютого 2013 року змінено класифікацію кредитів за цільовим спрямуванням, відповідно $r = 0,25249$ за даними з першого кварталу 2007 року по четвертий квартал 2012 року);

3) частка прострочених кредитів у кредитному портфелі банків (коефіцієнт кореляції $r = -0,51276$ за даними з першого кварталу 2008 року по другий квартал 2013 року).

Для побудови багатофакторної моделі відібрано п'ять факторів, значення показників кореляції яких перевищує $|0,5|$ (рис. 1).

Наступним кроком, необхідним для побудови моделі, є визначення взаємозв'язку між відібраними на попередньо-

Таблиця 1. Значення коефіцієнту кореляції для базових факторів впливу на середньозважений відсоток по банківських кредитах в Україні

№	Фактор впливу	r
1	Індекс фізичного обсягу ВВП	-0,62818
2	Заощадження населення	-0,13037
3	Індекс ПФТС	-0,68446
4	Дохідність ОВДП на первинному ринку	0,49622
5	Індекс споживчих цін	0,08181
6	Офіційний курс гривні щодо долара США	0,08329
7	Співвідношення МЗ/ВВП	0,17866
8	Облікова ставка НБУ	0,53715
9	Середньозважена ставка рефінансування за всіма інструментами	0,47145
10	Норматив обов'язкових резервів (поточні рахунки в іноземній валюті)	0,16298
11	Середньозважена ставка по депозитах	0,84381
12	Середньозважена ставка на міжбанківському ринку	0,85411
13	Процентна маржа	-0,46085
14	Відношення обсягу кредитного портфелю до ВВП	0,4154
15	Питома вага банківських кредитів, наданих нефінансовим корпораціям	-0,18288
16	Питома вага банківських короткострокових кредитів	0,0268
17	Питома вага кредитів, наданих у національній валюті	-0,21942
18	Питома вага банківських кредитів, забезпечених нерухомим майном	0,1576
19	Резерви під знецінення кредитів та заборгованості клієнтів	-0,14411

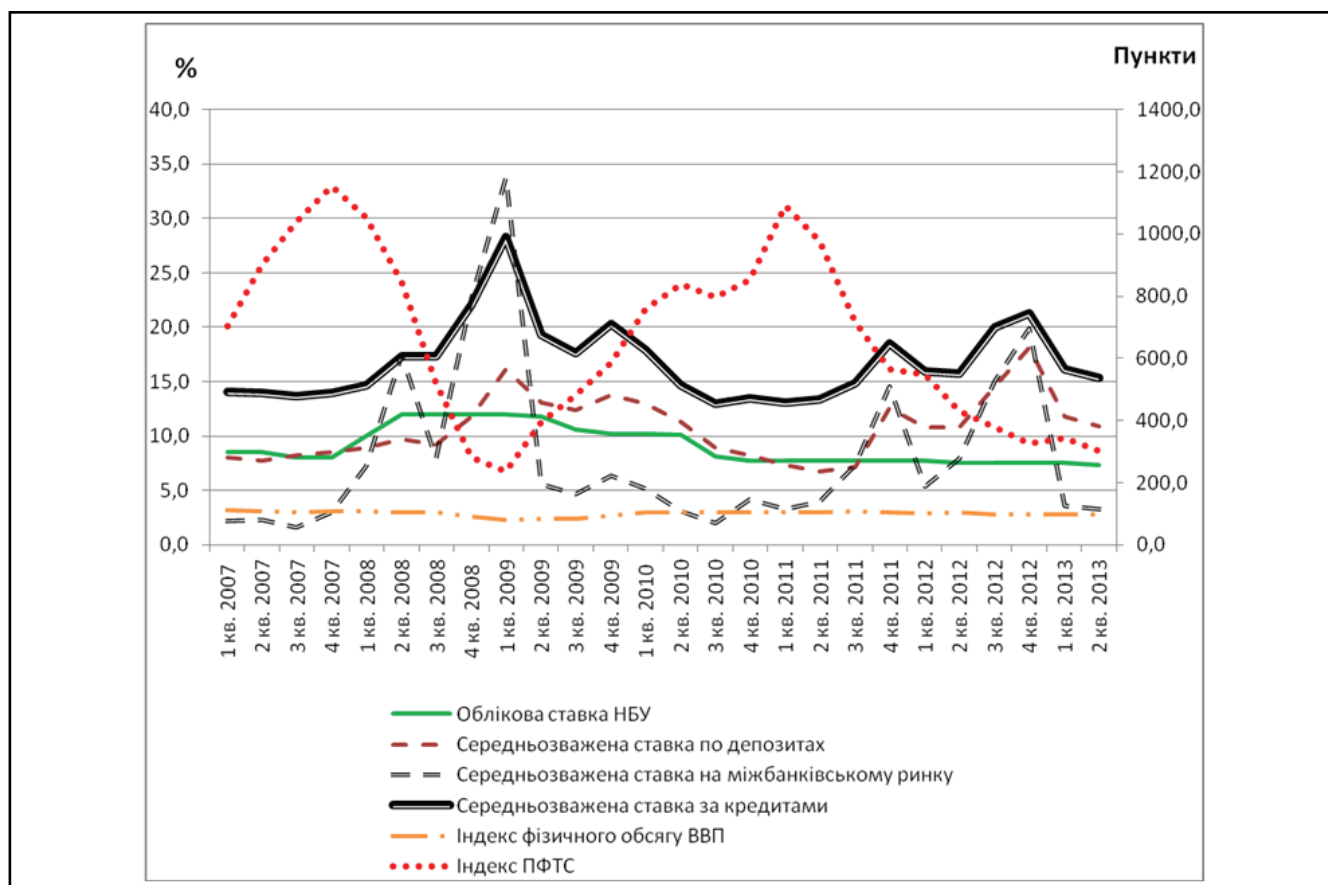


Рисунок 1. Динаміка основних показників, що здійснюють вплив на ціну банківських кредитів в Україні за період з 2007 року по другий квартал 2013 року

Джерело: розраховано самостійно за даними Національного банку України / [Електрон. ресурс] – Доступно з: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57897

му етапі факторами (перевірка на наявність мультиколінеарності). Даний етап є необхідним для побудови якісної моделі, оскільки у випадку наявності мультиколінеарності результат буде не точним.

Для здійснення перевірки доцільно побудувати кореляційну матрицю, яка покаже наскільки кожен окремих фактор залежить від інших. У такий спосіб можна виявити фактори, які найбільше впливають на інші, та виключити їх з розгляду в майбутній регресійній моделі.

У табл. 2 подані результати проведеного аналізу мультиколінеарності.

Для відсіву факторів, які створюють мультиколінеарність, обираються ті значення коефіцієнтів кореляції, які більші за 0,7. Даний поріг розділяє середній ($r = 0,5 - 0,7$) та сильний ($r > 0,7$) рівень взаємозв'язку [7]. Саме тому необхідно від-

кинути фактори, які мають найбільші значення коефіцієнтів у кореляційній матриці. Даний поріг чутливості перевищує лише пара факторів «Індекс ПФТС – Середньозважена ставка по депозитах» (коефіцієнт кореляції r дорівнює $-0,73$). На нашу думку, для побудови моделі необхідно залишити середньозважену ставку за депозитами. З одного боку, це базовий ресурс банків, а з іншого – коефіцієнт кореляції зі ставкою по кредитах у даного фактора більший, аніж у індексу ПФТС (0,844 проти $-0,68$).

На основі попередньо відібраних детермінант побудовано лінійну регресійну модель впливу факторів на процентну ставку по банківських кредитах:

$$Y = 16,48254 - 0,08235 * X_1 + 0,29768 * X_2 + 0,43258 * X_3 + 0,22377 * X_4,$$

де X_1 – індекс фізичного обсягу ВВП;

Таблиця 2. Кореляційна матриця

	Індекс фізичного обсягу ВВП	Індекс ПФТС	Облікова ставка НБУ	Середньозважена ставка по депозитах	Середньозважена ставка на міжбанківському ринку
Індекс фізичного обсягу ВВП	1				
Індекс ПФТС	0,67	1			
Облікова ставка НБУ	-0,47	-0,20	1		
Середньозважена ставка по депозитах	-0,66	-0,73	0,24	1	
Середньозважена ставка на міжбанківському ринку	-0,49	-0,54	0,43	0,63	1

Таблиця 3. Результати регресії

Множинний R	R-квадрат	Нормований R-квадрат	Стандартна похибка	F
0,97637	0,95331	0,94441	0,83675	107,1886

Таблиця 4. Фактичні значення t-критерію факторів моделі

Детермінанти, які включені до моделі	t-критерій
Облікова ставка НБУ	2,5446
Середньозважена ставка за депозитами	4,8154
Середньозважена ставка на міжбанківському ринку	7,5443
Індекс фізичного обсягу ВВП	-2,895

X2 – облікова ставка НБУ;

X3 – середньозважена ставка за депозитами;

X4 – середньозважена ставка на міжбанківському ринку.

Далі проведемо перевірку моделі на достовірність. Основні дані по якості моделі наведено в табл. 3 та 4.

З даних, наведених у табл. 3, можемо зробити висновок, що модель формування ціни банківських кредитів є достатньо точною. Коефіцієнт детермінації (R-квадрат) дорівнює 0,9533. Отже, обраний набір факторів включає 95,33% усіх змін результативного показника.

Фактичне значення критерію Фішера для даної моделі значно перевищує критичне значення (107,1886 > 2,84), що підтверджує значущість моделі. Отже, рівняння регресії можна використовувати для статистичних розрахунків.

Для перевірки змінних факторів моделі застосовано критерій Стюдента. При цьому критичне значення t-критерію для даної моделі становить не менше |2,06|, а фактичні значення t-критерію моделі подані в табл. 4.

Порівнявши фактичні значення t-критерію Стюдента з критичним, можна зробити висновок, що всі досліджені фактори впливу можуть бути використані при побудові рівняння регресії, що підтверджує її достовірність.

Висновки

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що відсоткова ставка по банківських кредитах є інтегральним показником, що формується під впливом конкуренції на ринку позичкових капіталів і залежить від важелів, що формуються на мікро- та макрорівні. За результатами кореляційно-регресійного аналізу було визначено детермінанти, що здійснювали найбільший вплив на ціну банківських кредитів в Україні протягом 2007–2013 років, а саме: індекс фізичного обсягу ВВП (коефіцієнт кореляції «-» 0,62818), облікова ставка НБУ (0,53715), середньозважена ставка по депозитах (0,84381), середньозважена ставка на міжбанківському ринку (0,85411). Обраний набір факторів включає 95,33% усіх змін результативного показника.

У процесі дослідження факторів впливу на ціну кредиту авторами вперше було використано «індекс ПФТС» (коефіцієнт кореляції «-» 0,68446) як показник оцінки ділової активності в Україні взагалі та розвитку ринку цінних паперів

зокрема. Високе значення кореляції свідчить про тісний зв'язок даного фактора з ціною позичкових ресурсів та дає змогу в подальшому використовувати цей показник для прогнозування відсотку по банківським кредитам.

Незначний вплив на ціну банківських кредитів в Україні здійснюють такі чинники: заощадження населення, рівень монетизації економіки, темп інфляції, динаміка курсу національної валюти, дохідність за ОВДП, рівень відсоткової маржі між кредитними та депозитними ставками, розмір, строк користування позикою, забезпеченість та своєчасність повернення кредиту.

Відповідно банки не в змозі самостійно, лише за рахунок власних, внутрішньобанківських важелів впливу, абсолютно управляти рівнем відсоткової ставки по кредитам. Значний вплив на формування ціни кредиту мають зовнішні чинники, які мають бути об'єктом державного регулювання.

Список використаних джерел

1. Гроші та кредит: підручник / М.І. Савлук, А.М. Мороз, І.М. Лазепко[та ін.]; за ред. М.І. Савлука. – [5-те вид., без змін]. – К.: КНЕУ, 2009. – 740 с. ISBN 966-574-896-3
2. Давидюк Т.С. Кредит та позичковий відсоток: історія розвитку та сучасність / Т.С. Давидюк // Комунальне господарство міст. Серія «Економічні науки»: збірник наукових праць. – 2008. – №89. – С. 296-303.
3. Формування вартості кредитів у країнах з перехідною економікою та вплив на неї облікової ставки: Інформаційно-аналітичні матеріали / За ред. к.е.н. О.І. Кіреєва і к.е.н. М.М. Шаповалої. – К.: Центр наукових досліджень НБУ, 2004. – 86 с.
4. Лагунін В.Д. Кредитування: теорія і практика: Навч. посіб. [Електрон. ресурс] // Режим доступу: www.pravoznavec.com.ua/books/letter/85/%CB/4719#chapter
5. Пересада А.А., Майорова Т.В. Інвестиційне кредитування: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 271 с. ISBN966-574-329-5
6. Кравченко А.С. Вплив політики Національного банку України та найпоширеніших факторів на рівень і динаміку кредитних ставок // Вісник Сумського національного аграрного Університету, вип. 4 (52), 2012. – С. 152-156.
7. Ромакін В.В. Комп'ютерний аналіз даних. – Миколаїв: Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 140 с.

Пільгове оподаткування в Україні: новації Податкового кодексу

У статті проаналізовано нормативно-правове забезпечення порядку обліку та оцінки використання податкових пільг в Україні. Встановлено, що зміни в пільговому оподаткуванні, викликані прийняттям Податкового кодексу України, мають формальний характер, орієнтовані на наповнення бюджету та стимулювання економіки. Обґрунтовано необхідність удосконалення системи пільгового оподаткування шляхом включення податкових пільг до бюджетного процесу.

Ключові слова: податкова пільга, пільгове оподаткування, Податковий кодекс України, Довідник податкових пільг.

В статье проанализировано нормативно-правовое обеспечение порядка учета и оценки использования налоговых льгот в Украине. Показано, что изменения в льготном налогообложении, обусловленные принятием Налогового кодекса Украины, имеют формальный характер, ориентированы на наполнение бюджета и стимулирование экономики. Обоснована необходимость усовершенствования системы льготного налогообложения путем включения налоговых льгот в бюджетный процесс.

Ключевые слова: налоговая льгота, льготное налогообложение, Налоговый кодекс Украины, Справочник налоговых льгот.

In article standardly legal support of an order of the account and an assessment of use of tax privileges in Ukraine is analysed. It is established that changes in the preferential taxation, caused by adoption of the Tax code, have the formal character, focused on filling of the budget and economy stimulation. Reasonably need of improvement of system of the preferential taxation by inclusion of tax privileges in the budgetary process.

Keywords: tax privilege, preferential taxation, Tax code of Ukraine, Reference book of tax privileges.

Постановка проблеми. Історія податків та оподаткування свідчить, що податкове регулювання соціально-економічних процесів неможливе без використання податкових пільг. Науково-теоретичне конструювання пільгового механізму оподаткування сприяє створенню єдиного комплексу зрозумілих та несуперечливих норм податкового законодавства і розвитку тих чи інших відносин у вигідному для суспільства напрямку, розвитку економіки з одночасним посиленням соціальної захищеності населення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. У науковій літературі зростає увага науковців та практиків до проблем використання податкових пільг.

Значну увагу проблемам пільгового оподаткування у своїх працях приділили такі вчені, як І.О. Луїніна, Т. Малініна, А.М. Соколовська, Т.І. Єфименко та інші.

Однак проведені вітчизняними вченими дослідження стосуються здебільшого проблем використання податкових пільг з погляду їх фіскальної ефективності, тоді як зарубіжні вчені досліджують податкові пільги в межах концепції податкових витрат. З введенням у дію Податкового кодексу розпочалося реформування податкової системи України, що зумовило потребу більш детального дослідження податкових пільг з урахуванням нових підходів в оподаткуванні.

Метою статті є здійснення аналізу практики пільгового оподаткування в Україні до та після прийняття Податкового кодексу та надання пропозицій з удосконалення пільгового механізму оподаткування.

Виклад основного матеріалу. Наявні інструменти податкового регулювання соціально-економічних процесів дають змогу впливати на процес суспільного відтворення, зокрема стимулювання розвитку окремих галузей економіки, процесу накопичення капіталу, регулювання платоспроможного попиту населення, стимулювання зайнятості тощо, сприяючи тим самим макроекономічній стабілізації суспільства. Перелік податкових інструментів є досить широким та у більшості випадків достатньо вивченим. Найбільш суперечливим та недостатньо вивченим інструментом є податкові пільги, які у своєму використанні породжують як негативні, так і позитивні ефекти.

У вітчизняній сфері оподаткування пільги використовуються досить широко. Уявлення про обсяги та рівень використання податкових пільг в Україні за період 2004–2012 років наведено у таблиці.

З таблиці видно, що до 2010 року включно абсолютна величина наданих податкових пільг збільшувалася і лише з 2011 року, коли було введено в дію Податковий кодекс України, почала зменшуватися. Втрати бюджету від надання податкових пільг досягли максимального значення в 2011 році, склавши 59,2 млрд. грн. В аналізованому періоді 2004–2012 років податкові надходження постійно зростали і становили в 2012 році 289,3 млрд. грн. Наведені цифри свідчать про обсяги використання податкових пільг, тоді як рівень їх використання можна побачити з інших, відносних показників. У період 2004–2012 років має місце тенденція до зменшення рівня використання податкових пільг. Умовно можемо виокремити два «переломні» роки, коли рівень використання податкових пільг зазнав досить різкого зниження: 2006 та 2011 роки. Зниження використання податкових

Обсяг та рівень використання податкових пільг в Україні

Показник	Рік								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Надано податкових пільг, млрд. грн.	66,0	74,6	74,5	103,5	133,7	155,9	191,9	151,5	134,1
Податкові надходження до зведеного бюджету, млрд. грн.	52,3	76,9	96,2	120,5	148,4	171,8	206,4	266,4	289,3
Втрати бюджету від надання податкових пільг, млрд. грн.	12,6	12,3	13,5	17,5	22,8	28,2	37,1	59,2	48,7
ВВП, млрд. грн.	345,1	441,5	544,2	720,7	948,1	913,3	1082,6	1302,1	1408,9
Пільги, як % до:									
податкових надходжень зведеного бюджету	126,2	97,0	77,4	85,9	90,1	90,7	93,0	56,9	46,4
ВВП	19,1	16,9	13,7	14,4	14,1	17,1	17,7	11,6	9,5

Джерело: складено та розраховано автором за даними Міністерства доходів і зборів України [1] та Державної служби статистики України [2].

пільг у 2006 році було зумовлене відміною в 2005 році пільг для спеціальних економічних зон, тоді як зниження цього показника в 2011 році можна пояснити введенням у дію Податкового кодексу та внесеними ним змінами у пільгове оподаткування, погіршенням економічної ситуації в Україні.

До введення в дію Податкового кодексу України перелік податкових пільг, умови їх отримання та використання, порядок оцінки, обліку податкових пільг тощо регулювалися у розрізі податків окремими законами та підзаконними актами, внаслідок чого виникали підстави для неоднозначного тлумачення норм податкового законодавства у частині пільгового оподаткування, ускладнювалося адміністрування пільг. У Податковому кодексі узагальнено та систематизовано всю інформацію з пільгового оподаткування, задекларовано нововведення, що сприяють побудові пільгового механізму оподаткування та усувають окремі недоліки, що мали місце до його прийняття.

Уперше в історії податкового законодавства було сформульовано дефініцію терміну «податкова пільга» як «передбачене податковим та митним законодавством звільнення платника податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податку та збору, сплата ним податку та збору в меншому розмірі за наявності підстав, визначених пунктом 30.2 цієї статті» [3] та виокремлено істотні ознаки, властиві даному поняттю.

До числа податкових пільг, що передбачені Податковим кодексом України, віднесено:

- а) податкові вирахування (знижки), що зменшують базу оподаткування до нарахування податку та збору;
- б) зменшення податкового зобов'язання після нарахування податку та збору;
- в) встановлення зниженої ставки податку та збору;
- г) звільнення від сплати податку та збору [3].

Таким чином, законодавець вперше в історії вітчизняного податкового законодавства дав чітку відповідь на питання, що саме відноситься до податкових пільг, чим було перервано тенденцію правової невизначеності сутності податкової пільги.

Отримані податкові пільги платники податку зобов'язані обліковувати в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Зазначимо, що порядок обліку податкових пільг та втрат бюджету від їхнього надання не зазнав суттєвих змін від того порядку, який діяв до введення в дію Податкового кодексу України.

Постановою Кабінету Міністрів України від 27.12.2010 №1233 [4] затверджено Порядок обліку сум податків і зборів, не сплачених суб'єктом господарювання до бюджету в зв'язку з отриманням податкових пільг, який з 01.01.2011 є обов'язковим для виконання платниками податків, що скористалися правом на податкову пільгу та не сплачували податків та зборів унаслідок використання податкової пільги.

Суми пільг з операцій з експорту товарів (супутніх послуг) та операцій з постачання товарів (послуг) на митній території України, які оподатковуються за нульовою ставкою, спеціальним режимом оподаткування у сфері рибальства, сільського та лісового господарства, по податку на додану вартість по операціях, звільнених від оподаткування, з постачання товарів (послуг), визначається згідно з Порядком визначення сум податків та зборів, не сплачених суб'єктом господарювання до бюджету у зв'язку з отриманням податкових пільг за операціями, які здійснюються на митній території України, затвердженим наказом Державної податкової адміністрації України від 29.03.2011 №167 [5].

Порядок контролю податкових пільг з акцизного податку при ввезенні підакцизних товарів на митну територію України регулюється Інструкцією про порядок справляння акцизного податку при ввезенні товарів на митну територію України суб'єктами господарської діяльності, затвердженою наказом Державної митної служби України від 23.05.2011 №409 [6].

На виконання постанови Кабінету Міністрів України від 27.12.2010 №1233 «Про затвердження Порядку обліку сум податків та зборів, не сплачених суб'єктом господарювання до бюджету у зв'язку з отриманням податкових пільг» [4] на той час Департаментом прогнозування, аналізу, обліку та звітності Державної податкової служби України забезпечена розробка та затвердження наказу ДПА України від 21.07.2011 №431 «Про організацію формування зведеної звітності про податкові пільги» [7].

Для оцінки впливу пільг з податкових платежів на доходи бюджету виокремлюють три методи: метод втрачених доходів, метод відновлених доходів та метод еквівалентних витрат [8, с. 45–46]. Із вказаних методів в Україні застосовують лише метод втрачених доходів, згідно з яким втрати бюджету розраховуються як різниця між сумою податків, яку б сплатило підприємство в разі відсутності пільг, та сумою

фактично сплачених податків. Недоліком даного методу є не врахування можливого впливу на бюджет зміни поведінки платників податків [9, с. 183].

В Україні перелік податкових пільг та їхній поділ на такі, що призводять та не призводять до втрат бюджетних надходжень, встановлюється Довідником податкових пільг, який щоквартально складає та оприлюднює Міністерство доходів і зборів України.

Розгляд суті кожної податкової пільги, яка діяла до та після введення в дію Податкового кодексу, дозволяє більш точно визначити міру оновлення їхнього переліку та закладений у Податковому кодексі напрям розвитку пільгового оподаткування. З цією метою автором для дослідження було використано Довідники пільг №40 та №58, які діяли відповідно до та після прийняття Податкового кодексу. Зауважимо, що Довідник №58 було обрано за критерієм його дії в 2011 році, оскільки, як вже зазначалося вище, саме в 2011 році було зафіксовано значне скорочення як обсягів податкових пільг, так і рівня їх використання.

Аналіз податкових пільг, які містяться в Довіднику №58, з критерію «початок дії пільги» свідчить про значне оновлення їхнього переліку внаслідок прийняття Податкового кодексу. Якщо не враховувати податкові пільги по державному миту, який згідно з чинним законодавством [3] не є податковим платежем, то вказаний Довідник містить 276 податкових пільг, з яких 215 пільг мають встановлений термін дії з 1 січня 2011 року. Найбільша кількість оновлених пільг припадає на такі податки та збори, як податок на додану вартість (81 пільга), податок на прибуток підприємств (61 пільга) та плата за землю (46 пільг) [10]. Значне оновлення переліку податкових пільг можна сприйняти як позитивний факт, оскільки свідчить про намагання влади України привести систему оподаткування у частині податкових пільг відповідно до вимог СОТ та з огляду на перспективу – ЄС.

Однак формально проведений аналіз переліку податкових пільг за критерієм «початок дії пільги» може дати хибні результати, якщо не брати до уваги сутнісного призначення кожної пільги.

Унаслідок розгляду суті кожної податкової пільги, яка міститься в Довідниках №40 [9] та №58 [8], отримано таку інформацію:

– по податку на прибуток – без змін залишилися 24 податкові пільги як за змістом, так і за їх кодуванням; 36 пільг, які були вказані в Довіднику №40, не увійшли до Довідника №58, тоді як в останньому з'явилася 60 нових. Однак оновлення пільг відбулося не стільки за рахунок зміни податкової політики стосовно пільгового оподаткування, скільки внаслідок відміни так званого податкового обліку, що зумовило припинення дії низки пільг щодо коштів, які можна було включати до складу валових витрат або не вносити до складу валових доходів, та прийняттям нових, схожих за змістом на вилучені, але з іншими кодами. Відмінністю між ними є те, що замість понять «податкові витрати» і «податкові

доходи» використовуються поняття «витрати» і «доходи» та їх складові (з відповідним для цілей оподаткування тлумаченням, встановленим Податковим кодексом). Зауважимо, що окремі пільги з податку на прибуток є новими. До таких можна віднести «податкові канікули», які, на нашу думку, є однією з передумов розвитку малого та середнього бізнесу. Вищевикладене дає можливість зробити висновок, що зміни в пільговому оподаткуванні прибутку підприємств мають здебільшого формальний характер, викликаний зміною порядку обліку податків платниками податків, аніж зміною завдань соціально-економічного розвитку держави;

– по податку на додану вартість – з 129 пільг, які були в Довіднику №40, до Довідника №58 увійшло лише 16, у тому числі 15 пільг – це результат ратифікованих Україною угод з іншими країнами про співробітництво. Низка пільг передбачає застосування нульової ставки ПДВ щодо оподаткування операцій з експорту товарів та зумовлена сутністю ПДВ як податку на споживання, сплачувати який повинні платники податку країни споживання, наявністю укладених Україною договорів з іншими державами про уникнення подвійного оподаткування. Інші пільги, наявні в Довіднику №58, є результатом поділу або укрупнення пільг, які існували раніше, з відповідною заміною старих кодів податкових пільг на нові. Так, схожими за суттю є пільги з кодом 14010103 (Довідник №40) та 14010421, 14010104 та 14010423 (Довідник №58); пільги з кодом 14010082 та 14010083 (обидві – Довідник №40) об'єднані в одну пільгу під кодом 14010435 (Довідник №58). На нашу думку, фактично відбулася реструктуризація пільг з оподаткування податком на додану вартість, а не їх реформування;

– по платі за землю – з 35 пільг, наявних по платі за землю в Довіднику №40, Податковим кодексом було відмінено лише сім та добавлено 21 пільгу. Значна кількість прийнятих Податковим кодексом пільг (у Довіднику №58 мають коди – 13050001, 13050061, 13050062, 13050063, 13050075, 13050064, 13050065, 13050066, 13050067, 13050068, 13050069, 13050070) є лише деталізацією розчленованої на окремі складові пільги з Довідника №40 за кодом 13050001. Інші пільги за змістом є тотожними до тих, що діяли, свого часу були відмінені одними законодавчими актами та введені іншими, що призвело до зміни їх кодів;

– по акцизному податку – порівняльний аналіз відмінених та введених пільг по акцизному податку на вітчизняні товари дає підстави знову стверджувати про заміну кодів пільг або ж деталізацію/укрупнення пільг з одночасним наданням їм нового коду. Незмінними залишилися пільги, передбачені складеними та ратифікованими Україною Угодами з іншими державами. Новими можна назвати пільги, які були введені для покращення ситуації у виноробній промисловості, виробництві вітчизняних ліків та палива. На відміну від попередніх податків та зборів зміни по пільгам з акцизного податку на імпортовані товари (продукцію) в більшій мірі не є зміною їх кодів або результатом укрупнення/розділення колишніх пільг та зумовлені характером здійснюваних операцій;

– по інших податках та зборах – значна кількість податкових пільг була скасована внаслідок відміни окремих податків та зборів або введена як результат появи нових податків та зборів.

Висновки

Проведене дослідження свідчить, що, незважаючи на зміни в податковому законодавстві, система пільгового оподаткування концептуальних змін не зазнала. Так, методика обліку податкових пільг, оцінки втрат бюджету від їх надання, контролю використання податкових пільг за цільовим призначенням суттєво не змінилися. Значна кількість пільг або залишилася незмінною, або ж була трансформована шляхом деталізації/укрупнення, зберігаючи при цьому сутнісне призначення.

Вважаємо, що недоліки чинної системи пільгового оподаткування частково можна було б усунути, ввівши до Податкового та Бюджетного кодексів норму про включення податкових пільг до бюджетного процесу, задекларувавши таким чином концепцію податкових витрат бюджету. Це посилить прозорість надання податкових пільг, сприятиме підвищенню ефективності їх використання та посиленню контролю.

Список використаних джерел

1. Звіти про результати діяльності органів ДПС України за 2004–2012 роки. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/>
2. Статистична інформація // Офіційний портал Державної служби статистики України. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 №2756–VI (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua/doccatalog/document?id=300427>
4. Порядок обліку сум податків і зборів, не сплачених суб'єктом господарювання до бюджету в зв'язку з отриманням податкових

пільг: Постанова Кабінету міністрів України від 27.12.2010 №1233 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1233-2010-%EF#Find>

5. Про затвердження Порядку визначення сум податків та зборів, не сплачених суб'єктом господарювання до бюджету у зв'язку з отриманням податкових пільг за операціями, які здійснюються на митній території України: наказ Державної податкової адміністрації України від 29.03.2011 №167 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0483-11#Find>

6. Про затвердження Інструкції про порядок справляння акцизного податку при ввезенні товарів на митну територію України суб'єктами господарської діяльності: наказ Державної митної служби України від 23.05.2011 №409 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0705-11#Find>

7. Про організацію формування зведеної звітності про податкові пільги: наказ ДПА України від 21.07.2011 №431 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://sts.gov.ua/>

8. Малинина Т. А. Оценка налоговых льгот и освобождений: зарубежный опыт и российская практика / Т. Малинина – М.: Ин-т Гайдара, 2010. – 212 с.

9. Система податкових пільг в Україні у контексті європейського досвіду / Соколовська А.М., Єфименко Т.І., Луніна І.О. та ін. – К.: НДФІ, 2006. – 320 с. – Бібліогр.: с. 258–263.

10. Довідник №58 пільг, наданих чинним законодавством по сплаті податків та зборів: (станом на 01.07.2011); Довідник №58 від 30.06.2011 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/dovidniki--54005.html>

11. Довідник пільг №40, наданих чинним законодавством по сплаті податків, зборів, інших обов'язкових платежів (станом на 01.03.2007); Довідник №40 від 22.01.2007 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/dovidniki--54005.html>

УДК 338.24:65.011.46

Г.Ф. ГЕРЕГА,
здобувач, Львівська комерційна академія

Теоретико-прикладні засади результативності діяльності сучасних суб'єктів економіки

Розглянуто існуючі теоретичні обґрунтування та прикладні підходи до встановлення результативності діяльності економічного суб'єкта. Проаналізовано базові засади та критерії в теоріях результативності, їх адекватність функціонуванню сучасних суб'єктів економіки. Сформульовано окремі аспекти розвитку базових основ і критеріїв результативності економічних суб'єктів постіндустріальної економіки.

Ключові слова: *результативність, результатні показники, критерії, доходи, витрати, рентабельність, підприємство, діяльність.*

Рассмотрены существующие теоретические обоснования и прикладные подходы к установлению результативности деятельности экономического субъекта. Проанализированы базовые принципы и критерии в теориях результативности, их адекватность функционированию

современных субъектов экономики. Сформулированы отдельные аспекты развития базовых основ и критериев результативности экономических субъектов постиндустриальной экономики.

Ключевые слова: результативность, результатные показатели, критерии, доходы, расходы, рентабельность, предприятие, деятельность.

Existent theoretical grounds and applied going are considered near establishment of effectiveness of activity of economic subject. Base principles and criteria are analyzed in the theories of effectiveness, their adequacy to functioning of modern subjects of economy. The separate aspects of development of base bases and criteria of effectiveness of economic subjects of post-industrial economy are set forth.

Keywords: effectiveness, result indexes, criteria, profits, charges, profitability, enterprise.

Постановка проблеми. Сучасний нестабільний стан глобальної і національної економіки, загрози втрати капіталу у значній кількості фінансово-економічних процесів потребують вироблення адаптивної методології вимірювання рівня кінцевих результатів цих процесів, яка б дала змогу визначати доцільні підходи в управлінні результативним функціонуванням економічних суб'єктів. Подолання дестабілізуючих факторів, що перманентно виникають в умовах глобальної фінансово-економічної кризи, низка додаткових проблемних аспектів, притаманних українській трансформаційній економіці, посилює проблему успішного і стабільного функціонування вітчизняних суб'єктів економіки.

Наведене та ряд похідних істотних факторів впливу загальноекономічного середовища на результати діяльності суб'єктів економіки, зміна вагомості та складових в економіці постіндустриального типу зумовлюють гостру потребу перегляду сформульованих теоретико-прикладних засад та концептуальних підходів в управлінні ключовими факторами результативності. Вирішення наведеної проблематики актуалізує різнопланові економічні дослідження у контексті результативної діяльності сучасних суб'єктів економіки та набуває особливого значення в умовах стагнації і рецесії загальноекономічного середовища.

На теперішній час як науковці, так і практики дотримуються позиції, що «одним із найбільш важливих завдань сучасного менеджменту є створення системи управління результативністю, як основи стійкої конкурентної переваги компанії, пов'язуючи бізнес-стратегію з операційними бізнес-процесами» [1, с. 40]. При цьому невизначеність загальноекономічного середовища, значимість нових факторів забезпечення результативності в умовах інформаційно-інтелектуальної (постіндустриальної) економіки, і, відповідно, суттєво нова специфіка «функціонування підприємств в сучасних умовах зумовлюють необхідність переосмислення комплексу завдань щодо економічної результативності» [2, с. 7].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. У дослідженнях і публікаціях з проблематики системного управління результативністю в існуючих концепціях і парадигмах покладається різна базисна основа. О.І. Олексюк відзначає, що «основою для розвитку теорій результативності економічних процесів у зарубіжній літературі вважаються досягнення економічної кібернетики, а вітчизняні літературні джерела фокусують увагу на подальшому розвитку теорії ефективності» [3, с. 120].

Зроблене Н.В. Поліщук узагальнення про «відсутність єдиного, адекватного економічній ситуації підходу до оцінювання рівня результативності функціонування економічних систем» [4, с. 2] може вважатися на теперішній час об'єктивним синтезованим висновком у предметній сфері знань. У роботі монографічного типу [2] науковці виходячи з реальних умов ринкової економіки акцентують увагу на тому, що «існуючий підхід, зорієнтований тільки на раціональне управління, у ситуації, що склалася, неприйнятний» [2, с. 7]. Цей аспект у теорії результативності очевидно потрібно вирішувати з особливою обґрунтованістю, оскільки типові моделі результатної діяльності майже не враховують відмінних умов діяльності підприємств постіндустриального типу і зосереджується на рентабельності вкладених у виробничо-господарську діяльність ресурсів.

Загалом, як узагальнює Пол Р. Нівен, «дослідження вразно показують, що існує необхідність змінити існуючі системи оцінки результатів діяльності компаній, але проблема полягає в тому, наскільки можна виділити яку-небудь ключову проблему у форматі оцінних показників діяльності» [5, с. 53]. У науковій монографії [6] вітчизняні вчені формулюють висновок про те, що «результат фінансово-економічної діяльності виражається у здатності сучасного підприємства забезпечити ріст власного капіталу і повинні бути оцінені системою адекватних показників» [6, с. 36]. Невирішена частина загальної проблеми пов'язується з відсутністю методик встановлення рівня результативності діяльності підприємства за більш об'ємними критеріями (результуючими показниками), ніж прибутковістю і рентабельністю.

Мета статті полягає у формулюванні концептуальних підходів та обґрунтуванні шляхів підвищення об'єктивності оцінки результативної діяльності підприємств національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Критерієм успіху сучасного суб'єкта економіки вважається досягнення поставлених цілей, умовою чого є поточна (операційна) «результативність його діяльності» [2, с. 9]. Крім цього, виходячи із сучасних фінансово-економічних відносин для досягнення стабільної результативності компанії менеджменту потрібно тісно пов'язати бізнес-стратегію з взаємоузгодженими діями відносно чотирьох складових бізнесу: його власників, клієнтів, бізнес-процесів і персоналу [1].

У дослідженнях і публікаціях за тематикою результативної діяльності суб'єктів господарювання переважно оперують

такими критеріальними індикативними складовими: прибутковість (profitability) – співвідношення між валовими доходами та сумарними витратами з використанням різних показників прибутковості (реалізації (продажів), спожитих активів, вкладеного капіталу); продуктивність (productivity) – співвідношення вартості продукції до витрат на її виготовлення; економічність (efficiency) – ступінь використання ресурсів, рівень якої оцінюють порівнянням спланованих для поставлених цілей і фактично використаних ресурсів; дієвість (effectiveness) – ступінь досягнення цілей, для виміру якої порівнюють різноформатні цільові та фактичні показники діяльності, розраховуючи індекси дієвості, які зіставно характеризують рівень досягнення мети в різних періодах.

Параметри понятійного і категорійного апарату результативності спираються на сформульовану базисну основу, за якою «ефект» і «ефективність» є абсолютним та відносним відображенням результативності об'єкта, процесу або явища» [7, с. 460]. Сутнісно-функціональний зміст цих категорійних понять переважно спрямовується й розкривають внутрішні фактори підприємства, хоча у сучасних економічних умовах дедалі більшої значимості набувають зовнішні чинники впливу на результативну діяльність суб'єкта господарювання. Формалізація зовнішніх чинників впливу на результативність сучасних суб'єктів економіки, так само як і спрямування витрат на формування інноваційного потенціалу, недостатньо досліджені сучасною наукою, що зумовлює потреби адаптації теоретичних, методичних і практичних положень у парадигмах результативності. Деякі аспекти розвитку теорії результативності суттєво не змінюють погляду на ключові характеристики цього поняття. Так, наприклад, норма доходності встановлюється суто за бухгалтерськими даними (accounting rate of return) й визначається співвідношенням середньорічного надходження грошових коштів і загальних витрат. Індекс прибутковості – коефіцієнт «вигоди/витрати» (profitability index, benefit – cost ratio) показник якості інвестиції, до певної міри збалансовує операційну і стратегічну результативність, оскільки визначається як приведена вартість грошових надходжень, поділена на приведену вартість видатків грошових коштів.

У сучасному розумінні під результативністю розуміється синтезований результат функціонування економічної системи: поточна рентабельність активів і капіталу та формування потенціалу її подальшого розвитку. У вітчизняній теорії і практиці оцінка рівня результативної діяльності суб'єкта господарювання та базові принципи управління спираються, майже виключно, на критерій прибутковості (різні види рентабельності). Методики визначення рівня ефективної і результативної діяльності ринкових суб'єктів, державні нормативні документи [8] у яких регламентуються критерії ефективного управління підприємствами національної економіки, базуються на показниках прибутковості. Саме «на базі показника прибутку будуються основні економічні показники ефективного функціонування суб'єктів господарювання» [6, с. 37].

Традиційно прийнято вважати, що у показнику фінансових результатів безпосередньо віддзеркалюється також ефективна організація і структура виробництва та управлінські рішення. Разом із тим справедливим є висновок про те, що «абсолютний розмір прибутку, як результат ефективної взаємодії всіх факторів виробництва, не може бути достатньою основою для характеристики ефективності роботи підприємства, адже його величину зумовлюють багато інших чинників» [9, с.88].

Теорія результативності та моделі її оцінювання спираються на фінансові показники – прибутковість (дохідність) за різними видами діяльності, вартісний обсяг виробництва (реалізація), рентабельність власного залученого та сукупного капіталу, рентабельність активів тощо. Рентабельність активів (return on assets, ROA) – критерій ефективності активів, що визначається як прибуток, поділений на загальні активи. Очевидно, що більш об'єктивним підходом до визначення такого критерію ефективності було б визначення, яке у чисельнику включає видатки на виплату процентів і привілейованих дивідендів. Рентабельність власного капіталу (return to equity, ROE) – показник ефективності використання власного капіталу, визначається відношенням прибутку до власного капіталу.

В існуючих оцінно-аналітичних моделях результативності зазвичай синтезовано зіставляється рівень оптимізації витрат із досягненням відповідного рівня економічних показників доходності. Попри те, незважаючи на те, що «за методиками стохастичного факторного аналізу досліджується зв'язок доходу, витрат, прибутку із загальними обсягами діяльності підприємства, активами, капіталом, зобов'язаннями, визначаються тенденції зміни абсолютних та відносних показників фінансових результатів» [10, с. 264], однозначно та з достатнім рівнем аргументованості показник прибутку все ж не можна розглядати таким, що синтезує всі складові результативності.

Пріоритет максимізації прибутку (короткострокової ефективності чи, правильніше, поточної результативності) у багатьох випадках вступає у протиріччя з довгостроковою стратегією формування фінансово-економічного потенціалу, умовами капіталізації економічних ресурсів (насамперед це стосується додаткових витрат на створення інформаційно-інтелектуального потенціалу, впровадження інноваційних технологій тощо). У цьому контексті відзначається, що для розвитку та адаптації теорії результативності «стоїть завдання не лише оцінити правильність формування фінансових результатів, а здійснити комплексний аналіз факторів формування фінансового результату та його впливу (реального або можливого) на приріст вартості компанії» [11, с. 14].

Крім наведених факторів, об'єктивність визначеної результативності залежить «від правильності трактування терміну «прибуток» значною мірою залежить об'єктивність оцінки економічної ефективності через систему відповідних показників та правильність розуміння критерію ефективності» [9, с. 82]. На величину прибутку і транзитно інші показники результативності суттєвим чином впливають й підходи до визнання та «варіативність методів оцінки в обліку дохо-

дів, витрат, вартості та розміру капіталу і зобов'язань підприємства, обумовлюючи зміни в розмірі фінансових результатів» [12, с. 81]. Саме тому у дослідженнях обґрунтовується, що роль «звітності про фінансові результати посилюється в умовах фінансової кризи, оскільки можливість маніпулювання величиною фінансових результатів на основі професійного судження та обраної облікової політики при їх визначенні є зручним інструментом вуалювання реального фінансового стану суб'єктів господарювання» [11, с. 1].

Дослідження економічного змісту прибутків призвели до розмежування понять «бухгалтерський» (задекларований підприємством у публічній фінансовій звітності) та «економічний». Незважаючи на те що за своїм змістовим наповненням ці економічні категорії неспівставні, у деяких дослідженнях все ж таки обґрунтовується доцільність їх розгляду як «взаємодоповнюваних засобів аналізу ефективності фінансово-економічної діяльності усіх суб'єктів господарювання» [6, с. 78]. На концепції економічного прибутку ґрунтується показник економічної доданої вартості (economic value added), який репрезентує операційний прибуток компанії після сплати податків за мінусом альтернативної вартості.

Інколи у наукових дослідженнях обґрунтовується, що «всеохоплюючий показник «економічна додана вартість» дозволяє оцінити результати діяльності підприємства і збалансувати протиріччя, які виникають у стратегічних цілях» [13, с. 331], уточнюючи значення операційного прибутку шляхом введення у його охоплення вартість (ціну) залученого капіталу.

У сучасній практиці достатньо поширена концепція економічної доданої вартості (Economic Value Added, EVA), яка спрямована на оцінку результатів діяльності та прийняття управлінських рішень на всіх рівнях системи управління. Модель і показник EVA оцінює доходи і одночасно враховує капітал, використаний для отримання цих доходів. Вартість використання капіталу визначається на основі мінімальної очікуваної ставки доходності, необхідної для того, щоб розраховуватися як з акціонерами, так і з кредиторами. Низка проведених досліджень засвідчують, що показник EVA забезпечує отримання більш ґрунтовної інформації про доцільність здійснених у минулому операцій, ніж облікові засоби вимірювання результативності підприємства. Водночас EVA є показником, який тісно пов'язаний із бухгалтерським прибутком, що створює можливості використання їх як єдиної основи для прийняття стратегічних рішень.

У сучасній економіці превалює стратегічне управління бізнесом, яке потребує вимірювання не тільки фінансових результатів, продуктивності та інших традиційних параметрів господарської діяльності, які виступають основою прийняття поточних управлінських рішень. Практика поточного управління підприємством у сучасній економіці вимагає оцінки і аналізу результативності з проекцією на забезпечення впровадженої стратегії.

Висновки та рекомендації з даного дослідження

Концептуальна спрямованість і базові засади управління, вимірювання та оцінки результативності діяльності сучасних суб'єктів економіки найдоцільніше вибудовувати на основі поєднання методик оцінки поточних результатів і вироблених підходах у системах стратегічного вимірювання. Ураховуючи складність сучасних економічних процесів, не прогнозованість їх результатів, показники поточної результативності все ж повинні домінувати у комбінації індикаторів та критеріїв результативності функціонування економічних суб'єктів.

В основу теорії результативності вітчизняні суб'єкти господарювання, ураховуючи збитковий характер їх діяльності та відсутність у національній економіці статистичної бази показників, необхідних для впровадження оцінно-аналітичних систем стратегічного управління, базовим індикатором найдоцільніше визначити показник економічної доданої вартості. У комбінації з іншими критеріями можна забезпечити вищий рівень об'єктивності встановлення результативності діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Яхонтова Е.С. 10 шагов для преодоления разрыва между объявленной стратегией и реальными процессами / Е.С. Яхонтова // Генеральный директор. – 2008. – №2. – С. 40–51.
2. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Я.В. Догадайло. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2005. – 144 с.
3. Олексюк О.І. Досвід використання систем показників в оцінці результативності діяльності підприємств / О.І. Олексюк // Вчені записки. Збірник наукових праць Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. – 2009. – Вип. 11. – С. 119–132.
4. Поліщук Н.В. Науково-методологічні засади результативності функціонування сучасних економічних систем: автореф. дис. ... д.е.н.: спец. 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Н.В. Поліщук. – Вінницький національний аграрний університет, 2011. – 36 с.
5. Нівен П. Діагностика збалансованої системи показників: Підтримуючи максимальну ефективність / П.Р. Нівен. – [пер. з англ.; За наук. ред. М. Горського]. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. – 256 с.
6. Результати фінансово-економічної діяльності природних монополій: проблеми економічної оцінки та державного регулювання: [наукова монографія] / Г.І. Башнянин, І.Й. Яремко, П.О. Куцик, Н.М. Галазюк. – Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – 190 с.
7. Шотік Т.М. Оцінювання результативності діяльності інноваційної інфраструктури / Т.М. Шотік, М.Ф. Гончар // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – №714. – С. 459–466.
8. Критерії ефективності управління суб'єктами господарювання державного сектора економіки: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

9. Кучер Л.Ю. Науково–теоретичні основи формування прибутку в підприємствах / Л.Ю. Кучер // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково–виробничий журнал. – 2010. – №1. – С. 82–89.

10. Зеленська Ю.Г. Організація комплексної методики аналізу і прогнозування в системі управління фінансовими результатами діяльності підприємства / Ю.Г. Зеленська // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2006. – №2. – С. 263–267.

11. Ковбич Т.М. Аудит звітності про фінансові результати: організація та методика: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Т.М. Ковбич. – Державна академія статистики, обліку та аудиту, 2009. – 22 с.

12. Супрунова І.В. Оцінка в моделюванні фінансових результатів суб'єкта господарювання / І.В. Супрунова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – №1 (10). – С. 79–82.

13. Костюченко В.М. Методологія й організація обліку і аналізу діяльності юридичної особи та її дочірніх підприємств як єдиної економічної одиниці: дис. ... док. екон. наук: 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / В.М. Костюченко. – Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2008. – 377 с.

І.С. ГОРДІЙЧУК,

аспірант, Науково–дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку України

Державно–приватне партнерство як форма інституціональної взаємодії органів влади з бізнесом

У статті розглянуто особливості становлення системи державно–приватного партнерства в Україні, недоліки законодавства, що його регулює, та запропоновані шляхи їх усунення.

Ключові слова: державно–приватне партнерство, співробітництво, розподіл ризиків, бізнес, органи державної влади.

В статье рассмотрены особенности становления системы государственно–частного партнерства в Украине, выявлены недостатки законодательства, которое его регулирует, а также предложены пути их устранения.

Ключевые слова: государственно–частное партнерство, сотрудничество, распределение рисков, бизнес, органы государственной власти.

In this article we describe the features of the public–private partnership formation in Ukraine, weaknesses of the legislation, which regulates it, and offer ways to eliminate them.

Keywords: public–private partnership, cooperation, risk distribution, business and State bodies.

Постановка проблеми. Перед урядом будь–якої країни стоїть завдання вирішення ряду питань соціально–економічного характеру, включаючи дотримання інтересів громадян, забезпечення рівня доступу до суспільних потреб та їх задоволення, що впродовж багатьох років в Україні залишалося виключною сферою державних капіталовкладень. На даному етапі влада не здатна гарантувати самостійне виконання всіх поставлених нею собою цілей, враховуючи потребу у значних фінансових ресурсах, таким чином породжуючи необхідність залучення приватного капіталу та розв'язання проблемних аспектів за його участі.

З одного боку, існують об'єкти стратегічного характеру, які впливають на безпеку країни, в такому випадку повинні залишатися в її власності. З іншого боку, обмеженість бюджетних коштів веде до гальмування модернізації, погіршуючи якість товарів та послуг. Вирішенням такого протиріччя для органів влади є пошук нових інструментів для відновлення та удосконалення національної економіки.

Яскравим прикладом інституту, який дає змогу поєднувати можливості, що має держава, при цьому зберігаючи право власності за собою, та ефективний менеджмент з боку приватного сектору є «державно–приватне партнерство». Проте у порівнянні із зарубіжною практикою в Україні він має багато недоліків і не відповідає загально поставленим цілям такого інституціонального утворення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питанню розвитку, впровадження та перспектив реалізації державно–приватного партнерства (надалі – ДПП) приділяють значну увагу багато вчених: В.Г. Варнавський, А.В. Клименко, В.А. Корольов, В.Н. Мочальников, В.А. Міхеев та ін.

Метою статті є дослідження особливостей впровадження державно–приватного партнерства в Україні.

Виклад основного матеріалу. Державно–приватне партнерство є перекладом терміну Public Private Partnership, який також можна зустріти як «приватно–державне партнерство», «публічно–приватне партнерство». Останнє, як правило, використовується в зарубіжній літературі як таке, що найбільш близько відображає зміст даної концепції. Термін «публічно–приватне партнерство» більш точно відтворює сутність відносин, оскільки як публічний партнер у зарубіжній практиці часто виступають не лише органи державної влади, а й органи місцевого

самоврядування, потужні громадські організації та благодійні фонди [1, с. 7].

У країнах із перехідною економікою, де недостатньо розвинуті інститути громадянського суспільства, пропозиції про партнерство надходять від органів державної влади чи місцевого самоврядування. Тому доцільним є використання терміну «державно-приватне партнерство», відображаючи реалії даних країн та провідну роль держави [1, с. 7].

ДПП широко застосовується у всьому світі як ефективний механізм розвитку економіки, але єдиного його трактування не існує. У науковій літературі дане інституціональне утворення розглядається багатьма вченими, концентруючи свою увагу на окремих особливостях партнерства.

Відповідно до В.Г. Варнавського, ДПП – це стратегічний, інституціональний і організаційний альянс між державою і бізнесом із метою реалізації суспільно значущих проектів у широкому спектрі сфер діяльності: від базових галузей промисловості і НДДКР до надання суспільних послуг [2, с. 135].

В.А. Міхеєв зазначає, що ДПП – це система співробітництва приватного сектору, підприємств і організацій бізнесу з державними установами, а також регіональних корпорацій з державними підприємствами, установами, спрямованого на досягнення загальних економічних цілей, на рішення актуальних соціально-економічних завдань [2, с. 135].

Згідно з М.А. Войнатовською, ДПП – це об'єднання матеріальних і нематеріальних ресурсів суспільства (держави або місцевого самоврядування) і приватного сектору на довготривалій і взаємовигідній основі для створення громадських благ (благоустрій і розвиток територій, розвиток інженерної і соціальної інфраструктури) або надання суспільних послуг (в області освіти, охорони здоров'я, соціального захисту тощо) [2, с. 135].

Згідно із Законом України «Про державно-приватне партнерство» ДПП – це співробітництво між державою (її органами) та фізичними або юридичними особами на договірній основі.

Різноманітність запропонованих варіантів визначення терміну має спільні риси, але не дає чіткого уявлення щодо особливостей взаємодії суб'єктів даного роду співпраці. Проаналізувавши запропоновані твердження поняття «державно-приватне партнерство», ми збрали та поєднали в єдине визначення всі основні умови даної концепції, що можна побачити нижче.

ДПП – це співробітництво між державою та приватним сектором економіки (бізнесом) на взаємовигідній основі, яка має рівноправний характер, суспільну спрямованість та попередній розподіл ризиків, затрат та результатів діяльності.

Незважаючи на багатолітній досвід реалізації ДПП за кордоном, в Україні партнерство позиціонується як «нова технологія розвитку економіки». Співпраця держави та приватного сектору в даній концепції для українського суспільства є новою та неповністю розкритою темою, тому має свої особливості та проблемні питання, які необхідно розглянути для усунення недоліків та створення прозорої системи взаємодії.

ДПП має безліч форм, які вже застосовуються в нашій країні: контракт як адміністративний договір; оренда в її традиційній формі та формі лізингу; угода про розподіл продукції; спільні підприємства; концесія. Вони різняться між собою ступенем залучення суб'єктів та рівнем ризику, які останні приймають на себе.

У світовій практиці на відміну від України концесія є найбільш розвинутою, перспективною та комплексною формою партнерства, яка існує в трьох видах:

- на вже існуючі об'єкти інфраструктури;
- на будівництво або модернізацію інфраструктурних об'єктів;
- передача об'єктів державної власності в управління приватній компанії [3].

На шляху ефективного впровадження форм ДПП стоїть низка бар'єрів, які насамперед проявляються через законодавчу базу, до розробки якої залучено багато різноманітних організацій: комітети законодавчої влади, міністерства, науково-дослідні установи тощо.

До органів державної влади, які можуть не лише реалізувати окремі проекти ДПП, а й істотно впливають на його розвиток, належать Кабінет Міністрів України, Мінекономрозвитку, Мінрегіон, Міненерговугілля, Мінінфраструктури, МОН, МОЗ, Держінвестпроект, Укравтодор, Фонд держмайна тощо [4].

Така кількість задіяних суб'єктів у процесі впровадження, реалізації та розвитку партнерства призводить до:

- розробки кожним із них законопроектів виходячи зі свого уявлення про ДПП, які в результаті не мають єдиної концептуальної основи;
- неузгодженості інтересів між ними, збільшуючи тривалість процесу прийняття рішень щодо різних аспектів проекту;
- затримки отримання дозвільних документів, необхідних для виконання умов договору.

Таким чином, державні структури створюють перешкоди для формування єдиної програми розвитку ДПП, стримуючи тим самим процес його впровадження та функціонування в нашій країні.

У процесі усунення створених бар'єрів, що завдають відчутного удару ефективності реалізації ДПП, з'являється необхідність у заснуванні єдиного державного органу як посередника між бізнесом та державою. Завданням якого буде координація дії обох партнерів, враховуючи інтереси сторін, а також участь у розробці та вдосконаленні нормативно-правової бази як безпосереднього учасника процесу із досвідом взаємодії з усіма сторонами співпраці.

Нормативно-правова база, яка регулює ДПП в Україні, існує вже давно, однак є дуже складною, багаторівневою і бюрократизованою, що в умовах високого рівня корупції створює ризики для ефективного використання цього механізму та активізації інвестиційної діяльності [5].

На фоні цього наша країна зіткнулася з відсутністю довіри приватного партнера до держави, що спостерігається і у

зворотному напрямі. Таким чином, заздалегідь переключуючи можливість успішного існування ДПП в Україні. Підсилює дане твердження й інституційна неготовність органів влади до передачі певних прав бізнесу щодо власності в її руках. У результаті держава розглядає партнерство як функцію наповнення бюджету, а приватний сектор – як можливості доведення до банкрутства та приватизації, які реалізуються за рахунок прогалин у законодавстві.

Змінити відношення до партнерства в Україні передовсім необхідно за рахунок прийняття закону про державну власність як фундаменту його розвитку. Визначити поняття «державна власність» та окреслити чіткі межі державної відповідальності за неї перед суспільством [6]. Одночасно законодавчо закріпити права користування об'єктами державної власності за іншим учасником, приватним партнером, у рамках ДПП та його відповідальність за управління ними.

Успішна реалізація будь-якого проекту можлива лише у випадку, коли беруться до уваги інтереси всіх його учасників, особливо для досягнення суспільно значущих цілей. Тому приватний партнер, обраний на основі конкурсу, має запропонувати найкращі умови реалізації ДПП. Критерії відбору залежать від специфіки партнерства: найнижчий тариф, найбільший обсяг інвестицій, найкоротша його тривалість.

Незважаючи на доступно прописаний на законодавчому рівні конкурсний відбір, він має свої недоліки, впливаючи на подальшу реалізацію ДПП. Можливість участі єдиного учасника у змаганні підвищує рівень корупції, не відповідає принципу справедливого вибору найбільш кваліфікованого та компетентного претендента для здійснення проекту.

Для потенційного західного інвестора, який має намір брати участь в партнерстві, не зрозуміло, чому він повинен давати хабар за участь у конкурсі, за перемогу в ньому, за справедливую оцінку майна, за затвердження економічно обґрунтованих тарифів, за будь-яку дію чиновника щодо оформлення відносин ДПП [7].

Враховуючи значний досвід закордонних спеціалізованих компаній щодо проведення та організації конкурсу ДПП, їх залучення до даного процесу в Україні буде поштовхом для успішного впровадження партнерства відповідно до основних його принципів реалізації.

Правильне розуміння слова «партнерство» у даній концепції є важливим для її реалізації. Під ним розуміється збалансованість зобов'язань, ризиків, відповідальності та затрат учасників. Усі зазначені умови виникають упродовж будь-якої діяльності, втім мають свої особливості у ДПП.

Питанню щодо закріплення ризиків приділяється значна увага як у науковій літературі, так і під час укладання договору. Причиною цього є безпосередній вплив результату розподілу на реалізацію проекту. Якщо приватний інвестор несе більшу частину ризиків у ДПП, держава має обмежене право втручатися в його виконання або в основному контролює його [3].

На законодавчому рівні закріплені види ризиків, які безпосередньо впливають на того чи іншого суб'єкта у партнерстві: ті,

що пов'язані з впливом зовнішніх обставин, що не залежать від волі партнерів, політичні, що пов'язані з невиконанням партнерами умов договору, комерційні, фінансові, екологічні.

Приватний партнер може зазнати відчутних втрат через політичні та законодавчі ризики, виникнення яких не залежить від нього самого. Вони проявляються:

- насамперед у таких формах ДПП, які є довгостроковими. Будь-який інвестор хоче мати гарантії, що при зміні влади даний проект буде тривати, особливо це стосується іноземних інвесторів, які звикли до більш стабільної ситуації у своїй країні;

- у зміні законодавства, що регулює діяльність приватних компаній у ДПП;

- у затримці в затвердженні щорічного бюджету, що впливає на фінансові потоки з боку держави як учасника партнерства;

- у зміні пріоритетів щодо напрямів бюджетного фінансування, скорочуючи або зупиняючи фінансування проекту.

Зменшення негативних наслідків даних ризиків можливе за рахунок внесення змін до Бюджетного кодексу України, шляхом страхування політичних ризиків або, наприклад, закріплення їх на законодавчому рівні за державним партнером. Органи влади як представники останнього мають безпосередній вплив на їх появу. Закріплення на законодавчому рівні політичних ризиків зробило б функціонування ДПП набагато простішим. Причиною такого висновку є відповідальність органів влади перед законом за свої дії або бездіяльність. Проте на даний момент закріплення в законодавчих актах України ризиків за державою має низьку вірогідність. У такому випадку всі ці перераховані загрози необхідно врахувати при укладанні договору, маючи в процесі реалізації ДПП законні підстави та судову захищеність.

Держава зі свого боку наражається на небезпеку виникнення ризику, пов'язаного з неналежним виконанням робіт та послуг, особливо це відноситься до концесії на будівництво, введення в експлуатацію, обслуговування, реконструкцію тощо. В даному випадку приватний партнер як виконавець у ДПП в односторонньому порядку приймає на себе дані ризики, несе відповідальність за них та управляє ними. При найманні підрядників він все одно залишається гарантом якості і відповідає перед іншими партнерами, а вже потім вирішує дану проблему з останніми. Частою практикою є перенесення відповідальності на підрядника, який, своєю чергою, перекладає її на іншого. В кінцевому результаті винного не знайдено, а продукт неякісний. Приватний партнер може перестрахувати себе шляхом розподілу ризиків за допомогою кваліфікованих фахівців з управління ними на фінансовому ринку або перекласти відповідальність за них на підрядника.

Даний учасник співпраці як гарант якості створеного об'єкта повинен нести відповідальність не тільки при його здачі, а й упродовж певного періоду часу його існування.

Що ж до фінансових ризиків (зміна курсу валюти, підвищення процентних ставок за кредитами), то неможливо

виокремити єдиного відповідального за них, хоча держава в особі органів влади є безпосереднім їх регулятором.

Оптимальний розподіл ризиків дає змогу якомога ефективніше реалізувати проект шляхом концентрування уваги кожного з партнерів на те, що він робить найкраще. Таким чином зменшуючи можливість появи конфлікту «держави як власника» та «держави як регулятора». Остання концентрує увагу на виконанні своїх основних функцій: контролю, регулювання, дотримання суспільних інтересів.

У концепції ДПП держава насамперед відстоює інтереси громадян, стежить за задоволенням їхніх потреб. Дана функція яскраво проявляється у затвердженні та контролі за цінами на товари та послуги, які розраховує приватний партнер. Існують декілька варіантів їх обчислення. В першому випадку держава може встановити показник норми прибутку, виходячи з якого приватний партнер розраховує ціну. Її перегляд можливий у разі значної невідповідності повернення обсягу інвестованих коштів від того, що очікують.

Такий шлях визначення та регулювання ціни має певні недоліки:

- він не дає значного стимулу для підвищення ефективності, оскільки приватний партнер може перекладати тягар зростання витрат виробництва на кінцевих користувачів шляхом встановлення більш високих цін;

- регулювання норми прибутковості спонукає приватні компанії завищувати витрати за проектом, оскільки їм у будь-якому випадку гарантується повернення інвестицій.

В іншому випадку приватний партнер розраховує та має обґрунтувати показник верхньої межі ціни на вироблену ним продукцію або послугу, який подає на затвердження відповідному державному органу. При цьому враховуючи: інфляцію, показники ефективності діяльності компанії, інші індикатори. Приватний партнер не має права перевищувати встановлену ціну, однак може знижувати і реструктурувати свої витрати, таким чином підвищуючи прибутковість. Держава не має права вилучати отриманий надприбуток. Недоліком є те, що ціна базується на оцінці внутрішньої ефективності компанії, дані якої можуть бути комерційною таємницею [8, с. 94–95].

Як бачимо, кожен із варіантів розрахунку ціни на товари/послуги має свої недоліки та переваги, тому обраний шлях залежить від особливостей проекту та поставлених державою перед собою цілей. Якщо об'єкт співпраці є соціально значущим, найбільш ефективним буде встановлення верхньої межі ціни.

Складність даного процесу полягає в задоволенні інтересів усіх його учасників. З одного боку, держава не може встановлювати високі ціни на товари/послуги через збільшення суспільного тягаря, з іншого боку, приватному партнерові не вигідно працювати, не покриваючи свої затрати та недотримуючи прибуток, але в той же час він може завищувати собівартість товарів/послуг для збільшення винагороди.

Метою діяльності будь-якої приватної компанії у ДПП залишається отримання прибутку, тому у разі його відсутності

вона втрачає інтерес до партнерства. Підвищення зацікавленості даного учасника до співпраці відбувається за допомогою включення в ціну інвестиційної складової для повернення вартості внесених коштів та забезпечення компенсації різниці між встановленою та економічно обґрунтованою ціною. Відшкодування останнього за рахунок бюджету є можливим, проте маловірогідним у нашій країні через брак коштів. У разі неможливості підвищення ціни на товари/послуги необхідно надавати певні пільги (наприклад, податкові) приватному партнерові для компенсації витрат та право призупиняти виконання інвестиційної програми до врегулювання даної проблеми.

Незважаючи на всі недоліки, розглянуті вище, ДПП має високі перспективи в реалізації на території нашої країни за рахунок поєднання здібностей та можливостей кожного із учасників.

Бізнес зі свого боку забезпечує фінансові ресурси, професійний досвід, ефективне управління, гнучкість і оперативність у прийнятті рішень, здатність до новаторства. При цьому зазвичай впроваджуються більш ефективні методи роботи, удосконалюються техніка і технології, виникають нові форми організації виробництва. На ринку праці, як правило, підвищується попит на висококваліфікованих і добре оплачуваних працівників [9].

Держава зі свого боку дає змогу приватному партнерові розширити свої інвестиційні можливості за рахунок тих сфер життя країни, які раніше були йому недоступні.

Разом із посиленням контролем, підзвітністю та регулюванням найбільш привабливим для бізнесу у сфері ДПП залишається державна підтримка:

- надання державних та місцевих гарантій, що суттєво зменшує кредитний ризик та процентні ставки за кредитами;
- фінансування заходів за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів та інших джерел.

Запорукою успішної реалізації будь-якого проекту завжди була фінансова участь з боку всіх його учасників, таким чином зберігаючи упродовж всього періоду реалізації інтерес до нього та оперативність уникнення перешкод для досягнення результату.

Висновки

Державно-приватне партнерство успішно функціонує у всьому світі, створюючи багато переваг для всіх учасників, та відносно тривалий час існує в Україні. Незважаючи на це, даний вид співпраці не приносить бажаного результату для суспільства та країни в цілому. Кожен з учасників вбачає да- не інституціональне утворення як механізм отримання вигоди, а не досягнення загальної мети.

Ставлення суспільства в Україні до партнерства формується під впливом різноманітних несприятливих факторів: недовіри бізнесу та держави один до одного; прогалин у законодавстві, що має більш декларативний характер; відсутності прозорості діяльності в усіх секторах економіки.

Незважаючи на всі недоліки, Україна має високі перспективи та потенціал для реалізації ДПП. Насамперед перед тим, як успішно його впроваджувати в нашій країні, необхідно створити привабливе середовище для інвесторів, допрацювати законодавчу базу, роз'яснивши роль кожного із учасників таким чином, щоб дана діяльність була вигідна для всіх, а також усунути інші розглянуті перешкоди у статті та підвищити рівень обізнаності суспільства в цій сфері.

Список використаних джерел

1. Грищенко С. Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства: Практичний посібник для органів місцевої влади та бізнесу / Грищенко С. – К., ФОП Москаленко О.М., 2011. – 140 с.
 2. Рассадникова С.І. Державно-приватне партнерство у розбудові екологічної інфраструктури: становлення, особливості, інвестиції / С.І. Рассадникова // Економіка: реалії часу – 2012. – 2, №1. – С. 133–142.

3. Айрапетян М.С. Зарубежный опыт использования государственно-частного партнерства. – Режим доступу: <http://iam.duma.gov.ru>

4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України <http://www.me.gov.ua>

5. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень при Президенті України <http://www.niss.gov.ua>

6. Вилисов М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект. – Режим доступу: <http://www.g-k-h.ru/directory/articles/159/5361/>

7. Правила игры государственно-частного партнерства. Часть 2 [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://jkg-portal.com.ua>

8. Государственно-частное партнерство: и практика: учеб. пособие / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др. / Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М., 2010. – 228 с.

9. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика / Режим доступу: <http://instituciones.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html>

І.І. ДЯНКОВ,

аспірант, Науково-дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку України

Управління державним сектором економіки України: сучасний стан та перспективи розвитку

У статті розглянуто особливості сучасного стану управління державним сектором економіки України, недоліки законодавства, що його регулює, та запропоновані шляхи їх усунення.

Ключові слова: державний сектор економіки, корпоративний сектор, корпоративні права держави.

В статье рассмотрены особенности современного состояния управления государственным сектором экономики Украины, недостатки законодательства, которое его регулирует, и предложены пути их устранения.

Ключевые слова: государственный сектор экономики, корпоративный сектор, корпоративные права государства.

The article deals the features of the current state of public sector of Ukraine's economy, legislative shortcomings that governs it, and the ways to address them.

Keywords: public sector, corporate sector, corporate state.

Постановка проблеми. Усі роки незалежності важливим аспектом економічної політики України було формування ефективної системи управління державним сектором. Вирішення цієї проблеми пов'язане з пошуком оптимального співвідношення між державним та приватним секторами економіки, вдосконалення регуляторної політики, створення

ефективної системи державного управління, механізмів та інструментів впливу на суб'єкти господарювання державного сектору та національну економіку в цілому.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Ефект ринкових трансформацій забезпечується завдяки тимчасовому посиленню державного втручання в економіку, що обґрунтовується досвідом світової практики, який з очевидністю показав, що успіх будь-яких соціально-економічних реформ неможливий при самоусуненні держави із економічної сфери. Таке втручання припускає, з одного боку, посилення регулюючої функції держави, щоб установлювати «правила гри» на ринку, бо ринковий механізм самостійно не в змозі забезпечити ефективне регулювання економічних процесів, особливо у період радикальних реформ. З іншого боку, державне втручання припускає підвищення ефективності підприємницької функції держави, бо як власник держава зацікавлена в ефективному функціонуванні та розвитку своїх підприємств, які включені у загальнонаціональний оборот капіталу, взаємодіють із приватним капіталом. Тому ефективне управління підприємствами державного сектору сприяє досягненню позитивних макроекономічних результатів у цілому.

Дослідженням у цій сфері присвячено роботи багатьох зарубіжних учених: П. Самуельсона, Б. Сорде, Дж. Стиглиця, Р. Макгрейва, К. Макконелла, С. Брю, Л. Абалкіна, Є. Балацького, А. Радигіна, А. Савченка, а також вітчизняних еко-

номістів, серед яких О. Амоша, С. Аптекар, І. Булеєв, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Гош, І. Жадан, Я. Жаліло, С. Іванов, Л. Кузьменко, В. Логвиненко, І. Лазня, С. Мочерний, О. Поважний, А. Покритан, Л. Червова, М. Чумаченко, А. Чухно. З огляду на той факт, що практика реформування вітчизняної економіки потребує осмислення процесів, що склалися в розбудові державного сектору економіки та формуванні політики, спрямованої на підвищення його ефективності, важливою проблемою сучасної економічної науки і практики вибір напряму дослідження є актуальним.

Метою статті є проведення аналізу сучасного стану реформування державного сектору економіки України та формування заходів щодо вдосконалення системи управління об'єктами державної власності.

Виклад основного матеріалу. Державний сектор економіки включає сукупність суб'єктів підприємницької діяльності, що є у підпорядкуванні держави і створює додаткову вартість, яка є державною власністю. Державний сектор економіки України представлений значною кількістю видів суб'єктів господарювання – від суто державних підприємств, що перебувають у державній власності, до змішаних акціонерних компаній із різною часткою державної власності. Слід зазначити, що значну частку державного сектору економіки складають бюджетні установи, які включають установи освіти, заклади охорони здоров'я, суспільних послуг, суспільного транспорту.

Більшість країн світу відрізняються за обсягом державного сектору. В Україні за різними оцінками частка держсектору у ВВП займає 37–40%, що вище, ніж у більшості розвинених країнах світу (у Канаді, Англії, Італії – близько 15%, у США й Німеччині – близько 20%, у Польщі – 25%) [1].

Не зважаючи на те, що вітчизняний державний сектор економіки є одним з найбільших у Європі, його структура залишається неоптимальною, що уповільнює соціально-економічний розвиток держави.

За даними Єдиного реєстру об'єктів державної власності, на сьогодні в державній власності залишається 3695 державних підприємств та близько 650 пакетів акцій у статутних капіталах господарських товариств. Водночас ефектив-

ність управління цими об'єктами державної власності залишається на низькому рівні.

Найбільш повне уявлення про функціонування державного сектору дає моніторинг Міністерства економічного розвитку та торгівлі України щодо ефективності управління об'єктами державної власності [2].

Відповідно до моніторингу управління об'єктами державної власності здійснює 81 суб'єкт управління, в тому числі Кабінет Міністрів України, 17 міністерств, 36 державних комітетів та інших органів виконавчої влади, 17 місцевих органів виконавчої влади, п'ять господарських структур, Національна академія наук та чотири галузеві академії наук.

Станом на 01.01.2012 загальна кількість суб'єктів господарювання, управління якими здійснюють зазначені органи, становила 4091 об'єкт державної власності, в тому числі 3695 державних підприємств та 396 господарських товариств із державною часткою у статутному капіталі більше 50%. Із 3082 підприємств, які надали інформацію (звітували міністерству), працюючими є лише 2374 (79,3%), з них 2301 – державні підприємства та 73 – господарські товариства.

Схематично структура суб'єктів господарювання державного сектору економіки станом на 01.01.2012 представлена на рис. 1.

Із 4091 проаналізованого суб'єкта господарювання, за даними органів управління, – 449 суб'єктів господарювання знаходяться в різних стадіях банкрутства, в тому числі 261 державне підприємство та 188 господарських товариств. У стадії розпорядження майном перебував 131 суб'єкт господарювання (99 державних підприємств та 32 господарські товариства), в стадії санації – 106 суб'єктів господарювання (63 державні підприємства та 43 господарські товариства), у стадії ліквідації – 112 суб'єктів господарювання (69 державних підприємств та 43 господарські товариства).

Також необхідно зазначити, що, за даними органів управління, станом на 01.01.2012 у стадії реорганізації за рішенням органу перебувало 114 суб'єктів господарювання, а в стадії ліквідації за рішенням органу – 418 суб'єктів господарювання.

Таким чином, із 4091 суб'єкта господарювання державного сектору економіки, які аналізувалися під час проведен-

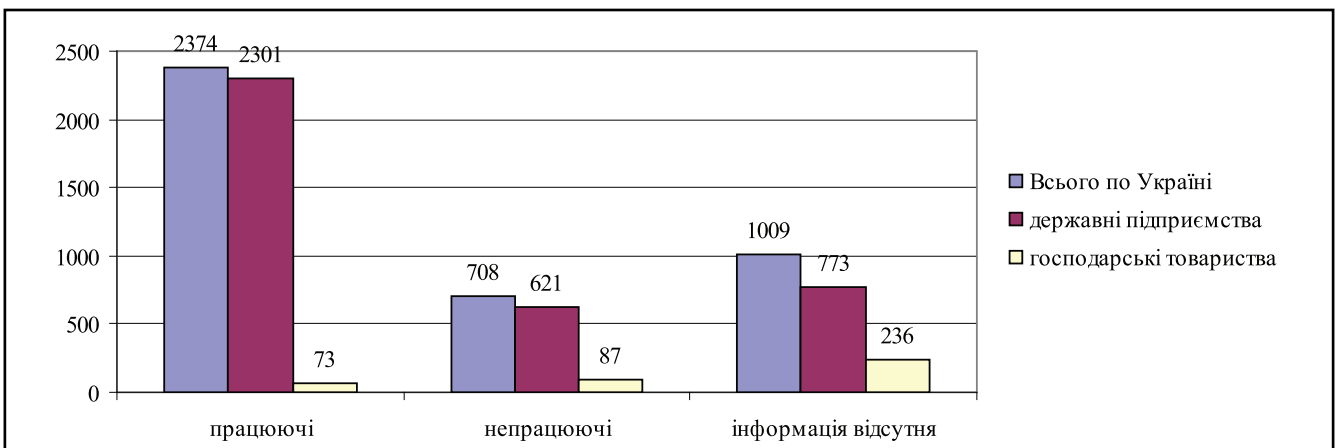


Рисунок 1. Структура суб'єктів господарювання державного сектору економіки станом на 01.01.2012

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

ня моніторингу, 58% працюючих підприємств, 8,5% підприємств перебувають у процедурі банкрутства, 13% підприємств перебувають у стані реорганізації або ліквідації за рішенням органу управління.

Аналіз показників фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору показує, що в 2011 році із 2374 працюючих підприємств: прибуткових – 1540 (64,9%), безприбуткових – 98 (4,1%), збиткових – 736 (31%). Схематично структура працюючих суб'єктів господарювання державного сектору економіки за підсумками 2011 року та у 2008–2011 роках представлена на рис. 2 та 3.

Статистична інформація наочно засвідчує неоптимальність та неефективність сучасного стану державного сектору економіки України. Основними причинами такого стану є:

- відсутність єдиної державної політики щодо державного сектору економіки, визначення пріоритетних сфер його розвитку та механізмів реалізації поставлених завдань;
- відсутність стратегічного планування діяльності підприємств державного сектору економіки;
- відсутність системного підходу до визначення суб'єктів управління об'єктами державної власності;
- невідповідність управлінських можливостей органів управління стосовно великої кількості об'єктів державної власності, що спричиняє низьку ефективність використання державних активів, а також ускладнює відповідний контроль та координацію;

– переважання адміністративних неринкових методів управління об'єктами державної власності;

– ігнорування принципу комерціалізації відносин держави як власника майна і підприємства, якому передане державне майно, що призводить до незаінтересованості у запровадженні інновацій, підвищенні прибутковості;

– відсутність чітких критеріїв ефективності управління об'єктами державної власності, у тому числі корпоративними правами;

– неефективність існуючої системи контролю за фінансово-господарською діяльністю підприємств державного сектору економіки, зокрема відсутність щорічного державного фінансового аудиту діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки.

Структура державного сектору економіки є неефективною значною мірою тому, що її основу становлять державні унітарні підприємства, натомість частка інвестиційно більш привабливих господарських товариств, у статутних капіталах яких є державна частка, залишається відносно невеликою.

Корпоративний сектор відіграє системоутворюючу роль в національній економіці, є одним із визначальних факторів економічної безпеки держави, передусім її валютної, фінансової, зовнішньоекономічної, інноваційної та бюджетної складової, а також каталізатором розвитку соціальної сфери.

Непропорційно мала кількість господарських товариств у державному секторі є проблемою України, але набагато ва-

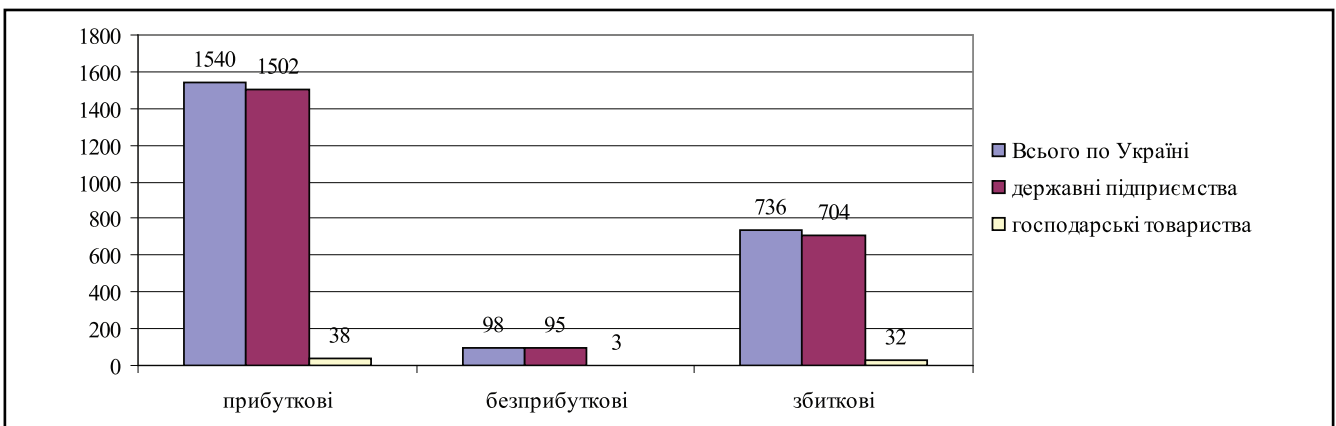


Рисунок 2. Структура працюючих суб'єктів господарювання державного сектору економіки за підсумками 2011 року

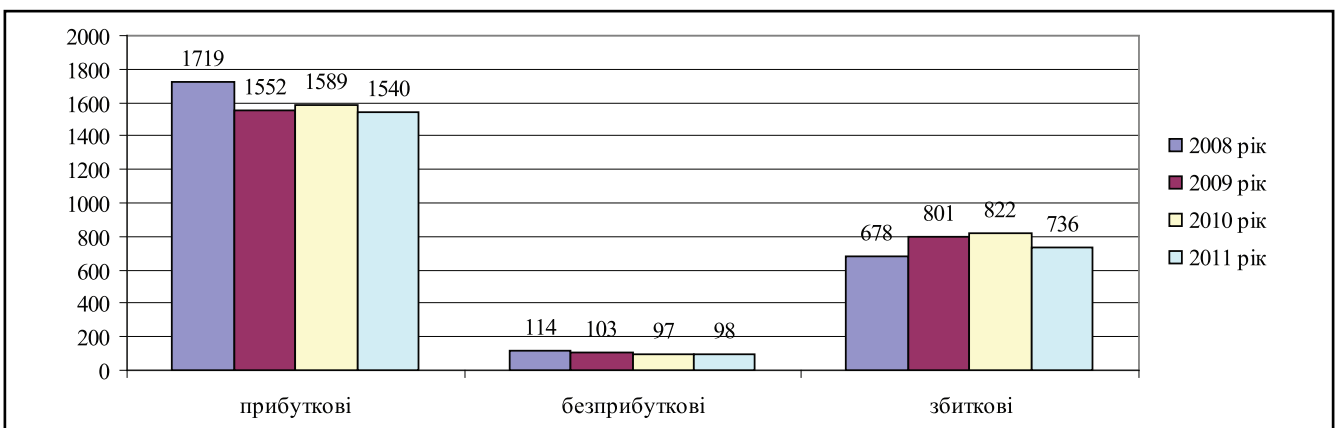


Рисунок 3. Структура працюючих суб'єктів господарювання державного сектору економіки у 2008–2011 роках

гомішою проблемою є неефективність існуючої системи управління державними корпоративними правами. Слід відзначити такі складові цієї проблеми:

- відсутність стратегічних планів, що визначали б середньострокові та довгострокові пріоритети в управлінні корпоративними правами держави, спрямовані на забезпечення реалізації завдань розвитку галузей національної економіки;

- відсутність чітких критеріїв ефективності управління корпоративними правами, визначення завдань на голосування представникам держави в органах управління товариств, контролю за їх фінансово-господарською діяльністю;

- велика частка дрібних державних пакетів акцій у статутних капіталах товариств, розміри яких не мають вирішального впливу держави на діяльність товариств;

- збитковість діяльності значної кількості товариств, і як наслідок, перебування їх у процедурі банкрутства;

- наявність заборгованості з перерахування дивідендів до державного бюджету;

- відсутність єдиної системи звітності щодо виконання головами правління підприємств рішень стосовно перерахування дивідендів до державного бюджету.

Відповідно до встановленого порядку управління корпоративними правами держави забезпечується шляхом призначення представників держави (державних службовців) в органи управління господарських товариств.

Проте встановленим порядком не передбачається дієвого механізму оцінки їх професійних якостей, кваліфікації з урахуванням специфіки об'єкта управління. Заінтересованості державних службовців у здійсненні ефективного представництва немає, оскільки відбуваючись в межах посадових обов'язків, воно не винагороджується належним чином.

Механізми залучення «незалежних директорів» від імені держави до роботи в органах управління господарських товариств невизначені.

Однією з найважливіших умов ефективного управління державними активами є повнота та достовірність інформації про них. Проте на сьогодні немає єдиної системи обліку об'єктів державної власності. Відомості про об'єкти державної власності обліковуються різними органами виконавчої влади без належної узгодженості в частині складу таких відомостей, порядку їх формування та надання. Так, Фонд державного майна веде Єдиний реєстр об'єктів державної власності та Реєстр корпоративних прав держави. Однак зважаючи на те, що значна частина зазначених корпоративних прав перебуває в управлінні інших органів і відповідні відомості до Фонду державного майна ними не надаються, існуюча система обліку не забезпечує повноти та достовірності інформації про об'єкти державної власності. Постає актуальне питання: чи можливо управляти тим, що не можна порахувати.

Тож, ураховуючи всі зазначені проблеми, автором запропоновано ряд заходів щодо вдосконалення системи управління об'єктами державної власності:

1) проведення аналізу сфер і напрямів діяльності підприємств державного сектору економіки, ефективності використання об'єктів державної власності;

2) забезпечення проведення інвентаризації об'єктів державної власності та видів діяльності підприємств державного сектору економіки з подальшим узагальненням та класифікацією таких об'єктів;

3) визначення розміру оптимальної частки державного сектору в економіці країни, а також цільове призначення відповідних об'єктів державної власності. На базі таких об'єктів функціонуватимуть:

- державні унітарні підприємства, діяльність яких спрямована на виконання державою своїх функцій щодо забезпечення обороноздатності, економічної незалежності держави, збереження та розвитку культурного та наукового потенціалу, а також на забезпечення суспільства товарами і послугами, виробництво яких є непривабливим для приватного сектору економіки;

- господарські товариства, у статутних капіталах яких частка держави становить понад 50 відсотків;

- державні холдингові компанії, інші господарські структури, діяльність яких спрямовується на концентрацію ресурсів державного сектору для забезпечення пріоритетного розвитку в окремих сферах національної економіки;

- забезпечення поступового переходу від використання унітарної форми державних підприємств до господарських організацій, що адаптовані до діяльності в ринкових умовах, мають колегіальні органи управління та контролю, з обов'язковою оптимізацією їх кількості;

4) запровадження довгострокового (стратегічного) планування розвитку підприємств державного сектору економіки;

5) забезпечення перегляду існуючих механізмів відчуження державного майна з метою підвищення їх ефективності та прозорості, забезпечення збільшення відповідних надходжень до державного бюджету;

6) визначення критеріїв ефективності здійснення суб'єктами управління заходів із передприватизаційної підготовки об'єктів права державної власності;

7) приватизація надлишкової кількості (понад розмір визначеної оптимальної частки) об'єктів державної власності, у тому числі шляхом перегляду об'єктів, включених до переліку об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації, з метою вилучення з нього таких, що втратили ознаки загальнодержавного значення або перебування яких у державній власності є недоцільним, зокрема корпоративних прав держави в статутних капіталах товариств, що не мають вирішального впливу держави на діяльність таких товариств;

8) проведення оптимізації системи управління об'єктами державної власності, через здійснення, а саме перерозподілу повноважень у сфері управління об'єктами державної власності, в тому числі корпоративними правами держави, між Мінекономрозвитку як органа, що забезпечує формування державної політики у зазначеній сфері, Агентством

держмайна як органу, що забезпечує її реалізацію, іншими суб'єктами управління об'єктами державної власності та Фондом державного майна як органу приватизації, що здійснює управління об'єктами державної власності, у тому числі державними корпоративними правами господарських товариств, щодо яких прийнято рішення про приватизацію;

9) запровадження в державному секторі економіки принципів корпоративного управління Організації економічного співробітництва та розвитку;

10) запровадження механізму прямого співвідношення між прибутковістю об'єктів державної власності та розміром винагороди менеджменту таких об'єктів;

11) розроблення механізму залучення «незалежних директорів» до роботи в органах управління господарських товариств, у статутному капіталі яких є державні корпоративні права;

12) удосконалення механізму проведення оцінки кваліфікації менеджменту підприємств державного сектору економіки;

13) запровадження державно-приватного партнерства в пріоритетних сферах національної економіки.

Висновки

Реалізація зазначених пропозицій дасть змогу створити умови для забезпечення оптимального розміру та структури державного сектору економіки, підвищення рівня його керуваності та захисту прав держави як власника, а також ефективності використання державних активів на основі вдосконалення чинного законодавства, запровадження сучасних

методів управління та стратегічного планування, активізації інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємствах державного сектору.

Список використаних джерел

1. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки [Електрон. ресурс] / Комітет з економ. реформ при Президентові України. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf

2. Звіт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України для Кабінету Міністрів України щодо моніторингу ефективності управління об'єктами державної власності.

3. Румянцев С. А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 149 с.

4. Сирш Н.В. Перспективи підвищення ефективності корпоративного сектора економіки и корпоративного управління // О приватизации. Гос. информ. бюл. – 2000. – №2. – С. 73–75.

5. Вишнева Н.С. Лучшая практика корпоративного управления на государственных предприятиях: Европейский поход [Електрон. ресурс] / Журнал Акционерные общества. – 2009. – №12. – Режим доступу: www.ao-journal.ru/tabid/78/newsid413/223/Default.aspx

6. Рудченко О.Ю. Управление державным сектором: проблемы та перспективи [Електрон. ресурс] / О. Рудченко, М. Шкільняк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2 (5). – Режим доступу до журналу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11roytpt.pdf>

С.О. ШУТ,
здобувач, Науково-дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку України

Державне стимулювання зовнішніх капітальних інвестицій

Розглядається поняття державного стимулювання економічних процесів. Пропонується теоретико-методичний підхід до визначення і класифікації державних стимулів залучення зовнішніх капітальних вкладень у масштабні проекти. Підкреслюється первинна роль бюджетних фінансових стимулів як поштовху припливу інвестицій з інших джерел.

Ключові слова: держава, стимул, капітальні вкладення, фінанси, бюджет.

Рассматривается понятие государственного стимулирования экономических процессов. Предлагается теоретико-методический подход к определению и классификации государственных стимулов привлечения внешних капитальных вложений в масштабные проекты. Подчеркивается первоначальная роль бюджетных финансовых стимулов как толчка к привлечению инвестиций из внешних источников.

Ключевые слова: государство, стимул, капитальные вложения, финансы, бюджет.

The concept of state incitation of economic processes is considered. The theoretical and methodological approach to the definition and classification of government incentives to attract foreign capital investment in large-scale projects is proposed. The initial role of the budget financial incentives as a push of investment from foreign sources is emphasized.

Keywords: state, incentive, capital investments, finance, budget.

Постановка проблеми. Загальноприйняте поняття інвестування передбачає отримання фінансового ефекту інвестором, незважаючи на форму власності відповідного суб'єкта господарювання. Однак часто економічний ефект (для держави) виявляється достатньо великим порівняно з фінансовим ефектом для інвестора, і держава отримує ресурс для стимулювання зовнішніх інвестицій, особливо у випадку недостатнього фінансового ефекту. Відтак виникає явище державного стимулювання приватних інвестицій.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Для визначення сутності і місця державних стимулів економічного розвитку слід перш за все звернутися до визначення функцій держави. Автори наводять різні класифікації функцій держави, проте для більшості спільним є виділення внутрішніх та зовнішніх функцій держави. Серед внутрішніх функцій держави більшість вчених виокремлює економічну (або господарсько-організаторську) функцію, а стимулювання бачить методом реалізації цієї функції [1, 2]. Деякі дослідники виокремлюють стимулюючу функцію державного регулювання національної економіки, під якою розуміють формування регуляторів, здатних ефективно впливати на діяльність й інтереси суб'єктів господарювання, підтримування економічних процесів в бажаному для суспільства напрямку [3, 4].

Можна зробити висновок про те, що сутність державного стимулу полягає в тому, що він є причиною вступу суб'єкта господарювання у економічні відносини. При цьому у випадку втручання суб'єкта регулювання у такі відносини стимул може бути скоригований цим суб'єктом [5].

За достатньо довгу історію існування держави накопичився вже певний набір моделей створення державних стимулів. Можна навіть говорити про певні шаблони дій для створення державою стимулів, у тому числі стимулів розвитку інфраструктури. Саме таким узагальненням присвячена стаття.

Метою статті є всебічний аналіз поняття державного стимулювання, обґрунтування класифікаційних ознак, які дозволяють сформувати певні групи бюджетних стимулів, вироблення рекомендацій щодо їхнього використання.

Виклад основного матеріалу. В умовах дефіциту бюджетних коштів для потреб економічного розвитку актуальним стає визначення механізмів максимального залучення зовнішніх інвестицій при мінімальних власних витратах, тобто пошук державних стимулів.

Оскільки господарський механізм охоплює всі відносини, які можуть відбуватися в економіці, а держава тим чи іншим чином може впливати на всі з них, можна вести мову про те, що держава в кінцевому підсумку визначає стимули. Тобто держава може здійснювати стимулювання, якому можна дати наступне визначення: державне стимулювання – спосіб впливу держави на господарський механізм, який дозволяє створити найбільш привабливі стимули для суб'єктів економічних відносин і передбачає отримання позитивного соціального або економічного ефекту.

Державний стимул – це результат впливу державних управлінських рішень на економічні інтереси суб'єктів господарювання, який полягає у виникненні потенційної можливості отримання позитивного економічного або соціального ефекту та є причиною виникнення економічних відносин.

Поняття державного стимулу може мати широке і вузьке розуміння. У вузькому значенні стимул є індивідуальною причиною вступу економічного суб'єкта у певні відносини з іншими суб'єктами. В широкому значенні державний стимул представляє собою сукупність умов участі групи економіч-

них суб'єктів у економічних відносинах, які передбачають виникнення певного позитивного економічного чи соціального результату від існування таких відносин.

Поняття державного стимулу можна розглядати з погляду об'єкта стимулювання та з погляду суб'єкта стимулювання.

Об'єктом стимулювання у вузькому розумінні є кожний окремий економічний суб'єкт. У широкому розумінні об'єктом стимулювання може виступати окрема група економічних суб'єктів, відокремлена за певною спільною ознакою залежно від цілей стимулювання (наприклад, за належністю до однієї галузі економіки), або ж навіть усі економічні суб'єкти в межах певної території (наприклад, діяльність у вільних економічних зонах).

Суб'єктом стимулювання, як правило, виступає держава в особі певних органів державної влади або органи місцевого самоврядування.

Для об'єкта стимулювання державний стимул є зовнішньою умовою функціонування, незалежною від нього. Тобто з погляду об'єкта стимулювання стимул є опцією, яка умовно передбачає право вибору. Для суб'єкта стимулювання державний стимул є об'єктом впливу і прийняття управлінських рішень.

Таким чином, можна стверджувати, що об'єкт стимулювання має можливість пасивного впливу на державні стимули (прикладом є тінізація економіки: економічні суб'єкти не можуть змінити зовнішні умови, але можуть від них ухилитися, тим самим спонукаючи суб'єкт стимулювання до вжиття певних заходів щодо трансформації стимулів), а суб'єкт стимулювання може активно впливати на існуючі державні стимули та створювати нові.

Класифікація державних стимулів може бути єдиною як для суб'єкта стимулювання, так і для об'єкта стимулювання.

У розробці класифікації державних стимулів доцільно дивитися на проблему з погляду суб'єкта стимулювання, оскільки, як зазначалося вище, він має можливість активного впливу на стимули, тобто має можливість їх створювати і змінювати.

Отже, пропонуємо таку класифікацію державних стимулів (рис. 1).

Детальна класифікація бюджетних стимулів, на відміну від регулятивно-контрольних, пояснюється провідною роллю бюджетних фондів фінансових ресурсів у складі фінансової системи. Так, протягом 2001–2011 років для України показник перерозподілу ВВП через зведений бюджет України збільшився з 26,9 до 30,3% [1, с. 37].

При цьому хоча бюджетні фонди мають меншу питому вагу, ніж фонди фінансових ресурсів підприємств, вони є контрольованими і завдяки своїй сконцентрованій масі можуть спричинити значний вплив на структуру економіки країни. Мова йде перш за все про державний бюджет країни, оскільки не всі місцеві бюджети спроможні істотно впливати на економічну діяльність суб'єктів підприємництва в тому чи іншому регіоні. Проте, незважаючи на розмір і рівень бюджету, основи бюджетної політики країни диктуються органами державної

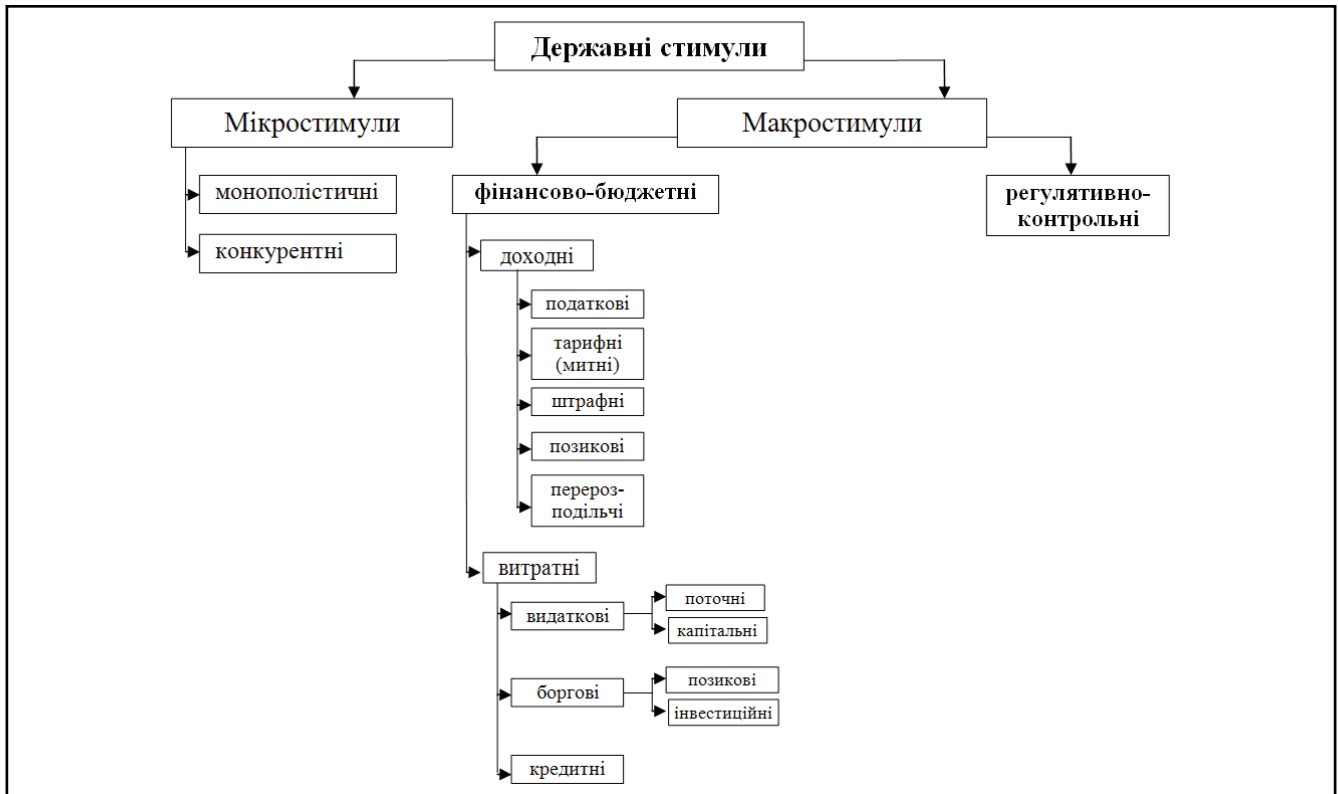


Рисунок 1. Класифікація державних стимулів

Складено автором з використанням [5].

влади, що забезпечує системність функціонування бюджетів різних рівнів. Отже, враховуючи те, що будь-яка діяльність держави як суб'єкту регулювання, в тому числі і в бюджетній сфері, породжує різного роду стимули для економічних суб'єктів, доцільним є дослідження ролі бюджетного механізму при стимулюванні розвитку країни та регіонів.

Поняття державної влади незалежно від рівня, на якому вона представлена (державний чи регіональний), нерозривно пов'язане із поняттям бюджету. Бюджет є основою функціонування влади, показником того, що населення певної території (регіону) усвідомлює необхідність влади і готове сплачувати податки для цього. Таким чином фінансова складова процесу забезпечення соціально-економічного розвитку, по суті, є основною при розгляді цього питання. Більше того, це – бюджетна складова, адже саме видатки бюджету є інструментом влади, який забезпечує функціонування та розвиток інфраструктури в регіонах і надання послуг.

Відображати логіку функціонування бюджетної системи держави має бюджетний механізм. Пропонуємо модель його структури (рис. 2).

Таке схематичне зображення бюджетного механізму дозволяє зрозуміти рух грошових коштів, які створюють бюджетні фонди фінансових ресурсів. Одним із завдань побудови вищезазначеної схеми було, окрім визначення причинно-наслідкових зв'язків між елементами бюджетного механізму, визначити також і стимулюючу роль бюджетного механізму в процесі забезпечення позитивних соціально-економічних перетворень у державі.

Вважаємо, що така роль стає очевидною при розумінні сутності державного стимулу як першопричини виникнення економічних відносин. Звужуючись до рамок бюджетного механізму, можна зрозуміти, що державний стимул в його рамках буде представляти собою причину вступу різних економічних суб'єктів (юридичних та фізичних осіб) у відносини із бюджетними установами, які виконують ті чи інші державні функції.

Сутність державного стимулу, який створюється завдяки функціонуванню бюджетної системи, позначена на рис. 2 трикутником із чорних стрілок і означає очікування і сподівання платників податків, які є наповнювачами всіх бюджетів, на повернення сплачених коштів у вигляді послуг, які надають бюджетні установи: послуг з медичної допомоги, освітніх послуг, соціального захисту і соціального забезпечення тощо.

У тому випадку, коли такий державний стимул у результаті функціонування бюджетного механізму не створюється, у платника податків виникає свідоме бажання не сплачувати податки – ухилитися від оподаткування. Саме така ситуація спостерігається в Україні на даний момент: платник податків не очікує отримати від держави відповідної компенсації сплаченим коштом, а тому обирає зарплату «в конверті», різноманітні способи оптимізації оподаткування та «чорну» бухгалтерію.

Для з'ясування причин такого становища доцільно визначити ту ланку бюджетного механізму, яка не забезпечує замикання ланцюга державного стимулювання. Зрозуміло, що певні недоліки можна знайти на кожному етапі руху коштів від громадянина до їх «повернення» йому у вигляді послуги. Проте вважаємо, що докладно слід зупинитися на тому, що в кін-

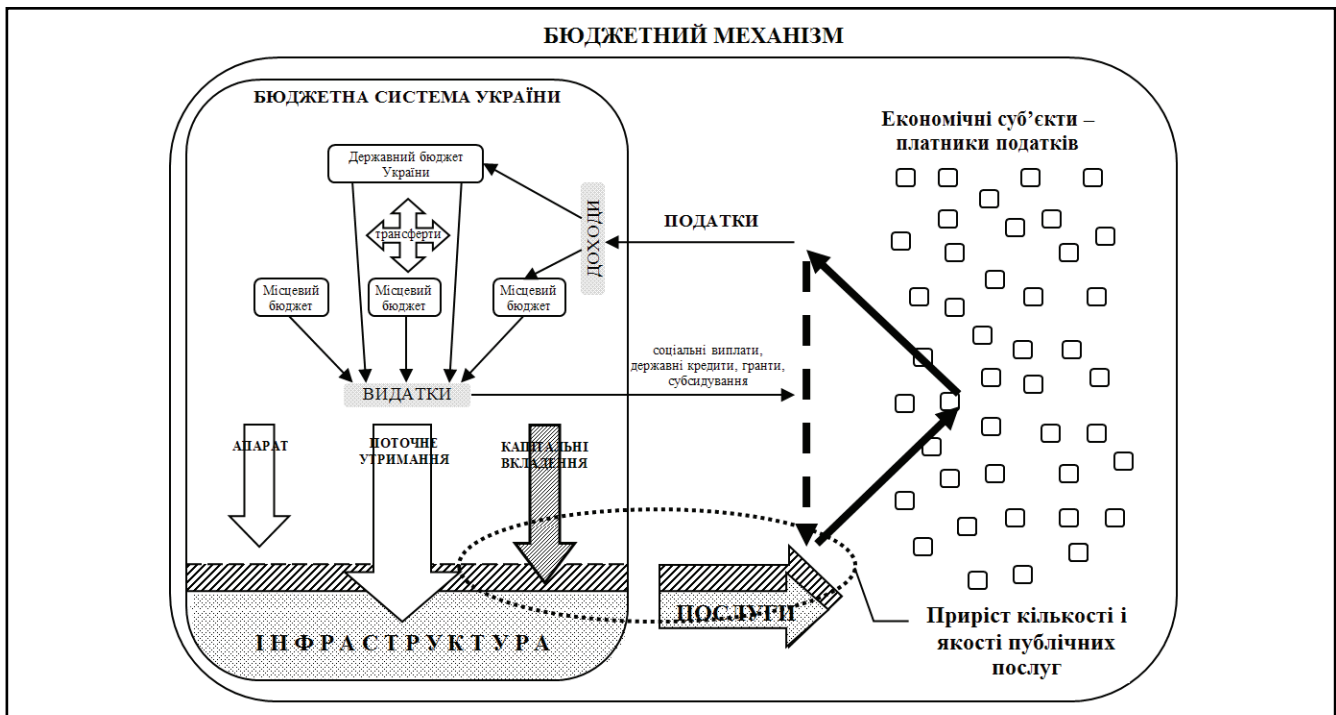


Рисунок 2. Структура бюджетного механізму

Складено автором з використанням [5].

цевому підсумку визначає результат функціонування держави – на якості надання послуг. Слід зупинитися перш за все на тому етапі, де безпосередньо створюється кінцевий продукт або послуга, – тобто на етапі витрачання бюджетних коштів.

Як показано на рис. 2, усі видатки умовно можна розподілити на три категорії: видатки на утримання органів, які забезпечують функціонування бюджетної системи, видатки на поточне утримання існуючої інфраструктури та капітальні вкладення. Перша категорія видатків не веде до створення суспільного продукту. Друга і третя категорії відрізняються принципово, не дивлячись на те, що обидві забезпечують надання послуг. Поточні видатки не можуть забезпечити надання якісних послуг в довгостроковому періоді. Якщо взагалі виключити капітальні вкладення, то навіть найсучасніша інфраструктура через певний період перестане відповідати вимогам часу, потребуватиме заміни або реконструкції, що негативно відобразиться на якості послуг.

Висновки

Залежно від характеру капітальних вкладень (на реконструкцію і технічне переоснащення існуючої системи або ж на створення нової) відбувається не лише підвищення якості продукції та послуг, але і збільшення їх кількості.

Таким чином, при дослідженні шляхів державного стимулювання економічного розвитку, у тому числі, на регіональному рівні, слід перш за все оцінювати капітальні вкладення, які здійснюються з бюджетів різних рівнів.

Слід зазначити, що на сьогодні у всіх бюджетах, які входять до складу бюджетної системи України, існує проблема обмеженості ресурсів на забезпечення першочергових поточ-

них видатків. За таких умов виділення коштів на фінансування капітальних потреб стає другорядним. Відсутність у бюджетному законодавстві визначення поняття «капітальні вкладення», порядку їх планування свідчить про те, що бюджетна політика на сьогоднішній день концентрується лише на вирішенні тактичних завдань.

Капітальні видатки і капітальні вкладення сьогодні є найслабшою ланкою бюджетної системи України. Фінансування капітальних вкладень здебільшого є безсистемним і здійснюється за залишковим принципом. Використання їх як стимулу основного обсягу інвестицій не практикується, за винятком новітніх механізмів національних проектів, що вимагає подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Теория государства и права: курс лекций / М.И. Байтин [и др.]; ред. Н.И. Матузов, А.В. Малько. – М.: Юристъ, 1997. – 672 с.
2. Шляхтун П.П. Політологія (теорія та історія політичної науки): [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / П.П. Шляхтун. – К.: Либідь, 2002. – 574 с.
3. Національна економіка: [навч. посіб.] / В.І. Мельникова [та ін.]; Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т». – Х.: ХАІ, 2009. – 197 с.
4. Мойсейченко П.О. Розвиток стимулюючої функції державного управління зовнішньоекономічною діяльністю: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Мойсейченко П.О. – Донецьк, 2008. – 213 арк.
5. Батіщева С.М. Методологія аналізу ефективності бюджетних капітальних вкладень / С. Батіщева // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – Вип. 2 (24). – С. 110–114.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

УДК 658.589.011.46

Б.Є. ГРАБОВЕЦЬКИЙ,
к.е.н., доцент, Вінницький національний технічний університет

Проблеми створення та ринку технічних нововведень

Висвітлено проблеми створення і ринку нововведень на всіх стадіях повного інноваційного циклу. Описано особливості маркетингу наукомісткої продукції в умовах інноваційного менеджменту. Теоретичні положення досліджуваної проблематики розглянуто в контексті використання досвіду створення та ринку реального інноваційного продукту – засобів зображення інформації.

Ключові слова: інновація, нововведення, інноватика, маркетинг, стадія інноваційного циклу, стратегічне управління, прогнозування, методи експертних оцінок, криві росту, екстраполяція тенденції.

Отражены проблемы создания и рынка нововведений на всех стадиях полного инновационного цикла. Описаны особенности маркетинга наукоемкой продукции в условиях инновационного менеджмента. Теоретические положения исследуемой проблематики рассмотрены в контексте использования опыта создания и рынка реального инновационного продукта – средств изображения информации.

Ключевые слова: инновация, нововведение, инноватика, маркетинг, стадия инновационного цикла, стратегическое управление, прогнозирование, методы экспертных оценок, кривые роста, экстраполяция тенденции.

The problems of creation and market of innovations are reflected at all stages of complete innovative cycle. The features of marketing of knowledge-based products are described in the conditions of innovative management. Theoretical positions of the investigated range of problems

are considered in the context of the use of experience of creation and market of the real innovative product – facilities of image of information.

Keywords: innovation, innovation, innovatica, marketing, stage of innovative cycle, strategic management, prognostication, methods of expert estimations, curves of height, extrapolation tendencies.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства різних галузей народного господарства функціонують в умовах високої складності, невизначеності, турбулентності та динамічності оточуючого соціально-економічного середовища. До вищевикладеного слід додати загострення конкурентної боротьби на внутрішньому і зовнішньому ринках як суттєвого чинника, що характеризує стан економіки будь-якої країни. В такій ситуації єдиною умовою підвищення конкурентоспроможності виготовлення товарів, підтримки високих темпів зростання рівня доходності є впровадження інновацій.

Розвинуті країни світу вже давно стали на цей шлях, що дозволяє отримати від 70 до 100% приросту ВВП за рахунок інновацій [1].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблеми, пов'язані із вивченням інноваційної діяльності та маркетингом інновацій, досліджували такі зарубіжні вчені, як І. Ансофф, Дж. Вествуд, Е.П. Голубкова, П. Друкер, В. Кондратьєв, Ф. Котлер, В.Г. Мединський, М. Портер, Ф. Хайек, Й. Шумпетер та ін.

Провідними вітчизняними дослідниками у вирішенні згаданої проблеми є В.П. Александрова, Л.Л. Антонюк, Т.Є. Во-

ронкова, С.М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш, А.І. Кредісов, Н.В. Куденко, П.Г. Перерва, Л.І. Федулова, Н.І. Чухрай та ін.

Утім, незважаючи на порівняно значну кількість робіт із теоретико-методологічних питань досліджуваної проблематики, практичні аспекти, пов'язані зі створенням та ринку інновацій, і особливо по окремих стадіях, представлені недостатньо.

Мета статті – опираючись не тільки на рекомендації науковців, а й на досвід менеджерів вищого рівня всесвітньо відомих компаній, детально, в міру допустимих меж, проаналізувати і висвітлити всі стадії інноваційного циклу та проблеми, які при цьому виникають, на прикладі створення і ринку засобів зображення інформації.

Для України, де в останній час відбувається спад виробництва вітчизняних товарів через зниження попиту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку через їхню неконкурентоспроможність, переходу на інноваційний розвиток альтернатив не існує [2–4].

Особливо важливий перехід на інноваційні процеси для підприємств малого і середнього бізнесу, які неспроможні змагатися з великими компаніями у сфері витрат та цінової політики при виробництві традиційних товарів, оскільки у перших відсутній «ефект масовості», тобто економія на умовно-постійних витратах. При виході на ринок з інноваційними товарами вони здатні задовольнити потреби споживачів краще, ніж існуючими товарами, нарощуючи тим самим свій підприємницький дохід.

В останні роки з'явився особливий різновид інноваційного підприємництва – ризикове або венчурне. Це зазвичай невеликі фірми, які займаються поширенням технічних новачків в наукоємних галузях.

Впровадження інноваційного менеджменту в контексті діяльності підприємства означає перехід на новий, більш удосконалений спосіб діяльності, який врешті-решт забезпечує зростання потенційних можливостей виробника.

Виклад основного матеріалу. В умовах загострення конкурентної боротьби, коли ринок заповнений однойменними товарами різних виробників, успіху досягають лише ті підприємства, які на відміну від своїх конкурентів здатні задовольнити специфічні ніші на ринку, одночасно оновлюючи свою продукцію (послуги) шляхом переходу на інноваційний шлях розвитку.

Результатом інноваційних процесів має бути нововведення.

Терміни «інноваційні процеси», «нововведення» у науковий обіг ввів ще на початку ХХ ст. відомий австрійський економіст Й. Шумпетер [5].

Сьогодні «нововведення», «інноваційний процес» розглядаються в широкому розумінні. В залежності від змісту розрізняють продуктивні, технологічні, економічні, організаційні, культурні та інші інновації (нововведення).

У межах наших досліджень розглядаються технічні нововведення (далі – нововведення), які орієнтовані на створення та споживання засобів праці, особливо наукоємних.

Під нововведенням слід розуміти нові товари (послуги), в яких матеріалізовані останні науково-технічні досягнення і

які призначені для задоволення певних потреб. Нововведення – це радикально відмінні від існуючих товари (вироби) або вдосконалені вироби, функціональні можливості та технічні характеристики (споживчі властивості) яких відповідно вищі і ширші в порівнянні зі своїми попередниками.

Здатність до оновлення продукції є необхідною умовою виживання та конкурентоспроможності підприємств. Намагання підприємства вижати все можливе від старої продукції, яка характеризується, як правило, низькими витратами, може врешті-решт призвести до зниження частки на ринку і втрати довіри споживачів [6].

Створення технічних новинок в області наукоємних виробництв особливо важливо для підприємств, які не займають панівне місце на ринку, однак своєю наполегливістю намагаються ввійти у групу лідерів [7].

Слід зазначити, що не будь-яку технічну розробку і навіть ноу-хау можна вважати нововведенням.

Нововведення – це товар, який обов'язково повинен пересуватися від виробника до споживача. Власне на це звернув увагу Й. Шумпетер, виділивши «дифузію» (поширення, розповсюдження) як одну зі стадій розвитку науково-технічного прогресу [5].

Створення нововведень охоплює ряд етапів, серед яких слід виділити постановку завдання (ідеї), фундаментальні та пошукові дослідження, науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), виробництво, маркетинг–продаж. Джерелами ідей створення технічних новинок можуть бути, з одного боку, служби маркетингу, вище керівництво фірми, споживачі, а з іншого боку, підрозділи НДДКР.

Якщо перші черпають свої ідеї головним чином із потреб ринку, то другі виходять із розвитку фундаментальних і прикладних наук. У підрозділах НДДКР зароджуються, як правило, ідеї створення радикальних, принципово нових, значних нововведень, які не мають аналогів на ринку.

Дослідження свідчать, що від четверті до третини всіх ідей, що служили основою нововведень, зародилися в підрозділах НДДКР підприємств [8].

Продуктивні ідеї слід шукати поза межами власних підприємств, зокрема в результатах НДДКР, виконаних в інших колективах, як вітчизняних, так і зарубіжних, винаходах своїх і «чужих» авторів, у придбаних патентах, ліцензіях.

Важливими джерелами інформації служать журнальні статті, монографії, анкетні опитування, матеріали конференцій, симпозіумів тощо.

Для генерування нових ідей широко використовуються такі методи, як «мозкова атака», синектика, морфологічний аналіз.

Щоб реалізувати продуктивні ідеї, необхідна тісна взаємодія служб маркетингу і НДДКР, оскільки тільки в таких умовах можна трансформувати абстрактні ідеї в конкретні, ділові ідеї.

Однак між службами маркетингу і НДДКР нерідко виникають гострі суперечки в питаннях створення технічних новинок. Маркетологи звинувачують розробників у незнанні ринку та потреб. Останні ж висувають претензії маркетоло-

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

гам у нав'язуванні рішень, які технічно складно, а інколи практично і неможливо реалізувати.

Цікаво, що в корпорації Sony суперечки між дослідниками і конструкторами, з одного боку, і комерційними підрозділами – з іншого всіляко заохочуються, вважаючи їх вельми плідними і продуктивними [9].

Взаєморозуміння і взаємодія між комерційними службами і службами НДДКР підприємства мають будуватися на спільності уявлення про перспективи підприємства, чіткої картини, чим повинно стати підприємство у майбутньому, цільових установках та шляхах їх досягнення.

Для посилення координації між комерційними службами і розробниками нової продукції практикується періодична участь останніх у збуті продукції, щоб в умовах жорсткої конкуренції ознайомитися з проблемами компанії на передньому краї бізнесу [9].

Кожне підприємство розробляє свою систему відбирання ідей.

Так, у багатьох американських компаніях через великий ризик прийняття рішень щодо вибору ідей реалізації певного проекту, особливо такого, що дорого коштує, оцінка альтернативних ідей здійснюється на вищому рівні – окремі комітети з планів НДДКР та освоєння нової продукції у великих компаніях; рада директорів – у середніх [10].

У корпорації Sony відбирання ідей і напрямів створення технічних новинок здійснюється на щомісячних нарадах, в яких беруть участь усе вище керівництво і керівники відділів [9].

В IBM для відбирання і реалізації ідей інколи практикують створення в компанії незалежних господарських одиниць. Розробка технічних новинок доручається не менш ніж трьом лабораторіям, які змагаються між собою, що дозволить урешті-решт працівникам збуту шляхом випробовування на ринку відібрати найбільш «працюючі» вироби.

Разом із тим відмічається, що такий принцип відбирання і реалізації ідей можливий тільки при наявності в компанії необхідних коштів і можливості забезпечення серійного (масового) випуску готової продукції [6].

Спеціалістам компанії та залученим експертам слід надзвичайно уважно і скрупульозно звертати увагу на так звані маячні, фантастичні ідеї. Історичний досвід свідчить, що такі ідеї згодом збагачували людські знання і сприяли революційному прориву в багатьох областях техніки і технології.

При відбиранні найбільш продуктивних ідей і прийнятті кінцевих рішень слід врахувати, що реалізація радикальних, принципово нових технічних новинок пов'язана з великою невизначеністю, а отже і з ризиком у порівнянні з покращенням існуючого вибору. Для усунення надмірного ризику і скорочення інтервалу часу від ідеї до виходу на ринок багато американських і японських компаній вважають доцільним рухатися вперед малими кроками шляхом включення у виріб невеликих новинок, що дозволяє здійснювати більш точні прогностичні оцінки і таким чином у певній мірі контролювати ринок [11].

Однак надмірне зловживання вдосконаленням також не припустимо, тому що створює у виробництві необхідність скорочення терміну виходу з новою продукцією на ринок, робить застарілою традиційну послідовну організацію проектування, при якій спеціалісти різного профілю і стадій розробки, випробовування і виробничого освоєння діють послідовно і незалежно. Така форма проектування призводить до відсутності реальної стиковки між різними стадіями проектних робіт, створює, як правило, суперечності між проектувальниками і випробувачами, проектувальниками і виробниками, що обумовлює врешті-решт повзучі зміни в проект і, як наслідок, його подорожчання та подовження циклу створення нового виробу, а отже і несвоєчасний вихід на ринок.

Щоб створити високоефективний виріб ринкової новизни і вкластися у жорсткі терміни виходу на ринок, проектувальники мають звернути увагу на методи паралельного проектування з використанням системи автоматизації інженерної праці і системи автоматизації проектування [12].

Метод паралельного проектування передбачає організацію комплексної бригади, у склад якої входять спеціалісти різного профілю, які виконують роботу паралельно, спільно, єдиним фронтом.

Така форма організації роботи сприяє прискоренню і здешевленню створення нового виробу.

Так, використання паралельного проектування дозволяє зменшити тривалість проектування на 30–70%, скорочує число конструктивних змін на 65–90%, зменшує час від початку розробки до виходу на ринок приблизно на 90% при підвищенні якості робіт на 200–600% [12].

У контексті викладеного розглянемо досвід розробки та проведення маркетингової політики засобів відображення інформації (ЗВІ) у Науково-дослідному інституті відеотерміальної техніки (НДІВТТ), в яких участь брав автор [13].

Як організація-розробник НДІВТТ, призначений для створення нових або вдосконалених виробів, а завершальним етапом його діяльності є виробництво дослідних зразків. Розміщуючи свої розробки для серійного виробництва на відповідних підприємствах, НДІВТТ матеріально зацікавлений в успішному збуті своєї продукції і «морально відповідальний» за цей процес. Тому інститут брав участь в активізації формування попиту і стимулювання збуту як важливих елементів вироблення і реалізації стратегії маркетингу.

Аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел інформації про напрямки розвитку ЗВІ багато в чому сприяло висуненню ідей для створення нових виробів.

Дослідження технічних та ергономічних характеристик товарів, що перебувають на ринку, дозволили оцінити досягнуті здобутки підприємств (організацій) конкурентів. Такі дослідження важливі не тільки для оцінки поточного рівня досягнень у сфері ЗВІ, а й для з'ясування тенденції та перспектив розвитку певних технічних засобів.

Сучасний науково-технічний прогрес характеризується небаченою раніше швидкістю і глибиною викликаних ним

перетворень. Тому прогнозування розвитку науки та її технічне застосування у виробництві стає найважливішим, ледь не найактуальнішим і водночас складним завданням стратегічного управління.

Метою розробки прогнозів інноваційного розвитку є отримання інформації для прийняття управлінських рішень відносно реалізації різних інновацій (продуктових, технологічних, управлінських та ін.), що врешті-решт дозволить отримати переваги у конкурентній боротьбі.

Прогнозування за своїм змістом є неперервним процесом, що виражається у необхідності удосконалювати й уточнювати прогнози з урахуванням нових наукових даних і нових явищ та ситуацій, які є результатом розвитку науки і техніки, зміни соціально-економічної ситуації тощо.

При виборі методів прогнозування важливим критерієм є глибина (період) випередження прогнозів. Якщо глибина випередження укладається в рамках еволюційного циклу, дієвими є формалізовані методи прогнозування, зокрема криві росту, екстраполяція тенденцій [14]. При можливому виникненні в рамках прогнозного періоду стрибка у розвитку об'єкта прогнозування та відсутності інформації за «періодісторію» необхідно використовувати експертні методи, і насамперед метод експертних оцінок Дельфі, який ґрунтується на інформації опитувальних анкет.

У процесі прогнозування інноваційного розвитку використовують результати інноватики – науки про теоретичні закономірності і технології створення якісно нової продукції, а також побудови та реалізації безперервного процесу, що охоплює всі стадії його циклу.

Уперше термін «інноватика» було вжито наприкінці 80-х років ХХ ст. професором Санкт-Петербурзького державного технічного університету В.Г. Колосовим [15].

У процесі розробки ЗВІ здійснювався прямий і зворотній зв'язок між розробниками та споживачами за допомогою опитувальних анкет.

Питання в опитувальних анкетах орієнтовані на оцінку технічних і ергономічних параметрів виробів та на визначення напрямів розвитку і використання продукції.

Усі експерти умовно були розділені на три групи: спеціалісти вузів, спеціалісти підприємств (організацій), військові спеціалісти (навчальних закладів та військових частин). Шляхом обробки даних опитувальних анкет за методом експертних оцінок Дельфі проранжовані всі параметри за їхньою важливістю та напрямки використання нових виробів, побудовані матриці переваг, що дозволяє оцінити, скільки експертів надали перевагу певному параметру у порівнянні з іншими.

Проведене анкетне опитування дозволило оцінити вимоги споживачів до оптимальної величини технічних та ергономічних параметрів, ступінь важливості тих чи інших характеристик і сфер використання виробів.

При проведенні маркетингової політики наукомістких виробництв особливо важливе значення має концепція життєвого циклу товару, суть якої полягає в тому, що кожний товар має

певний період перебування на ринку і тому рано чи пізно витісняється з ринку досконалішим або альтернативним виробом.

Тому в процесі маркетингових досліджень необхідно уважно стежити за зміною обсягу реалізації та прибутку. З цією метою проводиться неперервний оперативний аналіз і короткостроковий прогноз названих показників, результати яких служать «сигнальною системою», що своєчасно сповіщає про стадії насичення та спаду. Це дозволяє своєчасно зняти товар з ринку. Вибір моменту зняття старого товару і вихід із новим товаром – це досить складна проблема, яка багато в чому визначається стратегією фірми, передбачливістю й сміливістю керівників.

Маркетинг наукомісткої продукції на відміну від маркетингу споживчих товарів не може опиратися на середнього абстрактного споживача. Для виходу на ринок з технічними новинками, і особливо якщо це радикально новий виріб, що не має аналогічних попередників, потрібний прямий і зворотний зв'язок із кожним окремим споживачем та проведення активного маркетингу.

Так, у НДІВТТ для активізації формування попиту та стимулювання збуту як важливих елементів вироблення та реалізації стратегії маркетингу використані такі методи впливу на потенційних споживачів: телефонно-телеграфні оповіщення про створену продукцію; поштові розсилки рекламних матеріалів споживачам; залучення споживачів до участі у виставках і ярмарках, на яких вручаються рекламні матеріали; ділові переговори; публікації в пресі, насамперед у галузевих і вузькоспеціалізованих журналах; виступи на конференціях, семінарах та інших наукових форумах; реклама в пресі – державній, регіональній; показ діючих макетів і дослідних зразків на підприємствах-споживачах, презентація продукції.

Комерційному успіху нового виробу багато в чому сприяє уміло проведені ринкові випробування. Аналогічно виробленню стратегії і тактики виходу на ринок кожна компанія розробляє свою тактику ринкових випробувань в залежності від характеру і призначення створеного товару, однак у цілому вона має базуватися на тісній взаємодії зі споживачем. Так, компанія IBM установлює дослідний зразок виробу, який передбачається пустити в серію, що допомагає оцінити роботу машини в реальних умовах, а споживач оцінює виріб з погляду його специфічних вимог [6].

Таких же принципів дотримувалися у НДІВТТ стосовно засобів відображення інформації.

Водночас слід усвідомити, що технічні новинки нерідко застосовувалися там, де творці в момент створення їх і не гадали. Тому розробникам технічних нововведень необхідно звертати увагу на пошук нових можливостей, сфер використання нової техніки.

Разом із тим слід усвідомити: ані передова технологія, ані висока якість, ані своєчасний вихід на ринок нині не гарантують підприємству комерційний успіх. Досвід останніх років свідчить про те, що на зміну раніше прийнятому правилу збуту продукції під девізом «Здача під ключ» у теперішній час

практикується «Здача в руки», що передбачає, крім іншого, навчання персоналу споживачів навичкам користування і обслуговування придбаних технічних засобів, а в розвитку – обслуговування покупця в повній відповідності з його вимогами.

Починаючи з 90-х років минулого століття задоволення вимог замовника у першокласному обслуговуванні стає вирішальною умовою завоювання бажаної частки ринку. Виробник технічних новинок повинен дотримуватися правила: кожне підприємство зобов'язане розробити власну систему обслуговування споживача, причому в залежності від тих вимог і очікувань, які покладають на обслуговування певна група споживачів. У протилежному випадку будь-яке підприємство незалежно від його минулих заслуг може втратити своє місце на ринку [16].

Саме на цей, життєво важливий бік своєї діяльності звертають серйозну увагу відомі американські і японські компанії [6, 9].

Висновки

Виробнича і маркетингова політика на сучасному етапі повинна головним чином орієнтуватися на створення нової продукції, освоєння її виробництва і своєчасний вихід на ринок. Особливо це стосується наукомісткої продукції, рівень новизни якої занадто високий.

Для реалізації технічної ідеї потрібно неодмінно мати і винахідливо використовувати три види творчих здібностей: у створенні, в плануванні і організації виробництва, в області збуту нової продукції.

Не заперечуючи основні теоретичні положення маркетингу, слід при проведенні маркетингової політики нововведень, як це мало місце у НДІВТТ, використовувати досвід відомих компаній, практичні дії яких на ринку не завжди узгоджуються з теоретичними канонами [6, 9].

Технічні нововведення – це не тільки нові технології, а й нове мислення людей.

Створення технічних новинок – неодмінна умова здатності підприємства адаптуватися і реагувати на динамічні і кардинальні зміни навколишнього середовища, підвищення конкурентоспроможності компанії.

Згідно з висловленням Р. Фостера, нововведення – «це битва на ринку між новаторами, або атакуючими – тими, хто намагається робити гроші, змінюючи порядок речей, – і тими, хто обороняється, захищаючи свої нинішні доходи» [17].

Можливість зазнати невдачу, розчарування і тривога в атакуючих не менше, ніж у тих, хто обороняється. Однак у цілому атакуюча група фірм отримує перемоги частіше, ніж зазнає поразок [17].

Список використаних джерел

1. Бондарчук О. Венчурні фірми: суть, особливості діяльності та вплив на реалізацію інноваційних процесів / О. Бондарчук, Р. Семів. Збірник тез XI Всеукраїнської науково-практичної конференції аспірантів та студентів 16–17 березня 2011 р. «Теоретичні та прикладні аспекти аналізу фінансових систем»: Львівський інститут банківської справи національного банку України (м. Київ): Львів, 2011. – 269 с.
2. Александрова В.П. Прогнозування впливу інноваційних факторів на розвиток економіки України / В.П. Александрова, М.І. Скрипниченко, Л.І. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2007. – №1. – С. 9–26.
3. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст. – 2008. – №6. – С. 28–34.
4. Скляр О.Л. Проблеми інноваційного розвитку економіки України / О.Л. Скляр, Ю.В. Шапорєць // Вісник КНУТД. – 2012. – №6. – С. 331–336.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
6. Роджерс Ф. Дж. ИБМ. Взгляд изнутри. Человек – фирма – маркетинг. Пер. с англ. / Ф. Дж. Роджерс – М.: – Прогресс 1990. – 279 с.
7. Яккока Л. Карьера менеджера. Пер. с англ. / Л. Яккока. – М.: – Прогресс 1991. – 384 с.
8. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. Пер. с англ. / Б. Твисс. – М.: Экономика, 1989. – 271 с.
9. Марита А. «Сделано в Японии». История фирмы Сони. Пер. с англ. / А. Марита. – М.: Изд-во Альпино Паблишер, 2007. – 290 с.
10. Назаревский В.А. Разработка и освоение новой продукции в США / В.А. Назаревский. – М.: Международные отношения, 1987. – 213 с.
11. Фейнертсен Д. Как опередить конкурента и первым выйти на рынок с новой продукцией / Д. Фейнертсен // Электроника, 1991, №1. – С. 66–67.
12. Малиньяк Л. Бригадный метод – ключ к параллельному проектированию / Л. Малиньяк // Электроника, 1991, №1. – С. 30–39.
13. Погомий В.М., Джуган Ф.К., Грабовецкий Б.Е. Организация маркетинга в научно-исследовательском институте видеотерминальной техники / В.М. Погомий, Ф.К. Джуган, Б.Е. Грабовецкий // Приборы и системы управления. – 1992. – №5. – С. 43–44.
14. Мартино Дж. Технологическое прогнозирование / Дж. Мартино. – М.: Изд-во Прогресс, 1977. – 592 с.
15. Колосов В.Г. Основы инноватики / В.Г. Колосов. – СПб: Узд-во СПбГТУ, 1999. – 69 с.
16. Демьян Ж. Как относится ваша фирма к обслуживанию покупателя? / Ж. Дем'ян // Электроника. – 1991. – №11–12. – С. 81–87.
17. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. Пер. с англ. / Р. Фостер – М.: Прогресс, 1987. – 272 с.

Інвестиційна складова місцевих бюджетів і важелі її активізації

У статті досліджено стан фінансового забезпечення місцевих бюджетів в Україні. Проаналізовано сучасний стан інвестиційної складової у місцевих бюджетах і визначено важелі її активізації.

Ключові слова: інвестиційна складова бюджету, бюджетні інвестиції, капітальні видатки бюджету, джерела фінансування бюджетних інвестицій, бюджет розвитку, місцевий бюджет.

В статье исследовано состояние финансового обеспечения местных бюджетов в Украине. Осуществлен анализ современного состояния инвестиционной составляющей в местных бюджетах, а также определены рычаги ее активизации.

Ключевые слова: инвестиционная составляющая бюджета, бюджетные инвестиции, капитальные расходы бюджета, источники финансирования бюджетных инвестиций, бюджет развития, местный бюджет.

The article deals with the investigation state of the local budgets financial provision in Ukraine. The current condition of the local budgets investment component have been analyzed and the leverages to activate it have been defined.

Keywords: budget investment component, budget investments, capital outlays, sources of budget investment financing, budget of development, local budget.

Постановка проблеми. Бюджетні ресурси, зокрема кошти місцевих бюджетів, відіграють важливу роль у фінансуванні соціальних перетворень шляхом реалізації свого цільового призначення. Воно полягає в інвестиційному забезпеченні виробничої та невиробничої сфер, реалізації інвестиційних програм і проектів соціально-економічного розвитку територій, програм розвитку агропромислового комплексу, комунальної сфери, охорони здоров'я, освіти та інших сфер життєдіяльності. Це засвідчує їх важливу роль у соціально-економічному розвитку регіонів і країни.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Теоретичні та практичні аспекти формування окремих складових економічного, фінансового та інвестиційного потенціалу на рівні регіонів були предметом наукових досліджень українських дослідників: Т.Г. Бондарука, О.Д. Василика, А.Г. Загороднього, Т.Г. Затонацької, О.П. Кириленко, В.І. Кравченко, І.О. Луніної, Т.В. Майорової, С.В. Онишко, В.М. Опаріна, К.В. Павлюк, Ю.В. Пасічника, В.М. Федосова, С.І. Юрія. Вказані вчені досліджували питання бюджетних інвестицій, розширення повноважень органів місцевого самоврядування, зміцнення їх фінансової бази, удосконалення механізму

формування місцевих бюджетів, визначення обсягів міжбюджетних трансфертів.

Невирішені частини проблеми. За наявності значної кількості наукових досліджень питань здійснення бюджетних інвестицій та формування доходної бази бюджетів інвестиційний потенціал місцевих бюджетів як цілісне поняття не був предметом ґрунтовних і комплексних наукових досліджень. Це зумовлює необхідність проведення дослідження важелів формування та використання інвестиційної складової місцевих бюджетів.

Метою статті є дослідження питань розбудови інвестиційної складової місцевих бюджетів в Україні і аналіз стану їх фінансового забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Актуалізація питання реалізації політики сталого збалансованого регіонального розвитку вимагає чіткого позиціонування і збільшення інвестиційних ресурсів місцевих бюджетів. Інструментом матеріалізації інвестиційного потенціалу місцевих бюджетів постають бюджетні інвестиції.

В. Федосов зазначає, що бюджетні інвестиції сприяють розвитку економіки, розширюють попит і тим самим стимулюють економіку [1, с. 205].

О. Кириленко, Б. Малиняк вказують, що бюджетні інвестиції є дієвим інструментом державного регулювання соціально-економічного розвитку, сприяють стабілізації економіки і забезпечують перерозподіл інвестиційних ресурсів відповідно до потреб структурної перебудови економіки [2, с. 26].

Як зазначає Т. Затонацька, бюджетні інвестиції – це видатки з державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на фінансування державних цільових програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, програми розвитку окремих регіонів, галузей економіки, фінансування інвестиційних проектів та придбання частки акцій чи прав участі в управлінні підприємством [3].

Дискусійним є ототожнення понять «бюджетні інвестиції» та «інвестиційна складова бюджету». В. Родіонова трактує інвестиційну складову бюджету як сукупність бюджетних інвестицій [4]. О. Кириленко – як частину видатків бюджету, що спрямована на інвестиційні цілі та бюджетні надходження, які забезпечують фінансування зазначених видатків капітального характеру. Тобто в дохідній і видатковій частинах місцевих бюджетів має місце інвестиційна складова бюджету.

Вище наведені аспекти передбачають визначення інвестиційної складової у загальній системі бюджетного фінансування на основі наявного фінансового ресурсу, на який місцевий бюджет певного рівня може розраховувати відповідно до чинної податкової бази, системи міжбюджетних відносин.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

Розвиток місцевих бюджетів пов'язаний із рівнем їх інвестиційного потенціалу та потребує нарощення фінансових ресурсів, які є основою реалізації відповідних програм та проектів регіонального розвитку.

Відтак, з'ясуємо роль державного та місцевих бюджетів у фінансуванні капітальних інвестицій. Як видно з рис. 1, найбільший обсяг коштів місцевих бюджетів, спрямованих на фінансування капітальних інвестицій, становив у 2008 році 12498 млн. грн. Протягом 2008–2012 років спостерігаємо зниження на 26,8% обсягів фінансування місцевими бюджетами капітальних інвестицій до 9149,2 млн. грн.

У структурі капітальних інвестицій за джерелами фінансування у 2012 році кошти місцевих бюджетів становили незначну частку – 3,1%, кошти державного бюджету – 5,8%, власні кошти підприємств та організацій – 59,7%, кредити банків та інші позики – 17,1%, кошти іноземних інвесторів – 1,7%, кошти населення на будівництво власних квартир та індивідуальне житлове будівництво – 8,8%, інші джерела фінансування – 3,8%.

Місцеві бюджети реалізують свій інвестиційний потенціал не повною мірою. Основними джерелами фінансового забезпечення реалізації інвестиційних проектів постають власні кошти підприємств, фінансово-кредитних установ і населення.

Щодо обсягу і динаміки інвестицій в основний капітал, то найбільшою їхня частка у загальній структурі джерел фінансування інвестицій в основний капітал була у 2004 році – 10,5 і 4,7% за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів (рис. 2). Найменшою частка державних інвестицій

була у 2009 році – 4,4% за рахунок державного бюджету і 2,7% – місцевих бюджетів.

У 2009–2011 роках спостерігаємо активізацію державних інвестиційних вкладень. За три роки сума збільшилася вдвічі – з 10 840 до 21 710 млн. грн. [7, с. 184]. Найбільше зросли капітальні вкладення за рахунок коштів державного бюджету – у 2,33 раза, натомість інвестиції за рахунок місцевих бюджетів – лише в 1,47 раза. Проте загальний обсяг їх не досяг рівня 2007–2008 років.

Таким чином, фінансове забезпечення реалізації інвестицій в основний капітал здійснюють підприємства, фінансово-кредитні установи та населення, в той час як місцеві органи влади практично лишуються осторонь цього процесу.

Розглянемо детальніше використання коштів місцевих бюджетів. На рис. 3 наведена структура видаткової частини місцевих бюджетів України у 2012 році, з якої видно, що на потреби освіти, охорони здоров'я, соціальний захист і соціальне забезпечення населення, духовний та фізичний розвиток використано 80% коштів місцевих бюджетів. Це підтверджує переважно соціальну спрямованість місцевих бюджетів.

Однак наявні проблеми пов'язані з фінансуванням інвестицій та інновацій. Відтак подальше дослідження структури видатків місцевих бюджетів зосередимо на розподілі їх за економічною класифікацією з орієнтацією на спеціальний фонд місцевих бюджетів. Це надасть змогу детальніше дослідити складові і охарактеризувати інвестиційну спрямованість його витратної частини (див. табл.).

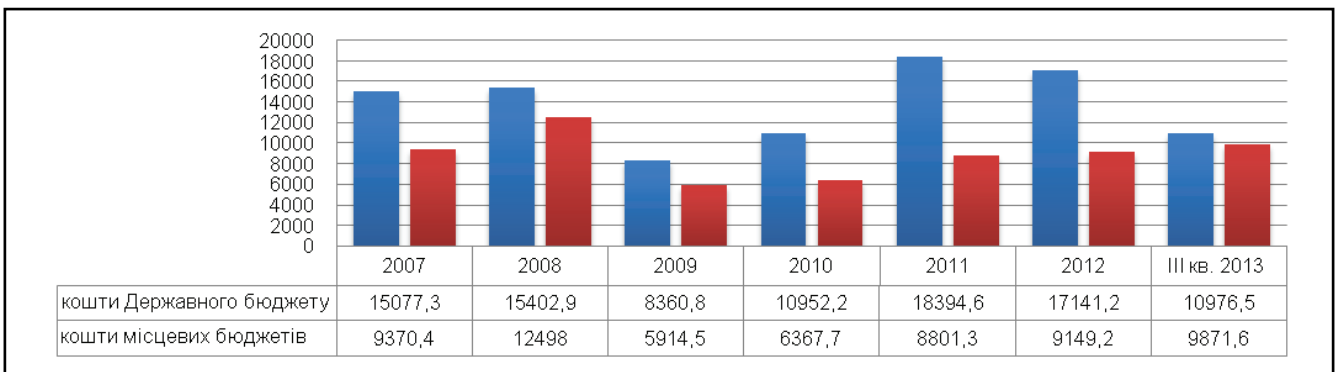


Рисунок 1. Фінансування капітальних інвестицій за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів у 2007–2013 роках, млн. грн.*

* Складено за джерелом: [5, 6].

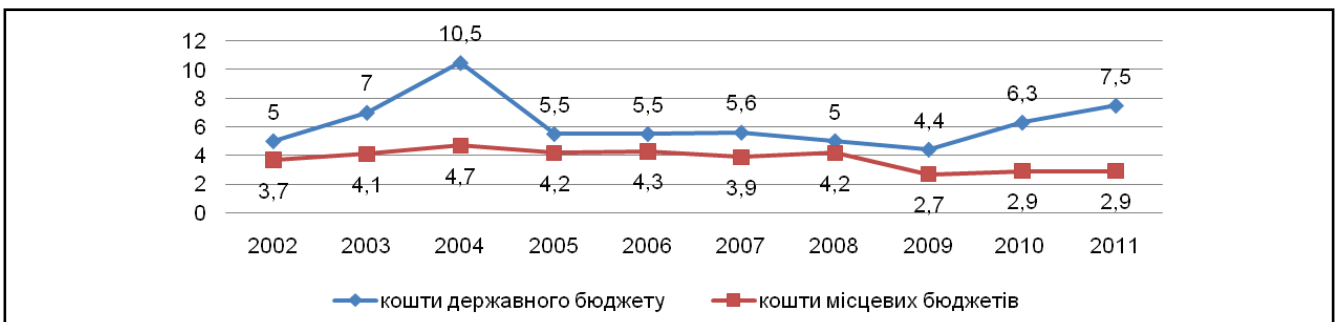


Рисунок 2. Частка державного та місцевих бюджетів у структурі фінансування інвестицій в основний капітал, %*

* Складено за джерелом: [5, 6].

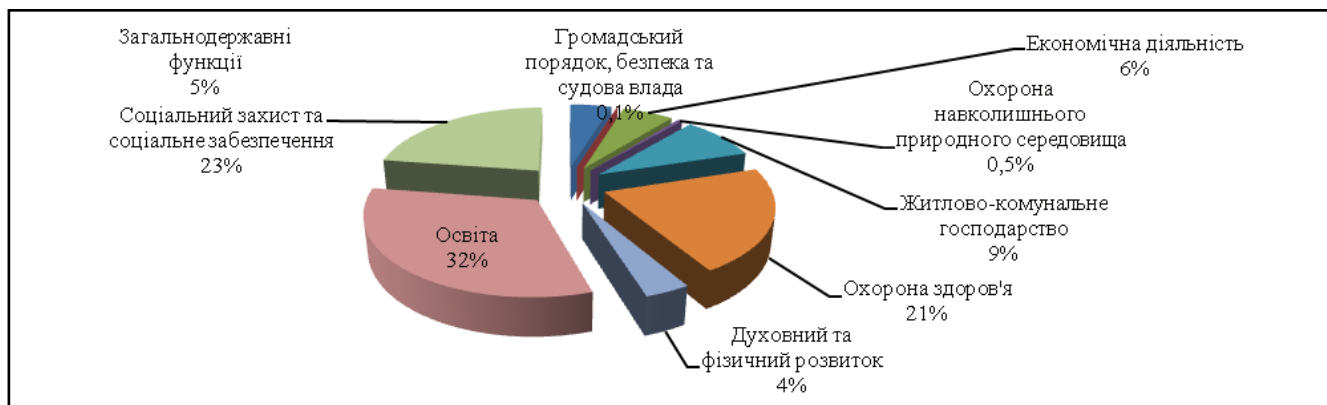


Рисунок 3. Структура витрат місцевих бюджетів у 2012 році, %

* Складено за джерелом: [6].

Структура витрат спеціального фонду місцевих бюджетів за економічною класифікацією в 2010–2013 роках*

Показники	2007		2011		2012		I півріччя 2013 року	
	млн. грн.	частка в загальній сумі, %	млн. грн.	частка в загальній сумі, %	млн. грн.	частка в загальній сумі, %	млн. грн.	частка в загальній сумі, %
Поточні видатки	4383,7	24,0	11232,7	39,3	16538,7	50,5	3889,6	39,5
Капітальні витрати, в т.ч.	13869,1	76,0	17383,9	60,7	16218,8	49,5	5968,4	60,5
1. Придбання основного капіталу, в т.ч.	7468,7	40,9	13004,5	45,4	12206,4	37,3	4319,5	43,8
– придбання обладнання і предметів довгострокового користування	1150,4	6,3	3242,1	11,3	3628,1	11,1	1425,5	14,5
– капітальне будівництво (придбання)	2650,6	14,5	3138,9	11,0	2331,4	7,1	571,6	5,8
– капітальний ремонт	1161,4	6,4	3902,7	13,6	4180,8	12,8	1609,7	16,3
– реконструкція та реставрація	206,3	1,1	2720,6	9,5	2066,2	6,3	699,9	7,1
2. Придбання землі і нематеріальних активів	20,3	0,1	54,7	0,2	36,1	0,1	12,6	0,1
3. Капітальні трансферти, в т.ч.	6380,2	35,0	4324,8	15,1	3976,3	12,1	1648,9	16,7
– підприємствам (установам, організаціям)	6143,8	33,7	4133,5	14,4	3821,2	11,7	1595,6	16,2
– органам державного управління інших рівнів	234,1	1,3	164,7	0,6	125,5	0,4	43,1	0,4
– населенню	18627,6	102,1	26,6	0,1	29,5	0,1	10,2	0,1
Всього витрат	18252,9	–	28616,7	–	32757,5	–	9858,0	–

* Складено за джерелом: [6].

Дані таблиці засвідчують зниження частки капітальних витрат з 76,0% у 2007 році до 49,5% у 2012 році (в першому півріччі 2013 року – 60,5%) і зростання питомої ваги поточних витрат з 24,0% у 2007 році до 50,25% у 2012 році. У структурі капітальних витрат у 2007–2013 роках найбільшу частку займали витрати на придбання основного капіталу – близько 45%. Протягом 2007–2012 років спостерігаємо скорочення частки капітальних трансфертів до 12,1% у 2012 році (в першому півріччі 2013 року – 16,7%) та витрат на придбання землі і нематеріальних активів – до 0,1%.

Загалом по місцевих бюджетах України капітальні витрати становлять менше 10% (7,3% у 2012 році). Бюджети розвитку місцевих бюджетів невеликі за обсягами акумульованих коштів. У 2012 році питома вага бюджетів розвитку в доходах місцевих бюджетів становила 14,1% (у першому півріччі 2013 року – 10,6%). У багатьох бюджетах міст обласного та районного значення, селищ і сіл бюджети розвитку створюються ще в менших розмірах або їх немає зовсім через відсутність реальних джерел формування [8, с. 310].

Надходження до бюджету розвитку місцевих бюджетів (з урахуванням коштів, одержаних із загального фонду бюджету до бюджету розвитку) за 2012 рік становили 14,1 млрд. грн., що на 0,9 млрд. грн., або на 6,8%, більше, ніж у 2011 році. Внаслідок перенесення всіх капітальних видатків із загального фонду до бюджету розвитку кошти, одержані із загального фонду бюджету, стали найбільшим джерелом формування бюджету розвитку. Їхній обсяг становив 6,8 млрд. грн., або 48,1% усіх надходжень до бюджету розвитку.

Частка доходів бюджету розвитку у загальній структурі доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів) становила 14,1%, що менше за аналогічний показник 2011 року на 1,2 в.п.

Відповідно до Бюджетного кодексу України з 1 січня 2011 року до бюджету розвитку зараховуються надходження від справляння єдиного податку, які у 2012 році стали одним з основних дохідних джерел (34,0%) усіх доходів бюджету розвитку. Надходження від продажу землі становили 1,0 млрд. грн., або 7,0% усіх доходів бюджету розвитку, від відчуження

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

майна, що знаходиться у комунальній власності, – 0,8 млрд. грн., або 5,3%.

До бюджету розвитку включають й інші види доходів. Надходження від цих джерел становили 5,6% усіх доходів бюджету розвитку місцевих бюджетів, у тому числі: дивіденди (дохід), нараховані на акції (частки, паї) господарських товариств; у 2012 році надійшли в обсязі 48,9 млн. грн.; надходження коштів пайової участі у розвитку інфраструктури населеного пункту – 473,9 млн. грн.; субвенції з інших бюджетів на виконання інвестиційних проектів – 270,1 млн. грн. [9].

Незначні капітальні витрати і невеликі обсяги бюджетів розвитку місцевих бюджетів ускладнюють вирішення органами місцевого самоврядування питань соціально-економічного розвитку. У зв'язку з цим необхідно зміцнити інвестиційну складову місцевих бюджетів, визначити реальні і достатні джерела формування бюджетів розвитку.

Задіяння важелів інвестиційного забезпечення регіонального, місцевого розвитку – інституту муніципальних цінних паперів, Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР), інвестиційних субвенцій надасть змогу органам місцевого самоврядування повноцінно реалізовувати політику місцевого розвитку і здійснювати прогнозування цих процесів на середньостроковий період.

Інвестиційні субвенції є цільовими і можуть бути використані для співфінансування капітальних витрат, забезпечення стандартів місцевих послуг. Інвестиційне субвенціонування спроможне надати необхідний мультиплікативний ефект подальшому розвитку територій [10, с. 47]. Тому необхідним є поступове збільшення частки цільових субвенцій, а серед них інвестиційних. На 2012 рік передбачено надати місцевим бюджетам 32 види субвенцій (додатково до субвенцій соціального спрямування). Проте їхня частка у структурі трансфертів у січні–вересні 2012 року зменшилася порівняно з січнем–вереснем 2011 року з 7,0 до 4,7%, а частка фінансування за цей же період становила 18,1% річного обсягу (12,9 млрд. грн.).

Поряд з інвестиційними субвенціями заслуговує на увагу механізм залучення інвестицій. На думку дослідників, зусилля із залучення інвестицій мають бути зосереджені на кількох секторах, що належать до ключових секторів зростання і сприяють нарощуванню потужностей місцевої промисловості [10, с. 46]. Для кожного сектору місцевої економіки слід визначити потенційні вітчизняні та зарубіжні компанії, які можуть генерувати мобільні проекти і відповідають цілям регіону (місту, району) в окремих секторах і технологіях. Доцільним є пошук і стимулювання на місцевому рівні економічно потужних місцевих підприємств, які працюють на власній сировинній базі, задовольняють потреби не тільки свого регіону, а й інших регіонів, а також країни. Залучені кошти варто спрямовувати на спорудження та реконструкцію найбільш значущих для регіонів об'єктів, діяльність яких суттєво впливатиме на параметри економічного розвитку і на збільшення кількості робочих місць.

Бюджет розвитку – це єдина складова місцевого бюджету, яка спроможна повною мірою виявити переваги й недоліки запроваджуваного нині в Україні середньострокового бюджетного планування і програмно-цільового методу (ПЦМ) бюджетування внаслідок того, що більшість об'єктів капіталоукладень потребують «довгих грошей», які неможливо забезпечити упродовж одного бюджетного року. Незважаючи на визначеність джерел формування та напрямів видатків бюджету розвитку, в Україні ця частина бюджету залишається на початковому етапі становлення за рахунок обмеженості коштів фінансування і джерел знаходжень.

ДФРР пропонується створити як частину державного бюджету. Кошти фонду мають спрямовуватися на виконання державних цільових програм та інвестиційних програм розвитку регіонів. Розподіл коштів фонду здійснюватимуть таким чином: 70% між бюджетами регіонального рівня, 30% – на виконання інвестиційних проектів та на виконання проектів подолання проблем депресивних територій. Виділення коштів на інвестиційні проекти є більш доцільним, оскільки може надати довгостроковий позитивний мультиплікативний ефект та бути стимулом для економічного зростання.

У Бюджетному кодексі України зазначено, що фінансування ДФРР має бути не менше 1% від загального фонду державного бюджету. Однак це вже другий рік поспіль не виконується. У 2012 році замість 1% доходів загального фонду державного бюджету (3,2 млрд. грн.) на ДФРР передбачено лише 1,641 млрд. грн. і профінансовано лише на 60%. У 2013 році на фонд затверджено лише 0,3% – 0,99 млрд. грн. Але цю цифру до кінця 2013 року, на думку експертів, виконають не більш ніж на 0,5 млрд. грн.

Висновки

Джерелом додаткових фінансових ресурсів місцевого розвитку є цінні папери, емітовані міськими радами та розміщені на підприємствах конкретного регіону. В Україні муніципальні облігації випускають 16 обласних центрів і 14 інших міст. До проведення Євро-2012 міста Львів і Харків отримали право на випуск муніципальних облігацій (Харків – на 100 млн. грн. на ремонт і реконструкцію доріг, Львів – на 300 млн. грн. на будівництво стадіону). Станом на 1.07.2012 у Біржовому списку ФБ ПФТС зазначено 1140 цінних паперів, і серед них лише 20 муніципальних облігацій (1,75%, у 2011 році – 0,50%).

Список використаних джерел

1. Федосов В.М. Бюджетний менеджмент: підруч. / [Федосов В.М., Опарін В.М., Сафонова Л.Д. та ін.]; за заг. ред. В.М. Федосова. – К.: КНЕУ, 2004. – 864 с. – ISBN 966-574-637-5.
2. Кириленко О.П. Теорія і практика бюджетних інвестицій: монографія / О.П. Кириленко, Б.С. Малиняк. – Тернопіль: Економічна думка, 2007. – 286 с. – ISBN 978-966-654-203-1.
3. Затонацька Т.Г. Бюджетні інвестиції в реальний та людський капітал як інструмент впливу на соціально-економічний розвиток

країни / Т.Г. Затонська // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №1(42). – С. 86–100.

4. Родионова В. М. Бюджетные средства как стратегический инвестиционный ресурс / В. М. Родионова // Финансовые и кредитные проблемы инвестиционной политики: научный альманах фундаментальных и прикладных исследований. – М.: Финансы и статистика. – 2004. – С. 38–52.

5. Матеріали офіційного сайту Державного комітету статистики України / [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Дані Державної казначейської служби України / [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/doccata-log/list?currDir=146477>

7. Майорова Т.В. Інвестиційний процес і фінансово-кредитні ва- желі його активізації в Україні: монографія / Т.В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2013. – 332 с. – ISBN 978–966–483–745–0.

8. Фінансово-монетарні важелі економічного розвитку. В 3 т. [За ред. чл.-кор. НАН України А.І. Даниленка]. – К.: 2008. – Т. 1: Фінансова політика та податково-бюджетні важелі її реалізації / [За ред. чл.-кор. НАН України А.І. Даниленка]. – К.: Фенікс, 2008. – 468 с. – ISBN 978–966–651–621–1.

9. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2012 рік / Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впро- вадження», USAID. – К., 2013. – 73 с.

10. Стимулювання економічного зростання на місцевому рівні: аналіт. доп. / С.О. Біла, О.В. Шевченко, М.О. Кушнір, В.І. Жук [та ін.]. – К.: НІСД, 2013. – 88 с. – ISBN 978–966–554–193–6.

А.В. КРАВЧЕНКО,

к.е.н., Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі,
Н.В. МЕРЖА,

ст. викладач, Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі,
В.С. ГВОЗДЬ,

к.е.н., Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі

Проблеми та перспективи залучення іноземних інвестицій в Україну

У статті розглянуто основні проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України та запропоновано основні шляхи їх вирішення. Наведено державні заходи щодо стимулювання надходження інвестицій у країну.

Ключові слова: стимулювання інвестиційної діяльності, іноземні інвестиції, прямі іноземні інвестиції, інвестиційний клімат.

В статье рассмотрены основные проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины и предложены основные пути их решения. Приведены государственные меры по стимулированию притока инвестиций в страну.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, инвестиционная деятельность, бюджетное финансирование, акционерное финансирование, самофинансирование, венчурное финансирование.

The article deals with the basic problems of attracting foreign investment in Ukraine and offered basic solutions. Shows the government measures to stimulate the inflow of investments into the country.

Keywords: stimulate investment, foreign investment, foreign direct investment, the investment climate.

Постановка проблеми. Активне залучення країни до міжнародних інтеграційних процесів є стратегічною метою у зовнішньоекономічній політиці України. Реалізація інтеграційних планів залежить від того, чи зможе країна у певні терміни залучити критичну масу інвестицій. Інвестиції не тільки

формують виробничий потенціал на новій науково-технічній базі, а й визначають конкурентні позиції країн на світових ринках. Одним з основних способів зростання національного доходу є інвестиційна діяльність, а також сукупність практичних дій з реалізації інвестицій. Таким чином, Україна повинна визначати пріоритети розвитку національної економіки та будувати таку ефективну інвестиційну модель, яка буде здатна забезпечити фінансування виробничих потужностей та зростання всіх галузей господарського комплексу.

Проблема залучення іноземних інвестицій є актуальною для будь-якої країни світу. Сьогодні для України залучення іноземних інвестицій має стати найважливішим засобом досягнення реальних структурних зрушень в економіці, підвищення якісних показників господарської діяльності та життєвого рівня населення

Тому для ефективного залучення іноземних інвестицій в пріоритетні сфери та напрями соціально-економічного розвитку країни необхідною є скоординована та науково обґрунтована економічна політика активізації прямих іноземних інвестицій та формування сприятливого інвестиційного клімату відповідно до перспектив структурної трансформації економіки та довгострокової стратегії розвитку держави.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вище-зазначене у своїй сукупності забезпечує актуалізацію поглибленого дослідження залучення іноземних інвестицій в умовах глобальної конкуренції, різні аспекти якого знайшли своє відображення у низці праць українських і зарубіжних дослідників. Зокрема, базові теоретико-методологічні під-

ходи щодо залучення іноземних інвестицій містяться у працях провідних українських вчених, зокрема О. Амоші, І. Бланка, Є. Бойка, П. Гайдуцького, В. Гейця, Б. Губського, Б. Данилишина, М. Денисенка, С. Захаріна, Д. Лук'яненка, А. Мокія, В. Осецького, А. Пересади, А. Поручника, С. Реверчука, О. Рогача, А. Румянцева, А. Сухорукова, С. Писаренко, В. Федоренка, А. Філіпенка, М. Чумаченка, В. Шеремета, Л. Шинкарук, М. Якубовського та ін.

У той же час слід вказати на відсутність чіткої та цілісної державної політики пріоритетного залучення та реалізації іноземних інвестицій, які б несли мультиплікативний ефект економічного розвитку, а також обмеженість дієвих підходів оцінки впливу іноземних інвестицій на економічну безпеку країни та їх ефективності з врахуванням стратегічних національних інтересів.

Мета статті полягає у визначенні сучасних проблем залучення іноземних інвестицій в економіку України та пошуку можливих шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. За оцінками вітчизняних та іноземних експертів, інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим, водночас активність суб'єктів інвестиційної діяльності є досить низькою, що обумовлено такими причинами [4]:

- несприятливі умови інвестування, зокрема недосконале законодавство щодо захисту прав власності, адміністрування податків, отримання у власність земельних ділянок, вимог до здійснення та контролю підприємницької діяльності;
- нерозвиненість інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури;
- відсутність правових засад та дієвих механізмів державного–приватного партнерства в інвестуванні.

Поряд із цим інвестиційні процеси характеризуються суперечливими тенденціями і проблемами, серед яких: диспропорційність розподілу інвестиційних ресурсів, низька ефективність використання залучених інвестицій, неефективна реалізація цільових програм, незначний економічний та соціальний (незабезпечення ефективної зайнятості) результат від капіталовкладень для економіки – насамперед через те, що інвестиції вкладаються до сфер зі швидким оборотом капіталу, а також незалученість значного обсягу потенційних інвестиційних ресурсів до виробничого процесу, нерозвиненість фондового ринку, незначна чисельність кредитних установ, непрозорість та ризикованість їх діяльності, обмежені можливості іпотечного кредитування, що позбавляє економіку можливостей акумуляції суттєвої частини потенційних інвестиційних ресурсів.

Однак не слід забувати, що на протипагу несприятливим факторам Україна володіє низкою стратегічних переваг, які за умови проведення ефективної економічної та правової політики можуть зробити її однією з найбільш конкурентоспроможних країн регіону. Серед них: значний природно–ресурсний потенціал; високий рівень промислового виробництва, стратегічно вигідне географічне розташування, що об-

умовлює величезний експортний і транзитний потенціал держави, наявність готових незадіяних виробничих потужностей, недооціненість активів через відсутність розвинутого фондового ринку, який би показав об'єктивну вартість бізнесу, кваліфіковані і відносно дешеві трудові ресурси, об'ємний внутрішній ринок, тощо [6, с. 96].

Отже, виникла необхідність відповідного нормативно–правового забезпечення, яке було б спрямовано на створення розвинутої інвестиційної бази. За останні роки у законодавчій сфері здійснено низку суттєвих кроків, які дозволяють сподіватися на ефективні зрушення в аспекті збільшення припливу інвестицій та ефективного використання інвестиційного ресурсу. Так, з 1 січня 2012 року набрав чинності Закон України «Про підготовку та реалізацію інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна», який визначає правові та організаційні засади відносин, пов'язаних з підготовкою та реалізацією інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна» [2]. Крім того, Верховною Радою України прийнято Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання інвестицій у вітчизняну економіку», положення якого спрямовані на створення привабливого інвестиційного клімату через звільнення від оподаткування доходів, які виникають у разі валютних коливань при внесенні інвестицій, виражених в іноземній валюті [1].

Також для сприяння залученню інвесторів до фінансово затратних для країни робіт по видобутку окремих видів корисних копалин Податковим кодексом України встановлено особливий порядок оподаткування результатів виконання угод про розподіл продукції.

З 1 січня 2013 року набрав чинності Закон України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць», який визначає особливості оподаткування ввізним митом суб'єктів господарювання, які реалізують інвестиційні проекти у пріоритетних галузях економіки, зокрема звільнення від сплати податку на прибуток до 2017 року та звільнення від сплати ввізного мита [3].

Основними напрямками покращення інвестиційної політики в Україні є такі:

- створення ефективних форм і механізмів управління інвестиційною діяльністю;
- перегляд надання державних кредитів на вигідних умовах з дефіцитними ставками на конкурсній основі, включаючи державне замовлення для експортно–орієнтованих галузей економіки;
- поетапне скорочення централізованих державних капіталовкладень;
- формування надійних інвестиційних джерел, насамперед з власних коштів підприємств, для модернізації виробництва;
- залучення іноземних інвестицій, отримання іноземних кредитів, створення спільних підприємств з іноземним капіталом у галузях, які визначають науково–технічний прогрес

і ресурсозбереження, стан забезпечення продовольством та енергетичними ресурсами.

Для здійснення цих напрямів в Україні реалізується Державна цільова програма розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки [5], метою якої є поліпшення умов, а також концентрація ресурсів для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення сталого економічного розвитку

Метою програми є концентрація ресурсів для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення сталого економічного розвитку. Визначення оптимального варіанта розв'язання проблеми на основі порівняльного аналізу можливих варіантів

Перший варіант: пасивна державна політика щодо розвитку інвестиційної діяльності в Україні. Держава відмовляється від цілеспрямованого впливу на інвестиційний ринок, стимулювання інвестиційної діяльності та державних інвестицій, покладаючись виключно на ринкові механізми збалансованого розвитку.

Цей варіант сприяє розвитку інвестиційної діяльності у галузях, які мають високу доходність і швидку окупність, зокрема у фінансовий сектор, торгівлю, нерухомість, але не стимулює інвестиції у реальний сектор економіки, інфраструктурні та промислові об'єкти.

Другий варіант: активна політика держави щодо розвитку інвестиційної діяльності в Україні, в тому числі на засадах розвитку системи державних інвестицій, впровадження державно-приватного партнерства та стимулювання залучення приватних інвестицій у реальний сектор економіки.

Цей варіант сприяє збалансованому розвитку державного та приватного секторів, концентрації на пріоритетних напрямках розвитку, інвестуванні об'єктів, які не є привабливими для приватних інвесторів, але вимагає коштів з державного та місцевих бюджетів на видатки розвитку.

З метою забезпечення досягнення оптимального варіанту розвитку інвестиційної діяльності в Україні та її активізації визначаються такі шляхи та способи розв'язання проблеми [5]:

1) покращення інвестиційного клімату; створення умов для переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку економіки через удосконалення законодавства, спрямованого на активізацію інвестиційної діяльності; зняття перешкод і стимулювання залучення інвестицій;

2) удосконалення методології розробки та оцінювання інвестиційних проектів, розбудова системи державного інвестування за такими напрямками:

– державна підтримка реалізації інвестиційних програм і проектів в інфраструктурних та базових секторах економіки;

– державна підтримка інвестиційних програм і проектів, направлених на розвиток експортоорієнтованих та імпортозамінних виробництв;

– державна підтримка реалізації середньо- та довгострокових інвестиційних проектів, спрямованих на створення високотехнологічної конкурентоспроможної продукції;

– державна підтримка інвестиційних програм і проектів, направлених на розвиток об'єктів електроенергетики, які виробляють електричну енергію з використанням альтернативних джерел енергії;

3) розвиток інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури, а саме:

– створення та забезпечення ефективного функціонування державної інвестиційної компанії, фонду кредитних гарантій та інших інститутів розвитку;

– становлення та розвиток індустрії прямого інвестування та венчурного капіталу;

– створення умов для залучення інвестицій на ринках капіталу (консолідація фондових бірж; посилення захисту споживачів інвестиційних послуг; створення центрального депозитарію цінних паперів та системи клірингу та розрахунків, здатних забезпечити мінімізацію ризиків при виконанні угод з цінними паперами);

4) забезпечення ефективності та прозорості функціонування механізмів державно-приватного партнерства (концесії, спільна діяльність, угоди про розподіл продукції тощо).

Виходячи з мети програми – концентрації ресурсів для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення сталого економічного розвитку, та необхідності принаймні реалізації таких бюджетних програм державної підтримки інвестиційних програм і проектів:

1) інфраструктурних та базових секторів економіки;

2) направлених на розвиток експортоорієнтованих та імпортозамінних виробництв;

3) спрямованих на створення високотехнологічної конкурентоспроможної продукції;

4) направлених на розвиток об'єктів електроенергетики, які виробляють електричну енергію з використанням альтернативних джерел енергії, обсяг коштів, необхідних для реалізації Програми планується у розмірі не менше 50% від загальної суми капітальних видатків.

Крім того, як і будь-які державні цільові програми, Державна цільова програма розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки буде передбачати витрати на дослідження та розробки, інші витрати (наприклад, проведення інвестиційних форумів, ярмарок, виставок), які у загальній сумі витрат програми становитимуть не більше 3%. Таким чином, загальна сума видатків державного бюджету на реалізацію програми становитиме [5]:

– 2011 рік – 25,1 млрд. грн.;

– 2012 рік – 35,2 млрд. грн.;

– 2013 рік – 39,2 млрд. грн.;

– 2014 рік – 43,2 млрд. грн.;

– 2015 рік – 47,2 млрд. грн.

Отже, для ефективнішого сприяння залученню іноземного капіталу в економіку України потрібно вживати заходів загальнодержавного рівня і спрямувати їх на: забезпечення макроекономічної і політичної стабільності; створення чіткого й надійного правового поля, здатного забезпечити захист

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

прав власника; реформування системи оподаткування у напрямі зниження податкового тиску, вдосконалення системи адміністрування податків; перегляд митних тарифів; проведення активної боротьби з корупцією та бюрократичною тяганиною; сприяння створенню в Україні фондового ринку з урахуванням конкурентоспроможності вітчизняних і зарубіжних інвесторів та активності фінансових посередників, зі стимулюванням залучення портфельних іноземних інвестицій.

На сьогодні українське законодавство іноземним інвесторам надає національний режим господарювання. Однак в існуючих українських умовах здається необхідним створення пільгових умов вкладення капіталу, що змогли б компенсувати відсутність політичної й економічної стабільності, нестійкість нормативно-правової бази.

При формуванні політики залучення іноземних інвестицій пропонуємо виходити з таких напрямів:

1) системний аналіз результатів соціально-економічного розвитку. Висновки, що передують розробці політики залучення іноземних інвестицій;

2) визначення стратегічних цілей і завдань, виходячи з реальної обстановки в країні з обліком зовнішніх і внутрішніх умов.

Серед внутрішніх умов необхідно дослідити такі фактори: організаційна структура, яка забезпечує реалізацію інвестиційної політики, що може бути представлена як державними структурами, так і комерційними; нормативно-правова база в галузі інвестиційної діяльності; інфраструктура бізнесу (виробнича, транспорт, телекомунікації, фінансовий сектор, митниця тощо).

Серед зовнішніх факторів варто дослідити: кон'юнктуру ринку капіталів (політика потенційних інвесторів, їхніх умов, вимог, пропозицій, ціни кредитних ресурсів, попит на ринку капіталів тощо); інтереси інвесторів, а також критерії, якими вони керуються при виборі об'єкта вкладення капіталу; пошук довгострокових інвестицій відповідним стратегічним цілям;

3) у разі невідповідності внутрішніх факторів визначеним цілям і завданням необхідно розробити і реалізувати заходи в галузі вдосконалення системи залучення іноземних інвестицій, відповідно до визначених цілей і завдань. Зовнішні фактори, як правило, не піддаються впливу. Якщо спостерігається явна невідповідність визначених цілей і завдань умовам зовнішнього середовища, то слід їх переглянути й уточнити;

4) конкретизація умов державного і регіонального рівнів, що можуть негативно вплинути на розробку й реалізацію політики залучення іноземних інвестицій;

5) розробка політики залучення іноземних інвестицій (стратегічний рівень);

6) визначення завдань учасників політики залучення іноземних інвестицій, структуризація завдань за ступенем пріоритетності, узгодження завдань і співвідношення пріоритетів між усіма учасниками політики;

7) розробка програми залучення іноземних інвестицій; добір інвестиційних проектів, що відповідають цілям і завданням політики (оперативний рівень);

8) реалізація програм з урахуванням можливих корегувань і аналіз їхньої ефективності;

9) розробка «наглядової» системи, координації і контролю за процесом досягнення кінцевих результатів з виявленням причин і винуватців можливих відхилень фактичних значень від підконтрольних показників;

10) аналіз отриманих відхилень і прийняття управлінських рішень щодо корегування стратегії.

Запропоноване може бути використаним для розробки політики залучення іноземних інвестицій як на рівні України в цілому, так і її регіонів, що в рамках наданих повноважень можуть проводити власну політику в галузі залучення іноземних інвестицій.

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що пріоритетними шляхами вирішення проблем іноземного інвестування мають бути [4]:

– покращення інвестиційного клімату шляхом удосконалення загального (податкового, земельного, корпоративного, митного) та спеціального законодавства, що регулює відносини при здійсненні інвестування відповідно до європейських норм;

– реалізація інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна»;

– розвиток інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури, а саме: становлення індустрії прямого інвестування та венчурного капіталу, створення умов для залучення інвестицій на ринках капіталу;

– запровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування;

– створення сучасної системи державних гарантій захисту іноземних інвестицій та врегулювання комерційних спорів між суб'єктами інвестиційного процесу;

– посилення відповідальності за порушення порядку видачі документів дозвільного характеру;

– врегулювання питання відшкодування з державного бюджету сум податку на додану вартість;

– посилення відповідальності за підробку продукції, а також за порушення прав інтелектуальної власності іноземних суб'єктів господарювання, в тому числі за незаконне використання комерційних найменувань, брендів;

– прискорення здійснення митного оформлення товарів та інших предметів, що переміщуються через митний кордон України;

– створення та впровадження освітніх програм, що сприятимуть розвитку винахідницької діяльності та формуванню поваги до права інтелектуальної власності;

– забезпечення рівних умов для участі іноземних інвесторів у конкурсах з одержання ліцензій на використання природних ресурсів;

– спрощення контролю за зовнішньоекономічною діяльністю, передбачивши, зокрема, продовження строків повернення валютної виручки, пом'якшення спеціальних санкцій;

– застосування окремих видів особливих режимів економічної діяльності, зокрема створення індустріальних та технологічних парків;

– розповсюдження найбільш привабливих та перспективних пропозицій серед потенційних інвесторів;

– активізація роботи органів виконавчої влади в підборі та підготовці вільних земельних ділянок не сільськогосподарського призначення для передачі інвесторам на конкурсних засадах під реалізацію інвестиційних проектів;

– інформаційно-аналітичне забезпечення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Інформаційне супроводження інвестиційного процесу повинно здійснюватися шляхом щорічного оновлення та розповсюдження даних щодо інвестиційних пропозицій та проектів суб'єктів господарювання, вільних земельних ділянок, придатних для реалізації інвестиційних проектів;

– підвищення рівня організації презентаційної діяльності.

Наведений комплексний механізм залучення іноземних інвестицій сприятиме покращенню інвестиційного клімату й підвищенню інвестиційної активності.

Висновки

Таким чином, державою з метою залучення інвестицій в економіку розроблено заходи, які покликані задовольнити вимоги інвестора щодо спрощення самої процедури інвестування і підтримки інвестора у системі гарантування вкладів і зменшення податкового навантаження, що узагальнені в Державній програмі розвитку інвестиційної діяльності. У програмі визначено шляхи, способи та ресурси досягнення мети, напрями удосконалення державної політики із забезпечення сталого економічного розвитку, поліпшення бізнес-клімату та залучення інвестицій. Однак проблеми інвестування є характерними також і для регіонального рівня, і

рівня підприємств. Тому заходи з удосконалення механізму залучення іноземних інвестицій повинні враховувати всі рівні економіки, і тільки їх гармонійне поєднання призведе до покращення інвестиційного клімату в Україні.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання інвестицій у вітчизняну економіку» від 17.11.2011 №4057-VI [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/>

2. Закон України «Про підготовку та реалізацію інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна»» від 21.10.2010 №2623-VI [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

3. Закон України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» від 06.09.2012 №5205 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

4. Корнієнко А.А., Малик О.І. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій до України в умовах формування глобального економічного простору // <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2043>

5. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки / Розпорядження КМУ від 29.09.2010 №1900 [Електрон. ресурс]. – Доступний з <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1900-2010-%D1%80>

6. Федоренко В.Г., Проценко Т.О., Солдатенко В.В., Степанов Д.В. Економічні та організаційно-правові аспекти іноземних інвестицій в Україні: монографія. – Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2004. – 398 с.

О.О. КАЗАК,

здобувач, Міжрегіональна академія управління персоналом

Сутність та класифікаційні ознаки інвестиційної діяльності підприємств

Досліджено теоретичні аспекти формування і становлення інвестиційної діяльності, проаналізована її суть і роль у сучасній економіці, що дозволило досліджувати сучасну практику організації інвестиційної діяльності на вітчизняних підприємствах і обґрунтувати організаційно-методичні аспекти її вдосконалення.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, інвестиції, конкурентоспроможність, підприємство, управлінські рішення.

Исследованы теоретические аспекты формирования и становления инвестиционной деятельности, проанализирована ее суть и роль в современной экономике, что позволило исследовать современную практику организации инвестиционной деятельности на отечественных предприятиях и обосновать организационно-методические аспекты ее усовершенствования.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, инвестиции, предприятия, конкурентоспособность, управленческие решения.

Theoretical aspects of the formation and establishment of investment, analyzed its nature and role in the modern economy, which allowed investigating the current practice of investment in domestic enterprises and justifying organizational and methodological aspects of its development.

Постановка проблеми. Висока зношеність основних фондів і необхідність постійного підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах жорсткої конкуренції і постійних змін у зовнішньому середовищі обґрунтовує потребу в інвестиціях для більшості вітчизняних підприємств.

Світова фінансова криза підкреслила актуальність вдосконалення інвестиційної діяльності підприємства. Криза змусила багато підприємств не лише шукати нові джерела фінансування або відмовлятися від реалізації власних інвестиційних програм (що часто є негативним наслідком допущених раніше прорахунків), а й пред'являти вищі вимоги до якості аналізу тенденцій, прогнозування, проведення розрахунків і оцінок ефективності, а також організувати можливість оперативного отримання інформації про реалізацію інвестиційних проектів, своєчасно оцінювати вплив пропонуваних управлінських рішень і відповідним чином коригувати поточну інвестиційну діяльність.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблема інвестицій дуже багатогранна й актуальна як в Україні, так і в усьому світі. Питанням інвестицій та оцінки їхньої ефективності присвячені роботи закордонних і вітчизняних вчених таких, як М. Портер, Дж. Френсіс, К. Еклунд, В. Лівшиць, В. Косов, М. Волков, М. Герасимчук, М. Долишній, І. Лукинов, Г. Омелянович, І. Бланк, Г. Бірман, С. Шмідт, Б. Губський, А. Мертенс, Ю. Макагон, Я. Мелкумов, І. Д'яконова, А. Пересада, В. Хобта та ін.

Специфіку і зміст інвестиційної діяльності підприємства, функції і структуру інвестиційного менеджменту і процес ухвалення інвестиційних рішень розглянули у своїх роботах зарубіжні автори: Г. Александер, Д. Беренс, І. Бланк, Дж. Бейли, Д. Норткотт, Х. Решці, У. Шарп та інші.

Проведений аналіз робіт вказаних авторів показав, що можливість вдосконалення управління інвестиційною діяльністю підприємства обговорюється, багатьма вітчизняними і зарубіжними дослідниками в цій сфері, проте вимагається детальнішого опрацювання методів і інструментів моніторингу і регулювання інвестиційної діяльності підприємства.

Формування в Україні нового типу ринкових відносин обумовило необхідність суттєвої зміни структури національної економіки. Без інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів і інвестицій – її матеріального підґрунтя – це неможливо. Інвестиційна діяльність як вид підприємницької діяльності набула широкого розвитку у сучасному світі. Щодо України, то вона має потребу як в інвестиціях, так і у розвитку механізмів інвестиційної діяльності.

У зв'язку з цим представляється своєчасним і актуальним аналіз теоретико-методологічних і методичних розробок, а також накопиченого зарубіжного і вітчизняного досвіду в сфері вдосконалення управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Мета статті – виявити основні теоретичні аспекти формування і становлення інвестиційної діяльності підприємства, проаналізувати її суть і роль в сучасній економіці.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками видана достатня кількість зарубіжної і вітчизняної літератури по економіці, організації і управлінню інвестиціями і інвестиційною діяльністю. Зарубіжна література в основному висвітлює питання інвестицій з позицій фондового ринку і управління цінни-

ми паперами [1, 10]. Вітчизняна наука розглядає реальні інвестиції і базується на розкритті методології і методів оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів [2, 5, 7, 10].

З вищесказаного видно, що поняття «інвестиції» в різний час у різних країнах трактувалося по-різному. Оскільки термін «інвестиції» має неоднозначне трактування і/або не повністю описує економічну суть інвестицій, або має занадто розпливчате визначення, автор пропонує власне визначення «інвестицій», що відображає існуючий підхід до розуміння інвестицій.

Інвестиції – капітал, що вкладається в об'єкти підприємницької або іншої діяльності для досягнення індивідуальних цілей інвесторів, що зрештою повинне привести до збільшення добробуту.

На думку автора, це визначення більш повно відповідає економічній суті інвестицій.

Оскільки прибуток відноситься до корисного ефекту, можна дати таке визначення «інвестиційна діяльність – вкладення капіталу і здійснення практичних дій в цілях досягнення корисного ефекту».

Для цілей подальшого дослідження інвестицій потрібна їх науково обґрунтована класифікація за певними ознаками. У роботі використовуватиметься класифікація за об'єктами вкладення, відповідно до якої інвестиції діляться на:

- реальні інвестиції – це інвестиції у формі капітальних вкладень, вкладення грошових коштів і іншого капіталу з метою відтворення основних фондів і розвитку підприємств;
- фінансові інвестиції – це капітал, що вкладається у фінансові інструменти;
- інвестиції в нематеріальні активи – це вкладення коштів у наукові дослідження, підготовку і підвищення кваліфікації кадрів, у просування брэнда і інші цілі.

Потрібно відмітити, що в розвинених країнах фінансові інвестиції переважають над реальними інвестиціями [4].

Інвестиційна діяльність займає центральне місце в економічному процесі і зумовлює загальне зростання економіки підприємства. У результаті інвестування збільшуються обсяги виробництва, зростає дохід, розвиваються та йдуть уперед в економічному суперництві галузі й підприємства, що вийшли вперед у конкурентній боротьбі і в найбільшій мірі задовольняють попит на ті чи інші товари та послуги. Отриманий дохід частково знову накопичується і збільшується, відбувається подальше розширення виробництва, що призводить до процвітання підприємства. Цей процес повторюється безперервно. Таким чином, інвестиційна діяльність сама зумовлює зростання розширеного відтворення, що утворюється за рахунок доходу в результаті ефективного його розподілу. При цьому чим ефективніше інвестиційна діяльність, тим більше зростання доходу, тим значніші абсолютні розміри накопичення грошових коштів підприємства, які можуть бути знову вкладені у виробництво. При достатньо високій ефективності інвестиційної діяльності приріст доходу може забезпечити підвищення частки накопичення при повному зростанні споживання.

У промисловості основними видами інвестицій є реальні інвестиції, які зазвичай оформляються у вигляді інвестиційних проектів. Сукупність інвестиційних проектів організації є портфелем реальних інвестицій, деякі вчені ще називають інвестиційною програмою організації. Пропонується розмежувати ці поняття.

Портфель реальних інвестицій – сукупність інвестиційних проектів організації у нинішній момент часу, що реалізуються.

Інвестиційна програма – план (графік) реалізації інвестиційних проектів. Таким чином, із часом склад портфеля реальних інвестицій може змінюватися за рахунок того, що одні проекти включаються в нього, а інші виходять. Інвестиційна програма теж може змінюватися, але проекти, що входять в інвестиційну програму, не обов'язково реалізуються у теперішній момент часу (вони можуть бути реалізовані раніше або заплановані на пізніший період). Відповідно, ввійшовши в інвестиційну програму на певний момент часу, проект може не входити в портфель реальних інвестицій, тобто може тільки плануватися його включення в портфель.

Як вже відзначалося, само по собі поняття «інвестиційна діяльність» в економічній літературі трактується досить неоднозначно. Різноманіття трактувань значною мірою обумовлене широтою сутнісних сторін цієї складної економічної категорії [8, с. 25–31]. Передусім «інвестиційна діяльність» є процесом залучення, оцінки, розподілу і використання інвестицій. Цілі інвестиційної діяльності можуть визначатися необхідністю розширення підприємницької діяльності за рахунок накопичення фінансових і матеріальних ресурсів, придбання нових підприємств, диверсифікації в результаті освоєння новоствореного бізнесу, зниження витрат виробництва через зростання його обсягів.

Проте передусім інвестиційна діяльність як економічна категорія відбиває сферу економічної діяльності і економічних стосунків. З політико-економічного погляду інвестиційна діяльність є механізмом перерозподілу ресурсів в економічній системі відповідно до цілей її розвитку.

У вузькому сенсі інвестиційна діяльність може бути охарактеризована як процес, що включає як власне інвестування, так і наступне здійснення інших дій з метою отримання від інвестицій прибутку або іншого позитивного (наприклад, соціального) ефекту.

На кожному рівні економічної системи приведені визначення може бути наповнені конкретним змістом. На макрорівні інвестиційна діяльність виступає як механізм перерозподілу ресурсів у цілях забезпечення зростання національної економіки. На мезорівні вона виступає механізмом перерозподілу ресурсів у цілях досягнення певного соціально-економічного ефекту галузевого характеру. На мікрорівні інвестиційна діяльність є механізмом перерозподілу ресурсів у цілях забезпечення умов виробництва і життєдіяльності [3].

Категорія «інвестиційна діяльність» тісно пов'язана з категорією «інвестиції», оскільки обидві відбивають динамічні явища в економічній системі. Інвестиції, своєю чергою, є части-

ною сукупного громадського продукту, виробленого за певний період часу і спрямованого на приріст продуктивних сил.

Інвестиції тісно пов'язані з ефективністю виробництва. Саме ця обставина викликає прагнення безпосередньо пов'язати інвестиції з такими економічними категоріями, як прибуток і дохід. Наприклад, у ряді випадків отримання прибутку розглядається обов'язковою умовою віднесення тих або інших вкладень до розряду інвестицій. Проте подібний підхід представляється дещо обмеженим, оскільки відбиває поведінку тільки одного з двох економічних агентів на мікрорівні. При такому підході вкладення підприємств, наприклад у нерухомість або яке-небудь інше капітальне майно, можуть бути віднесені до інвестицій тільки в тому випадку, якщо воно призначене для витягання доходу. Це пов'язано з тим, що зі зростанням ВВП починають працювати основні відтворювальні зв'язки, що ініціюють інвестиційні процеси [2, с. 55]. Представляється, що прибуток або дохід від вкладених активів не є обов'язковим результатом інвестицій з економічного погляду. Прибуток або дохід відбивають тільки один з можливих результатів інвестиційної діяльності, а саме – її фінансовий результат. З економічного погляду інвестиції пов'язані не з отриманням прибутку як такого, а з отриманням певного ефекту, який може бути як економічним, так і соціальним. Визначення ефективності інвестицій пов'язане з наявністю певних критеріїв. Для комерційної фірми – це, безумовно, прибуток. Проте ефективність державних інвестицій у соціальну або виробничу інфраструктуру важко однозначно виразити через прибуток. Тут критеріями може виступити збільшення національного доходу, розвиток виробництва, підвищення рівня зайнятості, поліпшення екології тощо. Також ефективність інвестицій домогосподарств в об'єкти нерухомості визначаються не лише економічними, а й соціальними показниками, наприклад якістю і тривалістю життя.

Сьогодні перед Україною стоять завдання підвищення темпів економічного зростання за рахунок інноваційного розвитку і модернізації, в тому числі переважно несировинних галузей економіки. Це спричиняє посилення уваги до проблеми інвестування, оскільки пов'язано з серйозною структурною перебудовою економіки на всіх рівнях. При цьому вивчення інвестиційних проблем припускає реалізацію комплексного підходу, який максимально враховував би всю сукупність чинників, що обумовлюють інвестиційний процес і що забезпечують урешті-решт ефективність інвестицій в усіх елементах економічної системи [6].

Висновки

Інвестування – лише одна з форм прояву інвестиційної діяльності, це форма реалізації інвестиційних ресурсів. Інвестиційні процеси є різноманітними, характеризуються різними тенденціями, що пов'язані з динамікою інвестицій. Інвестиційні процеси мають свої особливості на мікро- і макрорівні. Інвестиційна діяльність неможлива без інвестиційних ресурсів (інвестицій). Інвестиція – це не форма, а голов-

на компонента інвестиційної діяльності, інструмент, без якого ця діяльність неможлива.

Інвестиційна діяльність зумовлює зростання економіки. Спрямовуючи капітальні вкладення на збільшення реально-го капіталу, інвестори тим самим збільшують виробничий потенціал країни у цілому. Динаміка інвестицій при цьому є фундаментальним параметром відтворювального процесу, який характеризує розподіл підприємством доступних йому ресурсів між поточним і майбутнім споживанням, спрямованим на вирішення завдань свого перспективного розвитку. Стан економіки країни у цілому залежить від ефективності функціонування підприємств, що передусім залежить і від їхньої інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / Асват Дамодаран. [Пер. с англ.] – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
2. Друбейский Я.Н. Инвестиционные ресурсы промышленных предприятий / Я.Н. Друбейский. – М.: Экзамен. 2005. – 615 с.

3. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие / Кол. авт.; под ред. В.В. Мищенко. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 392 с.

4. Колтынюк Б.А. Инвестиции / Б.А. Колтынюк. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2005. – 848 с.

5. Крылов Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия / Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 609 с.

6. Кужелева Г.О. Стратегия розвитку внутрішніх джерел інвестиційної діяльності / Г.О. Кужелева // Торговля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. Вип. 21, т. 3 / Голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – С. 369–376.

7. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия / Н.И. Лахметкина. – М.: КНОРУС, 2006. – 184 с.

8. Николаев М.А. Инвестиционная деятельность: учеб. пособ. / М.А. Николаев. – Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2009. – 336 с.

9. Розенберг Дж.М. Инвестиции: Терминологический словарь / Дж.М. Розенберг. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 400 с.

10. Шарп У. Инвестиции / Шарп У., Александер Г., Бейли Дж.: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 1028 с.

І.П. ПЕТРОВСЬКА,
викладач, Національний технічний університет України «КПІ»

Застосування матричного методу для оцінки стану інноваційного розвитку машинобудівної галузі України

Актуальність теми дослідження зумовлена важливим аспектом оцінювання ефективності державного регулювання галузевих інноваційних процесів у сучасних ринкових умовах. У статті розроблено методіку оцінювання відповідності державної інноваційної політики її еталонному стану. Запропонований підхід дозволяє оцінити, якому етапу розвитку галузі відповідає державна інноваційна політика, та обґрунтувати необхідні заходи з підвищення ефективності державної інноваційної політики.

Ключові слова: державна інноваційна політика, інноваційний розвиток, інноваційні витрати, інноваційний процес.

Актуальность темы исследования обусловлена важным аспектом оценки эффективности государственного регулирования отраслевых инновационных процессов в современных рыночных условиях. В статье разработана методика оценки соответствия государственной инновационной политики ее эталонному состоянию. Предложенный подход позволяет оценить, какому этапу развития отрасли соответствует государственная инновационная политика, и обосновать необходимые меры по повышению эффективности государственной инновационной политики.

Ключевые слова: государственная инновационная политика, инновационное развитие, инновационные расходы, инновационный процесс.

Background research is due to an important aspect of evaluating the effectiveness of state regulation of industrial innovation in today's market conditions. This scientific paper was the method of evaluation of conformity of the state innovation policy of reference state. The proposed approach allows us to assess what stage of development the industry is responsible state innovation policy and justify the necessary measures to improve the effectiveness of public innovation policy.

Keywords: state innovation policy, innovation development, innovation expenditure, innovation process.

Постановка проблеми. Ключовим фактором економічного розвитку держави має стати державна інноваційна політика, що надасть можливість спрямувати діяльність на виведення економіки України із затяжної економічної, фінансової та інвестиційної кризи. Відсутність цілісності в методології дослідження ефективності державного регулювання галузевих інноваційних процесів, фрагментарність наявних інструментів аналізу, моніторингу та неадаптованість до

специфіки функціонування у діючих умовах економічного розвитку роблять необхідною ідентифікацію, якому етапу інноваційного розвитку галузі відповідає державна інноваційна політика. А це, своєю чергою, потребує здійснити структурну перебудову та активізування державної інноваційної політики в економіці України.

Актуальність досліджень та публікацій з проблеми.

Значний внесок у розвиток теоретичних та прикладних основ оцінювання стану інноваційного розвитку машинобудівної галузі України зроблено у роботах таких провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, як О. Алимов, О. Амоша, М. Гамаң, А. Гальчинський, В. Горник, В. Геєць, Л. Довгань, М. Корецький, В. Мунтіян, Б. Пасхавер, Ю. Пахомов, Ю. Пащенко та інші. У роботах цих дослідників широко висвітлено ряд проблем, пов'язаних із визначенням типу розвитку вітчизняної економіки, визначено чинники впливу на інноваційну діяльність, проаналізовано світовий досвід державного регулювання інноваційних процесів. У той же час слід вказати на відсутність чіткої та цілісної позиції щодо пошуку нових факторів прискорення інноваційної динаміки, визначення рівня розвитку державної інноваційної політики (ДІП) та оцінюванню стану інноваційного розвитку машинобудівної галузі України в умовах сучасної глобалізації.

Метою статті є розроблення методики оцінювання відповідності державної інноваційної політики її еталонному стану та визначення типу інноваційної політики держави в галузі машинобудування.

Виклад основного матеріалу. Одним із методів, який останнім часом отримує все більше поширення при оцінюванні відповідності розвитку соціально-економічних систем певним станам, є матричний метод, або метод динамічного нормативу. Вважається, що зазначений метод запропонований І. Сироежиним на рубежі 80-х років ХХ століття [3]. Цей метод базується на тому, що для кожної соціально-економічної системи (процесу) як об'єкта управління існують певні режими (стати) розвитку. В таких режимах темпові показники характеристик системи мають певний порядок і можуть бути проранжовані та впорядковані певним чином. Тобто для таких станів існує певний еталонний (нормативний) порядок темпів зростання показників, які є індикаторами характеристик системи. Для оцінки ефективності управлінських впливів використовується моделювання певного ідеального режиму (станів) розвитку об'єкта управління, який є бажаним для суб'єкта управління. Фактичну впорядкованість темпів зростання показників можна порівняти з еталонним і встановити, наскільки фактичний режим функціонування соціально-економічної системи відповідає бажаному. До переваг матричного методу слід віднести: комплексність врахування показників, які є статистично неспівставними (оскільки мають різні одиниці вимірювання), але завжди співставною є їх динаміка [7]; можливість паралельної оцінки стану (режиму розвитку), діагностики проблем та ефективності управлінських впливів [10]; ранжування показників, що при

отриманні загальної оцінки дозволяє зберегти кожному показнику свою роль, уникнути ефекту взаємокомпенсації позитивної та негативної динаміки показників [10]; динамічний характер методу: при зміні пріоритетів чи критеріїв виокремлення певних режимів (станів) можуть змінюватися і відповідні впорядковані системи динаміки показників [6].

Недоліками матричного методу є: необхідність обґрунтувати набір показників та порядку підпорядкованості їх динаміки в конкретному випадку порівняння; дискретизація оцінок, оскільки при порівнянні порівнюється впорядкованість (співпадає/не співпадає) динаміки показників, що зумовлює певну втрату інформативності оцінки [3]. Застосування матричного методу є виправданим для оцінки стану інноваційного розвитку машинобудування для того, щоб окреслити необхідні напрями дій у рамках галузевої ДІП. Щоб скористатися зазначеним методом для оцінки режиму інноваційного розвитку машинобудування, потрібно: 1) обґрунтувати набір показників для побудови еталонних матриць; 2) встановити основні режими, в яких може перебувати інноваційний розвиток галузі; 3) визначити ієрархію показників для кожного режиму та встановити порядок співвідношення їхньої динаміки, побудувавши відповідні графи та еталонні матриці; 4) провести визначення фактичного співвідношення динаміки обраних показників; 5) порівняти фактичне співвідношення динаміки показників з еталонними та встановити ступінь відповідності фактичного режиму інноваційного розвитку галузі з еталонними. Окремо показники, для яких можна побудувати ієрархію за співвідношенням темпів зростання, які б характеризували наявність стимулів до інновацій, фінансове забезпечення інноваційної діяльності в галузі та результативнісний аспект інноваційних процесів галузі як узагальненого результату державної інноваційної політики (рис. 1).

Базовим індикатором кількісного аспекту є динаміка кількості інноваційно активних підприємств (T_5). Інноваційно активні підприємства продукують інновації, здійснюючи інноваційні витрати, як за рахунок держави (T_4), так і з власних джерел (T_3). При цьому важливо, щоб зростання державного фінансування інноваційних витрат зумовлювало й відповідну динаміку й їх фінансування з недержавних джерел (за рахунок бізнес-сектору). Однак зростання інноваційних витрат ще не свідчить про ефективність державно-інноваційної політики, адже потрібно, щоб інноваційні витрати зумовлювали й випуск інноваційної продукції як загалом (T_2), так і особливо на експорт (T_1). Виходячи з функціонування галузі в умовах відкритості ринків, слід виокремити три стани інноваційного розвитку: 1) експортноорієнтований інноваційний розвиток, коли все більша частка інноваційної продукції експортується. Такий стан розвитку є довготривалим, оскільки ємність зовнішніх ринків є дуже великою у порівнянні з випуском продукції машинобудування в Україні. Він є найбільш бажаним з позиції суб'єкта управління; 2) імпортозаміщуючий розвиток, за якого інноваційна продукція має по-



Рисунок 1. Індикатори для оцінки впливу державної інноваційної політики на інноваційний стан галузі

Джерело: розроблено автором.

пит здебільшого тільки на внутрішньому ринку, заміщуючи імпорт. Даний етап розвитку обмежений ємністю внутрішнього ринку; 3) адаптації інноваційної діяльності до ринкових умов – на даному етапі існують проблеми з результативністю інноваційної діяльності: зростання інноваційної активності та фінансування інновацій не супроводжується адекватним зростанням реалізації інноваційної продукції.

Ідеальне співвідношення динаміки показників, яке відображає оптимальну їх підпорядкованість, на етапі експортно-орієнтованого інноваційного розвитку галузі матиме вигляд:

$$h^H(T_1) > h^H(T_2) > h^H(T_3) > h^H(T_4) > 1$$

$$h^H(T_1) > h^H(T_5) > 1 \quad (1)$$

Ідеальне співвідношення динаміки показників, яке відображає оптимальну їх підпорядкованість на етапі імпортозаміщуючого інноваційного розвитку галузі, матиме вигляд:

$$h^H(T_2) > h^H(T_3) > h^H(T_5) > 1$$

$$h^H(T_3) > h^H(T_4)$$

$$h^H(T_2) > h^H(T_1) \quad (2)$$

Ідеальне співвідношення динаміки показників, яке відображає оптимальну їх підпорядкованість на етапі адаптації інноваційного розвитку галузі до ринкових умов:

$$h^H(T_3) > h^H(T_5) > 1$$

$$h^H(T_3) > h^H(T_2) \quad (3)$$

Для практичних цілей виявлення етапу, на якому знаходиться галузь, більш інформативною є міра подібності між еталонною та фактичною матрицями, яка розраховується таким чином:

$$S = (1 - R) \cdot 100\% \quad (4)$$

Чим ближче значення S до 100%, тим ближче стан об'єкта певному заданому стану, з еталонною матрицею якого здійснюється порівняння фактичної підпорядкованості показників.

Кількісна оцінка відхилення фактичного розвитку машинобудування характеризує міру наближеності галузі до певного еталонного стану (формула (4)), що дозволяє ідентифікувати етап її інноваційного розвитку.

Величина відповідності фактичного стану інноваційного розвитку галузі еталонним режимам:

для етапу адаптації до ринкових умов –

$$S = \left(1 - \frac{6}{2 \cdot 10}\right) \cdot 100\% = 70\%$$

для етапу імпортозаміщуючого інноваційного розвитку –

$$S = \left(1 - \frac{30}{2 \cdot 24}\right) \cdot 100\% = 37,5\%$$

для етапу експортноорієнтованого інноваційного розвитку

$$- S = \left(1 - \frac{24}{2 \cdot 24}\right) \cdot 100\% = 50\% .$$

Для дослідження міри відповідності розвитку основних галузей машинобудування були розраховані коефіцієнти подібності між еталонними та реальними станами їх інноваційного розвитку (табл. 1).

З усього вищевикладеного можна зробити висновок, що галузеву ДІП доцільно сконцентрувати: (1) насамперед на посилення стимулів до зростання обсягів фінансування інноваційної діяльності з боку підприємств, що дозволить пройти режим адаптації інноваційних процесів у галузі до ринкових умов; (2) на підвищення конвергенції науки та техніки з тим щоб вийти на режим імпортозаміщуючого та ек-

Таблиця 1. Міра подібності еталонним станам основних галузей машинобудування України, %

Галузь	Етап інноваційного розвитку	Міра подібності еталонному стану, %
Машинобудування в цілому	Адаптації до ринкових умов	70
	Імпортозаміщуючий розвиток	37,50
	Експортноорієнтований розвиток	50,0
Виробництво машин та устаткування	Адаптації до ринкових умов	90
	Імпортозаміщуючий розвиток	87,50
	Експортоорієнтований розвиток	88,46
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	Адаптації до ринкових умов	60
	Імпортозаміщуючий розвиток	54,17
	Експортоорієнтований розвиток	65,38
Виробництво транспортних засобів та устаткування	Адаптації до ринкових умов	90
	Імпортозаміщуючий розвиток	37,50
	Експортоорієнтований розвиток	34,62

Джерело: розраховано та побудовано автором.

спортноорієнтованого інноваційного розвитку галузі. Щоб прискорити адаптацію до ринкових умов на початкових етапах, необхідна суттєва державна підтримка.

Світовий досвід свідчить, що для прискорення інноваційних процесів у галузі необхідна суттєва державна підтримка принаймні у двох напрямках – державне фінансове стимулювання комерційних структур до інноваційної діяльності через податкові стимули [1] та фінансування НТР у напрямках розробки відповідних видів продукції а також на інноваційну продукцію [2]. Податкові стимули надають своєрідний початковий поштовх до інноваційної активності підприємств галузі, яка у випадку доповнення зростанням обсягів НТР зумовлює створення інноваційної продукції. Однак в умовах відкритості національних ринків необхідно забезпечити попит на інноваційну продукцію національних виробників. У розвинутих країнах такий попит забезпечувався за рахунок державного замовлення, що дозволяє машинобудівним підприємствам налагодити серійне виробництво інноваційної продукції, оскільки підприємства мають гарантований збут за рахунок державних закупівель. Для ефективності

державної підтримки адаптації інноваційного розвитку машинобудівних підприємств до ринкових умов необхідно чітко встановити критерії інноваційності продукції. Для цього можна запропонувати, що державне замовлення на інноваційну продукцію надаватиметься тим підприємствам, які: 1) мають фонди та персонал для досліджень і розробок (це дозволить уникнути ситуації, коли підтримуватимуться підприємства, інноваційна активність яких зводиться лише до придбання нового обладнання); 2) мають патенти на випуск продукції та окремі складові технологічного процесу.

Таким чином, емпіричне дослідження видів продукції, частка яких в імпорті є найвищою, потребує державної підтримки імпортозаміщуючого інноваційного розвитку. Доцільно сконцентруватися на виробництві електротехнічного обладнання, а також транспортних засобів. Інноваційний розвиток цих підприємств відбувається в режимі адаптації до ринкових умов, однак значна кількість даної продукції продовжує імпортуватися. Кожна одиниця прямих державних субсидій на фінансування інноваційної діяльності машинобудівних підприємств зумовлює більше ніж шість одиниць приросту виробництва іннова-

Таблиця 2. Пріоритетні напрями підтримки експортноорієнтованого інноваційного розвитку машинобудування

№	Товарна група	Види продукції
11	Повітряні літальні апарати та космічні кораблі (окремі товари груп 84, 88, 90 УКТ ЗЕД)	Літальні апарати (вертольоти, літаки); космічні літальні апарати (в тому числі супутники) та їх ракетносії і суборбітальні апарати; частини літальних апаратів, двигуни турбореактивні, турбогвинтові; компаси; навігаційні інструменти та апаратура тощо
22	Комп'ютерна та офісна техніка (окремі товари груп 84, 90 УКТ ЗЕД)	Пристрої для обробки текстів, друкарські машинки, апаратура фотокопіювальна, апаратура фотокопіювальна електростатична, комп'ютери, машини обчислювальні, запам'ятовувальні пристрої та частини до них тощо
33	Електроніка та техніка зв'язку (окремі товари групи 85 УКТ ЗЕД)	Апаратура для відеозапису або відтворення відеозаписів, телекомунікаційне обладнання, передавачі для радіотелефонного, радіотелеграфного, телевізійного зв'язку, кабелі волоконно-оптичні, діоди, транзистори та аналогічні напівпровідникові пристрої, схеми інтегровані електронні та електронні мікромодулі тощо
44	Наукові прилади (окремі товари групи 90 УКТ ЗЕД)	Апарати електродіагностики та радіологічні апарати, пристрої на рідких кристалах; прилади геодезичні, топографічні, океанографічні, гідрологічні, метеорологічні; прилади та апаратура для вимірювання або контролю витрат, рівня тиску чи інших змінних характеристик рідин або газів; прилади та апаратура для фізичних або хімічних аналізів тощо
55	Неелектрична техніка (окремі товари груп 54, 84, 85 УКТ ЗЕД)	Турбіни газові, реактори ядерні; обладнання та пристрої для розділення ізотопів та їх частин; верстати для обробки різних матеріалів за допомогою лазерного або іншого світлового чи фотонного пучка, ультразвукових, електророзрядних, електрохімічних, електронно-променевих, іонно-променевих або плазмодугових процесів; верстати токарні горизонтальні з числовим програмним управлінням; верстати для свердління з числовим програмним управлінням тощо

Джерело: складено автором згідно [9]

ційної продукції. Логічно вважати, що у випадку імпортозаміщуючого виробництва на такий же обсяг зменшуватиметься імпорт продукції машинобудування. Таким чином, зменшуватиметься імпортозалежність української економіки в сегменті продукції галузі. Щодо підтримки експортноорієнтованого інноваційного розвитку машинобудування, то логічним є виокремити пріоритетні напрями державної підтримки випуску інноваційної машинобудівної продукції, яка може бути віднесена до високотехнологічної, враховуючи світовий досвід. Базуючись на адаптації вітчизняної статистики зовнішньої торгівлі до Переліку високотехнологічних продуктів за кодами Стандартного міжнародного торгового класифікатора (Standard International Trade Classification Rev. 3 – SITC), яка проведена фахівцями відділу проблем зовнішньоекономічної діяльності Державного інституту комплексних техніко-економічних досліджень (ДІКТЕД) [9], можна виокремити такі напрями високотехнологічної продукції машинобудування (табл. 2).

Для підтримки експортноорієнтованого високотехнологічного виробництва машинобудівної продукції доцільно ініціювати розробку спеціальних державних програм стимулювання інноваційного підприємництва у визначених в табл. 2 пріоритетних напрямках. Доцільно повернути до дії статей Закону України «Про інноваційну діяльність» [8], які надавали пільги щодо оподаткування ПДВ, податку на прибуток та можливість прискореної амортизації (ст. 21) та звільняли від митного збору сировина, матеріали та комплектуючі, які не виробляються в Україні (ст. 22). Але потрібно передбачити дію зазначених статей лише для машинобудівних підприємств, які реалізують проекти у визначених пріоритетних напрямках. Застосування інших інструментів фінансової підтримки прискорить проходження інноваційного розвитку машинобудування на етапі адаптації до ринкових умов та імпортозаміщення та виходу в режим експортноорієнтованого розвитку. Дане обґрунтування потребує подальшого дослідження.

Висновки

Використання матричного підходу до оцінювання інноваційного стану галузі як результату впливу ДІП на основі порівняння фактичних темпів зміни ключових показників з їх еталонними значеннями дозволяє зробити висновок, що інноваційний розвиток машинобудування України продовжує перебувати в основному в режимі адаптації до ринкових умов. Проведений вище аналіз свідчить:

1. Про незавершеність існуючого методичного забезпечення в оцінюванні відповідності державної інноваційної політики заданим цільовим параметрам її розвитку. З метою усунення існуючих наукових неточностей було запропоновано матричний метод до оцінювання відповідності стану економічного розвитку машинобудування на етапі його реалізації еталонним параметрам, які відображають цільову підпорядкованість показників розвитку державної інноваційної політик.

2. Запропонований метод базується на виокремленні комплексу матриць ієрархії динаміки показників інноваційних про-

цесів галузі на етапі адаптації галузі до ринкових умов, імпортозаміщуючого виробництва та експортноорієнтованого розвитку, а також на оцінюванні відповідності між еталонним і наявним інноваційним розвитком галузі, що дозволило виявити розбіжності між інноваційним розвитком галузі та ідеальною траєкторією її інноваційного розвитку. Апробація даної методики дозволило констатувати наявність низького коефіцієнта відповідності ідеальній траєкторії інноваційного розвитку на етапі імпортозаміщуючого виробництва (35%) та експортноорієнтованого розвитку (50%) та достатнього для стану адаптації для машинобудівної галузі до ринкових умов зазначених (70%).

3. Застосування даної методики дозволяє виявити ті підгалузі, які вимагають посилення контролю і підтримки державою інноваційних процесів, які в них відбуваються.

Список використаних джерел

1. Comparing Practices in R&D Tax. Incentives Evaluation. Final Report. Europea Commission—http://ec.europa.eu/investnesearch/pdf/download_en/rd_tax_incentives_expert_group_report2008_rtd_final1.pdf
2. Волостнов Б.И. Современная научно-техническая и инновационная политика: структура, приоритеты, характеристики / Б.И. Волостнов, А.А. Кузьмицкий, В.В. Поляков // Проблемы машиностроения и автоматизации. – 2011. – Т. 2011. – №2. – С. 3–37.
3. Гончарук А.В. Анализ методов применяемых при оценке развития хозяйственных систем / А.В. Гончарук // 2005. – №11. – С. 86–93.
4. Гусев В.О. Державна інноваційна політика: методологія формування і впровадження: монографія / В.О. Гусев. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 623 с.
5. Емельянов С.В. США: государственная политика стабилизации инновационной конкурентоспособности американских производителей. Инновационная стратегия правительства США в XXI веке [Електрон. ресурс] / С.В. Емельянов. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-3/08.shtml>;
6. Калабина Е.Г. Конструирование оценки социально-экономической эффективности деятельности организаций государственного сектора экономики [Електрон. ресурс] / Е.Г. Калабина. – Режим доступу: <http://www.aspe.spb.ru/reports/kalabina.doc>
7. Мясникова О.О. Управление предприятием по ключевым показателям деятельности [Електрон. ресурс] / О.О. Мясникова // Сборник ССК – 2006 – №1. – Режим доступу: http://e-lib.gasu.ru/konf/sss/arkhiv/2006/01/R_8_8.html
8. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 №40-IV [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
9. Саліхова О. Що таке високі технології [Електрон. ресурс] / О. Саліхова // Діловий вісник. – №10(149). – 2006. – Режим доступу: <http://www.ucci.org.ua/synopsis/dv/2006/dv0610141.ua.html>.
10. Светульников С.Г. Комплексный анализ и моделирование неравномерности социально-экономического развития регионов России [Електрон. ресурс] / С.Г. Светульников, А.В. Заграновская, И.С. Светульников. – СПб. – 2012 – 129 с. – Режим доступу: <http://sergey.svetun-kov.ru/economics/complex/files/MD2012.pdf>

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

М.Д. БІЛИК,
д.е.н., професор, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва та напрями її вдосконалення

Розглянуто сутність спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва, її переваги та недоліки. Вказані проблеми оподаткування суб'єктів малого підприємництва. Запропоновані напрями удосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні.

Ключові слова: спрощена система оподаткування, єдиний податок, суб'єкт малого підприємництва.

Рассмотрена суть упрощенной системы налогообложения субъектов малого предпринимательства, ее преимущества и недостатки. Указаны проблемы налогообложения субъектов малого предпринимательства. Предложены направления усовершенствования упрощенной системы налогообложения в Украине.

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения, единый налог, субъект малого предпринимательства.

The history and nature of the simplified system of taxation of small businesses, its advantages and disadvantages. The problems of taxation of small businesses. Recommendations for improving the simplified taxation system in Ukraine.

Keywords: simplified system of taxation, subject of small enterprise.

Постановка проблеми. Діяльність малого підприємства є одним із найважливіших напрямів розвитку економіки будь-якої країни, оскільки у країнах з ринковою економікою суб'єкти малого підприємства створюють більше 50% ВВП. Реформування спрощеної системи оподаткування ни-

ні є одним із найбільш дискусійних і водночас важливих напрямів податкової реформи. Ця проблема зачіпає інтереси майже 3 млн. підприємців та 1,2 млн. найманих працівників. Тому дослідження розвитку спрощеної системи оподаткування в Україні, виявлення її недоліків та пошук шляхів удосконалення є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Істотним внеском у розвиток і вдосконалення теоретичних розробок і практичних рекомендацій щодо спрощених систем оподаткування є наукові праці З.П. Варкалія, П.Т. Колісниченко, Р.В.Сидоренко, В.О. Орлова, Л.М. Пилипенко, А.М. Соколовської, В.І. Теремецького, В.М. Чубаря.

Мета статті – розкрити сутнісні ознаки спрощеної системи оподаткування, визначити її переваги і недоліки, вивчити зарубіжний досвід та можливості використання його в Україні, виявити причини, що сприяють зростанню тіньової економіки у цій сфері оподаткування, та запропонувати напрями удосконалення спрощеної системи оподаткування.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що початком становлення спрощеної системи оподаткування був 1998 рік, а першими нормативними документами, що регулювали діяльність підприємств за спрощеними системами обліку, оподаткування і звітності в Україні, були: 1) Указ Президента «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» ОЗ.07.98 №727/98 (в редакції Указу від 28.06.99 №746/99) та 2) Закон Ук-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

раїни «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.98 №320–XIV.

З 01.01.99 використання спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності, з певними обмеженнями для окремих суб'єктів малого підприємництва. В подальшому Законом України від «Про державну підтримку малого підприємництва» 19.10.2000 №2063–III передбачалося обмеження дії спрощеної системи оподаткування. Остання не поширювалася на суб'єктів підприємницької діяльності, які функціонують у сфері грального бізнесу, здійснюють обмін іноземної валюти, є виробниками та імпортерами підакцизних товарів, та ломбарди.

При спрощеній системі оподаткування юридичні особи са-мостійно обирали одну з двох ставок оподаткування: 6% (при сплаті ПДВ) або 10% (без сплати ПДВ, як відсоток від виручки). Сплата єдиного податку здійснювалась щомісячно.

Для суб'єктів малого підприємництва – фізичних осіб ставка єдиного податку встановлювалася місцевими радами за місцем їх державної реєстрації залежно від виду діяльності.

Єдиний податок постулав на рахунки Держказначейства і спрямовувався у місцевий бюджет – 43%, Пенсійний фонд – 42, на обов'язкове соціальне страхування – 15%. Дещо іншим був розподіл сум єдиного податку для юридичних осіб у місцевий бюджет перераховувалося – 23%, державний бюджет – 20, Пенсійний фонд – 42% і на обов'язкове соціальне страхування – 15%.

Із часом спрощена система оподаткування почала втрачати свою ефективність 1, 2, що було зумовлено як бажанням державних органів збільшити наповнення місцевих бюджетів та інших фондів, так і бажанням суб'єктів господарювання мінімізувати обсяги сплачуваних податків.

При виникненні ситуацій, коли протягом року суб'єкт господарювання отримував валовий дохід, який дорівнював максимальній величині, керівництво СМП мало прийняти одне з двох можливих рішень: 1) продовжувати працювати і при перевищенні максимально допустимого доходу та пе-

рейти на загальну систему оподаткування, що супроводжується збільшенням як кількості звітів, що подаються, так і сум податків, які необхідно було б сплачувати або 2) зменшити темпи діяльності задля уникнення переходу на загальну систему оподаткування, що, своєю чергою, викликало б скорочення кількості замовлень, розрив існуючих налагоджених взаємозв'язків з іншими діючими контрагентами та втрату своєї частини ринку і клієнтів. Найчастіше у цьому випадку відбувався розподіл малого підприємства на два суб'єкта малого підприємництва, що забезпечувало уникнення від сплати єдиного податку.

Із появою Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» були внесені такі зміни. З

Згідно з нормами закону про спрощену систему від 01.01.2013 усі платники єдиного податку, що знаходяться на спрощеній системі оподаткування, поділено на шість груп, встановлено обмеження щодо кількості найманих працівників і обсягу річного доходу та визначено ставки оподаткування за кожною групою, що представлено в табл. 1.

Слід вказати на заборони, що стосуються видів діяльності платників єдиного податку, що вказані в п. 291.5 ПКУ.

Для виявлення проблем і недоліків спрощеної системи оподаткування щодо фізичних і юридичних осіб розглянемо порядок розрахунку та обсяг сплачених податків.

Оцінимо в динаміці обсяг доходів суб'єкта підприємницької діяльності, фізичної особи – підприємця, (ФО–П), що за розподілом по оподаткуванню єдиним податком перебуває у другій групі (табл. 2).

Як видно з табл. 2, за аналізований період доходи підприємця зростали. В цьому зв'язку оцінимо ефективність спрощеної системи оподаткування через призму мінімальної заробітної плати за умови, що кожен рік підприємець отримував мінімальну заробітну плату і частину її витрачав на сплату податків та внесків. Здійснимо аналіз сплати податків та внесків до бюджету підприємцем – фізичною особою за 2012 рік.

Таблиця 1. Розподіл платників єдиного податку на групи

Група	Фізичні/юридичні особи	Обмеження		Ставка оподаткування, %
		кількість найманих працівників	обсяг річного доходу	
1	2	3	4	5
1 група*	Фізичні особи	Не використовують	150 тис. грн.	1–10% мінімальної заробітної плати
2 група**	Фізичні особи	10	1 млн. грн.	2–20% мінімальної заробітної плати
3 група	Фізичні особи	20	3 млн. грн.	3% від доходу – у разі сплати ПДВ; 5% від доходу – у разі включення ПДВ до складу єдиного податку
4 група	Юридичні особи	50	5 млн. грн.	
5 група	Фізичні особи	20	20 млн. грн.	5% від доходу – у разі сплати ПДВ; 7% від доходу – у разі включення ПДВ до складу єдиного податку
6 група	Юридичні особи	50	20 млн. грн.	

* ** Дія цього підпункту не поширюється на фізичних осіб – підприємців, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна (група 70.31 КВЕД ДК 009:2005) (ва375202–05), а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння. Такі фізичні особи – підприємці належать виключно до третьої або п'ятої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для таких груп.

Таблиця 2. Доходи фізичної особи–підприємця за 2010–2012 роки

Показник	2010	2011	2012
Дохід ФО–П, грн.	10150	13500	15038

Джерело: складено автором на основі даних від фізичної особи – підприємця.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Суб'єкт підприємницької діяльності, фізична особа – підприємець, що перебуває на спрощеній системі оподаткування, отримав протягом року такий дохід: за в перший квартал – 3582 грн.; за другий квартал – 8956 грн.; за третій квартал – 1000 грн.; за четвертий квартал – 1500 грн. Усього за рік було отримано – 15038 грн. доходу. При цьому кожен квартал із мінімальної заробітної плати фізичною особою – підприємцем було сплачено єдиний податок 20%, як встановлено відповідним органом управління при видачі Свідоцтва платника єдиного податку. При отриманні доходу на 01.01.2012 – в сумі 1073 грн. сплачено (1073,00 0,2) 214,6 грн. єдиного податку.

Мінімальний страховий внесок протягом 2012 року становив: у січні–березні – 372,33 грн.; квітні–червні – 379,62 грн.; у липні–вересні – 382,39 грн.; у жовтні–листопаді – 387,95 грн., у грудні – 393,50 грн., а всього за 2012 рік – 4572,42 грн. Єдиний соціальний внесок визначений як добуток мінімальної заробітної плати за кожен місяць (представлено в табл. 3) і ставки єдиного соціального внеску – 34,7%.

Виходячи з мінімальної заробітної плати розрахована сума єдиного соціального внеску та податку за січень–грудень 2012 року становила 7152,42 грн. (табл. 4).

На основі даних табл. 4 можна зробити висновок, що навантаження на суб'єкт підприємницької діяльності, фізичну особу – підприємця другої групи є надто високим, оскільки з отриманого доходу 53% направлено на сплату податків. Окрім цього, підприємець здійснює й інші витрати, зокрема ті, що пов'язані з його професійною діяльністю.

Слід підкреслити також, що за простого розрахунку податків, що є позитивним, значно ускладнюється податкова зві-

ність, яка подається до органів контролю. Нині навіть малий підприємець повинен здавати таку звітність: 1) Звіт 1–ДФ; 2) Податкову декларацію платника єдиного податку; 3) Звіт до Пенсійного фонду про обсяг нарахованого та сплаченого єдиного соціального внеску Д5. При цьому за не поданого чи неправильно складеного поданого звіту накладаються штрафні санкції, які погіршують фінансовий стан підприємця.

Оцінимо сплату до місцевого бюджету єдиного податку СМП – юридичною особою (табл. 5).

Аналіз даних табл. 5 свідчить, що одним із недоліків спрощеної системи оподаткування, на нашу думку, є занижені грошові межі щодо виручки від реалізації. Варто зазначити, що дане підприємство перевищило ліміт доходу (виручки від реалізації) за звітні періоди і відповідно підпадало під ставку оподаткування 10%. За два з трьох років підприємство, що аналізується, змушено було сплатити податок за подвійної ставки. Враховуючи, що формування ринкової економіки в Україні пов'язане зі зростанням підприємницької активності за всіма напрямками економічної діяльності, оскільки розвиток малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи та вважається найбільш динамічним елементом у структурі господарської діяльності. Слід підкреслити, що кризові явища, що мають місце у світовій та вітчизняній економіці, не залишили осторонь і банківський сектор економіки, який безпосередньо впливає на функціонування малого і середнього бізнесу в Україні [6].

Оцінимо навантаження на дане підприємство за рахунок сплати не тільки єдиного податку, а й єдиного соціального внеску (табл. 6).

Таблиця 3. Мінімальна заробітна плата за 2012 рік

Термін дії	Розмір, грн.
01.01.2012–31.03.2012	1073
01.04.2012–30.06.2012	1094
01.07.2012–30.09.2012	1102
01.10.2012–30.11.2012	1118
01.12.2012–31.12.2012	1134

Джерело: складено автором на основі інтернет-ресурсу <http://zponline.com.ua/node/189>

Таблиця 4

	Січень–березень	Квітень–червень	Липень–вересень	Жовтень–листопад	Грудень
Єдиний соціальний внесок, грн.	372,33	379,62	382,39	387,95	393,50
Єдиний податок, грн.	215,00	215,00	215,00	215,00	215,00
Всього до державної казни сплатили, грн.					7152,42

Таблиця 5. Сума єдиного податку відповідно до виручки від реалізації послуг ТОВ «Яппі»

Показник	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
Виручка від реалізації, грн.	880039,00	8768500,00	1363575,00
Сума єдиного податку за ставкою 10%	88005,00	87685,00	
Сума єдиного податку за ставкою 5%			68179,00

Таблиця 6. Навантаження на ТОВ «Яппі» за рахунок єдиного соціального внеску

Рік	Нарахування (валові витрати), грн.	Пенсійний фонд		утримання, грн.
		нарахування 3–й клас ризику		
		%	сума, грн.	
2010	116094,6	33,23	38578,235	2321,89
2011	210267,6	36,78	77336,423	4205,35
2012	235800,00	36,78	86727,24	4716,00

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Як видно з табл. 6, з кожним роком підприємство сплачує все більшу суму єдиного соціального внеску. Так, за період з 2010 по 2011 рік підприємство сплатило вдвічі більшу суму єдиного соціального внеску, а у 2012 році – більше на 9390,97 грн. На нашу думку, це зумовлено тим фактом, що підприємство не збільшувало штату працюючих, оскільки доход за відповідний рік не покрити витрати на оплату праці та податкові відрахування.

Окрім сплати єдиного податку, заробітної плати та інших витрат підприємства податковим тягарем у значній сумі є єдиний соціальний внесок. Даний показник є досить вагомим, незважаючи на значний дохід підприємства.

Отже, екскурс у розрахунки платежів за спрощеною системою дозволяє зробити висновок, що нині розвиток суб'єктів малого підприємництва стримує:

1) обмеження обсягів виручки суб'єктів малого підприємництва, які мають право використовувати спрощену систему оподаткування;

2) сплата авансом за період (місяць) суми єдиного податку фізичної особи – платника податку без врахування реального отримання доходу за цей період;

3) відсутність у складі єдиного податку інструментів податкового стимулювання ефективної зайнятості, що суперечить меті спрощеної системи оподаткування;

4) значне податкове навантаження з боку Пенсійного фонду України;

5) складність тлумачення податкового законодавства;

6) трудомісткість традиційної системи організації бухгалтерського обліку на малих підприємствах;

7) використання спрощеної системи оподаткування для відмивання коштів при укладанні з підприємствами договорів сумнівного характеру на продаж товарів або надання послуг;

8) залучення СМП до своєї діяльності працівників без укладання з ними трудових угод і оформлення трудових книжок, що призводить до зростання тіньової економіки та зменшення накопичень відрахувань для виплати пенсій.

У цьому зв'язку важливо підкреслити, що зростає сума боргу зі сплати страхових внесків до Пенсійного фонду. Так, на 01.01.2013 сума боргу становила 31,5 млн. грн., хоча з початку року борг на 5% зменшився [4].

Аналіз реформ у розвинутих країнах із метою врахування їхнього досвіду в Україні дозволяє сформулювати такі висновки:

– успішними є тільки ті реформи, які передбачають зміни в системі оподаткування, адекватні потребам соціально-економічного розвитку країни;

– результативність реформи залежить від того, в якій фазі економічного циклу вона проводиться. Найкращою є фаза економічного піднесення;

– неоднозначною і нешвидкою є реакція економічних суб'єктів на зниження рівня податків;

– вплив реформ на економічне зростання проявляється в довгостроковій перспективі. У короткостроковому періоді, особливо в країнах із високим рівнем державного втручання в економіку, можливі негативні ефекти скорочення податків унаслідок зменшення надходжень до бюджету й ускладнення фінансування державних видатків або зростання бюджетного дефіциту.

Вивчення зарубіжного досвіду справляння податку свідчать, що вирішити проблеми у цій сфері можливо:

– шляхом запровадження для малих підприємств поряд із стандартною пропорційно зниженою податковою ставкою;

– введення прогресивної шкали ставок оподаткування, диференційованих залежно від розміру прибутку;

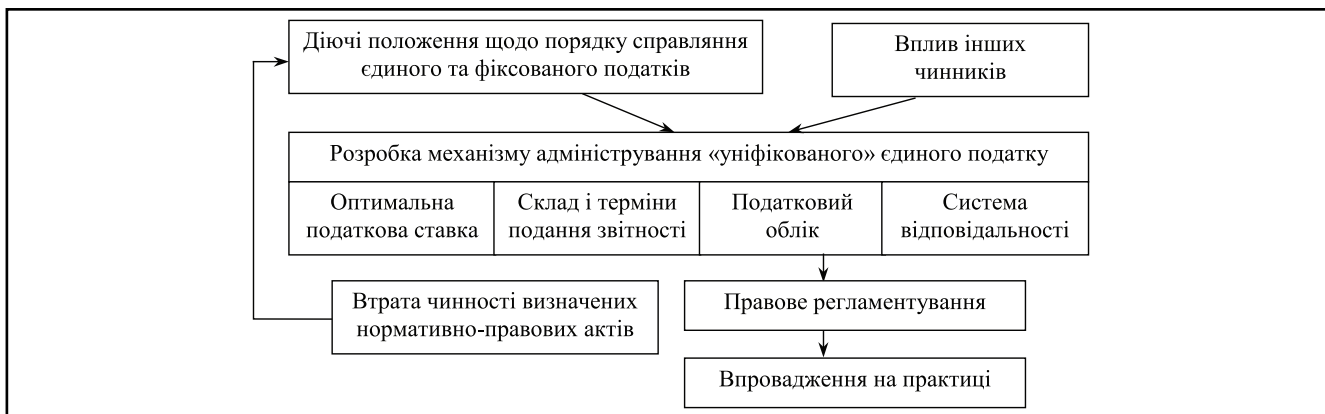
– запровадження «уніфікованого» єдиного податку за наведеною моделлю (рис. 1).

Принципово важливе значення в процесі встановлення єдиного податку відіграє оптимальна податкова ставка, ефективність якої, як показує досвід розвинених країн, підвищується при застосуванні диференційованого методу.

Диференціація ставок «уніфікованого» єдиного податку є необхідною умовою для забезпечення економічної справедливості його справляння, а також збереження звичного для підприємців принципу сплати податку фіксованою сумою і повинна проводитися з урахуванням трьох ознак:

- 1) територіальної приналежності суб'єкта господарювання;
- 2) виду економічної діяльності;
- 3) обсягу річної виручки від реалізації товарів (робіт, послуг).

Крім цього, встановлення «уніфікованого» єдиного податку, зокрема оптимальної його податкової ставки, потребує врахування інших чинників, таких як: розмір мінімального



Модель впровадження «уніфікованого» єдиного податку [7]

страхового внеску, компенсація надбавки за кожного найманого працівника, рівень інфляції в країні тощо. З метою більш повного врахування економічних процесів при податковому адмініструванні ми пропонуємо щорічно розраховувати коефіцієнт індексації сум податків. Для розрахунку коефіцієнта індексації застосовується індекс інфляції року, за результатами якого проводиться індексація [8].

Аналогічно до існуючого порядку повноваження щодо встановлення ставок «уніфікованого» єдиного податку пропонуємо залишити в компетенції органів місцевого самоврядування, оскільки надходження від його сплати в повному обсязі зараховуються до місцевих бюджетів. Це визначає вплив адміністративно-територіального поділу на їхню величину. Крім цього, органи місцевого самоврядування самостійно формують групи видів економічної діяльності, для кожної з яких встановлюється визначена фіксована ставка «уніфікованого» єдиного податку для фізичних осіб – підприємців у розрахунку на один календарний місяць.

Важливі наслідки впровадження «уніфікованого» єдиного податку в Україні:

- правове врегулювання положень спрощеного оподаткування;
- зменшення розпорошеності вітчизняної системи оподаткування за рахунок об'єднання єдиного та фіксованого податків в «уніфікованого» єдиний податок;
- вищі податкові ставки «уніфікованого» єдиного податку сприятимуть зменшенню привабливості норм спрощеного оподаткування для великих і середніх підприємств, які часто використовують єдиний податок задля мінімізації власних податкових зобов'язань;
- збільшення податкових надходжень до бюджету;
- гарантування платникам «уніфікованого» єдиного податку пенсійного забезпечення в повному обсязі;
- сприяння легальній зайнятості населення через відміну необхідності здійснення доплат до суми податку за кожного найманого працівника тощо [8].

Таким чином, «уніфікований» єдиний податок є дієвим способом удосконалення спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу, впровадження якого, на нашу думку, матиме вагомий позитивний вплив на забезпечення ефективності функціонування та розвитку вітчизняної економіки.

Певна невизначеність щодо майбутніх змін у зовнішньому середовищі не дозволяє обмежуватися одноваріантним прогнозом, але при наявності декількох варіантів менеджери стикаються з проблемою вибору найкращого, що свідчить про актуальність формальних моделей чи процедур, які могли б врахувати складності і перешкоди, що виникають у процесі фінансового прогнозування.

Об'єктивна необхідність стимулювання малого підприємництва продиктована системною перебудовою економіки України, її соціальною орієнтацією. Мале підприємництво стало масовим явищем, яке впливає на всі аспекти суспільного життя завдяки своїй спроможності чітко відчувати рин-

кову кон'юнктуру, сприймати нові технології, швидко реагувати на зміни суспільних потреб.

Висновки

Подальше вдосконалення спрощеної системи оподаткування має здійснюватися за такими принципами:

1. Захист інтересів суспільства та держави в частині забезпечення надходження до бюджетів та соціального внеску економічно обґрунтованих сум обов'язкових платежів.

2. Створення належних умов для розвитку суб'єктів малого підприємництва.

3. Стимулювання створення робочих місць та захист прав найманих працівників.

Удосконалення спрощеного оподаткування СМП має відповідати таким вимогам:

- забезпечення збалансованості інтересів суспільства та держави в частині надходжень до бюджетів та до Пенсійного фонду України економічно обґрунтованих сум обов'язкових платежів. Досягти цього, на нашу думку, можна за несуттєвого зменшення ставок єдиного податку для тих його платників, що є юридичними особами, а також включення єдиного соціального внеску до складу єдиного податку, що нині сплачується підприємцями;
- зменшення кількості форм звітності до державних органів;
- захисту суб'єктів малого підприємництва, що обрали спрощену систему оподаткування, шляхом надання податкових пільг при розширенні штату працівників. Для реалізації поставленого завдання, на нашу думку, необхідно надати права не сплачувати єдиний податок протягом одного кварталу;
- збільшення максимально допустимої кількості працівників у СМП, що сприятиме підвищенню рівня зайнятості населення;
- відміна авансової сплати єдиного податку фізичними особами-платниками за місяць. Оскільки за авансової сплати податку неможливо врахувати наперед отримання доходу, що буде фактично отриманий.

Реалізація зроблених пропозицій в певній мірі сприятиме удосконаленню спрощеної системи оподаткування.

Список використаних джерел

1. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва [Електрон. ресурс]: Указ Президента України від 03.07.98 №727/98. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Про фіксований сільськогосподарський податок [Електрон. ресурс]: Закон України від 17.12.98 №320-XIV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Сидоренко Р.В. спрощена система оподаткування в Україні: історія і перспективи, таврійський державний агротехнологічний університет. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpdau/2012_17_2/17-2-19.pdf
4. Ярмошук Т. Єдиний податок і тінізація економіки нікуди не зникли / Ярмошук Т. // Частный предприниматель. – 09.11.2011. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://chp.com.ua/ail-news/item/15172-ediniypodatok-i-tinizatsiya-ekonomiki-nikudi-neznikli>.

5. Молдован О. Щодо реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Аналітична записка / Молдован О. [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/217>

6. Тимошук С. Малий бізнес і спрощена система оподаткування для юридичних осіб // Вісник Податкової служби України. – 2006 р. №33. – С. 20–23.

7. Грін О.В. Напрями вдосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні. – УДК 336.221:334.722477 ББК У9(4Ук)261.41) Електронний режим доступу: nbuv.gov.ua>portal/Soc_gum/aprer/2009_5_1/42.pdf

8. Колісниченко П.Т. Першочергові заходи реформування податкової системи України / П.Т. Колісниченко // Науковий вісник. – 2008. – №2. – С. 42.

УДК 334.758

В.М. МАРЧЕНКО,

д.е.н., Національний технічний університет України «КПІ»

Галузеві особливості злиттів та поглинань в Україні

У статті розглянуто галузеву структуру злиттів та поглинань в Україні, чинники, які активізують процеси концентрації на відповідних ринках, досліджено динаміку їхніх обсягів.

Ключові слова: злиття та поглинання, концентрація, суб'єкти господарювання.

В статье рассмотрена отраслевая структура слияний и поглощений в Украине, факторы, активизирующие процессы концентрации на соответствующих рынках, исследована динамика их объемов.

Ключевые слова: слияния и поглощения, концентрация, субъекты хозяйствования.

The industry structure of mergers and acquisitions in Ukraine as well as the factors that stimulate the processes of concentration in the relevant markets and the dynamics of their size are investigated in the article.

Keywords: mergers and acquisitions, concentration, entities.

Постановка проблеми. Інструментами, використання яких забезпечує розвиток економічних систем мікрорівневої економіки, є процеси злиття, поглинання, поділу, виділу, перетворення, приєднання. Дані процеси змінюють стан концен-

трації виробництва та капіталу, посилюють централізацію управління на відповідних ринках. Перетворившись в основний інструмент зростання прав власності, процеси злиття та поглинання привели до формування складних організаційних структур в економіці України та сприяли становленню олігополістичних ринків в окремих галузях промислової діяльності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Процеси злиттів та поглинань не є новими для національної науки [1–4], проте відсутність офіційної статистики таких угод, непрозорість та інформаційна закритість більшості угод не дозволяє провести комплексний аналіз як умов, так і ефективності їх реалізації.

Мета статті. Дослідити галузеві особливості процесів злиттів та поглинань в Україні та тенденції їх галузевої динаміки.

Виклад основного матеріалу. За даними Антимонопольного комітету України, процеси концентрації суб'єктів господарювання в Україні не характеризуються значними масштабами та активністю. Так, пік зростання всіх видів концентрації суб'єктів мав місце в 2008 році. В 2012 році інвестиційна активність в Україні аналогічна активності докризового 2007 року, однак із незначною структурною відмінністю укладених угод (табл. 1).

Таблиця 1. Розподіл наданих Антимонопольним комітетом України у 2002–2012 роках дозволів на концентрацію суб'єктів господарювання*

Рік	Вид концентрації					Всього
	злиття	спільне створення	набуття контролю	придбання акцій (часток, паїв)	інші	
2002	54	16	9	232	87	398
2003	56	23	7	181	62	329
2004	39	22	13	310	37	421
2005	31	12	16	249	51	359
2006	20	23	41	415	8	507
2007	13	21	11	663	11	719
2008	26	34	43	711	1	815
2009	1	16	45	394	24	480
2010	21	25	71	401	41	559
2011	13	18	136	417	1	585
2012	31	32	106	576	5	750

За даними звітів Антимонопольного комітету України.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Починаючи з 2006 року в Україні спостерігається тенденція зменшення частки злиттів у загальному обсязі процесів концентрації з одночасним зростанням частки процесів, пов'язаних із набуттям контролю та придбанням акцій (часток, паїв). У післякризовий період розвитку економіки зростає активність як процесів злиттів, так і поглинань.

Активність процесу злиття та поглинання підтримується сьогодні процесами перерозподілу власності в Україні, які зумовлені економічними, політичними причинами та особистими інтересами власників. Основу процесів злиттів та поглинань склали перерозподільчі процеси в металургійному секторі, хімічній промисловості, процеси консолідації в аграрному виробництві, харчовій промисловості та фінансовому секторі.

На основі аналізу динаміки змін видів концентрації слід зауважити, що кількість угод концентрації суб'єктів господарювання в Україні в більшій мірі носить випадковий характер. Закономірність проявляється у зниженні активності процесів концентрації під впливом світової фінансової кризи та поступовим зростанням активності в післякризовий період розвитку економіки, що відповідає світовим тенденціям поведінки ділової активності суб'єктів господарювання.

Щодо галузевої структури угод злиття та поглинання, то слід зауважити, що вона різниться за статистичними даними, оскільки відсутність єдиного джерела інформації змушує при дослідженнях користуватися різними інформаційними даними інвестиційних компаній, які надають статистику укладених ними угод, що і є основною причиною розбіжностей та викривлень при аналітичному дослідженні процесів злиття та поглинання в Україні.

Агрегування статистичних даних, представлених інвестиційними компаніями в засобах масових комунікацій, дозволяє заявляти про загальні тенденції галузевої динаміки даних процесів. Так, за період 2000–2012 років зменшилася кількість угод у базових галузях економіки (табл. 2). Ринок даних видів промислової діяльності є сформованим, а власність закріпленою за визначеним колом акціонерів.

Галузева структура ринку злиттів та поглинань засвідчує різну активність у більшості основних видів економічної діяльності. Якщо в період 2000–2004 року найбільша кіль-

кість злиттів та поглинань була проведена в харчовій промисловості (29%), галузі машинобудування (15%), металургії (14,6%), то починаючи з 2005 року зростає активність у фінансовій сфері діяльності (в 2006 році 15,5%, в 2007 році 25,3%, в 2008 році 22,2%). Харчова промисловість демонструє сталі тенденції своєї участі в ринку злиття та поглинання (в 2006 році 15,5%, в 2012 році 35% (харчова промисловість та аграрне виробництво).

Угоди злиття та поглинання перетворилися на своєрідний індикатор стану економічного розвитку. Пожвавлення економічного розвитку супроводжується як зростанням обсягів угод злиття та поглинання, так і перерозподілом власності у промисловому секторі економіки. І навпаки.

Суттєві зміни в тенденціях процесів злиття та поглинання відбулися і у фінансовому секторі економіки України. Характерною особливістю галузевої структури угод злиття та поглинання післякризового періоду є зменшення кількості укладених угод у банківській сфері, яка завжди відзначалася особливою активністю. Якщо період 1998–2005 років характеризувався як період активної купівлі українських банків іноземними банківськими холдингами, то з 2009 року починається процес продажу їх українських активів. Проблеми на фінансовому ринку Європи змушують іноземні банки продавати свої українські активи.

Наслідки фінансової кризи 2008 року суттєво вплинули на зміну стратегії банківського кредитування, а відповідно і на зміну мотивів реструктуризації банківських активів. Так, уроком фінансової кризи для населення України стало зменшення обсягів позичання, особливо в частині споживчого кредитування. Відмова населення від споживчих кредитів стала причиною зростання операцій з продажу роздрібного бізнесу (табл. 3). У найгіршому випадку іноземні банки повністю продають частку свого бізнесу в Україні. Другою причиною продажу активів іноземних банків стало зростання збитків їх діяльності, викликаних зростанням заборгованості українських позичальників та недосконалістю законодавчих норм з урегулювання відносин між кредитором та позичальником у випадку несвоєчасного погашення кредиту.

Таблиця 2. Кількість злиттів і поглинань в Україні за видами економічної діяльності*

Вид економічної діяльності	Роки									
	2000–2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Харчова та перероблення сільськогосподарських продуктів (агросектор)	129	8	17	10	13		1(2)	3(5)	2(4)	
Машинобудування	68	8		7	1			1		
Нафтогазова, енергетика	54			7	1		1		3	
Фінансова діяльність	47	5	17	22	8			2	2	
Хімічна промисловість	34			3	–		2	2		
Металургія	65	6	6	6	2		4		1	
Рітейл							1			
Медіа							1			
Транспорт									1	
Телеком								1		

* За даними ПАТ «Кінто» та ЛІГАБізнесформ.

Таблиця 3. Операції купівлі–продажу банківських активів у 2011–2012 роках

Продавець	Активи	Рік продажу
Swedbank	Продаж рітейлу	2011
АТ «Банк Ренесанс Капітал»	«Ренесанс Кредит»	2011
ПАТ «Кредит Європа Банк»	Закриття чотирьох відділень роздрібногo кредитування населення	2012
ПАТ «ІНГ Банк Україна»	Продаж філіальної мережі з 27 підрозділів	2009
SEB Group Швеція	Продаж СЕБ Банку (Україна)	2011
Volksbank	Продаж банку	2012
Банк «Київська Русь»	Продаж 50% акцій	2012
Commerzbank (Німеч.)	Продаж банку «Форум»	2012
Олександр і Сергій Буряки	40% акцій Брокбізнесбанку	2013

За матеріалами інформаційного порталу banki.ua <http://www.banki.ua/>, <http://gazeta.comments.ua/?art=1353589260>

Третьою причиною зростання активності операцій продажу банківського рітейлу стала законодавча заборона на надання споживчих кредитів в іноземній валюті, закріплена Законом «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання відносин між кредиторами та споживачами фінансових послуг» від 22.09.2011 №3795–VI та внесеними змінами до Закону України «Про захист прав споживачів».

Зменшення угод у промисловому секторі економіки відбувається на фоні зростання кількості угод у сфері послуг та енергетиці.

У базових галузях економіки власність на промислові активи закріплена за потужними промисловими корпораціями холдингового типу, які об'єднують підконтрольні об'єкти стратегічно важливих для економічної незалежності України об'єктів. Початком «масовості» процесів злиття та поглинання в базових галузях економіки України є період завершення формування національного капіталу.

Періодом завершення розподілу власності в промисловому секторі вважається період завершення приватизації, датований 2002 роком, оскільки Державної програми приватизації на 2003–2008 роки не було прийнято. З 2002 року в Україні набуває оборотів процес перерозподілу власності та використання схем банкрутства та подальшої приватизації підприємств, які були включені до переліку підприємств, на які поширювалася заборона на приватизацію. З 2005 року цей процес набуває політичного забарвлення і після зміни влади набуває нової активності. Прикладами такого стану є 2005, 2006, 2008, 2010 роки.

На сьогодні очевидним стало закріплення галузевих ринків за визначеними бізнес–структурами, об'єднаними навколо одного чи то декількох власників. Відповідно більшість угод злиття та поглинання, що відбуваються в даних галузях, є персоналізованими та такими, які не завжди описуються економічними закономірностями та сприятливим економічним середовищем.

Уроки фінансової кризи 2008 року змусили корпорації повернутися до практики диверсифікації діяльності шляхом придбання непрофільних активів. Така стратегія є поясненням очікувань непередбачених впливів зовнішнього середовища. В післякризовий період об'єктами диверсифікації стають підприємства аграрного сектору, роздрібної торгівлі та підприємства харчової промисловості.

Зростаюча потреба у продовольстві та усвідомлення необхідності диверсифікації діяльності в умовах необхідності оптимізації виробничих портфелів спонукала до зростання активності процесів поглинання на ринку аграрного виробництва. Так, за 2010–2012 роки частка угод за участю аграрних компаній України зросла до 20–35% загальної кількості угод на ринку злиттів та поглинань.

З іншого боку, зростання чисельності населення світу супроводжується зростанням потенційного попиту на продовольство на світовому ринку, що формує експортноорієнтовану направленість розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні. На сьогодні Україна експортує 71,5% від обсягу виробництва продукції тваринного, рослинного походження та олії та 13,5% обсягу виробництва харчової продукції.

Пильний інтерес до сільськогосподарських активів виявляють на сьогодні не лише агропромислові холдинги, які реалізують стратегію горизонтальної чи то вертикальної диверсифікації, а й великі корпоративні формування в інших сферах діяльності.

Причинами зростаючого інтересу до аграрного виробництва є як наявність значного експортного потенціалу, так і висока рентабельність виробництва окремих видів продукції (рис. 1), які і визначають пріоритети сільськогосподарського виробництва.

Незважаючи на наявність низки проблем в аграрному секторі виробництва, даний сектор залишається низькоконсолідованим ринком та ринком зі значними перспективами зростання сукупного попиту. Так, у групі видів продуктів харчування, які забезпечують фізіологічну потребу людини в необхідних вітамінах та мінералах, реальне споживання окремих видів продуктів не відповідає раціональним нормам споживання, що може частково розглядатися як потенціал зростання ринку відповідних виробництв (табл. 4).

Щодо статистики вартості угод злиттів та поглинань, то слід відмітити, що їхні обсяги є незначними. Найбільші угоди укладаються в металургійній, хімічній промисловості та енергетиці, де вартість активів підприємств є значно вищою, аніж у харчовій промисловості та агросекторі.

Дослідження залежностей злиттів та поглинань від макроекономічних факторів розвитку економіки України показало наявність слабкого взаємозв'язку між вартістю угод злиттів та поглинань в Україні та динамікою її ВВП, кредитної ставки, прибутковості видів економічної діяльності тощо.

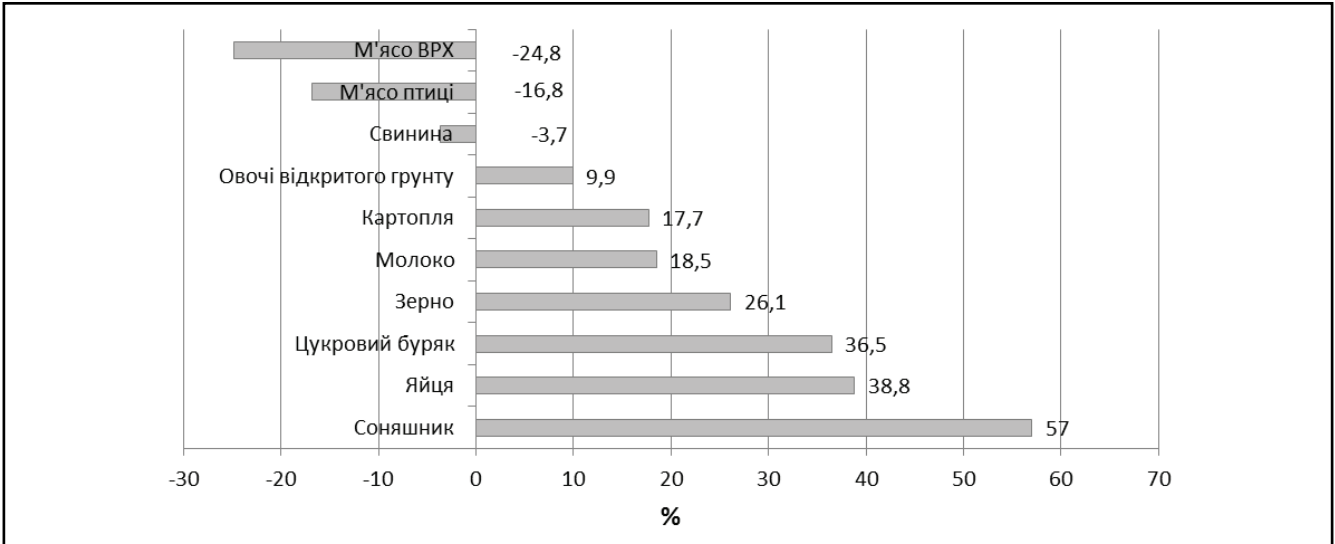


Рисунок 1. Рентабельність сільськогосподарського виробництва

За даними Держкомстату.

Таблиця 4. Раціональне та реальне споживання продуктів харчування в Україні

Вид	Раціональні норми, кг/рік на особу	Реальне споживання, кг/рік на особу				Відношення фактичного споживання в 2012 році до раціональних норм, %
		1990	2000	2010	2012	
М'ясо, м'ясопродукти	83	68,2	32,8	52,0	54,4	65,54
Молоко, молокопродукти	380	373,2	199,1	206,4	214,9	56,55
Риба, рибпродукти	20	17,5	8,4	14,5	13,6	68,00
Овочі, баштанні	161	102,5	101,7	143,5	163,4	101,49
Плоди, ягоди	90	47,4	29,3	48,0	53,3	59,22
Яйця, шт.	290	272	163	290	307	105,86
Хліб, хлібопродукти	101	141,0	123,4	111,3	109,4	108,32
Олія	11,6	9,4	9	14,8	13,0	112,07



Рисунок 2. Обсяги злиття та поглинання у світі та Україні, \$ млрд.

Складено за даними M&A Intelligence.

Найвищий взаємозв'язок національний ринок демонструє зі світовим ринком злиттів та поглинань (рис. 2).

Зважаючи на незначну кількість угод злиттів та поглинань в Україні, слід відмітити значну залежність даного ринку від вартості однієї угоди. Кілька великих угод визначають тенденції ринку злиттів та поглинань. За виключенням випадкових коливань ринку, частка однієї угоди в загальному обсязі

ринку злиттів та поглинань в Україні становить 20–30% (табл. 5).

Слід відзначити, що в останній період основними учасниками ринку злиттів та поглинань виступають національні (70% угод) та транснаціональні корпорації (30% угод). Серед національних компаній 50% учасників – це великі компанії загальнодержавного значення. Так, у 2010 році дві угоди на

Таблиця 5. Найбільші угоди злиття та поглинання в Україні, \$ млрд.

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Обсяг ринку	7,70	4,90	21,49	3,69	2,80	4,52	5,43	5,00
Сума однієї угоди	4,9 (продаж ВАТ «Кри- воріжсталь»)	0,8 (продаж АКБ «Аваль»)	2,2 (продаж ВАТ «Укр- соцбанк»)	1,08 (продаж ВАТ «АКБ «Промінвестбанк»)	0,9 (купила «Метінве- стом» американсь- кої вугільної компа- нії United Coal Com- pany)	1,0 (продаж контрольно- го пакету «Індустрі- ального Союзу Дон- басу»)	1,35 (продаж «Укртелеко- му»)	0,265 (купила термінал в Таманському порту компаніями «Кер- нел» та Glencore)
Частка однієї угоди в загальному обсязі, %	63,64	16,33	10,24	29,27	32,14	22,1	24,8	5,3

суму \$80 млн. були укладені за участю інвестиційної компанії Horizon Capital, у 2011 році в трьох угодах загальною вартістю \$1150 млн. покупцем виступила Group DF Ostchem Holding, в чотирьох угодах на суму \$294 млн. – Kernel, в трьох угодах на суму \$280 млн. – Ukrlandfarming. У 2012 році основним покупцем українських активів була агропромислова вертикально інтегрована Kernel, за участю якої було укладено три угоди загальною вартістю \$375 млн., та ДТЕК (дві угоди сумарною вартістю \$233 млн.).

Висновки

Процеси злиттів та поглинань в Україні попри свою незначну кількість та загальну вартість є основними інструментами перерозподілу власності у всіх видах діяльності. Активність процесів злиття та поглинання на ринках відповідних виробництв визначається як станом самих ринків, так і результатом консолідації активів. Так, концентрованими на сьогодні є ринки базових галузей виробництва, на яких власність на активи закріплена за незначною кількістю великих корпорацій загальнодержавного значення. Процеси

злиттів та поглинань на даних ринках є реалізацією амбіційних намірів їхніх власників.

Більшість інших ринків є низькоконсолідованими, а отже злиття та поглинання на них є реалізацією економічних закономірностей та інтересів бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гончарова О.М. Ринок злиттів та поглинань в сучасних умовах / Гончарова О.М. // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2012. – Випуск 27, Т. 1. – С. 279–286.
2. Назаренко Т.В. Практика злиття та поглинання: галузевий аспект / Назаренко Т.В. // Економічний простір. – 2011. – №52/2. – С. 89–94.
3. Сулевський В.В. Злиття та поглинання як фактор підвищення вартості підприємств. Електрон. ресурс. / Сулевський В.В. – Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekhp/2011_4/st12.pdf
4. Ясінська Т.В. Мотиви та економічні наслідки угод злиття та поглинання підприємств / Ясінська Т.В., Процик І.С. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 298–301.

УДК 331.101.26

КАРИМ ДХЕЯБ АХМЕД,
аспірант, Європейський університет

Набор, отбор и адаптация персонала туристических предприятий Ирака

У статті запропонована система набору, відбору та адаптації персоналу туристичних підприємств Іраку.

Ключові слова: набор, відбір, адаптація, персонал, туризм.

В статье предложена система набора, отбора и адаптации персонала туристических предприятий Ирака.

Ключевые слова: набор, отбор, адаптация, персонал, туризм.

The article proposed to system of recruitment, selection and adaptation of the personnel of tourism enterprises Iraq.

Keywords: recruitment, selection, adaptation, staff, tourism.

Постановка проблеми. Руководители индустрии туризма должны постоянно отслеживать изменения, происходящие во внешней среде, и учитывать их в реальной деятельности организации. Для этого менеджеры должны быть вооружены различными методиками по диагностике и эффективному использованию различных ресурсов и, в первую очередь, персонала предприятий туризма. В настоящее время управление персоналом приобретает особое значение, во-пер-

вых, в связи с особой детерминирующей ролью человеческого фактора в достижении общей эффективности деятельности организации; во-вторых, в связи с неопределенностью и поэтому сложностью измерения этого влияния. Современная ситуация на рынке труда позволяет с уверенностью говорить о том, что спрос на высокопрофессиональные кадры явно превышает предложение. Следовательно, чем дальше, тем труднее будет найти высококлассного специалиста. А значит, все более значимым будет отношение и организация подбора персонала в компании, на предприятии. Выиграют те компании, которые будут тщательно и профессионально подходить к подбору персонала, кто не будет жалеть средств на организацию и четкое соблюдение процедуры и технологии подбора. Проблемы эффективности формирования кадрового состава изучались многими учеными, однако часто это делалось без серьезного анализа возможностей конкурентных преимуществ персонала.

Анализ исследований и публикаций по проблеме.

Проблемы управления персоналом предприятий туристического бизнеса отражены в работах ученых Д.П. Богини, Л.И. Долгова Г.Т. Куликова, Л.С. Лисогор, В.О. Мандыбуры, О.Д. Матиешина, М.В. Семикиной, В.М. Шамота и др. [1–4, 6].

Обоснованность предложенной системы набора, отбора и адаптации сотрудников позволит сформировать систему управления персоналом туристических предприятий Ирака, что особенно актуально в современных условиях, где от уровня развития системы управления персоналом предприятия зависит не только качество предоставляемых туристических услуг, но и прибыльность работы самого предприятия.

Цель статьи. Обосновать концептуальный подход к организации эффективной системы набора, отбора и адаптации персонала туристического предприятия.

Изложение основного материала. Привлечение и отбор кадров является одной из центральных функций управления, поскольку именно люди обеспечивают эффективное использование любых видов ресурсов, имеющихся в распоряжении организации, и именно от сотрудников, в конечном счете, зависит ее экономические показатели и конкурентоспособность. Для каждой работы, особенно квалифицированной, нужны специальные психологические и физиологические данные, и потому только тогда можно требовать от работника максимума того, что он может дать, когда он находится на своем месте.

Персонал является движущей силой любой организации. Каждый руководитель обращает особое внимание на финансовые, производственные вопросы, проблемы материально-технического обеспечения или сбыта готовой продукции, не уделяя достаточного внимания людям, которые обеспечивают работу организации по всем этим направлениям [2].

Ошибки при подборе персонала слишком дорого обходятся организации, особенно когда речь идет о кандидатах на руководящие должности. Потери организации от принятия оши-

бочных решений, аварий, травматизма и брака – это только часть тех расходов, которые приходится нести в результате неудовлетворительной работы по отбору новых работников.

Процесс набора персонала предполагает: определение потребностей в работниках и критериев оценки вариантов решения проблемы; выработку философии и стратегии привлечения персонала, согласованных с общеорганизационной стратегией; определение перечней требований к будущим сотрудникам, совокупности процедур, форм документов, методов работы с претендентами, уровня их будущей оплаты труда, способов мотивации и перспектив служебного роста; составление письменных правил набора персонала; выбор конкретного варианта привлечения (время, каналы, ранки труда); осуществление практических действий по набору и отбору персонала (процесс привлечения и создания резерва кандидатов на все свободные должности) заключению трудовых договоров.

На туристических предприятиях Ирака используется следующие модели набора персонала: опора на собственные кадры, внутреннее продвижение заинтересованных сотрудников ориентированных на ценности организации и преданных ей; набор кадров всех уровней вне организации. Это обеспечивает высокий интеллектуальный потенциал, но приверженность профессии, а не организации; сочетание ядра постоянных и временно привлекаемых работников характерно для организаций с сезонной и неравномерной нагрузкой либо действующих на проектных принципах (предприятия туризма). К активным методам привлечения персонала обычно прибегают в том случае, когда на рынке труда спрос на рабочую силу, особенно квалифицированную, превышает ее предложение и надо, что называется, «перехватить» работника. Как правило, стремятся привлечь в организацию максимум соискателей, но одновременно ужесточают требования к отбору кандидатов. На отбор влияют потребность организации в кадрах и ситуация на рынке. Отбор персонала должен быть обеспечен: методически (предварительно сформулированы принципы, критерии, методы); организационно (комплексом соответствующих мероприятий); кадрово (необходимыми специалистами); материально (например, соответствующими компьютерными программами). При этом на туристических предприятиях Ирака придерживаются следующих принципов набора персонала: ориентация на сильные стороны людей; поиск не идеальных кандидатов, которых в природе не существует, а наиболее перспективных и подходящих для данной должности; отказ в приеме новых работников независимо от квалификации и личных качеств, если потребность в них отсутствует; обеспечение соответствия индивидуальных качеств претендентов (образования, стажа, опыта, в ряде случаев – пола, возраста, здоровья, психологического состояния); привлечение наиболее квалифицированных кадров; превышение ожидаемого эффекта над затратами.

Процесс отбора включает: первичные выявления на основе документов (резюме, анкет, заявлений) лиц способных

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

выполнить функции, необходимые на данный момент организации и формировании резерва из кандидатов, с которыми проводится ознакомительное собеседование; ознакомительное собеседование. Обычно позволяет отсеять до 90% претендентов, а для оставшихся – выбрать наиболее подходящие способы дальнейшей проверки и изучения психологических и профессиональных качеств; целевые собеседования дают возможность оценить интеллект, профессионализм, эрудицию, сообразительность, прилежание, реакцию, открытость новому, наблюдательность, любознательность, инициативность, энтузиазм, благоразумие, честность, причины оставления прежнего места работы, сноровистость и т.п.; анализ анкет, резюме, характеристик, автобиографий считается полезным источником информации о кандидате, но поскольку он ориентирован исключительно на прошлое, довольно приблизителен; тестирования, в том числе на основе практические.

Количественно процесс отбора характеризуется его коэффициентом:

$$K_{отбора} = \frac{\text{Количество_отобранных_лиц}}{\text{Количество_претендентов}}$$

Сведенная схема расчета показателей эффективности предложенной системы отбора персонала приведена в таблице.

Специфика процесса адаптации для туристических предприятий Ирака заключается в следующем: ознакомительный этап длится примерно месяц. В его рамках происходит знакомство нового сотрудника с организацией, обязанностями, правами, требованиями, возможностями; на этапе вхождения (продолжительностью до года) достигается овладение системой знаний и навыков, необходимых для выполнения профессиональных требований, освоение в новом коллективе; на интеграционном этапе, в течение которого постепенно происходит приобретение, углубление и совершенствование необходимых навыков и знаний, формирование их единого комплекса сотрудник приобретает квалификацию соответствующего уровня, превращается в специалиста.

По направленности адаптации на туристических предприятиях Ирака используют следующие виды: организационная, профессиональная, социально-психологическая, психофизиологическая. Организационная адаптация состоит в приспособлении к новому месту работы, действующим правилам и порядкам, организации труда, способам действий (для начала в стандартных ситуациях). Профессиональная адаптация заключается в активном освоении профессии, тонкостей, специфики, необходимых знаний, навыков, приемов, техники и технологии деятельности. Счи-

Комплексная методика расчета показателей эффективности отбора персонала предприятий туристического бизнеса

Параметры	Показатели	Характеристика	Метод расчета			
Качественные характеристики	Объективные характеристики	Квалификация	Квалификация по данной должности	Балльная оценка (от 0 до 10)		
			Квалификация в сопредельных сферах деятельности			
		Опыт работы	Опыт работы на данной должности		Опыт работы в сопредельных сферах деятельности	
			Общий стаж работы			Срок (месяце)
		Образование	Образование в данной сфере деятельности		Образование в других сферах деятельности	Балльная оценка (от 0 до 10)
			Оценка общих знаний образования			
	Здоровье		Физическое здоровье	Балльная оценка по результатам тестирования		
	Психологическое здоровье					
	Конкурентоспособность	Оценка конкурентоспособности	Количественная оценка по формуле			
	Вклад работника в результаты деятельности	Оценка участие на паях в финансовых результатах деятельности	Количественная оценка по формуле			
		Экспертная оценка вклада, который не подлежит стоимостному измерению	Балльная оценка от 0 до 10			
	Характер	Оценка комплекса психологических качеств, необходимых для данной должности	Сумма балльных оценок (от 0 до 10)			
	Субъективные характеристики	Способность к обучению, расширению знаний, повышению квалификации	Желание расширять знания, учиться и повышать квалификацию	Балльная оценка (от 0 до 10) или сравнительная оценка для нескольких работников («больше / меньше»)		
Эффективность обучения, повышение квалификации						
Ценовые характеристики	Затраты на персонал	Оценка отношения к работе	Количество смены мест работы, разделенное на стаж работы			
		Частота изменения мест работы				
		Зарботная плата	Размер начальной ЗП на данной должности, приведенный до одного месяца, грн.			
		Затраты, связанные с приемом работника на работу	Объем одноразовых затрат			
		Затраты, связанные с обучением, адаптацией, переквалификацией, повышением квалификации	Объем затрат			

тается, что полный срок профессиональной адаптации составляет 5–8 лет. Психофизиологическая адаптация к условиям труда, режиму работы и отдых; и проч. особых сложностей не представляет. Она протекает быстро и в большей мере зависит от здоровья человека, его естественных реакций, а также от характеристики самих этих условий. Тем не менее большинство несчастных случаев происходит впервые дни работы именно из-за ее отсутствия. Социально-психологическая – адаптация к коллективу и его нормам, особенностям взаимоотношений, своей новой роли и статусу; к руководству и коллегам. Социально-экономическая – адаптация к уровню и способам получения доходов.

Успех адаптации обусловлен: высоким исходным уровнем опыта, знаний и навыков; интересом к организации и новой работе, наличием перспективы; обладанием необходимыми волевыми и психологическими качествами (упорством, хладнокровием, терпением и т. п.); своевременной помощью окружающих, прежде всего руководителя; умением предвидеть трудности и своевременно реагировать на неожиданные ситуации и проч. Признаками успешной адаптации являются: овладение необходимыми профессиональными знаниями и навыками; появление интереса к организации и работе, которая начинает играть все более значительную роль в жизни, и ощущения связи с профессией, удовлетворенность; неукоснительное выполнение требований трудовой дисциплины; стремление к совершенствованию; хорошие взаимоотношения в коллективе, ощущение психологического комфорта.

Выводы

Обоснован концептуальный подход к организации эффективной системы набора, отбора и адаптации персонала туристического предприятия, как комплексной системы, составными компонентами которой есть исследования влияния внешних и внутренних факторов управления персоналом предприятия, анализ рынка работы и рынка туристических услуг, исследование личностных характеристик руководителей и работников предприятия, определение мотивационных установок согласно цели и задачам предприятий, разработка кадровой стратегии и структурно-функциональной схемы организации эффективного управления персоналом. Предложена система показателей организации эффективной набора, отбора и адаптации персонала предприятий туристического бизнеса на основе установленных причинно-следственных связей ключевых факторов успеха управления пер-

соналом с другими бизнес-процессами, которая выступает методическим инструментом усовершенствования организации эффективного управления персоналом предприятий туристического бизнеса на началах реинжиниринга. Отбор персонала не менее важная функция в процессе управления персоналом, так как в результате его реализации организация осуществляет первичную оценку нанимаемого работника. Основными критериями отбор персонала являются образование, опыт работы, стаж работы, личностные характеристики, медицинские характеристики. Адаптация неотъемлемая часть в процессе управления персоналом. Правильно организованный процесс адаптации способствует эффективной работе сотрудников и повышает стимул к карьерному росту. Использование предложенного методического подхода направлено на реализацию принципов комплексности при принятии управленческих решений, которое содействует их научному обоснованию.

Список использованных источников

1. Мотивація праці в ринковій економіці: проблеми теорії і практики / Богиня Д.П., Долгова Л.І., Куліков Г.Т., Лисогор Л.С., Мандибуря В.О., Матієшина О.Д., Семікіна М.В., Шамота В.М. – К.: Ін-т економіки НАН України, 1997. – 182 с.
2. В пошуках ефективного керування / [Руссу В.М., Пеструхов М.О., Жила К.Д. та ін.]; під заг. ред. проф. Г.В. Ангелова. – Одеса: Аспект, 2002. – 292 с.
3. Слинков В.Н. Управление персоналом (практические рекомендации) / Слинков В.Н. – [2-е изд.] – К.: Алерта; КНТ, 2006. – 240 с.
4. Хейз Ники. Успех – один на всех: основные аспекты эффективного руководства командой / Хейз Ники; пер. с англ. – Днепропетровск: Баменс Бизнес Букс, 2005. – 240 с.
5. Хміль Ф.І. Управління персоналом / Хміль В.Ф. – К.: Академвидав, 2006. – 488 с.
6. Коваленко С. Критерії ефективності управлінської праці в умовах інституціональних трансформуваль / С. Коваленко // Економіка України. – 2011. – №7. – С. 52–58.
7. Лабуазьер М. Будущее глобального рынка труда / М. Лабуазьер, Д. Розенфельд, Д. Фаррелл // Кадровик. – 2006. – №5. – С. 65–72.
8. Лазарев С. Управление персоналом при сопротивлении изменениям в процессе реструктуризации компании / С. Лазарев // Управление человеческим потенциалом. – 2007. – №3 // <http://grebennikon.ru/cat-263-1-3.html>.
9. Лобанова О. Команда как форма жизни / О. Лобанова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – №6. – С. 74–78.

Стратегія забезпечення економічної стійкості підприємства

У статті описані стратегія забезпечення економічної стійкості підприємств на основі процесу формування моніторингу і діагностики підприємств промисловості, удосконалено напрями забезпечення економічної стійкості підприємства: організаційно-економічний механізм функціонування підприємства, формування матеріально-технічної бази, застосування економічного потенціалу підприємства, оптимізація поведінки підприємства на ринку, розробка і освоєння ефективних технологій і розвиток соціальної сфери.

Ключові слова: стратегія, економічна стійкість, моніторинг, діагностика, зовнішнє середовище, збалансована система.

В статье описана стратегия обеспечения экономической устойчивости предприятий на основе процесса формирования мониторинга и диагностики предприятий промышленности, усовершенствованы направления обеспечения экономической устойчивости предприятия: организационно-экономический механизм функционирования предприятия, формирования материально-технической базы, использование экономического потенциала предприятия, оптимизация поведения предприятия на рынке, разработка и освоение эффективных технологий и развитие социальной сферы.

Ключевые слова: стратегия, экономическая устойчивость, мониторинг, диагностика, внешняя среда, сбалансированная система.

This paper describes a strategy to ensure economic viability based on the formation process of monitoring and diagnostics of industrial enterprises, improved directions to ensure the economic sustainability of the enterprise: organizational and economic mechanism of the enterprise, the formation of logistics, the use of the economic potential of the company, optimizing behavior on market development and the development of effective technologies and social sphere.

Keywords: strategy, economic sustainability, monitoring, diagnostics, environment, balanced system.

Постановка проблеми. Стратегія забезпечення економічної стійкості підприємства в ринкових умовах передбачає наявність єдиної концепції їхнього розвитку. Оскільки підприємства харчової промисловості здійснюють свою діяльність в умовах нестабільного середовища, що динамічно змінюється, властивого ринковій економіці, виникає потреба у розробці стратегії забезпечення економічної стійкості з можливістю її подальшого коригування у випадку змін, що відбуваються в ринковому середовищі.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання вдосконалення концепції моніторингу і діагностики діяльності підприємств в сучасних умовах знаходять своє відображення в наукових працях вчених, таких як А. Браверман, П. Журавльов, А. Лобанов, М.С. Пушкар, С.М. Петренко, І.С. Давидович, Н. Петрусевич, Ю.П. Яковлев та інші. Разом із тим питання функціонування діагностування в системі стратегічного менеджменту залишаються недостатньо вивченими та розробленими.

Метою статті є обґрунтування стратегії економічної стійкості підприємства у вигляді концепції моніторингу і діагностики діяльності з метою забезпечення якості управління на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Поняття «моніторинг» з погляду різних економістів та науковців (від лат. monitor – застережний) – метод дослідження об'єкта, що припускає його відстежування і контроль його діяльності (функціонування) з метою прогнозування [1].

Отже, моніторинг – це спеціально організоване систематичне та безперервне спостереження за станом об'єкта та оперативна його оцінка. До основних структуроформуючих елементів моніторингу системи діагностики варто віднести механізми, які сприяють інформаційному забезпеченню організаційних структур стосовно нормального стану підприємства, його конкурентоспроможного потенціалу та інших характеристик, а також відносно потенційно небезпечного та негативного [2].

При проведенні моніторингу і діагностики діяльності підприємства необхідно врахувати галузеві особливості підприємства, його стратегію.

Водночас вибір навіть найефективнішої стратегії ще не гарантує підприємству успішного розвитку, оскільки механізми її реалізації на практиці зазвичай досить складні і суперечливі і вимагають залучення значного обсягу ресурсів.

У найзагальніших рисах процес формування стратегії підприємства може бути представлено у вигляді схеми (рис. 1) [3].

Слід зазначити, що процес формування стратегії підвищення стійкості відрізнятиметься від загального його вигляду. Розробка стратегії моніторингу і діагностики діяльності підприємства має бути безпосередньо орієнтована на роботу в умовах складного, динамічного і нечіткого середовища, в якому стратегія має бути компромісом між багатьма протилежними цілями: необхідністю забезпечити ефективність функціонування сьогодні з одночасним формуванням потенціалу для розвитку в майбутньому, розширення обсягів виробництва з одночасним підвищенням якості про-

дукції, одночасне забезпечення конкурентних переваг і на вітчизняному, і на міжнародному ринках тощо.

До основних напрямів забезпечення економічної стійкості підприємства варто віднести: удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування підприємства, формування матеріально-технічної бази, застосування економічного потенціалу підприємства, оптимізація поведіння підприємства на ринку, розробка і освоєння ефективних технологій і розвиток соціальної сфери.

Відповідно до функціонального призначення стратегія моніторингу і діагностики діяльності підприємств харчової промисловості має складатися з декількох змістовних блоків. У першому блоці, цільовому, виділяють дві-три головні проблеми, що зумовлюють характер і напрями забезпечення економічної стійкості підприємства. Потім формують «дерево цілей» забезпечення економічної стійкості підприємства, спрямоване на вирішення перспективних проблем, ставляться конкретні завдання, орієнтовані на досягнення цих цілей. Завдання формулюють окремо за кожною з функціональних сфер діяльності підприємства – господарською, фінансовою, маркетинговою, кадровою тощо.

Логічним завершенням цільового блоку є формування збалансованої системи цілей ближньої і віддаленої перспективи. В цьому закладено основу врахування специфіки підприємства, оцінки необхідних для досягнення мети ресурсів. У другому блоці формування стратегії забезпечення економічної стійкості необхідно врахувати зовнішні фактори, які найбільшою мірою чинять вплив на вибір варіантів функціонування підприємства в довгостроковій перспективі. У цьому ж блоці слід докладно розглядати галузеву структуру підприємства, його економічний потенціал, динамічні якості, конкурентні переваги і недоліки. При оцінці потрібно врахувати й ефективне його функціонування в сьогоденні, і поступальний розвиток у майбутньому. Для аналізу зовнішнього середовища підприємства можна використовувати інструменти стратегічного аналізу (SWOT-аналіз, аналіз галузевого портфеля і профілю конкурентних переваг підприємства). Для оцінки зовнішніх загроз і можливості реа-

гування на них із боку менеджменту підприємства пропонуємо використовувати експертні оцінки різних факторів з установленням за кожним із них можливості впливу і ухилення з боку підприємства.

Розробка стратегії забезпечення економічної стійкості підприємства принципово залежить від характеру середовища, в якому воно функціонує. Процес формування стратегії забезпечення економічної стійкості підприємства є багатоваріантним за рахунок неоднорідного за характером і нерівномірного за силою впливу факторів, що зумовлюють діяльність підприємства в цій галузі. При цьому навіть для підприємств одного роду діяльності вплив, який може справити кожен з факторів на процес стратегічного управління, неоднаковий. Тому необхідно ретельне дослідження з подальшою систематизацією всіх факторів (зовнішніх і внутрішніх), які можуть вплинути на рівень економічної стійкості підприємства.

Аналіз факторів, що чинять вплив на економічну стійкість підприємства, показує, що вони мають різні сфери формування, по-різному чинять вплив на стійкість підприємства, дію одних факторів можна спрогнозувати і передбачити, а інших – не можна [2, 4]. Незважаючи на це, всі фактори є взаємопов'язаними та з'являються через протиріччя у розвитку суспільства та економіки. Фактори, що загрожують стійкості підприємства харчової промисловості, є наслідком існуючих протиріч, що беруть початок як усередині підприємства, так і зовні. На сьогодні підприємства недостатньо інтегровані в ринкове середовище і сприятливі до факторів конкурентної боротьби – дія цих фактів ще досить складно передбачувана. З огляду на це загрози підприємству мають бути оцінені за критерієм втрати керованості і зміни рівня економічної стійкості, які виникають унаслідок впливу цих факторів.

Діяльність будь-якого підприємства, як свідчить практика, являє собою комплекс взаємозалежних фінансово-економічних процесів, що залежать від численних і різноманітних факторів, в основу класифікації яких покладені різні ознаки. Відштовхуючись від обставини, що підприємство по-різному може впливати на внутрішнє та зовнішнє середовище свого функціонування, найбільш важливим є роз-

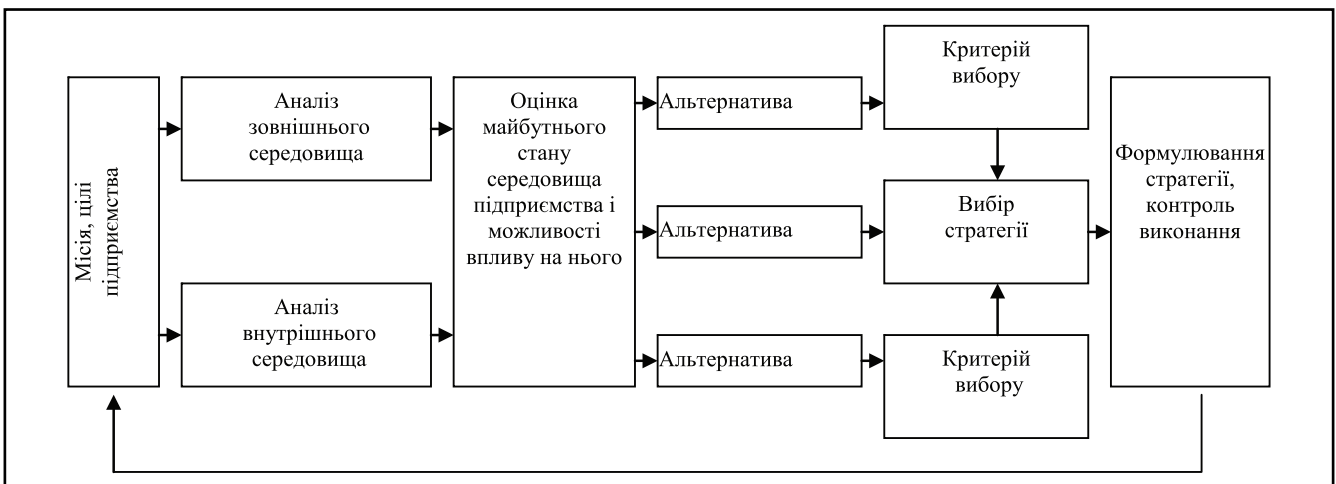


Рисунок 1. Процес формування стратегії підприємства

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

поділ факторів за ознакою належності до досліджуваного об'єкта на екзогенні та ендогенні (зовнішні та внутрішні) фактори. На результат дії екзогенних факторів підприємство не може впливати зовсім або може впливати у незначній мірі. На відміну від зовнішніх факторів на ендогенні фактори підприємство може впливати, бо вони з'являються внаслідок функціонування підприємства і підконтрольні йому.

Автором проведено детальний аналіз зовнішніх і внутрішніх причин зниження, а іноді і втрати ефективності функціонування підприємств харчової промисловості. Найбільш різноманітні на сьогодні зовнішні фактори, що виникають із протиріч у розвитку економіки і суспільства. Їхнє різноманіття обумовило побудову класифікації факторів, що складається з кількох основних груп, які містять, своєю чергою, впливи більш конкретного змісту. В контексті поставлених у роботі завдань доцільною є така декомпозиція різних факторів зовнішнього середовища підприємства, яка дозволила б більш детально досліджувати різні аспекти впливу окремих факторів на діяльність підприємства і пошуку найбільш ефективних методів компенсації негативних впливів, що призводять до втрати його економічної стійкості. Найбільш істотні фактори економічного середовища представлені на рис. 2.

Ключовим фактором зовнішнього середовища підприємства є ринок. Виникнення і розвиток ринків обумовлені розвитком суспільного розподілу трудових ресурсів і товарного виробництва. Для ефективної роботи необхідно насамперед з'ясувати, на якому ринку (галузевому, регіональному) і якому вузькому товарному ринку бажає здійснювати основні операції підприємство. Тільки після цього можна визначити решту умов – конкурентів і ступінь конкуренції, вимоги до споживчих властивостей товарів тощо.

Щоб правильно сформулювати стратегію економічної стійкості, варто враховувати наявність фінансових та інших ресурсів у підприємства, чітко визначити стадії «життєвого циклу», на яких перебуває кожен товар на окремому сегменті ринку; на основі проведених численних досліджень виділяють п'ять стадій життєвого циклу продукту, тривалість яких залежить від конкретної ситуації: нульова стадія – вивчення і апробування ідеї розробки нового продукту, потім і самого товару; перша стадія – випуск товару на ринок; друга стадія – зростання і розвиток продажів; третя стадія – зрілість; четверта стадія – насичення і спад.

З огляду на специфічні особливості об'єктів дослідження як великих підприємств харчової промисловості пропонуємо оцінювати товар і діяльність з його виробництва на основі такого набору характеристик: споживчі властивості, ціна, обсяг реалізації, патентна захищеність, конкурентоспроможність, асортимент, реклама, способи доведення до споживачів, технологія виробництва (реалізації), доступність ресурсів.

Аналіз показників діяльності, цілей і стратегії конкурентів – найважливіший етап дослідження становища підприємства на ринку. Без поглибленого вивчення особливостей і характеру стратегії найбільших конкурентів неможливо оцінити їхню дію на ринку збуту, ступінь дестабілізуючого впливу на різні аспекти функціонування підприємства. Спрогнозувати поведінку конкурентів можливо на основі вивчення фінансових результатів діяльності конкурентів, їх стратегії, методів управління, збутової політики, технологій виробництва.

Стратегія розвитку і експансії орієнтована на досягнення таких основних цілей: збільшення обороту, збільшення частки ринку, розширення підприємства, досягнення позитивної динаміки. Реалізація даної стратегії пов'язана з поглинанням компаній-конкурентів, з експансією, залученням

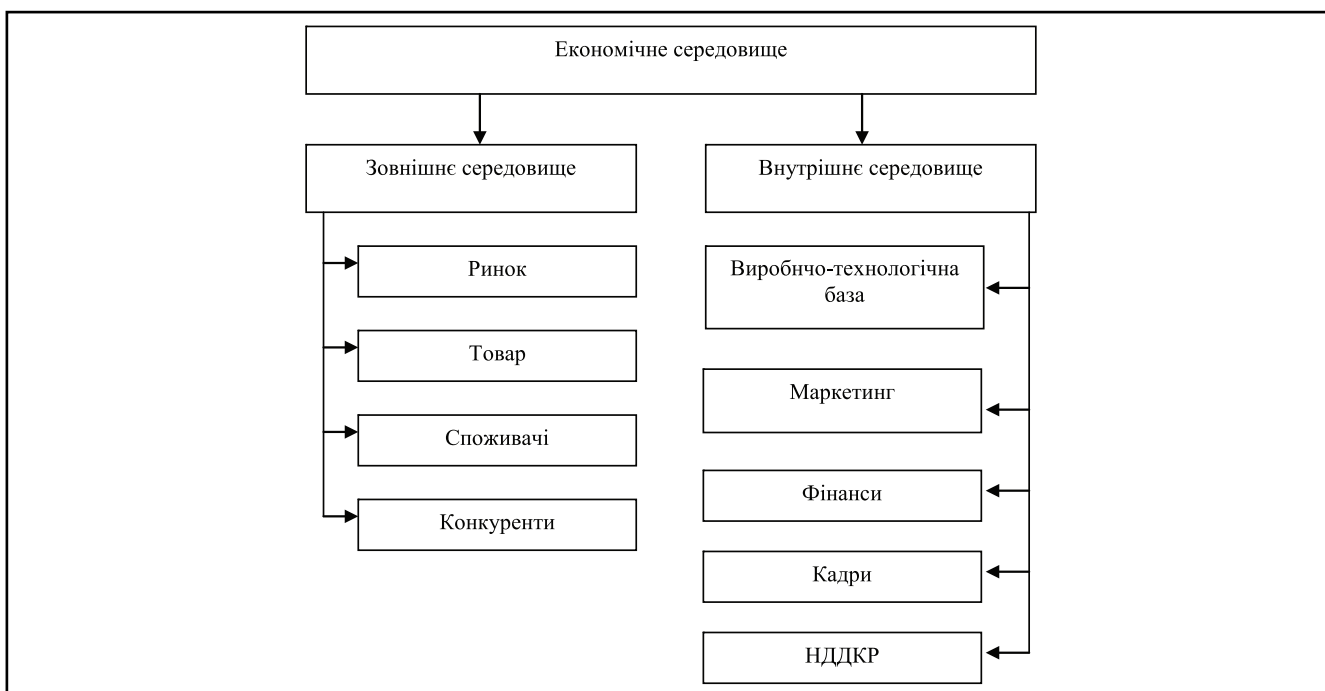


Рисунок 2. Структура економічного середовища підприємства

нової клієнтурі і з розробкою нових продуктів. Особливу увагу при цьому приділяють зміцненню капітальної бази, для чого окремо розробляють комплексну стратегію бюджетування діяльності підприємства.

Стратегії розвитку властиві певні ризики, на запобігання негативного впливу яких, перш за все, варто звернути увагу при реалізації стратегії. До факторів негативного впливу належать: неадекватність зовнішнім умовам розвитку ринків; втрата контролю над ризиками; зниження показників ефективності діяльності (прибутковість на гривню активів і капіталу, продуктивність праці); можливість втрат через погіршення якості активів унаслідок швидкого зростання; надлишкове інвестування, його низька ефективність; неадекватність структури компанії потенційним масштабам; зниження керованості.

Стратегія стабілізації відповідає становищу більшості вітчизняних компаній, їх адаптаційній ідеології. Вона зосереджує зусилля на обмеженні ризиків, пов'язаних із розвитком, на поліпшенні роботи з партнерами. Найчастіше концепція моніторингу і діагностики діяльності підприємств харчової промисловості пов'язана з антикризовими заходами, коли виникають проблеми не тільки адаптації, а й виживання підприємства. Зазвичай у цих умовах здійснюється концентрація потенціалу підприємства, консолідація активів, припинення фінансування розвитку. Ризики, пов'язані з цією стратегією, зводяться переважно до можливості захоплення конкурентами, до втрати позицій на ринку, зменшення капіталу, відсутності інвестицій у технології, демотивації співробітників, зривам у відносинах із партнерами.

Висновки

Таким чином, результатом дослідження стратегії економічної стійкості підприємств у вигляді концепції моніторингу і діагностики підприємств харчової промисловості є процес удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування підприємства, застосування його економічного потенціалу, оптимізація поведінки підприємства на ринку, розробка і освоєння ефективних технологій і розвиток соціальної сфери. Система моніторингу і діагностики на підприємстві забезпечить неперервний розвиток та оперативне прийняття управлінських рішень з метою оптимального використання існуючих можливостей організації, об'єктивну оцінку сильних та слабких сторін підприємства, подолання проблемних ситуацій.

Список використаних джерел

1. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: [навч. посіб.] / [Т.Д. Костенко, Є.О. Підгора, В.С. Рижиков, та ін.]. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 100 с.
2. Шатунова Т.О. Методологічні основи діагностики стійкості функціонування підприємства / Т.О. Шатунова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. – 2006. – №12 (106). – С. 203–206.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [підруч.] / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2008. – 699 с.
4. Сокиринська І.Г. Економічна діагностика та методи її реалізації / І. Г. Сокиринська // Проблеми економіки транспорту: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2006. – С. 176–177.

О.А. БУЖИН,

д.е.н., професор, Черкаський інститут пожежної безпеки ім. Героїв Чорнобиля
Національного університету цивільного захисту України

Алгоритм визначення показника рентабельності підрозділів цивільного захисту в залежності від коливання цін на засоби виробництва

У статті розглядається один із можливих варіантів оперативного визначення показника економічної ефективності продукції, платних робіт і послуг підрозділів та підприємств цивільного захисту в умовах ринкового ціноутворення.

Ключові слова: цивільний захист, підрозділи цивільного захисту, економічна ефективність, рентабельність, ціноутворення, платні роботи та послуги.

В статье рассматривается один из возможных вариантов оперативного определения показателя экономической эффективности продукции, платных работ и услуг подразделений и предприятий гражданской защиты в условиях рыночного ценообразования.

Ключевые слова: гражданская защита, подразделения гражданской защиты, экономическая эффективность, рентабельность, ценообразование, платные работы и услуги.

This paper deals with one of the possible options for the operational definition of economic efficiency of production, paid work and service departments and enterprises of civil protection in terms of market pricing.

Keywords: civil protection, civil defense units, economic efficiency, profitability; pricing; paid work and services.

Постановка проблеми. Матеріально-технічне та фінансове забезпечення діяльності підрозділів та служб цивільно-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

го захисту може проводитися за рахунок коштів державного та місцевого бюджетів, підприємств, установ, організацій, що створюють аварійно-рятувальні служби, коштів від надання додаткових платних послуг, а також добровільних пожертвувань юридичних і фізичних осіб, інших не заборонених законодавством джерел [1]. Перехід національного господарства в площину жорсткої конкурентної боротьби є об'єктивною необхідністю, що викликана переходом до ринкових умов господарювання. У зв'язку з цим постає питання оперативного визначення як фактичних, так і планових показників господарської та економічної діяльності підрозділів цивільного захисту, які займаються проведенням платних робіт та наданням платних послуг. Це, своєю чергою, дасть можливість, залежно від певного часового інтервалу і можливих ситуаційних варіантів контролювати ситуацію та приймати різного рівня оперативні господарські, організаційні, економічні, фінансові та управлінські рішення. Такий підхід дає також можливість своєчасно об'єктивно аналізувати, контролювати і планувати, через систему ціноутворення та витратного механізму, результативність та ефективність при виробництві продукції, виконанні робіт та наданню послуг. Без цього не імовірно забезпечення конкурентоспроможності продукції, робіт та послуг, отже і життєздатності відповідної виробничої одиниці системи цивільного захисту.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вдосконалення оцінки обліку витрат дає можливість досягти максимально об'єктивного визначення фактичної собівартості продукції, яка могла б слугувати нормативною базою для планування виробничих витрат і забезпечувати достатню базу для їх аналізу і дійового контролю [2]. У попередній статті нами було запропоновано один із підходів оперативного визначення показника собівартості платних робіт і послуг підрозділів цивільного захисту в умовах ринкового ціноутворення [3], що може бути відправною точкою для оперативного визначення економічної ефективності при виконанні робіт та наданню послуг у процесі аналізу та різних видах планування.

Мета статті. Розробити один із можливих варіантів оперативного визначення показника економічної ефективності продукції, платних робіт і послуг підрозділів цивільного захисту в умовах ринкового ціноутворення.

Виклад основного матеріалу. Цивільний захист – це система організаційних, інженерно-технічних, санітарно-гігієнічних, проти епідеміологічних та інших заходів, які здійснюються центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підпорядкованими їм силами і засобами, підприємствами, установами та організаціями незалежно від форм власності, добровільними рятувальними формуваннями, що забезпечують виконання цих заходів з метою запобігання та ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій, які загрожують життю та здоров'ю людей, завдають матеріальних збитків у мирний час і в особливий період [4, с. 19]. Підрозділи цивільного за-

хисту в залежності від форм фінансування мають певний рівень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність продукції робіт та послуг та їх ефективність є визначальною умовою з забезпечення життєздатності підрозділів та підприємств незалежно від виду економічної діяльності. Щодо удосконалення системи управління у підрозділах та підприємствах цивільного захисту основним джерелом фінансування яких є власний бюджет, що формується за рахунок проведення платних робіт та надання платних послуг, важливим є своєчасне визначення показника їхньої економічної ефективності в залежності від цінової кон'юнктури ринку. Економічну доцільність виробництва продукції, робіт та послуг у всіх видах економічної діяльності оцінюють за економічною результативністю та економічною ефективністю – рентабельністю. Прибуток як результат економічної діяльності показує абсолютну результативність при виробництві продукції, проведенні робіт чи наданні послуг. У даному випадку використані при цьому ресурси нівелюються. Для визначення економічної ефективності застосовують відносний показник, що характеризує обсяг прибутку, вираженого у грошових одиницях, отриманого в перерахунку на кожен грошову одиницю, вкладену у виробництво. Аналогом, що більше застосовується у системі економічного аналізу, є рентабельність, і позначається вона у відсотках. Залежно від аналітичних цілей можна виділити такі показники оцінки економічної ефективності діяльності підприємства через призму рентабельності:

- загальний рівень рентабельності підрозділу, підприємства;
- рентабельність виробничих фондів;
- рентабельність активів;
- рентабельність власного капіталу;
- рентабельність продукції, робіт і послуг за видами економічної діяльності;
- рентабельність певного виду продукції, робіт і послуг.

Показник загального рівня рентабельності вказує на загально-виробничу ефективність діяльності підрозділу, підприємства, галузі на різних регіональних рівнях, на рівні країни. Він визначається відношенням балансового прибутку до суми вартості витрат, витрачених на виробництво та реалізацію продукції, робіт і послуг. Цей показник свідчить, наскільки ефективно використовуються ресурси підрозділу, підприємства.

Показник рентабельності виробничих фондів вказує на ефективність використання основних виробничих фондів.

Рентабельність активів є характеристикою рівня ефективного використання різних категорій активів підприємства. Всі можливі показники оцінки економічної ефективності діяльності виробника продукції, робіт і послуг залежать від економічної результативності товарної продукції, витрат виробництва, маси основних виробничих фондів і нормованих оборотних засобів. Основою виробничої діяльності є планування – сфера діяльності, що об'єднує всі структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає всім процесам загальної госпо-

дарської, виробничої, технологічної, економічної та фінансової спрямованості і координації. Дає можливість найбільш повно й ефективно використовувати наявні ресурси. Підприємство має всі можливості самостійно здійснювати весь комплекс планового процесу, розробляти й реалізовувати виробничі програми, визначати шляхи розвитку виробництва, мотивації праці. Для цього йому необхідно виходячи з технологічних особливостей розробляти характерні для його виробництва організаційну структуру систему управління, схеми різного рівня обліку, аналізу, контролю та прийняття на різних структурних рівнях управлінських рішень.

На ефективність має безпосередній вплив архітектура витратного механізму – собівартість і ціна. Ціна формується на основі попиту та пропозиції. При цьому собівартість є структурною складовою ціни продукції, робіт і послуг для всіх видів економічної діяльності, що має безпосередній вплив як на економічну ефективність, так і на конкурентоспроможність підрозділів, підприємств, галузей і видів економічної діяльності на різних регіональних рівнях. Чим об'єктивніше і оперативніше проведено аналіз фактичного стану та можливих змін економічної ефективності і самої собівартості продукції, робіт і послуг, тим більше можливостей щодо прийняття відповідних рішень з підтримки необхідного рівня конкурентоспроможності та забезпечення економічної і фінансової життєздатності підрозділів та підприємств. Ми вважаємо важливим питання своєчасного визначення можливих змін рівня показників, економічної ефективності та інших похідних від них виходячи з певного набору економічних показників господарської діяльності базового і планового періодів при відповідних змінах цін на ринку.

З метою визначення зміни рівня ефективності – рентабельності продукції, робіт та послуг – у залежності від змін вартості виробничих витрат та змін реалізаційних цін на продукцію, роботи та послуги підрозділів цивільної безпеки ми пропонуємо розроблені нами формули 1 і 7:

$$P_p = \frac{P_{\sigma} \cdot K_y \cdot K_n}{K_{\sigma}}, \quad (1)$$

де P_p – рентабельність одиниці певного виду продукції, робіт або послуг – розрахункова;

P_{σ} – рентабельність одиниці певного виду продукції, робіт або послуг – базова;

K_y – коефіцієнт зміни ціни реалізаційної одиниці певного виду продукції, робіт або послуг, формула – 2;

$$K_y = \frac{Ц_p}{Ц_{\sigma}}, \quad (2)$$

де $Ц_p$ – ціна реалізаційна одиниці певного виду продукції, робіт або послуг – розрахункова;

$Ц_{\sigma}$ – ціна реалізаційна одиниці певного виду продукції, робіт або послуг – базова;

K_{σ} – коефіцієнт зміни вартості витрат на виробництво одиниці певного виду продукції, робіт або послуг, формула – 3:

$$K_{\sigma} = \frac{B_p}{B_{\sigma}}, \quad (3)$$

де B_p – вартість витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг розрахункова – формула 4:

$$B_p = \frac{(B_{po} \cdot Ч_{po}) + (B_{pz} \cdot Ч_{pz}) + (B_{pe} \cdot Ч_{pe}) + (B_{pa} \cdot Ч_{pa}) + (B_{pm} \cdot Ч_{pm}) + (B_{pi} \cdot Ч_{pi})}{100}, \quad (4)$$

де B_{po} – вартість оборотних засобів на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункова;

$Ч_{po}$ – частка вартості оборотних засобів у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг – у відсотках, розрахункова;

B_{pz} – витрати на заробітну плату з нарахуваннями на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункові;

$Ч_{pz}$ – частка витрат на заробітну плату з нарахуваннями у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, розрахункова;

B_{pe} – вартість електроенергії на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункова;

$Ч_{pe}$ – частка вартості електроенергії у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, розрахункова;

B_{pa} – відрахування амортизаційні на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункові;

$Ч_{pa}$ – частка відрахувань амортизаційних у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, розрахункова;

B_{pm} – вартість транспортних робіт на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункова;

$Ч_{pm}$ – частка вартості транспортних робіт у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, розрахункова;

B_{pi} – вартість інших витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – розрахункова;

$Ч_{pi}$ – частка вартості інших витрат у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, розрахункова;

100 – сума всіх витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках;

B_{σ} – вартість витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг, базовий період – формула 5:

$$B_{\sigma} = \frac{(B_{\sigma o} \cdot Ч_{\sigma o}) + (B_{\sigma z} \cdot Ч_{\sigma z}) + (B_{\sigma e} \cdot Ч_{\sigma e}) + (B_{\sigma a} \cdot Ч_{\sigma a}) + (B_{\sigma m} \cdot Ч_{\sigma m}) + (B_{\sigma i} \cdot Ч_{\sigma i})}{100}, \quad (5)$$

де $B_{\sigma o}$ – вартість оборотних засобів на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базова;

$Ч_{\sigma o}$ – частка вартості оборотних засобів (кормів) у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

$B_{\sigma z}$ – витрати на заробітну плату з нарахуваннями на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базові;

$Ч_{\sigma z}$ – частка витрат на заробітну плату з нарахуваннями у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

B_{oe} – вартість електроенергії на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базова;

$Ч_{oe}$ – частка вартості електроенергії у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

B_{oa} – відрахування амортизаційні на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базова;

$Ч_{oa}$ – частка відрахувань амортизаційних у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

B_{om} – вартість транспортних робіт на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базова;

$Ч_{om}$ – частка вартості транспортних робіт у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

B_{oi} – вартість інших витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг – базова;

$Ч_{oi}$ – частка вартості інших витрат у структурі собівартості одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках, базова;

100 – сума всіх витрат на виробництво одиниці продукції, робіт або послуг у відсотках;

K_n – коефіцієнт зміни продуктивності – формула 6:

$$K_n = \frac{\Pi_p}{\Pi_o}, \quad (6)$$

де Π_p – продуктивність, розрахункова;

Π_o – продуктивність, базова.

Формула для проведення розрахунків із визначення зміни рівня рентабельності на певні види продукції, проведення робіт та надання послуг залежно від коливання вартості виробничих витрат та змін реалізаційних цін в умовах змінного ринку може мати такий узагальнений формат – 7:

$$P_p = \frac{P_o \cdot \frac{C_p}{C_o} \cdot \frac{\Pi_p}{\Pi_o}}{\frac{B_p}{B_o}}, \quad (7)$$

де P_p – рентабельність одиниці певного виду продукції, робіт та послуг – розрахункова;

P_o – рентабельність одиниці певного виду продукції, робіт та послуг – базова;

C_p – ціна реалізаційна одиниці певного виду продукції, робіт та послуг – розрахункова;

C_o – ціна реалізаційна одиниці певного виду продукції, робіт та послуг – базова;

Π_p – продуктивність, – розрахункова;

Π_o – продуктивність – базова;

B_p – вартість витрат на виробництво одиниці продукції, робіт та послуг – розрахункова;

B_o – вартість витрат на виробництво одиниці певного виду продукції, робіт та послуг – базовий період.

Висновки

Визначення та розрахунок показника економічної ефективності – рентабельності продукції, платних робіт і послуг в умовах ринкового ціноутворення дасть можливість своєчасно приймати оптимальні технологічні, економічні, фінансові та управлінські рішення як у питаннях господарської діяльності, так і в цій політиці підрозділів та підприємств цивільного захисту. Одночасно з цим даний підхід може слугувати і підґрунтям для аналізу, планування та контролю за ціноутворенням.

Запропонований варіант визначення показника ефективності – рентабельності може мати й інші варіанти розрахунку в залежності від технологічно-господарських та організаційних особливостей ведення виробничої діяльності підприємств та підрозділів цивільного захисту. І може також застосовуватися і в інших галузях та видах економічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Кодекс цивільного захисту України / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, №34–35, ст. 458.
2. Ластовецький В. Облік і контроль технологічної собівартості / В. Ластовецький // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №5. – С. 17–19.
3. Бужин О.А. Моніторинг показника собівартості платних робіт і послуг підрозділів цивільного захисту в умовах ринкового ціноутворення / О.А. Бужин // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр. / Наук. ред. Манцуров. – Вип. 12 (151). – К., 2013. – С. 106–109.
4. Стаблюк М.І. Цивільна оборона та цивільний захист: Підручник. – 2-ге вид., переробл. – К.: Знання, 2010. – 487 с.

Т.П. КАЛЬНА–ДУБІНЮК,

д.е.н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Сучасний стан розвитку екстеншн сервісу в світі та його перспективи в Україні

Розглядається одне з актуальних питань – розвиток екстеншн сервісу, або, як його називають в Україні, сільсько-господарської дорадчої діяльності. Зроблений аналіз розвитку екстеншн сервісу в різних країнах світу та розкриті його перспективи в Україні з наголосом на необхідність

державної підтримки для його успішного розвитку, поданий концептуальний підхід до розвитку екстеншн сервісу на основі організації електронної системи е-Екстеншн.

Ключові слова: екстеншн сервіс, дорадництво, е-Екстеншн, концептуальний підхід, сертифікація дорадників.

Рассматривается один из актуальных вопросов – развитие экстеншн сервиса, или, как его называют в Украине, сельскохозяйственной консультативной деятельности. Сделан анализ развития экстеншн сервиса в разных странах мира и раскрыты его перспективы в Украине с акцентом на необходимость государственной поддержки для его успешного развития, показан концептуальный подход к развитию экстеншн сервиса на основе организации электронной системы e–Экстеншн.

Ключевые слова: экстеншн сервис, консультирование, e–Экстеншн, концептуальный подход, сертификация консультантов.

One of pressing questions is a development of extension service or, as it is named in Ukraine – agricultural extension activity. Done analysis of development of extension service in the different countries of the world and its prospects are exposed in Ukraine with an accent on the necessity of state support for its successful development, the conceptual going is given near development of extension service on the basis of organization of the electronic system of e–Extension.

Keywords: extension service, extension, e–Extension, conceptually approach, certification.

Постановка проблеми. Розвиток екстеншн сервісу в Україні є необхідним для поширення знань і інформації в ринкових умовах, впровадження нових інформаційних технологій для подолання кризових явищ у сільськогосподарському виробництві, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, успішному розвитку сільських територій.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблемам та особливостям екстеншн сервісу – дорадництва присвячено праці зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких А. ван ден Бен, В. Кошелєв, К. Макхем, В. Рів'єра, С. Джонсон, О. Галич, І. Криворучко, М. Кропивко, Р. Шмідт та інші [1–8].

Метою статті є розкриття сучасного стану розвитку екстеншн сервісу у світі та його перспектив в Україні.

Виклад основного матеріалу. Існуюча система екстеншн сервісу в Україні побудована на базі Міністерства аграрної політики та продовольства України, де створений відділ координації дорадництва. В Україні організована агроконсалтингова освіта на базі ВНЗ аграрного спрямування, прийнятий Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність», розпочато сертифікацію дорадників та експертів–дорадників, державне фінансування соціально–спрямованих дорадчих послуг [2, 5, 9]. Діючі дорадчі служби об'єднані в Національну асоціацію сільськогосподарських дорадчих служб України, мають різні організаційно–правові форми (ОПФ): громадська організація (ГО), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), споживче товариство (СТ), приватне підприємство (ПП), добровільна організація місцевих рад (ДОМР), виробничий кооператив (ВК), комунальне підприємство (КП), благодійний фонд (БФ), благодійна організація (БО)

та сільськогосподарський обслуговуючий кооператив (СГОК) і функціонують як недержавні структури [9]. У травні 2012 року підписано розпорядження Кабінету Міністрів України про формування державної системи дорадництва зі створенням Національного центру сільськогосподарського дорадництва України (НЦСД України) з обласними дорадчими службами та районними їх відділеннями.

В основу формування національної системи сільськогосподарського дорадництва покладено три основні принципи:

1. Державна підтримка дорадчої діяльності через відповідні урядові та місцеві програми.

2. Незалежність сільськогосподарських дорадників у прийнятті рішень щодо надання порад сільськогосподарським товаровиробникам і сільському населенню, яка базується на взаємній довірі та партнерстві.

3. Тісна співпраця із закладами аграрної освіти та науки з питань проведення навчання, досліджень і передачі сучасних технологій споживачам дорадчих послуг, а також з органами державної влади і місцевого самоврядування, громадськими професійними об'єднаннями в аграрному секторі з питань формування пріоритетності надання соціально–спрямованих дорадчих послуг відповідно до запитів товаровиробників, участь у формуванні аграрної політики, підготовці нормативно–правових актів з цих питань тощо.

Головною метою сільськогосподарських дорадчих служб є поширення та впровадження у виробництво сучасних досягнень науки, техніки і технологій, надання сільськогосподарським товаровиробникам і сільському населенню дорадчих послуг із питань менеджменту, маркетингу, застосування сучасних технологій, розвитку сільських громад і соціальної сфери села, підвищення рівня знань та вдосконалення практичних навичок прибуткового господарювання сільськогосподарських товаровиробників.

Сьогодні в Україні функціонує 70 сертифікованих сільськогосподарських дорадчих служб і понад 1400 сертифікованих дорадників та експертів–дорадників [9].

Аналіз світової практики показує, що система сільськогосподарської служби екстеншн є невід'ємною складовою ринкової економіки. Вона розвивається у всьому світі [10]. Так, найбільші екстеншн–системи мають країни Азії, особливо Китай (понад 610 тис. екстеншн–працівників), Індія (понад 90 тис. екстеншн–працівників) та Індонезія (приблизно 54 тис. екстеншн–працівників). Добре розвинута екстеншн–інфраструктура існує в Японії, Південній Кореї та Китаї, що забезпечує різноманітність консалтингових послуг у Східній Азії.

Країни колишнього СРСР у Центральній Азії, такі як Казахстан, мають близько 55 екстеншн–працівників, у Киргизстані, Таджикистані – 420–консультантів і трохи більше – в Туркменістані та Узбекистані. Там існує державно–приватна система партнерства в екстеншн сервісі. В країнах Західної Азії – Вірменії, Азербайджані, Туреччині, Грузії, Іраку, Ізраїлю та ін. – також існує сільськогосподарська система екстеншн.

У країнах Африки Ефіопія має найбільшу екстеншн-службу, близько 45 тисяч працівників із поширення знань, Кенія має найбільшу і найкращу систему екстеншн у рамках Східно-Африканського співтовариства з 5,4 тис. спеціалістів. У Центральній Африці Малаві має близько 2 тис. працівників з екстеншн, Замбія має близько 742 екстеншн-працівників і Зімбабве має близько 6 тис. таких працівників. У країнах Південної Африки налічується близько 2 тис. екстеншн-працівників.

Як свідчать дані опитування др. Свансона [10], країни Центральної та Південної Америки переходять до громадсько-приватної системи екстеншн сервісу: Беліз – 28 екстеншеоністів; Коста-Ріка – близько 500 та Мексика, що має близько 25 спеціалістів. У таких країнах, як Аргентина, налічується близько 1,5 тис. екстеншн-працівників, у Болівії та Бразилії – близько 24 тис., а в Чилі – близько 215 екстеншеоністів. У Колумбії налічувалося близько 1082 робочих екстеншн сервісу, а в Еквадорі їх близько 958. Для цих країн відмінним джерелом довідкової інформації є Міжамериканський інститут співробітництва в галузі сільського господарства (IICA), що проводить дослідження з інновацій та забезпечує їх поширення для конкурентоспроможного та сталого розвитку сільського господарства. Він має Центр дистанційної освіти (CECAD), який надає послуги всім країнам-членам. Ці послуги включають в себе відеоконференції, розробку мультимедійних продуктів для освіти, навчання та інформації, а також інтерактивні навчальні курси онлайн.

Екстеншн сервіс європейських країн є одним із найстаріших і має в основному приватні extension служби. Європейські країни з новою ринковою економікою мають екстеншн-служби при міністерствах, відомствах і просто центрах. Наприклад, Польща має багато таких організацій – державних і приватних і налічує близько 3,8 тис. екстеншн-працівників. Молдова має більш 900 екстеншн-працівників, 144 таких працівників в Естонії, 330 – у Латвії, 307 – екстеншн-спеціалістів у Литві. Приватний екстеншн сервіс мають західноєвропейські країни: Австрія – 402 екстеншеоніста, Швейцарія – 104.

Північна Америка – Канада і Сполучені Штати Америки – мають державну систему екстеншн сервісу, що концентрується на програмах для сільського господарства, природних ресурсів, сімей та споживання, програмах економічного розвитку з підвищенням уваги до інтернет-сервісу.

В Україні корисним було б розвивати екстеншен сервіс на зразок американської моделі. Сьогодні в Україні екстеншн сервіс надається недержавними дорадчими службами за незначної підтримки Міністерства аграрної політики та продовольства України через соціально спрямовані дорадчі послуги, що фінансуються державою. Міністерство не володіє інформацією про новітні технології, оскільки це відбувається в університетах. Перевага моделі США в тому, що там науково-дослідні установи знаходяться при університетах та безпосередньо пов'язані з освітніми програмами екстеншн сервісу для фахівців і сільських громад. Нові технології можуть,

таким чином, бути впроваджені безпосередньо в сільськогосподарське виробництво, а досвід виробників, своєю чергою, може впливати на науково-дослідні програми університетів.

Отже, екстеншн сервіс – це насправді вулиця з двостороннім рухом, із навчанням і дослідженням [11].

Для успішного розвитку дорадництва Україна потребує значних бюджетних коштів, яких зараз нема. Тому велике значення приділяється організації електронного екстеншн сервісу, розвитку електронної системи дорадництва e-Extension в Україні, що відбувається на базі Національного університету біоресурсів і природокористування України [9].

В основі системи дорадництва лежить прагнення надавати необхідну та об'єктивну інформацію фахівцям і громадськості, щоб відповісти на їхні питання для прийняття рішень. Цього можна досягти за рахунок створення наукового парку – інтерактивної національної бази високоякісної, не дубльованої інформації про інновації, основаної на наукових дослідженнях:

- e-Екстеншн буде краще задовольняти потреби користувачів у будь-якому місці і в будь-який час, надаючи їм швидкий доступ до організованих, індивідуалізованих ресурсів, які необхідні для прийняття обґрунтованих рішень;

- e-Екстеншн буде застосовувати сучасні інтернет-технології для використання можливостей дорадництва на національному рівні, надаючи користувачам найкращу інформацію з усієї країни, а також сприяючи створенню і розвитку спільнот практиків шляхом організації дискусійних груп, встановлення місцевих контактів і взаємодії з експертами;

- e-Екстеншн можна бути користуватися за допомогою будь-якого пристрою, що має доступ до Інтернету, надаючи послуги дорадництва для все більшої аудиторії веб-клієнтів. Користувачі зможуть отримати доступ до освітніх ресурсів у будь-який час у різноманітних предметних областях;

- користувачі e-Екстеншн зможуть знайти об'єктивну, недубльовану, науково обґрунтовану інформацію, зібрану університетами, дослідницькими центрами та промисловими експертами по всій системі дорадництва.

Інформаційні бюлетені (таблиці даних), «часті питання», «запитай експерта», тематичні дискусійні групи і навчальні модулі – все створене фахівцями системи дорадництва та суміжних галузей допомагатиме користувачам швидко знаходити потрібну їм інформацію.

На рисунку представлений Міжнародний центр e-Екстеншн, що взаємодіятиме із численними спільнотами практиків (СП) (кожна зі своєю предметною областю – садівництво, тваринництво, органічне виробництво, сільський туризм тощо) та користувачами інформації. Також центр співпрацюватиме із міжнародними дорадчими організаціями, бізнесовими структурами, Науковим парком університету та Національним центром сільськогосподарського дорадництва України.

До складу кожної СП увійдуть спеціалісти в різноманітних галузях, що спрямують свою роботу на узагальнення існуючої інформації, створення нових знань, надання кваліфікованих відповідей на запитання й інтерактивну взаємодію з користу-



Концепція створення електронної системи дорадництва е-Екстеншн

вачами за допомогою новітніх інформаційних технологій (відеоконференцій, чатів, соцмереж). СП будуть динамічними групами, де ступінь задіяності спеціалістів буде залежати від їхньої зацікавленості та наявності в них часу для участі в такій роботі. Обсяг інформації, створений цими спільнотами, буде постійно розширюватися для надання користувачам найактуальніших даних. Членами СП стануть викладачі, науковці, представники Мінагрополітики та інших державних структур, навчально-дослідних господарств, агробізнесу, асоціацій фермерів, дорадників, союзу кооператорів та ін.

Спільноти практиків співпрацюють із користувачами інформації – своїми спільнотами за інтересами. Спільнота за інтересами (CI) це визначена група осіб зі схожими інтересами, запитами і освітніми потребами, зібрана навколо певної предметної області. Важливо, щоб опис CI був чітким, незмінним і включав визначений набір потреб аудиторії, а також пояснення того, як аудиторія CI буде обслуговуватися запропонованою СП. Розвиток СП починається із визначення окремої CI із загальними потребами та інтересами.

Для організації системи електронного дорадництва e-Extension Україна співпрацюватиме з електронною системою eXtension США, міжнародними асоціаціями з екстеншн та університетами всього світу.

Висновки

В основі покращення розвитку сільськогосподарської дорадчої служби України лежить електронна система дорад-

чого сервісу e-Extension, що має на меті включати в себе університети як центри освітніх, наукових, інноваційних та електронних ресурсів, що дають клієнтам нові знання, технології та методи управління для успішної праці в сучасному динамічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Van Den Ban A.W. Agricultural Extension / A.W. Van Den Ban, H.S. Hawkins // Blackwell Science, 1996. – 394 с.
2. Кропивко М.Ф. Основи аграрного консалтингу: навч. посіб. / М.Ф. Кропивко, Т.П. Кальна-Дубінюк, М.Ф. Безкровний, І.М. Криворучко, В.М. Кошелєв, В.В. Маковецький, Д.С. Алексанов. – М.: Агроконсалт, 2004. – 224 с.
3. Маххэм К. Управленческий консалтинг / К. Маххэм // Пер. з англ. – М.: Дело и Сервис, 1999. – 288 с.
4. Rivera W.M. Contracting for Agricultural Extension / W.M. Rivera, W. Zijp. – CAB International 2002. – 189 p.
5. Kalna-Dubinyuk T.P. The Development of Extension Service in Ukraine and the Worldwide Experience / T.P. Kalna-Dubinyuk, S.R. Johnson // Text-book. – Kyiv: Agrarna nauka, 2005. – 200 с.
6. Галич О.А. Сільськогосподарське дорадництво / Галич О.А., Сосновська О. А. // Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
7. Кропивко М.Ф. Шляхи розвитку сільськогосподарського дорадництва в Україні / М.Ф. Кропивко // Науковий вісник НУБіП України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – 2011. – Вип. 168. – Ч. 3. – С. 10–16.

8. Основи сільськогосподарського дорадництва в Україні / Навчальний посібник для дорадчих служб / За ред. Р. Шмідта. – Львів: Вид-во НВФ «Українські технології», 2003. – 680 с.

9. Кальна–Дубінок Т.П. Організація інформаційно–консультаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств: монографія / Т.П. Кальна–Дубінок. – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2012. – 363 с.

10. Swanson B. (2013). Status of Agricultural Extension and Rural

Advisory Services Worldwide. 21–st ESEE European Seminar on Extension Education. Proceedings Extension Education Worldwide: trends, challenges and cases. 2–6 Sept, Antalya, Turkey. – P. 3–9.

11. Yespolov T. Extension in Kazakhstan and the Experience of the USA: Lessons from a Working National Model / T. Yespolov, S. Johnson, Z. Suleimenov, T. Kalna–Dubinyuk, A. Arynova – Xlibris Corporation, USA, 2012. – 152 c.

УДК 640.41:64.18(045)

І.В. ЛЕВИЦЬКА,

д.е.н., доцент, Вінницький торговельно–економічний інститут КНТЕУ

Формування системи управління якістю готельних послуг

Стаття присвячена нагальним проблемам формування системи управління якістю готельних послуг в Україні, методам їх класифікації та регуляторній політиці їх надання, методам адаптації зарубіжного досвіду в управлінні готельним бізнесом загалом.

Ключові слова: готельні послуги, управління якістю, державне регулювання, зарубіжний досвід.

Статья посвящена актуальным проблемам формирования системы управления качеством гостиничных услуг в Украине, методам их классификации и регуляторной политике их предоставления, методам адаптации зарубежного опыта в управлении гостиничным бизнесом в целом.

Ключевые слова: гостиничные услуги, управление качеством, государственное регулирование, зарубежный опыт.

The article is devoted to topical issues of the formation of the quality management system of hotel services in Ukraine, methods of classification and regulatory policy of supply, methods of adaptation of international experience in the management of the hotel business in general.

Keywords: hotel services, quality management, government regulation, international experience.

Постановка проблеми і національного господарства в цілому. Через свою соціально–економічну роль до їх числа може бути віднесено і готельне господарство, що включає в даний час у свій склад близько 4,5 тис. готелів, яких припадає на частку 46% загальної ємкості ринку туристських засобів розміщення. Роль готельного господарства у вітчизняній економіці і індустрії туризму залишається надзвичайно важливою. З одного боку, воно є одним з основних поставальників побутових і житлово–комунальних послуг для споживачів, не пов'язаних із цілями туризму. З іншого боку, проводячи в межах готельних комплексів більше половини сукупного часу перебування на курорті, туристи здійснюють

там від 25 до 72% своїх витрат. Примітно, що за кордоном така вагома частина коштів вилучається не в результаті невідповідних високих цін на пропоновані готельні послуги, що характерно для вітчизняного виробника, а шляхом пропозиції споживачеві привабливого, якісного готельного продукту.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Великий внесок у розробку проблем управління якістю внесли такі зарубіжні учені, як А. Фейгенбаум, Д. Ісикава, Дж. Джуран, У. Демінг, Дж. Харрінгтон, Е. Інськіп, Д. Норт, російські дослідники Н.В. Войтоловський, Г.Г. Азгальдов, Е.М. Карлік, В.В. Окрепілов, В.Ю. Огвоздін, А.В. Глічев, Б.А. Соловьев, А.П. Глудкин, С.Д. Ільєнкова, що розглядали загальнотеоретичні і практичні проблеми і аспекти якості продукції і послуг, питання управління даною соціально–економічною категорією. Безпосередньо питанням якості готельних послуг присвячені праці Р. Браймера, Дж. Боуена, Д. Менкенза, Е. Кедотта, Н. Терджена, А. Парасурамана, Л. Беррі, Н.І. Кано, В.І. Азара, А.Д. Чудновського, В.С. Качанова, Д.К. Ісмаєва, Б.В. Прянкova, В.П. Панова, Л.Н. Толстової, А.Н. Умнова, В.С. Сеніна, А.В. Хорошилова та ін.

Проблемам туристичної індустрії присвячено роботи багатьох українських науковців. О.О. Бейдик, М.І. Долішнього, О.О. Любіцевої, Н.П. Крачило, М.П. Мальської, Я.Б. Олійник, В.В. Шмагиної, Т.І. Ткаченко, М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко, що глибоко характеризують поняття «туризм» та «туристична індустрія», аналізують проблеми, пов'язані з бізнесовими аспектами туризму, і сучасний стан розвитку туризму та готельних послуг в Україні.

Мета статті. Розглянути проблеми формування системи управління якістю готельних послуг в Україні, методи їх класифікації та регуляторну політику їх надання, методи адаптації зарубіжного досвіду в управлінні готельним бізнесом загалом.

Виклад основного матеріалу. Кризові зміни кінця 80–х років минулого століття привели до появи ряду системних проблем у готельному господарстві України, споживчих характеристик вироблених послуг, що виразилися у втраті,

зниженні економічної ефективності даного виду діяльності. В даний час відбувається перехід від великих утворень до малих форм організації бізнесу у вигляді міні-готелів, що функціонують зараз в основному поза правовим середовищем у тіньовому секторі. Готелі поступово трансформуються в суміжні форми здійснення рекреаційно-туристської діяльності. Вони перетворюються в пансіонати з лікуванням, дома відпочинку, оздоровчі й туристські центри. В результаті паралельної трансформації останніх у бік активного освоєння ринків ділового і конгресного туризму, традиційно віднесених до компетенції виробників готельних послуг, це призводить до порушення структури розподілу рекреаційно-туристського потоку по засобах розміщення залежно від цілей перебування споживача, загострення внутрішньої та міжгалузевої конкуренції між виробниками послуг. На тлі поступового зростання кількості готелів зростання показників експлуатації номерного фонду, збільшення кількості обслужених гостей валовий дохід від експлуатації готельних підприємств у 2012 році був на 17% нижче за аналогічний показник 1995 року. На думку експертів, при створенні необхідних умов існує можливість зростання економічної віддачі від вітчизняного готельного господарства. На нашу думку, для створення таких умов сучасні напрями його розвитку вимагають коректування.

На сьогодні склалася не відповідна потребам економіки структура готельного господарства з перекосом убік позакатегорійних і високо розрядних засобів розміщення, тоді як найбільш затребуваними є готелі рівня дві-три зірки. Зараз не тільки окремі підприємства, а й більшість територіальних туристсько-рекреаційних комплексів Україні не мають чіткого позиціонування на ринку, існує розрив між рівнем якості і іншими споживчими характеристиками пропонованого ними споживачам туристсько-рекреаційного продукту.

Процеси, що відбуваються, зумовлюють необхідність пошуку і впровадження нових підходів, форм і методів ефективного управління складовими споживчої привабливості готелів в умовах обмежених ресурсів, формування систем управління чинниками – домінантами, серед яких найбільш вагоме значення при виборі того або іншого виробника має якість послуг, що надаються. Необхідно використовувати позитивний міжнародний досвід застосування стандартів якості серії ISO 9000, реалізації концепції загального управління якістю.

Незважаючи на глибоке опрацювання в працях цих авторів поставлених питань, основний акцент в них все ж таки робиться на дослідженні загальногалузових і регіональних проблем розвитку готельного господарства. Якість готельних послуг розглядається в контексті виділення параметрів, що визначають його на рівні окремих господарюючих суб'єктів, тоді як аспекту управління якістю на макрорівні приділяється недостатньо уваги. Проблема управління якістю готельних послуг на територіальному рівні так само ще недостатньо розроблена. В таких умовах виникає необхідність пошуку і розробки нових форм і методів управління які-

стю готельних послуг, подолання безсистемності управління, формування систем управління якістю готельних послуг.

Економічна сутність готельної індустрії полягає в нематеріальному характері її діяльності, результатом якої є основний продукт у формі своєрідного виду послуг, тобто послуг гостинності. Особливість останніх пов'язана з тим, що вони створюються та реалізуються в межах одного підприємства та надаються індивідуально конкретному споживачеві. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватися окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруд, комунікацій, устаткування, інвентарю), що являє собою основу одночасного виробництва та реалізації послуг.

Готельна послуга як діяльність підприємства із розміщення споживача через пропозицію номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням, що складається з основних і додаткових послуг, які пропонують споживачеві під час розміщення та проживання в готелі, поділяється на два основних види:

- основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування), що введені в ціну номера (місця) і надаються споживачеві згідно з укладеним договором;

- додаткові послуги – послуги, які не належать до основних послуг готелю, їх замовляють і оплачують споживачі додатково згідно з окремим договором (наприклад, послуги автостоянки, пральні, сауни тощо).

Особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць та ін.) не належить до компетенції окремих ланок готельного підприємства і зосереджена у спеціалізованих бюро подорожей або самому підприємстві. Тому на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Обсяг, якість і асортимент послуг у готельній сфері зумовлені насамперед станом матеріально-технічної бази та рівнем і кваліфікацією персоналу закладу розміщення. Наразі відбувається постійне розширення й урізноманітнення матеріально-технічної бази та структури персоналу готелів. Поряд з основними будівлями готелів створюють інші споруди – спортивні, медичні, розважальні тощо. У такий спосіб процес обслуговування туристів ускладнюється, а запропоновані послуги мають комплексний характер.

Вимоги до готельної послуги мають бути чітко встановлені у вигляді характеристик, що піддаються спостереженню і допускають оцінювання їх споживачами, що, на нашу думку, необхідно означити в державних нормативних документах відповідно до діючого ДСТ та чинного Закону України «Про туризм» від 18.11.2003.

Виробничі процеси, що пов'язані із наданням готельних послуг, також вимагають опису за допомогою характери-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

стик, спостереження за якими для споживача може бути не завжди можливим, але які безпосередньо визначають рівень надання готельної послуги. Два напрями характеристики мають допускати оцінювання їхньої відповідності нормам у готелях та інших місць для тимчасового проживання, що надають послуги. Характеристика готельної послуги чи її надання може бути кількісною (вимірюваною) або якісною (порівняною), залежно від того, як і хто її оцінює – організація, яка надає послуги, чи споживач. При цьому варто зазначити, що багатьом якісним характеристикам, які отримали суб'єктивну оцінку споживачів, може надалі даватися кількісна оцінка організацією, що надає послуги.

До характеристик системи управління якістю готельних послуг (див. рис.), що можуть зазначатися в нормативних документах, належать: потужності, можливості, чисельність персоналу та кількість матеріалів; час очікування, час надання і час технологічного циклу послуги; гігієна, безпека, безвідмовність та гарантії; чуйність, доступність і ввічливість персоналу, комфортність і естетичність оточення, компетентність, надійність, точність, повнота, відповідність сучасному рівню, достовірність та ефективність контактів.

На нашу думку, наведені на рисунку елементи зовнішнього оточення підприємств є рівнозначними поряд із сукупністю параметрів внутрішнього середовища (суб'єктивні) умовами загального кончини про якість послуг вітчизняного готельного господарства в цілому і можуть бути охарактеризовані як об'єктивні умови якості. Такі істотні фактори, як соціальні, міжнародні та політичні, можуть бути віднесені як до суб'єктивних, так і до об'єктивних. При цьому ці змінні поділяються на керовані, частково керовані і некеровані. Причому некеровані параметри якості на рівні окремо взятого підприємства можуть переходити в розряд керованих і частково керованих на рівні всього готельного господарства, що допускає можливість поділу і перетину компетенцій

господарюючих суб'єктів і органів управління готельним господарством у частині регулювання якості.

Виходячи з того що готельна послуга є комплексною категорією, можна припустити, що її якість складається з індивідуальної якості її складових, несформованого під впливом факторів, наведених на рисунку. Причому рівень участі кожного параметра в послуді, ступінь його впливу на результат можуть бути різними.

У більшості випадків управління характеристиками готельних послуг та їхнім наданням може бути досягнуто лише за рахунок управління процесом надання послуги. Тому важливу роль у досягненні та підтриманні необхідного рівня якості послуг відіграють вимірювання параметрів процесу й управління ними. Незважаючи на те що інколи під час надання послуги можливе усунення виявлених недоліків, здебільшого не можна покладатися на контроль наданої послуги як засіб впливу на якість послуги в точках взаємодії зі споживачем, де споживач часто неспроможний чітко виявити будь-яку невідповідність.

Процес надання послуг може коливатися в межах від висококомеханізованого (за допомогою прямого телефонування споживачу) до повністю персоніфікованого (надання юридичних, медичних чи консультаційних послуг). Чим повнішим може бути описаний процес (із зазначенням засобів механізації чи в детальних методиках), тим більшою є можливість застосування структурованих і упорядкованих принципів системи якості.

Міжнародні стандарти ISO 9000, ISO 14000, які встановлювали вимоги до систем управління виробництвом з погляду навколишнього середовища і безпеки. У Міжнародному стандарті ISO 9000:2000 має місце термін «якість обслуговування», що розглядається як сукупність характеристик процесу й умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених чи передбачуваних потреб споживача [1, с. 79].



Система управління якістю готельних послуг

* Розроблено автором, розвиваючи ідеї Т.І. Ткаченко, Г.І. Михайліченко.

Відповідно до термінології, яка використовується в Міжнародному стандарті ISO 9000:2000, поняття «система управління якістю» (СУЯ) замінено на поняття «система менеджменту якості» (СМЯ) [2, с. 48].

На основі стандартів міжнародних організацій стандартизації розробляються національні стандарти. Є стандарти державні – обов'язкові для виконання всіма підприємствами, організаціями та закладами держави; стандарти галузеві – обов'язкові для всіх підприємств і організацій певної галузі; стандарти підприємств – обов'язкові до застосування на підприємствах і організаціях, що їх затвердили. Критерії якості готельних послуг знайшли відображення в національних стандартах України, зокрема ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» та ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Державним законодавством України передбачено сертифікацію систем якості готельних підприємств відповідності до Правил обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджених наказом Держспоживстандарту України від 03.09.2007 №207.

Стрімкий ритм сучасного життя змушує постійно корегувати і змінювати існуючі стандарти. Але попри все система стандартизації та сертифікації готельних послуг є дієвим механізмом забезпечення системи управління якістю.

Існування на ринку великих об'єднань виробників готельних послуг, на думку німецьких дослідників Й. Харрелла і Х. Хофмана, безумовно, полегшує необхідне суспільне і ринкове регулювання, створюючи оптимальні умови для інвестицій і підвищення конкурентоспроможності, але разом із тим «неминуче веде до монотонності продукту, а для туризму недорого нудьга смертельна в довгостроковій перспективі».

Світова готельна індустрія в цілому вже в даний час знаходиться на стадії переходу від жорстких стандартизованих локальних систем управління готельним господарством, властивих американським і американізованим готелям і готельним об'єднанням, що тяжіють до створення в рамках окремих суб'єктів автономних структур, що управляють, до менш строгого європейського підходу, що допускає тісну взаємодію із зовнішніми інституційними і адміністративно-технічними суб'єктами управління, забезпечує поєднання управлінської свободи для кожного окремого господарюючого суб'єкта з реалізацією загальної спеціалізації готельного господарства, що досягається в рамках інтегрованих територіальних систем управління бізнесом.

На думку Ф. Гоу і П. Уелша, апологетами використання формули жорсткої індивідуальної регламентації бізнесу, зокрема готельного, у поєднанні з прийомами сучасного маркетингу, коли більший акцент робиться на експлуатаційний аспект діяльності готелю, є американці. Цим шляхом пішли і багато готелів Росії. Європейський бізнес модернізував цю технологію, пристосовавши її до місцевих умов. У поєднанні зі всезростаючою роллю стратегічних методів управління готельним господарством, що реекспортує з країн азійсь-

ко-тихоокеанського регіону, це привело до виникнення власного підходу до управління готельними послугами.

Враховуючи те, що формування системи управління якістю готельних послуг залежить від тривалості періоду, а також причини диференціації двох основних управлінських парадигм криються, безумовно, в особливостях культури споживання туристських послуг. Якщо для американізованого споживача важливе збереження звичного місця існування пронизаної духом уніфікації, зарегульованості поведінки, ізольованості готелів від місцевих умов у «мильному міхурі», що імітує Америку, то для європейського або азійського туриста дуже важлива індивідуалізація обслуговування. Всеосяжна анонімізація індивідуума в умовах масового споживання для них неприйнятна. Не маючи в своєму розпорядженні сформованої системи курортного обслуговування, аналогічної європейській і азійській культурно-історичній спадщині, американський готельний бізнес у значній мірі вимушений концентрувати увагу на створенні стабільного ринку готельних послуг ділового і розважального туризму, що, на думку Р. Рітцера, веде до «макдональдизації» готельної послуги. Безперечним позитивом американського підходу можна вказати гарантованість для споживача надання ефективних, швидких, передбачених і контрольованих готельних послуг.

Таким чином, не зменшуючи ефективність функціонування готельних підприємств американського типу, можна з упевненістю стверджувати, що майбутнє світового готельного господарства в реалізації принципу «сервіс гарантованої якості виконує будь-які бажання клієнта». Дане твердження більшою мірою життєздатне для високорозрядних готелів, тоді як готелі нижчих категорій витіснятимуться і замінюватимуться, мабуть, додатковими засобами розміщення, які залишаються найбільш прийнятними для наймасовіших видів туризму.

Аналіз результатів західних досліджень тенденцій розвитку готельного бізнесу так само дозволяє виділити спрямованість функціонування його суб'єктів на надання послуг високої якості, гарантованість якої забезпечується не тільки приналежністю готелю до корпоративних об'єднань або функціонування на основі франчайзингу, але так само і професійними асоціаціями, організаціями і союзами, які об'єднують суб'єктів готельного господарства на різних рівнях: національному (такі організації, як AH&MA – American Hotel & Motel Association, BHS – British Hospitality Association, DEHOGA – Deutscher Hotel – Und Gaststättenverband і ін.) і міжнародному (IHRA – International Hotel & Restaurant Association, HOTREC – Confederation of the National Associations of Hotels, Restaurants, Cafe & Similar Establishments in European Union & European Economic Area і ін.). При цьому національні об'єднання, як правило, входять до складу міжнародних організацій, створюючи тим самим могутній блок дії на світовий і внутрідержавний туристські і готельні ринки.

Основною заслугою вищенаведених організацій, на нашу думку, є впровадження в практику систем управління якістю

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

готельних послуг з розширеною участю громадськості. Подібний підхід до привласнення певного рівня розрядності дозволив не тільки учасникам готельних ланцюгів і мереж, а й окремим виробникам готельних послуг персоналізувати якість своїх послуг для споживача.

Таким чином, ґрунтуючись на вищевикладеному, в контексті теми дослідження можна виділити такі основні тенденції розвитку світової готельної індустрії:

- глобалізація і інтернаціоналізація готельної індустрії в результаті інтенсифікації процесів злиття і поглинань, впровадження і активного розвитку управління готельним бізнесом на основі франчайзингу, реекспорту технологій і принципів управління, розвитку нових туристських ринків;

- диверсифікація обслуговування в масштабах індустрії – відмова від статичного, стандартно загального готельного продукту, що супроводжується спеціалізацією пропозиції послуг окремих готельних підприємств і їхніх територіальних комплексів на конкретному сегменті ринку і посиленням персоналізації обслуговування;

- надання послуг високої якості на основі реалізації ефективних систем його підтвердження, впровадження механізмів суспільного і внутрішньосистемного контролю, моніторингу споживчих переваг.

Аналізуючи стан справ у вітчизняному готельному господарстві, можна констатувати, що вивченню проблем задоволення фізичних і духовних потреб українців у минулому не приділялося достатньої уваги. За дослідженнями організації «Всесвітній економічний форум» у рейтингу за конкурентоспроможністю туристичного ринку Україна у 2010 році посідає 85-те місце зі 139 країн. У рейтингу–2009 Україна займала 77-му позицію із 133 країн. В європейському регіоні Україна випередила тільки Вірменію, Боснію і Герцеговину та Молдову. «Враховуючи їхній слабкий розвиток, ці країни потребують значних інвестицій для модернізації інфраструктури, необхідної для підтримання сфери туризму і

подорожей», – зазначають укладачі рейтингу. Законодавство, що регулює туристичну галузь, не дало Україні піднятися вище 64-го місця в цій позиції. Ще гірші справи з безпекою – 82-ге місце. Міжнародні експерти розвіяли ілюзії і з приводу багатого людського, культурного і природного потенціалу нашої країни. За цим показником Україна 180. Трохи краще становище за такими показниками, як «здоров'я та гігієна» – 17-те місце і «доступність ринків» – 20-те. До того ж справи на митниці залишають бажати кращого. Україна потрапила в другу сотню як за ефективністю роботи митниці, так і за прозорістю діяльності прикордонників. «Незважаючи на те що європейський регіон загалом відкритий для торгівлі і переміщення людей, деякі країни відстають», – наголошується в дослідженні. Серед таких відстаючих згадані Боснія і Герцеговина та Україна [3].

В Україні увагу до якості готельних послуг на державному рівні означили лише з приводу проведення європейського чемпіонату з футболу Євро–2012, причому основну увагу і державне фінансування зосереджено було в містах проведення футбольних матчів – Києві, Львові, Донецьку, Харкові.

Так, протягом 1995–2010 років приріст загальної кількості підприємств становив майже 24% (табл. 1).

При цьому були проведені зміни у формах здійснення готельних послуг та їх підрахунках. Зміна системи власності надала можливості проводити сезонні надання готельних послуг у студентських, сімейних гуртожитках за туристичними та освітньо–пізнавальними та оздоровчими програмами, що загалом наблизило Україну до запровадження європейських стандартів надання останніх, при цьому з наведених даних у табл. 2 видно, що за 2012 рік приріст підприємств, що надають готельні послуги, збільшився майже на 3%, а загальний середній приріст підприємств, що надають готельні послуги, не змінився, що свідчить про недолугу державну маркетингову політику з розвитку готельного бізнесу в Україні.

Таблиця 1. Готелі та інші місця для тимчасового проживання

Роки	Кількість підприємств готельного типу	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів, тис. кв. м
1995	1396	62360	1032,3
1996	1368	60601	999,9
1997	1375	58464	1002,1
1998	1328	55487	1010,7
1999	1326	51450	948,7
2000	1308	51012	949,1
2001	1258	49966	947,9
2002	1254	51107	977,0
2003	1218	50412	997,8
2004	1192	50414	1012,2
2005	1232	51686	1072,4
2006	1269	53645	1120,2
2007	1420	62165	1313,6
2008	1595	71580	1508,4
2009	1684	76019	1624,6
2010	1731	79833	1700,6

* Складено автором за даними Держкомстату України.

Таблиця 2. Колективні засоби розміщування

Роки	Кількість колективних засобів розміщування			Кількість місць, тис.			Кількість розміщених, тис.		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі у		усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	спеціалізованих засобів розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
2011	5882	3162	2720	567,3	154,2	413,1	7426,9	4656,8	2770,1
2012	6041	3144	2897	583,4	162,8	420,6	7887,4	4983,9	2903,5

* Складено автором за даними Держкомстату України.

Основні зусилля функціонування туристської індустрії спрямовувалися на розвиток спеціалізованих засобів розміщення послуг, що надавали спектр, з акцентом на лікувально-оздоровчу складову у відповідності з вимогами соціальної значущості. В цих умовах готельне господарство розглядалося, з одного боку, як додаток санаторно-курортної діяльності, а з іншого – забезпечувало житлово-комунальними послугами потік переважно трудової міграції, що безумовно вплинуло і на якість наданих готельних послуг [4, с. 91–92].

Висновки

Процеси і тенденції розвитку готельного господарства у світі в останні десятиліття наочно демонструють зсув цільових орієнтирів як окремих виробників, так і їхніх об'єднань на надання послуг, якість яких корелюється з очікуваннями споживача і є гарантованим сторонніми експертами. Вважаємо, що в довгостроковій перспективі ці процеси будуть відігравати домінуючу роль у розвитку готельного господарства в цілому, оскільки необхідність ефективного управління якістю ініціюється спочатку попитом, що є активним компонентом суб'єкта системи управління якістю готельних послуг.

Загальність і єдність системи може визначатися комплексним механізмом директивного і мотиваційного впливу компонентів системи один на одного. У контексті даного факту неминуче виникає проблема формування організа-

ційного, інформаційного, правового середовища, що забезпечує ефективну взаємодію готельних підприємств, їхніх об'єднань з іншими елементами суб'єкта управління. Це актуалізує розробку теоретичних, методичних і методологічних засад функціонування ефективно інтегрованої системи управління якістю готельних послуг, здатної мінімізувати тенденції скорочення попиту на послуги, стимулювати розвиток матеріально-технічної бази, підвищити рівень відповідальності виробника за надані послуги, а також стимулювати формування культури споживання населенням якісних послуг, а отже соціальну та бюджетну роль даного сектору економіки України.

Список використаних джерел

1. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. / За ред. проф. В.К. Федорченка, Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К.: Вища школа, 2001. – 237 с.
2. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
3. Всесвітній економічний форум. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org>
4. Левицька І.В. Ефективність інноваційної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 12 [139] / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – К., 2012. – 248 с. – С. 87–93.

К.В. БАЖЕРІНА,
к.е.н., ст. викладач кафедри промислового маркетингу, Національний технічний університет України «КПІ»

Застосування теорії порогових значень при вимірі лояльності споживачів

У статті запропоновано концептуальний підхід до застосування теорії порогових значень у маркетингу на прикладі виміру лояльності споживачів до певного бренда. Такий аналіз проведено в контексті прийняття компанією рішення щодо розширення товарних та/або географічних меж бренда.

Ключові слова: бренд, порогове значення, лояльність споживачів, поведінкова лояльність, сприймана лояльність.

В статье предложен концептуальный подход к использованию теории пороговых значений в маркетинге на примере измерения лояльности потребителей к определенному бренду. Такой анализ проведен в контексте принятия компанией решения о расширении товарных и/или географических границ бренда.

Ключевые слова: бренд, пороговое значение, лояльность потребителей, поведенческая лояльность, воспринимаемая лояльность.

The concept-based approach to the application of the threshold values theory in marketing as exemplified by customer loyalty assessment to specific brand is offered in the Article. Such analysis is conducted in the context of corporate decision-making on development and/or geographic brand expansion.

Keywords: a brand, threshold, customer loyalty, behavioral loyalty, perceived loyalty.

Постановка проблеми. Сьогодні загострення конкурентної боротьби в глобальному масштабі та насиченість більшості ринків спонукає вітчизняні підприємства до застосування таких маркетингових технологій, що засновані на побудові довготривалих відносин зі своїми споживачами. Крім того, актуальність управління лояльністю зростає через фінансову та фізичну обмеженість підприємств до завоювання нових клієнтів. Тому саме наявність лояльних споживачів до бренда і є основою для стабільного обсягу продажів, що, своєю чергою, є стратегічним показником успішності компанії.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вагомий внесок у розроблення теоретичних і практичних засад управління лояльністю зробили такі науковці: Д. Аакер, Т. Амблер, А.В. Войчак, Н. Вудкок, О.В. Зозульов, В.Я. Кардаш, К.Л. Келлер, Ж.–Ж. Ламбен, Є.В. Ромат, С.О. Солнцев, М. Стоун, Х. Томпсон, Дж. Траут, Ж. Хофмеєр, О.К. Шафалюк та ін. Проте у більшості літературних джерел вказується на те, що існування лояльних споживачів є необхідною умовою для успіху компанії на ринку, а в якій мінімальній кількості лояльність є необхідною – не визначається. Кожна компанія вирішує дане питання самостійно виходячи з власного досвіду та власної інтуїції. Але з погляду прийняття економічно виважених та раціональних рішень це є не виправданим і пояснює актуальність до застосування теорії порогових значень у вирішенні певних маркетингових завдань. Аналіз ступеня розробленості даної предметної області виявив ряд неохоплених питань, пов'язаних з особливостями формування та розвитку лояльності споживачів на основі застосування теорії порогових значень.

Метою статті є розвиток методичних основ формування і розвитку теорії порогових значень у визначенні лояльності споживачів до бренда задля підвищення ефективності управління маркетингом та забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- проаналізувати теорію порогового значення та можливість її використання в економіці та в маркетингу;
- розробити методiku оцінки лояльності споживачів з аналізом показників рівня лояльності, індикаторів та методів їх виміру;
- запропонувати методичні рекомендації до визначення порогового значення для визначення лояльності споживачів.

Виклад основного матеріалу. Теорія порогових значень набула сьогодні досить великого значення у будь-яких сферах використання.

Існує досить багато визначень терміну «порогове значення». Так, у тлумачному словнику С.І. Ожегова наведено таке: «Поріг – найменша можлива величина, границя прояву чого-небудь». Т.Ф. Ефремова тлумачить порогове значення як «найменшу величину, ступінь чого-небудь, при якій можливий прояв якої-небудь властивості, якості».

Роль, яку відіграють порогові значення у нашому житті, дуже велика, адже їх застосовують на практиці в багатьох галузях: у науці, техніці, медицині, на виробництві, в економіці. Так, наприклад, у звичайних запобіжниках електронапруги застосовується принцип гранично великого перепаду значення напруги, за якої ці пристрої спрацьовують і вимикають подачу струму. Датчик граничних положень на виробничій лінії конвеєра слугує для сигналізації про досягнення кінцевого положення управляючих пристроїв. Датчики навантаження у ліфтах запрограмовані на певне граничне значення ваги, під якою ліфт не зрушить з місця. Вся державна система стандартизації України використовує принцип порогових значень характеристик для різноманітних матеріалів, сировини, виробів, продуктів харчування, їх технічних умов та органолептичних показників. У хімії порогові значення виражаються у граничній концентрації хімічних речовин, при якій відбувається реакція. В медицині встановлюються порогові значення для симптоматики захворювань, при яких починаються незворотні процеси в організмі, гранична кількість хворих у регіоні дає змогу говорити про встановлення епідеміологічного стану.

Незамінним є застосування порогових значень у системі економічної безпеки країни. Так, відповідно до наказу №60 Міністерства економіки України «Про затвердження Методики розрахунку рівня економічної безпеки України» від 02.03.2007 інтегральний індекс економічної безпеки визначається за методикою, що наведена нижче. Індикатори стану економічної безпеки України, їхні характеристичні значення розроблено з метою оцінювання стану економічної безпеки України за кожною складовою економічної безпеки. Відбір множини індикаторів здійснювався з урахуванням світового досвіду та напрацювань українських вчених. Для прикладу нижче приведена таблиця порогових значень індикаторів стану макроекономічної безпеки України.

Вкрай важливо орієнтуватися на критичні параметри загроз, такі їхні розміри, досягнення яких зумовлює руйнівні процеси в економіці. Критична величина економічних показників насамперед свідчить про необхідності оперативного втручання органів управління з метою зміни небезпечних тенденцій. Тому встановлення загально визначених порогових меж деструктивного розвитку економіки дозволяє обмежити існуючу в даний час свободу оцінок ситуації і знайти точки порозуміння різних суб'єктів господарювання та політичних сил.

Ще одним наочним прикладом може служити точка беззбитковості в економіці. Точка беззбитковості характеризує таку ситуацію, за якої загальні доходи від продажу продукції організації повністю покривають витрати на її виробництво й

Індикатори та порогові значення індикаторів стану макроекономічної безпеки України

№	Індикатор, одиниця виміру	Порогове значення (x_{opt})
1	Рівень тінізації економіки, % до ВВП	Не більше 30
2	Відношення обсягу ВВП до середнього значення у країнах ЄС, %	Не менше 75
3	Відношення обсягу ВВП на одну особу до середнього значення у країнах ЄС, %	Не менше 50
4	Відношення обсягу ВВП на одну особу до середньосвітового значення, %	Не менше 100
5	Валове нагромадження основного капіталу, % до ВВП	Не менше 25
6	Зміна запасів матеріальних оборотних коштів, % до ВВП	-1,5 – +1,5
7	Відношення сальдо платіжного балансу України до ВВП, %	-1 – +1
8	Відношення темпу росту продуктивності праці до темпу зростання заробітної плати, разів	не менше 1
9	Частка наявних доходів нефінансових корпорацій у валових наявних доходах, %	Не менше 14–15
10	Частка сектору загальнодержавного управління в наявних доходах, %	Не більше 20

реалізацію (ситуація, коли організація не отримує прибутків, але не має і збитків). Тобто це та нижня межа, досягнення і перевищення якої матиме економічний сенс господарської діяльності для організації у вигляді отримання прибутку.

Розглянувши різноманітні сфери застосування порогових значень, можна дійти висновку про ефективність і доцільність їхнього використання як індикаторів для оцінки теперішнього стану об'єкта, окреслення його потенційної «безпечної зони», при знаходженні в межах якої не виникатиме ніяких негативних або руйнівних процесів. Також досягнення порогового значення можна вважати переломною точкою, яка дає змогу отримати відповідь «так» або «ні» відповідно до того, чи відбудеться певна дія, буде мати місце певний ефект або ні.

Крім того, всі параметри можна поділити на дві групи – з однобічним і двобічним обмеженням. Якщо певний контрольований параметр має одне найгірше значення, він ставиться до однобічно обмеженого (наприклад, визначення точки беззбитковості в економіці). Якщо два найгірших значення – до двобічно обмеженого (наприклад, встановлення температури тіла у медицині).

У даному дослідженні пропонується до розгляду застосування теорії порогових значень у маркетингу на прикладі виміру лояльності споживачів до певного бренда.

Під лояльністю (loyalty) ми будемо мати на увазі таке об'язно позитивне відношення споживачів у відношенні всього, що стосується діяльності організації, продуктів і послуг, вироблених, тих, що продають або надають організації, персонал компанії, імідж організації, торгові марки, логотипи тощо. Саме наявність цієї лояльності, тобто сприятливого відношення споживачів до даної компанії, продукту, і є основою для стабільного обсягу продажів. Що, своєю чергою, є стратегічним показником успішності компанії [1, с. 24].

У нашому випадку всі параметри є однобічно обмеженими. Для однобічно обмежених параметрів варто також визначити

– погіршується чи покращується стан об'єкта (лояльність бренда) в цілому при збільшенні значення даного коефіцієнта від його мінімального можливого значення. В даному випадку зі зростанням коефіцієнта стан об'єкта (лояльність бренда) для всіх однобічно обмежених коефіцієнтів покращується.

У літературі можна знайти досить багато понять, що відносяться до терміну «лояльність». Лояльність у більшості випадків асоціюється з повторною покупкою і визначається як «рішення, насамперед про регулярне споживання того чи іншого бренда (усвідомлене чи неусвідомлене), що виражається через увагу або поведінку» [2, с. 16]. Часто лояльність виявляється в тому, що споживач може робити повторні покупки одночасно у кількох конкуруючих між собою марок протягом досить тривалого періоду часу з певною регулярністю. Але ні повторна покупка, ні «раціональна відданість» не пояснює силу лояльності. Тому для оцінки лояльності необхідно порівняння її поведінкових і сприйманих параметрів.

«Поведінкова» лояльність ґрунтується на розгляді лояльності як певного типу поведінки споживача, що виражається в тривалій взаємодії з компанією і здійсненні повторних покупок [3, с. 162; 4, с. 68]. Незважаючи на легкість оцінки такої лояльності, в ньому є істотний недолік: він враховує тільки результати поведінки (повторні покупки), але не розкриває причини, за якими споживач робить вибір на користь того чи виробника.

«Сприймана» лояльність розглядається як споживча перевага, що формується в результаті узагальнення почуттів, емоцій, думок щодо бренду [5, с. 866]. Цей тип лояльності іноді розглядається як більш значимий, оскільки вважається, що він показує скоріше майбутню поведінку споживачів, ніж відображає його минулий досвід. Однак даний підхід, віддаючи перевагу суб'єктивним думкам як визначальним чинникам лояльності, не доводить їх впливу на покупку. По-друге, виникають проблеми вимірювання такого типу лояльності.

		«Поведінкова» лояльність	
		Висока	Низька
«Сприймана» лояльність	Висока	Абсолютна лояльність	Прихована лояльність
	Низька	Хибна лояльність	Відсутня лояльність

Рисунок 1. Класифікація лояльності [6, с. 57–59]

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Залежно від рівня поведінкової і сприйманої лояльності можна виділити різні її типи (рис. 1).

Абсолютна лояльність – ситуація, при якій високому рівню поведінкової лояльності споживачів відповідає високий рівень сприйманої лояльності, – є найбільш сприятливою для організації. Цих споживачів найлегше втримати. Причому для цього може бути достатньо підтримки існуючих стандартів якості.

Прихована лояльність означає, що високий рівень сприйманої лояльності підкріплюється поведінкою споживача. Тобто споживач виділяє дану компанію з числа конкурентів, але купує її продукти не так часто або не в такій кількості, як абсолютно лояльні споживачі. Причинами цього є насамперед зовнішні фактори, наприклад недостатній рівень доходу. В такій ситуації компанії необхідно зміцнювати досягнуте положення шляхом розвитку поведінкової лояльності. Для цього можуть використовуватися, наприклад, цінові стимули.

Хибна лояльність має місце в тому випадку, коли високому рівню поведінкової лояльності відповідає низький рівень сприйманої лояльності. Ця ситуація є загрозливою, оскільки споживач не прив'язаний до організації. Його покупки можуть бути наслідком обмеженої пропозиції, звичок, тому, як тільки споживач знайде організацію, що задовольняє його більшою мірою, він відмовиться від обслуговування. Для утримання споживачів, що демонструють такий тип лояльності, необхідно обов'язкове посилення сприйманої лояльності.

Відсутність лояльності надає мінімальні можливості для утримання. Організації слід або відмовитися від утримання цієї частини споживачів, або вживати спеціальні заходи для підвищення насамперед сприйманої лояльності.

Отже, лояльність є основним показником рівня взаємодії споживача і компанії. Причому для отримання більш правдоподібної картини компанії необхідно аналізувати дві її сторони: «поведінкову» і «сприйману». І «поведінкова» і «сприймана» лояльність включають в себе ряд компонентів, які можуть бути використані для вимірювання лояльності.

Найбільш простими для вимірювання є компоненти «поведінкової» лояльності, значення яких можуть бути отримані з бази даних по споживачах. Вони визначаються таким чином:

- перехресний продаж – кількість додаткових продуктів компанії, куплених споживачем у певний проміжок часу;
- збільшення покупок – сума або частка збільшення розміру покупки одного і того ж продукту за певний проміжок часу;
- повторні покупки – кількість повторних покупок;
- підтримання споживачем досягнутого рівня взаємодії з компанією – відносна сталість суми покупки однієї і тієї ж торгової марки за певний проміжок часу.

Своєю чергою, для визначення в матриці високого і низького рівня поведінкової лояльності (рис. 1) ми будемо аналізувати модель поведінки споживача, що характеризується схемою повторних покупок. Так, якщо схема має вигляд «АААБААВАААБ» (де А – це купівля бренда компанії, а Б та В – брендів конкурентів), то вважають, що споживач має прихильність до бренда, а отже у матриці – це висока пове-

дінкова лояльність. Якщо в цій схемі повторних покупок більше брендів конкурентів, це означає в матриці низьку поведінкову лояльність (або її відсутність).

Складові «сприйманої» лояльності виміряти складніше, оскільки тут ми маємо справу з перевагами й думками споживачів. У даному випадку основним способом отримання інформації будуть опитування споживачів, експертів. Як індикатори «сприйманої» лояльності можуть виступати:

1. Обізнаність

• По-перше, обізнаність визначається як ступінь популярності бренда, компанії на цільовому ринку.

• По-друге, обізнаність може бути виміряна як кількість рекомендацій існуючих споживачів, провідних до залучення нових споживачів.

2. Задоволеність

Задоволення споживачів не тільки саме по собі є фундаментом лояльності, а й різні рівні задоволеності по-різному впливають на лояльність споживачів. Споживачі бувають: повністю незадоволені; незадоволені; нейтральні; задоволені; повністю задоволені [7, с. 205]. Так, дослідження Міттала і Лассара показало, що задоволеність, безсумнівно, впливає на лояльність, але не прямо: незадоволеність гарантує нелояльність, тоді як задоволеність не гарантує лояльність, і тільки максимальна задоволеність забезпечує її. Звідси можна зробити висновок, що необхідно відстежувати ще й протилежний задоволеності стан – незадоволеність. При аналізі сприйманої цінності також оцінюється, наскільки витрати (ціна та інші витрати, пов'язані з купівлею) відповідають отриманому результату.

3. Ступінь непевності або подвійності відносин

Чим більше невпевнений споживач з приводу вибору того чи іншого бренда, тим більш ймовірно те, що він буде відкладати остаточне рішення до останнього моменту. Для подібних споживачів необхідним стає стимул, який вони отримують уже безпосередньо в магазині, оскільки саме там відбувається остаточний вибір.

4. Наявність альтернатив

Однією з причин, чому споживачі не змінюють бренд на інший, є той факт, що вони відчувають, що альтернативи такі саме погані, як і бренд, який вони купують, або навіть гірше. Якщо споживач побачить конкуруючий бренд у вигіднішому світлі, це може привести до переключення на інший бренд.

Кожен показник характеризує рівень сприйманої лояльності, проте їхнє використання можливе скоріше в системі і їх сумісному аналізі. Отже, межею «сприйманої» лояльності будемо розуміти ситуацію, при якій:

– споживач знає бренд як мінімум з підказкою, при цьому може його не рекомендувати іншим користувачам;

– споживач задоволений у процесі його використання. Вважаємо, що цей показник номінальний та приймає значення 0 або 1, а проміжні значення відсутні;

– споживач точно впевнений у виборі бренда без урахування цінових стимулів. Даний показник також, як і попередній, оцінюється за номінальною шкалою;

– на ринку мають бути присутні конкуренти, про яких відомо споживачеві.

Наступним завданням нашого дослідження є з'ясувати мінімальне порогове значення лояльності споживачів, необхідних для компанії – виробника даного бренда.

Використання теорії порогового значення означає визначення мінімально допустимого значення лояльних споживачів для компанії. Отримання такого значення впливає з основних функцій та завдань лояльності. Лояльність дозволяє знизити витрати на маркетинг, створює бар'єри для конкурентів, покращує імідж бренда та залишає резерв часу для перепозиціонування у випадку реальної конкурентної загрози [8, с. 284].

Таким чином, лояльність є особливо важливим показником при розширенні меж бренда, а саме при виході бренда на нові географічні ринки, при розширенні асортименту під даним брендом тощо через передачу набутих за час свого існування асоціацій з цим брендом.

Розширення бренда буде успішним, якщо споживачі швидко сприйматимуть товари-новинки, оскільки вони будуть появлятися під тим брендом, якому вони довіряють. Аналізуючи бажання лояльних споживачів придбавати інші товари під цим брендом, компанія отримує можливість прорахунку мінімального рівня прибутку при розширенні меж бренда та оцінити можливість покриття витрат за рахунок лояльних споживачів. Це у кінцевому підсумку дозволяє знизити ризики в разі виведення нових товарів на нові ринки.

Розширюючи межі бренда, підприємство орієнтується на певний сегмент, де може визначити базових конкурентів. Відповідно при виході на новий ринок бренд повинен мати конкурентні переваги з метою перерозподілу ринку та завоювання ринкової частки конкурентів. Зауважимо, що такий механізм охоплює лише аспекти розвитку бренда у межах однієї цільової аудиторії. Отже, розвиток бренда зумовлює екстраполяцію конкурентних переваг бренда з одного ринку на інший.

Лояльність споживачів до бренда є ключовим фактором успіху, оскільки її високий рівень допомагає створити компанії абсолютно передбачуваний потік продажів і прибутку. При розширенні меж бренда лояльні споживачі забезпечують мінімальні обсяги збуту компанії, що частково покриватиме витрати при виведенні нових товарів. А в умовах економічної кризи зонайменше дають можливість утриматися на ринку, а також від банкрутства певний проміжок часу.

Саме тому сформована лояльність має давати компанії зонайменше змогу у покритті витрат на виробництво і збут продукції.

Тому основними етапами прийняття рішення щодо розширення меж використання бренда є такі:

1) дослідження рівня лояльності до бренда серед споживачів на ринку А, тобто на тому ринку, де працює компанія на даний час. Дане дослідження проводиться за наведеною вище методикою;

2) аналіз беззбитковості на ринку В, тобто на ринку, на який планує вихід компанія з даним брендом. Отже, для визначення порогового значення необхідно розрахувати точку беззбитковості для підприємства щодо виробництва і збуту товару, що розраховується за такою формулою:

$$Q_{\text{беззбитковості}} = \frac{FC}{P - VC}, \quad (2)$$

де FC – умовно постійні витрати при виробництві та збуті товарів під певним брендом у новій товарній категорії; VC – змінні витрати при виробництві та збуті одиниці товару під брендом у новій товарній категорії; P – ціна реалізації.

Отже, знаючи обсяг реалізації, відпускну ціну, постійні та змінні витрати можна підрахувати мінімальний обсяг реалізації даного товару на новому ринку або нового товару, що буде вироблятися під даним брендом. Саме даний обсяг забезпечить беззбитковість певного напрямку діяльності, адже прийняття рішення щодо виведення нового товару пов'язано з переливом ресурсів підприємства, зокрема фінансових, на ви-

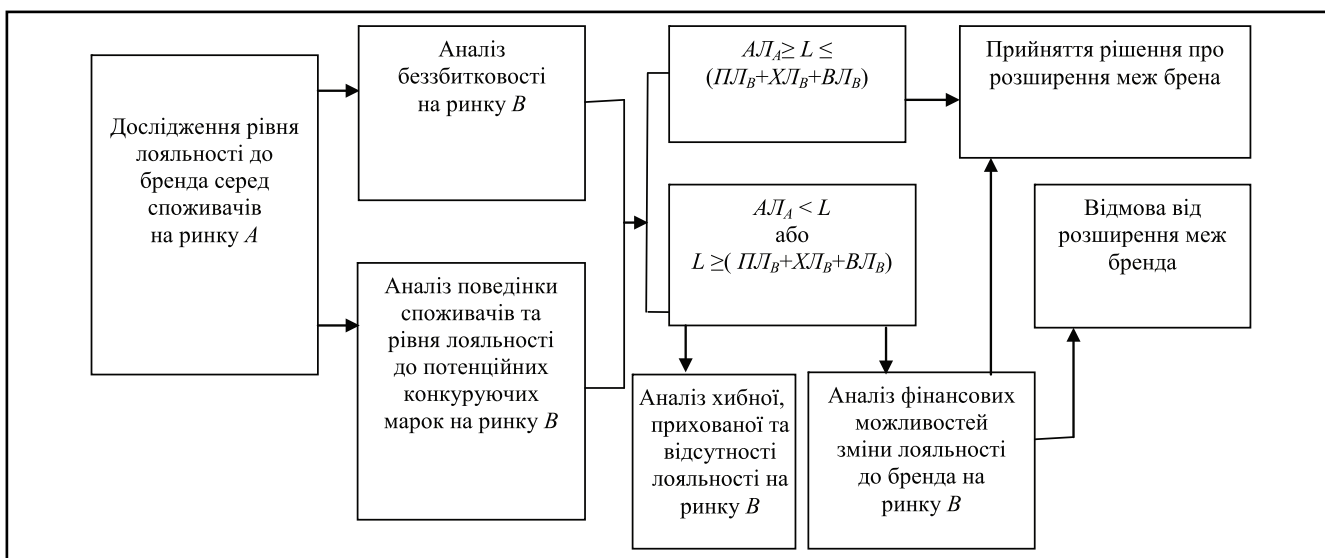


Рисунок 2. Процедура прийняття рішення щодо розширення меж бренда на основі аналізу лояльності споживачів
Розроблено автором.

ведення нового товару. При переведенні зусиль компанії на виведення нового товару, споживачі, що не є лояльними, можуть перейти до інших брендів. Для усунення загрози понесення збитків у новому напрямі лояльні споживачі мають забезпечити щонайменше покриття витрат компанії.

Беручи до уваги середню кількість товару, що купує споживач, мінімальна кількість лояльних споживачів має становити:

$$L = \frac{Q_{\text{беззбитковості}}}{Q_{\text{реалізації}}} m \cdot 100\%, \quad (3)$$

де $Q_{\text{беззбитковості}}$ – мінімальний обсяг реалізації, $Q_{\text{реалізації}}$ – обсяг реалізації, m – середня кількість товару, що припадає на одного покупця;

3) визначення базових основних конкурентів на потенційному новому ринку та аналіз поведінки споживачів і рівня лояльності до потенційних конкуруючих марок на ньому;

4) компанія може прийняти рішення про розширення меж марки за умови, якщо мінімальна кількість лояльних споживачів (L) є меншою чи дорівнює кількості абсолютно лояльних споживачів на старому ринку, а також меншою за суму прихованої ($ПЛ_B$), хибної ($ХЛ_B$) та відсутньої лояльності ($ВЛ_B$) на новому ринку;

5) якщо компанії для покриття беззбитковості на новому ринку необхідно більше абсолютно лояльних споживачів, є сенс проаналізувати приховану ($ПЛ_B$), хибну ($ХЛ_B$) та відсутню лояльність ($ВЛ_B$) на новому ринку. Аналіз полягає в можливості зміни в їх споживчій поведінці за рахунок надання конкурентної переваги бренда на відміну від базових основних. Такий аналіз показує можливість підприємства змінити ситуацію на ринку за рахунок маркетингових заходів, наприклад додаткової рекламної кампанії. Так, якщо не існує можливості зміни ситуацію, компанії доцільно відмовитися від ідеї розширення меж бренда та виходу на інші ринки збуту;

6) якщо така можливість існує, то також існує необхідність аналізу фінансових можливостей зміни лояльності до бренда на новому ринку. У випадку, коли підприємство не може перекрити слабкі сторони бренда за рахунок фінансових ресурсів, підприємство повинно відмовитися від прийняття рішення щодо розширення меж використання бренда.

Економічна складова запропонованої процедури використання теорії порогових значень у кінцевому підсумку дасть змогу надати рекомендації щодо організації процесу маркетингу на підприємстві. Виходячи з того, наскільки певний

показник не досягає свого порогового значення, компанія буде передбачати: проведення певних змін в організаційній структурі, зміну у визначенні функціональних обов'язків; зміну мотиваційних стимулів персоналу тощо, а також стратегічні та тактичні цілі компанії.

Висновки

Таким чином, аналіз лояльності споживачів має проводитися компанією у контексті основного завдання, що перед нею стоїть. Частіше за все лояльність розглядається у прийнятті компанією рішення щодо розширення меж бренда – виходу з даним брендом на інші географічні та/або товарні ринки. Тому запропоновано процедуру прийняття рішення щодо розширення меж бренда на основі аналізу лояльності споживачів. Поріг кількості лояльних споживачів визначається беззбитковістю, оскільки сформована лояльність має давати компанії щонайменше змогу у покритті витрат на виробництво і збут продукції на новому ринку. Якщо така умова не виконується, розширення меж бренда є недоцільним і потребує вдосконалень на базовому ринку.

Список використаних джерел

1. Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Ф. Райхельд, Т. Тил. – М.: Вильямс, 2005. – 384 с.
2. Андреев А.Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А.Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – №2. – С. 16.
3. Ламбен Ж.–Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.–Ж. Ламбен: [пер. с англ.]. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
4. Росситер Д.Р. Реклама и продвижение товаров / Д.Р. Росситер, Л. Перси: [пер. с англ.; под ред. Л.А. Волковой]. – СПб.: Питер, 2000. – 656 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 1998. – 898 с.
6. Цысарь Л.В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления / Л.В. Цысарь // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2002. – №5. – С. 57.
7. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / С. Бутчер. – М.: Вильямс., 2004. – 272 с.
8. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление: Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Д. Аакер: [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2003. – 542 с.

Облікове забезпечення процесу калькулювання в системі управління витратами виробництва

У статті розглядається питання облікового забезпечення процесу калькулювання, що дозволяє значно покращити якість інформаційного забезпечення системи управління витратами виробництва для удосконалення процесу калькулювання та оптимізації собівартості продукції.

Ключові слова: витрати, собівартість, управлінський облік, калькулювання.

В статье рассматривается вопрос учетного обеспечения процесса калькулирования, что позволяет значительно улучшить качество информационного обеспечения системы управления издержками производства для усовершенствования процесса калькулирования и оптимизации себестоимости продукции.

Ключевые слова: затраты, себестоимость, управленческий учет, калькулирование.

The article considers the question of accounting maintenance of process of calculation, which can significantly improve the quality of the information support system of management of production costs for improving the process of calculation and optimization of production cost.

Keywords: costs, cost, managerial accounting, calculation.

Постановка проблеми. Зараз у вітчизняній та зарубіжній практиці бухгалтерського обліку використовуються різні методи калькулювання собівартості продукції, сутність, проблеми і перспективи яких знайшли відображення в працях вчених-економістів. З метою підвищення якості управлінських рішень на підставі використання інформації про собівартість підлягає дослідженню практика підприємств у частині методів обліку витрат і калькулювання.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблеми облікового забезпечення процесу калькулювання у системі управління витратами виробництва досліджувалися в наукових працях вітчизняних вчених: С.В. Бойко, Ф.Ф. Бутинця, Б.І. Валуєва, С.Ф. Голова, Г.Г. Кірейцева, М.В. Кужельного, Л.В. Нападовської, В.Ф. Палія, М.С. Пушкаря, В.В. Сопка, Л.К. Сука, М.Г. Чумаченка, В.О. Шевчука. У країнах ближнього і дальнього зарубіжжя ці проблеми розглядали Х. Андерсен, М.А. Вахрушина, К. Друрі, В.Б. Івашкевич, Д. Рорбах, В.К. Радостовець, О.П. Рудановський, Я.В. Соколов, Дж. Фостер, П. Фрідман, Ч. Хорнгрен, А. Яругова.

Мета статті – розглянути питання облікового забезпечення процесу калькулювання, що дозволяє значно покращити якість інформаційного забезпечення системи управління

витратами виробництва для удосконалення процесу калькулювання та оптимізації собівартості продукції.

Виклад основного матеріалу. Особливо актуальним в умовах економічного спаду і зниження рівня споживання є питання зниження рівня витрат. За результатами дослідження, проведеного міжнародною аудиторською фірмою Ernst&Young «Вплив економічної кризи на українські компанії» (2010), необхідність зниження операційних витрат є ключовими проблемами, що турбують вітчизняні підприємства.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО 16 «Витрати» [1] зобов'язує класифікувати витрати за такими ознаками: види діяльності, спосіб перенесення витрат на собівартість продукції, ступінь впливу обсягу виробництва на рівень витрат, елементи витрат та елементи собівартості. Перелік і склад статей виробничої собівартості підприємство встановлює самостійно. П(С)БО 16 не передбачає класифікації витрат за місцями їхнього виникнення та центрами відповідальності, а також за характером участі витрат у процесі виробництва.

Більшість науковців виділяють три напрями класифікації витрат: для підрахунку витрат і вирахування фінансового результату; для прийняття управлінських рішень; з метою контролю.

Класифікація витрат передбачена галузевими методичними рекомендаціями, доповнює класифікацію витрат запропоновану у П(С)БО 16, а за окремими ознаками дублює її. Так, методичними рекомендаціями № 132, які регулюють облік витрат та калькулювання собівартості продукції підприємств, витрати пропонується класифікувати за такими ознаками: центри відповідальності, економічні елементи, стаття витрат, характер участі в процесі виробництва, по відношенню до собівартості, по відношенню до обсягів виробництва [2].

Витрати по відношенню до фінансово-господарської діяльності підприємства можуть бути поділені на дві групи – вичерпні та невичерпні. Вичерпні (спожиті) витрати (Expired costs) – це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу звітного періоду. Невичерпні (не спожиті) витрати (Unexpired costs) – це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу або іншої вигоди у майбутньому [3].

За сферами виникнення у процесі основної діяльності всі витрати розподіляються між двома групами: виробничі витрати та невиробничі витрати. В межах цих груп можуть бути виділені підгрупи витрат, які характеризуватимуть, але не будуть повторюватися. Варто зауважити, що при цьому ва-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

жливим для обліку та контролю за здійсненими витратами є визначення їхньої фактичної собівартості. Визначення собівартості проводиться калькулюванням.

На основі опрацювання вітчизняних і зарубіжних літературних джерел можна виділити такі способи калькулювання: простий; нагромадження (сумування) витрат; виключення витрат; перерахунку в основну продукцію; пропорційний; відповідно вартості продукції за реалізаційними цінами (або метод на основі вартості реалізації в точці розділення); відповідно до встановленої бази; оцінка витрат на окремі види продукції експертним шляхом і вираження їх в певних відносних показниках; нормативний; натуральних показників; чистої вартості реалізації; постійної частки валового прибутку; комбінований [4].

Метод калькулювання поєднує способи і прийоми, при допомозі яких у бухгалтерському обліку відображають витрати і формують собівартість продукції.

В економічній літературі зустрічається різна класифікація методів калькулювання [4]. У світовій теорії і практиці ведення бухгалтерського обліку сформувалися такі методи калькулювання: попроцесний, позамовний, на основі діяльності [5].

У вітчизняній літературі та практиці найчастіше зустрічаються простий, позамовний, попередільний, нормативний методи, проте стрункої класифікації немає через труднощі виділення класифікаційної ознаки, яка б задовольняла всі існуючі методи [6, с. 169].

Метод калькулювання витрат обирається підприємством залежно від виду економічної діяльності, особливостей технології виробництва і конкретних видів продукції. При цьому важливо забезпечити одержання інформації про ефективність використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів в розрізі об'єктів і статей витрат. Вивчення праць вітчизняних і зарубіжних вчених підтверджує, що можна рекомендувати до застосування такі основні методи калькулювання: позамовний, попроцесний, змішаний, нормативний, на основі діяльності, котловий.

Кожне підприємство в сучасних умовах господарювання самостійно повинно класифікувати витрати за ознаками, що найбільшою мірою є зручними у використанні та відповідають різним потребам управління. «Ознак класифікації має бути рівно стільки, щоб можна було з їх допомогою отримати найбільш повну інформацію з метою задоволення потреб різних груп споживачів», – зауважує Л.В. Нападовська [6, с. 34].

Проте класифікація витрат, як показує практика, не враховує окремі види витрат, зумовлені специфікою методів каль-

кулювання собівартості. Не всі витрати можна розмежувати між звітними періодами: завжди буде присутнє зміщення в часі тих або інших величин, а також не в усіх випадках витрати можуть бути включені до конкретного виду продукції. Калькулювання фактичної собівартості дозволяє: на етапі планування встановити ціну на продукцію. Так, відповідно до Методичних рекомендацій № 132 фактична собівартість продукції, яка використовується для встановлення ціни, відрізняється від планової на величину адміністративних витрат, витрат на реалізацію продукції та понаднормативних виробничих витрат. В умовах ринкової економіки і властивій їй конкуренції інформація про витрати на виробництво продукції дає змогу визначити діапазон можливостей використання підприємством методів цінової конкуренції. Задовольнити інформаційні потреби менеджерів про витрати на виготовлення продукції для ефективного управління та формування попиту на ті види товарів, які випускаються підприємством. При цьому залежно від рівня управління менеджерів цікавить як узагальнена інформація, так і витрати в розрізі їхніх складових елементів.

Взаємозв'язок витрат за елементами відповідно до П(С)БО 16 і статей калькуляції згідно з методичними рекомендаціями № 132 наведено в таблиці.

Зі змісту калькуляційних статей видно, що витрати, які є складовими собівартості продукції, мають різне призначення у виробництві. За відношенням до виробничого процесу витрати на виробництво діляться на основні (заробітна плата робітників основного виробництва) і накладні (заробітна плата робітників допоміжного виробництва, фахівців і службовців).

На практиці в плануванні й бухгалтерському обліку підприємств різних галузей економічної діяльності використовуються різні поєднання статей калькуляції, які є інформаційною базою для складання фактичної і планової калькуляції собівартості окремих видів продукції, контролю витрат виробництва. Забезпечується можливість здійснення внутрішнього контролю і аналізу витрат за видами діяльності з метою виявлення резервів їхнього зниження.

Провідна роль в інформаційному забезпеченні управління витратами належить бухгалтерському обліку, що надає можливість отримувати доступ до інформації щодо об'єктів витрат. За даними бухгалтерського обліку витрат мають забезпечуватися виявлення найбільш суттєвих факторів виникнення витрат, ідентифікація джерел виникнення витрат для прийняття управлінських рішень.

Взаємозв'язок класифікації витрат за елементами та статтями калькуляції

П(С)БО 16 зі змінами та доповненнями	Методичні рекомендації №132, щодо регулювання обліку витрат та калькулювання собівартості продукції плодоконсервних підприємств
1. Прямі матеріальні витрати	Сировина і матеріали; придбані напівфабрикати і комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств і організацій; паливо і мастильні матеріали; зворотні відходи (віднімаються)
2. Прямі витрати на оплату праці	Основна заробітна плата; додаткова заробітна плата
3. Інші прямі витрати	Відрахування на соціальні заходи; витрати на обслуговування і експлуатацію устаткування.
4. Загальновиробничі (непрямі) витрати	Загальновиробничі витрати; втрати від браку; інші виробничі витрати; супутня продукція (віднімається)

Джерело: систематизовано на основі [2].

Важливою умовою достовірного відображення витрат і визначення собівартості продукції є правильне документування списання ресурсів, нарахованої заробітної плати тощо, відображення на рахунках бухгалтерського обліку, облікових регістрах, у звітності підприємства.

Основними первинними та зведеними документами для бухгалтерського обліку витрат виробництва на вітчизняних підприємствах є наведені на рисунку.

Відповідно, порядок складання, приймання, обробки та зберігання представленої документації, а також склад і подання бухгалтерської звітності регулюються обліковою політикою підприємства, зокрема графіком документообігу.

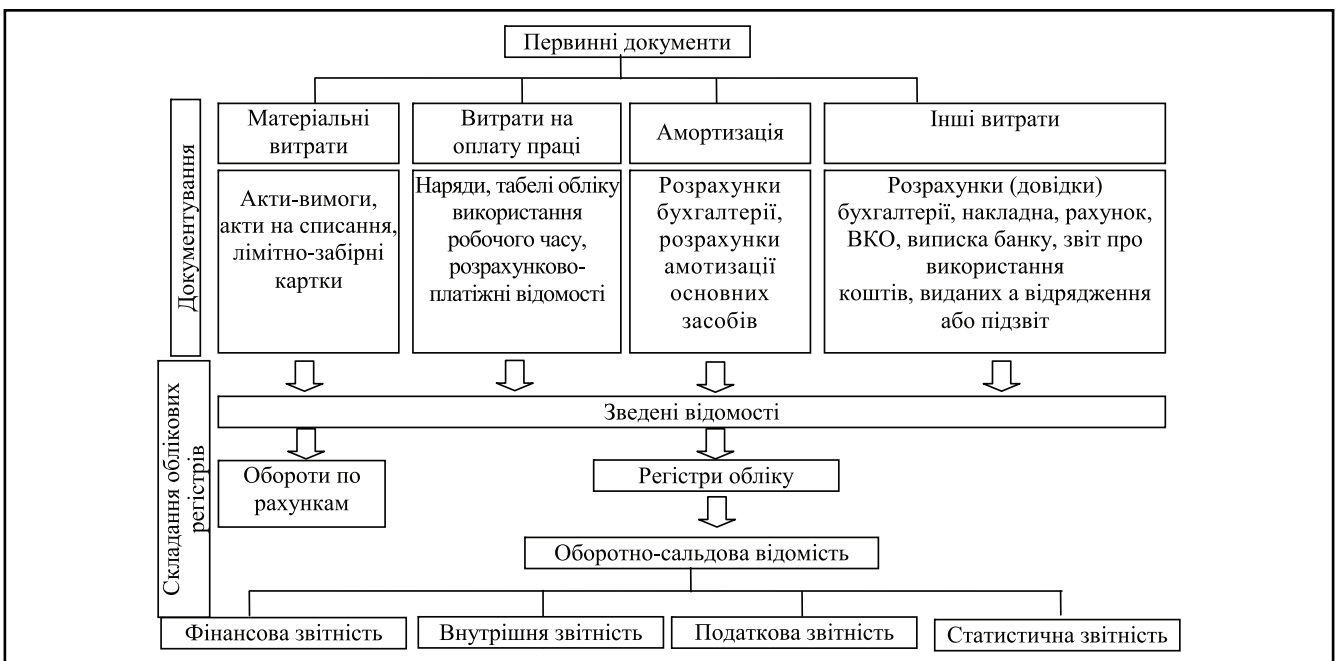
На плодоконсервних підприємствах процес документального оформлення операцій відпуску сировини та матеріалів у виробництво свідчить, що документи, які при цьому використовуються, терміни їх подання, не відповідають вимозі оперативного інформаційного забезпечення системи управління. На більшості підприємств відпуск матеріальних ресурсів у виробництво здійснюється на підставі лімітно-забірних карток. Основним недоліком використання цього документа є те, що він не дозволяє проводити аналіз відхилень фактичних витрат від встановлених норм, що ставить під сумнів доцільність його використання в цілому. На нашу думку, з метою усунення вказаних недоліків необхідно посилити контроль та повернути в практику підприємств використання сигнальних карток, що дасть змогу вчасно приймати адекватні управлінські рішення та здійснювати оперативний контроль за використанням сировини та матеріалів.

На плодоконсервних підприємствах відходи, що виникають у ході виробництва, поділяють на зворотні та незворотні. Облік незворотніх достатньо проводити лише у кількісному вираженні, натомість зворотні відходи мають споживчу вартість, що викликає необхідність обліку та контролю за їх

використанням. Тому використання «Відомості обліку відходів» дозволить організувати їхній облік таким чином, щоб період виявлення та відображення відходів в обліку співпадали. Це дозволить визначати не лише кількість та види відходів, а й здійснювати ефективне управління ними.

Інформація про витрати матеріальних ресурсів узагальнюється у виробничому звіті. Як показує практика, інформація, яку містить щоденний виробничий звіт, недостатня для формування загального уявлення про перебіг процесу виробництва, а отже, і прийняття адекватних управлінських рішень. Тому інформацію про матеріальні та трудові витрати, що виникають у процесі виробництва, ми пропонуємо відобразити у виробничому звіті, що складатиметься в кінці кожної робочої зміни (змінний виробничий звіт). Інформація про надходження матеріальних ресурсів має бути підтверджена відповідними первинними документами, що додаються до звіту. Також до змінного виробничого звіту мають бути додані документи, що підтверджують передачу виготовленої продукції на склад підприємства. Вони є підставою для заповнення рядка про фактичну кількість виготовлених фізичних одиниць готової продукції. Своєю чергою, інформація про обсяг виготовленої продукції є основою для нарахування заробітної плати робітникам основного виробництва та визначення обґрунтованості списання матеріальних ресурсів.

Залежно від обраної форми оплати праці витрати будуть включатися або до постійних, або до змінних витрат. На переважній більшості підприємств використовується відрядна форма оплати праці. В такому випадку витрати на заробітну плату виробничим працівникам будуть віднесені до змінних витрат та розраховуватися як добуток обсягу виготовленої продукції на розцінку. Норма виробітку встановлюється підприємством самостійно за допомогою одного з методів: дослідного, аналітичного чи статистичного.



Загальна схема документування витрат виробництва

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Незначну величину витрат у собівартості плодоовочевої продукції становлять загальновиробничі витрати. Метод розподілу загальновиробничих витрат, запропонований у П(С)БО 16 «Витрати», вимагає проведення великої кількості розрахунків. Ми пропонуємо взяти за основу розподілу методичні рекомендації №132 пункт 10.2, де для плодоовочевих переробних підприємств запропоновано витрати, які не можуть бути прямо віднесені на певний вид продукції розподіляти між окремими її видами пропорційно кількості вироблених умовних банок.

Найбільшу питому вагу в складі непрямих виробничих витрат на підприємствах плодоконсервної промисловості становлять витрати на утримання, ремонт та експлуатацію обладнання, решта – загальновиробничі витрати, пов'язані з управлінням виробничими процесами. Витрати на утримання та експлуатацію обладнання по відношенню до процесів виробництва є основними. При визначенні суми витрат на утримання та експлуатацію обладнання особлива увага має приділятися вибору методу нарахування амортизації.

Враховуючи сезонний характер виробництва, нерівномірність обсягів випуску продукції, для визначення суми амортизаційних відрахувань ми пропонуємо використовувати в практиці консервних підприємств виробничий метод нарахування амортизації. Він застосовується до об'єктів, пов'язаних із процесами виробництва. Його використання дозволить максимально справедливо здійснювати визначення суми амортизаційних відрахувань, що підлягає подальшому розподілу.

Загальновиробничі витрати можуть бути об'єднані в дві групи: виробничі непрямі витрати, час виникнення яких співпадає з часом випуску продукції; виробничі непрямі витрати, час виникнення яких не співпадає з випуском продукції (профілактичний огляд обладнання, поточний ремонт обладнання тощо). Загальним для цих витрат є те, що обидві групи об'єднують у собі комплексні статті витрат. Їхнє планування та облік має здійснюватися за місцями виникнення, а розподіл між видами продукції є непрямим. Як база розподілу загальновиробничих витрат першої групи може бути використаний умовний обсяг продукції (туби). Натомість загальновиробничі витрати другої групи повинні нагромаджуватися на рахунку З9 «Витрати майбутніх періодів». Їхнє списання на собівартість продукції має здійснюватися в період виробництва продукції, пропорційно запланованим обсягам виробництва. Це, на нашу думку, дозволить уникнути різких коливань собівартості продукції.

Під час ведення виробництва на плодоконсервних підприємствах потрібно дотримуватися обґрунтованих норм витрат і виходу продукції. За наявності обґрунтованих норм часто застосовують нормативний метод, який дає можливість оперативно стежити за ходом виробництва і постійно контролювати витрати. Нормативний метод передбачає відображення в обліку витрат за встановленими нормами і відхилення від норм.

Нормативи встановлюються як стандарти (орієнтири) для контролю витрат праці, сировини, матеріалів, палива, мінеральних добрив, запасних частин та інших цінностей, спо-

живання електроенергії, а також планування наявності і ефективного використання ресурсів у наступних періодах для здійснення успішної діяльності підприємства.

Калькулювання собівартості продукції за нормативним методом включає такі етапи:

- розрахунок нормативів на виробництво продукції;
- поточний облік витрат здійснюється окремо за діючими нормами і з урахуванням відхилень від них, виявлення місць, причин і винуватців відхилень;
- поточний облік зміни нормативів;
- визначення і періодичне коригування нормативної собівартості відповідно до змін в ході виробничого процесу;
- підрахунок фактичної собівартості випущеної продукції як суми нормативної її вартості, відхилень від норм і зміни самих норм. Фактична собівартість при нормативному методі визначається за формулою:

$$ФС = Н \pm В \pm З,$$

де ФС – фактична собівартість продукції;

Н – витрати за встановленими нормами;

В – відхилення від діючих норм витрат;

З – зміни встановлених норм витрат [7].

Облік відхилень від норм можна здійснювати за такими методами: документування, техніко-економічних розрахунків, інвентарним, коефіцієнтним (індексним).

Важливим моментом в організації обліку виробничих витрат є отримання зведеної інформації про них. З цією метою використовуються калькуляційні картки, в яких узагальнюється інформація про фактично здійснені витрати. Якщо поряд з інформацією про фактичні витрати вказувати відповідні нормативні показники, це дозволить визначити як загальну величину можливих відхилень, так і відхилення за окремими статтями витрат, що підвищить ефективність управління витратами в цілому.

Висновки

Основним елементом методу управління витратами є елементи методу бухгалтерського обліку: документація, оцінювання, рахунки, подвійний запис, калькуляція. Сукупність цих методичних прийомів традиційно називають «методом обліку витрат та калькулювання собівартості».

Класифікація витрат у бухгалтерському обліку не регламентована законодавством, а тому підприємство самостійно обирає найбільш оптимальний набір витрат, за допомогою яких можна приймати оперативні і обґрунтовані управлінські рішення.

Залежно від мети використання інформації виділяють різні види собівартості, які мають конкретне призначення для прийняття управлінських рішень. На плодоконсервних підприємствах потрібно вираховувати три види собівартості: технологічну (включає прямі витрати); виробничу (технологічна собівартість плюс розподілена сума загальновиробничих витрат); повну (виробнича собівартість плюс адміністративні витрати, витрати на збут, інші витрати).

Калькулювання продукції доцільно здійснювати за двома системами: з повним розподілом витрат – абсорпшен–костинг; за змінними витратами – директ–костинг. Різновидом системи абсорпшен–костинг є система стандарт–костинг, що передбачає здійснювати калькулювання собівартості продукції за встановленими нормативами витрат.

Список використаних джерел

1. Національні стандарти бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік. – 2007. – № 18. – С. 2–111.
2. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затверджено наказом Міністерства аграрної політики України

ни від 18.05.2001 №132. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

3. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник / С.Ф. Голов. – К.: Лібра, 2003. – 704 с.
4. Лысович Г.М. Бухгалтерский управленческий учет в сельском хозяйстве и на перерабатывающих предприятиях АПК / Г.М. Лысович, Н.Ю. Ткаченко. – Ростов на Дону: ИЦ «Март», 2000. – 354 с.
5. Друри К. Управленческий и производственный учет / К. Друри; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2002. – 1071 с.
6. Нападівська Л.В. Управлінський облік: підручник / Л.В. Нападівська. – К.: Книга, 2004. – 544 с.
7. Сук Л.К. Бухгалтерський облік: [навч. посіб.] / Л.К. Сук, П.Л. Сук. – [2-ге вид.]. – К.: Знання, 2008. – 507 с.

А.В. БОДЮК,

к.е.н., доцент, Київський університет управління та підприємництва

Геологічні треби як об'єкти економічної геології

Теоретичні основи економічної геології пропонується обґрунтувати, застосовуючи поняття економічних потреб, до яких належать родовища, поклади, геологічна інформація.

Ключові слова: геологія, надра, корисні копалини, економічні треби.

Теоретические основы экономической геологии предлагается обосновывать, применяя понятие экономических потреб, к которым относятся месторождения, залежи, геологическая информация.

Ключевые слова: геология, недра, полезные ископаемые, экономические требы.

Theoretical foundations of economic geology is offered to prove, using the concept of economic needs, which include deposits, deposits, geological information.

Keywords: geology, subsoil, mineral resources, economic needs.

Постановка проблеми. Актуальність і потреби розвитку економічної геології (ЕГ) як галузі геологічної науки визначається перш за все надроземельним багатством території України. Це багатство являє собою економічний потенціал розвитку народного господарства, підвищення добробуту народу, розширення міжнародних науково–технічних зв'язків і зовнішньої торгівлі. Оскільки, як відомо, Україна, яка займає 0,4% земної суші, де проживає тільки 0,8% населення планети, має у своїх надрах 5% мінерального потенціалу світу.

Аналіз відповідної наукової, статистичної, офіційної та нормативної за профілем досліджень інформації показав, що в надрах України потенціально знаходиться більшість перспективних видів корисних копалин, на які багата Земля. Тому за

умови належної організації їх геологорозвідки, видобутку, обробки та переробки промислові суб'єкти господарювання країни могли б бути забезпечені наближено до потреб власними мінерально–сировинними ресурсами. У потребах найважливіших ресурсів практично економіка країни може бути частково залежною лише від імпорту нафти і газу.

Тому проблеми вдосконалення механізму управління надрокористуванням, державної природно–ресурсної політики, розвитку інноваційної діяльності в надрокористуванні, фіскального сприяння зміцненню економічного потенціалу суб'єктів господарювання геологічної галузі, а отже й країни, мають залишатися актуальними для досліджень економічної геології.

Оцінкам геологічного потенціалу в рамках такої галузі геологічних наук, як економічна геологія, необхідно придати значимість державного рівня.

Усі проаналізовані фактори у взаємозв'язку, із врахуванням, що надра за Конституцією України є власністю народу України, й обумовлюють актуальність геолого–економічних проблем для їх вирішення та висвітлення у наукових виданнях.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблемам геологічного вивчення надр, надрокористування, його раціоналізації, економіки, фінансування, екології присвячені праці відомих науковців, зокрема І.Д. Андрієвського, О.Б. Боброва, С.А. Виживи, С.В. Гошовського, М.М. Коржнева, М.М. Костенко, М.Д. Красножона, М.М. Курило, О.І. Левченка, Б.І. Малюка, В.С. Міщенко, Т.П. Міхницької, В.А. Михайлова, Плотнікова, В.А. Рябенка, Г.І. Рудька, В.О. Шумлянського, М.П. Щербака, М.А. Якимчука та ін.

Однак ми вважаємо, що в їхніх дослідженнях не приділялося належної уваги розробці об'єктивно обґрунтованих по-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

нять економічної геології, відповідно об'єктів, предмета досліджень та інших понять.

Оскільки найбільш поширеними у монографічній літературі, дисертаційних роботах є дослідження економіки родовищ. При цьому вивчаються, як правило:

– натуральні показники (запаси, період експлуатації, глибина залягання, якість сировини тощо) тобто геологічна параметри;

– переважно очікувані фінансові показники уже майбутньої експлуатації розвіданих родовищ (розрахункові собівартість видобування, прибуток, рентабельність тощо).

Безумовно, такі показники цікавлять геологічні підприємства і державу, оскільки вони мають бізнесову значимість. Але ж промислова експлуатація родовища – це діяльність не геологічних підприємств, а добувної промисловості. Зауважимо, що на добувних підприємствах є посади геологів, але вони займаються дорозвідкою експлуатованих родовищ.

У геологічній літературі й у відповідній геологічній документації застосовується поняття геолого–економічних оцінок родовищ корисних копалин, що передаються в експлуатацію. Але ж такі оцінки вузько значимі та призначені для потреб передачі родовищ в експлуатацію, тобто відносяться до сфери ДКЗ, а не геолого–розвідувального процесу. Бо ж геолого–розвідувальний процес проходить багато років, емкий за видами і обсягами досліджень і робіт тощо. Результатом такого процесу є перш за все геологічна інформація.

Із приведених фактів випливає, що визначення економічної геології проблематичні. Оскільки в профільних літературних джерелах висвітлюються положення геологічного вивчення надр, галузевої економічної діяльності з встановленням геолого–економічних оцінок родовищ тощо.

Можна досліджувати економіку надрокористування, економіку геолого–розвідувальних робіт тощо, але такі дослідження безпосередньо не відносяться до досліджень економічної геології.

Отже, з приведених досліджень випливає, що напрацьовані положення економічної геології надто проблематичні.

Метою статті є виокремлення понять економічної геології від понять економіки геологорозвідки, експлуатаційного надрокористування.

Виклад основного матеріалу. На наш погляд, оскільки існують поняття «економічна географія», «економічна кібернетика», навіть «економічна людина», має право на існування і поняття «економічна геологія». Бо ж поняття інформації є відносним.

Тільки поняттю ЕГ необхідно дати теоретичне обґрунтування та висвітлити практичну значимість для науки і геологічної практики.

З такого погляду нами сформовані певні обмеження (рамки) наукових досліджень:

1. Надра за Конституцією України є власністю народу України.

2. Для досліджень взято не розвідане родовище, а геолого–розвідувальний процес узагалі.

3. Для досліджень використовувалося поняття геологічного вивчення надр (ГВН) як більш широке, ніж геолого–розвідувальні роботи (ГРР).

4. Визначено рамки досліджень:

– початок досліджень – з постановки завдання на ГВН;
– дослідження закінчуються геологічною інформацією.

5. У дослідженнях враховується фактор засобів ГВН.

6. У дослідженнях враховується фактор фахівця (геолога, каботажника та ін.).

7. За теоретичну основу досліджень взято:

а) процес ГВН, що розглядається як процес економічного відтворення корисних копалин;

б) корисні копалини, що потрібні для суспільного виробництва, тобто слугують об'єктами його економічних потреб;

в) економічні потреби в надрокористуванні, що мають працівники геологічних підприємств;

г) економічні потреби у ГВН, що мають держава, громади;

д) ГВН як таке, що має також соціальну, політичну та іншу значимість.

8. Застосовано поняття розвідувального надрокористування як сфери досліджень ЕГ і економіки ГВН.

9. Застосовано поняття експлуатаційного надрокористування як сфери його економіки.

10. Запроваджено поняття надророзвідувального виробництва (НРВ), яке включає сучасне поняття ГРР, а також певні геофізичні, гідрогеологічні, екологічні та інші суміжні дослідження надр на предмет їх будови, корисних копалин тощо.

11. Геологічне вивчення надр поєднує чотири складові:

– природну (корисні копалини та їх середовище);
– діяльність фахівців (із застосуванням певних засобів);
– виробничу;
– дослідження.

Тому НРВ слід розглядати як двуєдиний процес: геолого–економічний. Причому природна складова повністю належить до геології. Економічний процес відображує лише геологічний процес та його потреби у засобах. Тому ЕГ належить до геологічних наук.

Надро–розвідувальне виробництво логічно розглядати як систему технологічних процесів на певній розвідувальній площі для виявлення і геолого–економічної оцінки запасів корисних копалин у надрах. НРВ складається з трьох головних дослідно–виробничих, як пропонується їх називати, стадій: попередньої, детальної та експлуатаційної.

НРВ логічно поділяти на види за різними ознаками. За видами корисних копалин: газових родовищ, нафтових родовищ, родовищ твердих корисних копалин, розвідку підземних вод, морську розвідку родовищ та ін.

Економічну геологію необхідно розглядати як перспективну галузь науки:

– теоретично у зв'язку з геологією родовищ і оцінкою корисних копалин, економікою геологорозвідки, фінансами геологічних підприємств, іншими науково–технічними й геологічними навчальними дисциплінами;

– практично з окремими видами економічної діяльності або галузями економіки, виробнича діяльність суб'єктів господарювання яких забезпечується надрозвідувальними ресурсами.

Пропонується запровадити комплексне розуміння надрозвідувального виробництва, яким об'єднуються: геодезичні, геофізичні, каротажні та інші дослідження і роботи, здійснення економічних оцінок запасів корисних копалин та надр, діяльність з пошуку, розвідки, дорозвідки корисних копалин, розвідувальне буріння свердловин, допоміжні виробництва тощо.

До надрозвідувального виробництва пропонується також віднести надання геологічними підприємствами і державними службами платних і не платних послуг суб'єктам господарювання, проведення екологічних заходів, розробки та впровадження науково-технічних новацій.

Об'єднання зазначених видів діяльності у надрозвідувальне виробництво дозволить організувати більш масштабну галузь економічної діяльності в Україні.

Надрозвідувальне виробництво логічно розглядати як перший етап у створенні (підготовка до вилучення) виробничих і побутових ресурсів за обгрутовуваною нами потребово-ресурсною концепцією ЕГ. Тому логічно також виокремити сферу обігу продуктів надрозвідувального виробництва, зокрема продаж суб'єктам господарювання інформаційної продукції за надрові ресурси, науково-технічної продукції, галузевих платних послуг, а також ліцензій, інших дозвільних документів тощо.

Сферу обігу продуктів надрозвідувального виробництва доцільно відносити до другого етапу у створенні виробничих і побутових ресурсів за обгрутовуваною нами потребово-ресурсною концепцією ЕГ.

З метою формування теоретичних положень ЕГ у складі понятійного її апарату пропонується застосовувати поняття «треба, треби» і «требник, требники».

Ці поняття споріднені з поняттям потреб і мають історичне застосування, висвітлені в літературі, в інформації в Інтернеті.

Так, поняття «треби» у практиці православної церкви трактуються як священнодії, що виконуються за вимогою і особистими потребами окремих віруючих. Треби поширюються на всі етапи життя людини: від появи її на світ до відспівування після упокоєння.

Тепер требами називають види богослужіння або чинопослідування, які здійснюються на прохання («за потребою») одного чи кількох віруючих, тобто вважаються всі таїнства православної церкви (окрім хіротонії, яка є загальноцерковним богослужінням). До них належать, наприклад, вінчання, хрещення, причастя хворих, молебні, відспівування померлих, супроводження похорону, освячення речей тощо.

Відмітимо, що вінчання, хрещення, причастя хворих, молебні, відспівування померлих, їх похорон, освячення речей – це поширені сучасні життєві потреби віруючих. Їх мають традиційно за потреби навіть невірuche населення.

Слово «треба» вживали І. Котляревський, П. Мирний та ін.

Ці треби є іменниками, що означають неживі предмети. До них можна застосовувати правила морфології і синтаксису.

Слово має корінь: «треб-», закінчення: –а, належить до жіночого роду. Його можна виражати в однині і множині, відмінювати за відмінками (треба, треби, требі, треба тощо, або треби, треб, треба, треби тощо).

Оскільки слова «треби» і «потреби» належать до понять споріднених, слово «треби» може слугувати аналогом для застосування у нерелігійних сферах людського буття, зокрема у сфері економічного природокористування.

Отже, треби пропонується вживати як економічне поняття в економічній геології.

Відповідно слово «требник» висвітлюється в Інтернет у редакціях: требник як церковна книга.

Назва книги походить від старослов'янського сакрального слова «потреба», що в перекладі на сучасну мову означало «молитва», «жертвоприношення», «звершення священного обряду».

Подібним чином слово «требник» можна застосовувати як джерело інформації, що стосується економічної геології. До требників логічно відносити офіційні документи, що стуються ГВН, інструктивні документи, геологічні звіти, наукові статті, монографії та ін.

Отже, в геологічній науці слова «треба» і «треби» пропонується застосовувати для вираження економічних понять економічної геології. До таких понять належать треби:

- корисні копалини як об'єкти виробничих потреб, виробничого застосування;
- родовища корисних копалин як виробничі об'єкти зі зкупченням корисних копалин;
- геолого-економічна інформація про корисні копалини;
- геолого-економічна інформація про родовища корисних копалин.

Застосування треб як економічних понять ЕГ не суперечить основному визначенню корисних копалин та їх господарського застосування (в матеріальному виробництві).

За офіційним визначенням, «корисні копалини – природні мінеральні утворення органічного і неорганічного походження у надрах, на поверхні землі, у джерелах вод і газів, на дні водоймищ, а також техногенні мінеральні утворення в місцях видалення відходів виробництва та втрат продуктів переробки мінеральної сировини, придатні для промислового використання» [6, с. 169].

Таким чином, корисні копалини за місцем залягання можна поділити на групи:

а) природні мінеральні утворення органічного і неорганічного походження:

- у надрах;
- на поверхні землі;
- у джерелах вод і газів;
- на дні водоймищ;

б) техногенні мінеральні утворення в місцях видалення відходів виробництва та втрат продуктів переробки мінеральної сировини що придатні для промислового використання.

Зауважимо, що «...техногенні мінеральні утворення в місцях видалення відходів виробництва та втрат продуктів пе-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

перобки мінеральної сировини, придатні для промислового використання» є продуктами господарського використання природних мінеральних речовин, тобто добутих із надр.

За офіційним визначенням, надра – це «...частина земної кори, що розташована під поверхню суші та дном водоймищ і простягається до глибин, доступних для геологічного вивчення та освоєння» [6, с. 171].

Враховуючи, що дно водоймищ як верхня гранична частина надр є місцем розміщення корисних копалин, а джерела вод і газів знаходяться в надрах, надра правомірно вважати узагальненим поняттям. Відповідно правомірно застосовувати поняття «надро–економічні треби». До них належать:

- корисні копалини;
- породи;
- процеси пошуку корисних копалин (оскільки необхідно дати оцінку геологічній інформації як товару, що відображає дані за інший товар – корисні копалини);
- процеси геолого–розвідування (оскільки необхідно дати оцінку геологічній інформації як товару аналогічно);
- праця фахівців (оскільки в геологічній інформації необхідно врахувати живу і уречевлену працю у пошуково–розвідувальному процесі й у подальшому видобуванні, тобто під час експлуатації родовища);
- підземне середовище (оскільки необхідно оцінити його подальше господарське застосування, наприклад для підземного зберігання товарів).

Ці об'єкти у процесі геологічного вивчення надр отримують певні характеристики і параметри.

До товарознавчих характеристик корисної копалини як природної речовини, на наш погляд, слід віднести якраз такі:

- фізичні параметри корисної копалини (наприклад, колір, компоненти, розмір шматків руди, природно багаті або бідні руди, масова частка заліза у рудах та ін.);
- фізичні властивості корисної копалини (густина, тепло–провідність, пластичність);
- хімічний склад корисної копалини (поелементний склад, корисні компоненти, хімічна чистота рудного мінералу, шлакоутворювальні оксиди в залізних рудах);
- кількісні показники (обсяг, маса, розподілення корисної копалини по територіях, нафтонасиченість родовища);
- технологічні властивості (мінливість, тренд якості концентрату);
- якісні параметри (наприклад, вміст заліза в концентратах, структурний склад хімічних елементів або їхніх сполук);
- мінливість мінерального складу, в тому числі масової частки хімічних компонентів, мінливість істинної пружності.

Так, основними параметрами якості залізорудних корисних копалин названо: гомогенність рудного мінералу; ізоморфна чистота рудного мінералу [12, с. 28].

Мінеральні води за мінералізацією (тобто за рівнем концентрації солей, що має значний вплив на її властивості), тобто за якісним складом, поділяють на:

- слабкомінералізовані (1–2%);

– малої (2–5%), середньої (5–15%), високої (15–30%) мінералізації;

- розсольні (35–150%);
- міцнорозсольні (150% і більше).

Треби за ознакою умов утворення поділяються на ендогенні, екзогенні та метаморфогенні, а також органічного і неорганічного походження, за фізичним станом – на тверді, рідкі й газоподібні. Корисні копалини можуть видобуватися з породою чи без породи. Природний стан корисних копалин, безумовно, впливає, наприклад, на засоби і процеси їх тимчасового зберігання, переміщення, промислової переробки тощо.

Наприклад, у надрах знаходиться далеко не однорідна за походженням, складом, властивостями залізорудна мінеральна речовина. Від певних характеристик цієї речовини, безумовно, залежать технології сталеплавильного виробництва і потреби в його засобах, відповідно і ціна руди як товару.

За важливу характеристику треби слід прийняти майбутню ціну корисної копалини як товару.

Висновки

Отже, проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки та внести обґрунтовані пропозиції.

У літературних джерелах геологічного напряму поширені дослідження так званих геолого–економічних оцінок родовищ корисних копалин. Але такі оцінки належать до економіки надрокористування.

Теоретичні основи економічної геології пропонується обґрунтовувати, застосовуючи поняття економічних потреб, до яких належать:

- корисні копалини як об'єкти виробничих потреб, виробничого застосування;
- породи, що також потребують виробничих процесів;
- родовища корисних копалин як скупчення корисних копалин;
- геолого–економічна інформація про корисні копалини;
- геолого–економічна інформація про родовища корисних копалин;
- засоби виробництва галузевого призначення.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.96. – К.: Велес, –2006. – 48 с.
2. Гуреев М.М. Геолого–економічна оцінка залізорудної бази Українського шита для прямого відновлення заліза: Дис... канд. наук: 04.00.19. – 2008.
3. Федоренко В.Г., Ніколенко Ю.М., Діденко О.М. та ін. Основи економічної теорії: Підручник / За наук. ред. проф. Федоренко В.Г. – К.: Алерта, 2005. – 511 с.
4. Регіональні матеріально–ресурсні баланси: рекомендації по складанню базових балансів / В.С. Дубовик, О.М. Нижник, Б.З. Піришвілі, Б.П. Чиркін. – К., 2005. – 80 с. – (Преп. / НАН України. Рада по вивченню продуктивних сил України).

5. Федоришин Ю.І., Яковенко М.Б., Фесенко О.В., Тріска Н.Т. Глибина будова земної кори Українського щита як основа для прогностично-металогенічних досліджень // Зб. наук. праць УкрДГРІ. – К.: УкрДГРІ, 2009. – №1–2. – С. 18–33.

6. Малюк Б.І., Бобров О.Б., Красножон М.Д. Надрокористування у країнах Європи і Америки: Довідкове видання. – К.: Географіка, 2003. – 197 с.

7. Основи економічної геології: Навч. посіб. для студ. геол. спец. вищ. закл. освіти / М.М. Коржнев, В.А. Михайлов, В.С. Міщенко та ін. – К.: «Логос», 2006. – 223 с.: іл. – Бібліогр.: С. 218–222.

8. Сучасний тлумачний словник української мови: 50 000 слів / За заг. ред. д.ф.н., проф. В.В. Дубічинського. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – 832 с.

9. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 33 «Витрати на розвідку запасів корисних копалин»: Наказ Міністерства фінансів України від 26.08.2008 №1090. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 12.09.2008 за №844/15535.

10. Про виконання комплексної програми наукових досліджень НАН України «Мінеральні ресурси України та їх видобування»: постановова Президії Національної академії наук України від 30.03.2007 №91.

11. Реструктуризація мінерально-сировинної бази України та її інформаційне забезпечення / С.О. Довгий, В.М. Шестопалов, М.М. Коржнев та ін. – К.: Наукова думка, 2007. – 347 с.

12. Рудько Г.І., Плотників О.В., Курило М.М., Радванов С.В. Економічна геологія родовищ залізистих кварцитів. – К.: Вид-во «Академпред», 2010. – 272 с.

13. Мала гірнича енциклопедія. В 3 т. / За ред. В.С. Білецького. – Донецьк: Донбас, 2004. – ISBN 966-7804-14-3.

13. Основи технології гірничих робіт / За ред. К.Ф. Сапицького. – К.: ІСДО, 1993. – 196 с. ISBN 5-7763-1499-2

14. Некрасовский Я.Э., Колоколов О.В. Основы технологии горно-го производства. – М.: Недра, 1981. – 200 с.

УДК 338.45:629.735 (043.2)

І.О. ГЕЄЦЬ,
к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет

Аналіз стратегічного розвитку авіакомпанії AirOnix на міжнародному ринку повітряних перевезень

У статті проведений аналіз української авіакомпанії AirOnix, визначені основні напрями та шляхи розвитку її на вітчизняному авіаринку. Також описані перспективи розвитку та збільшення кількості авіарейсів як у межах країни, так і за кордоном. Проведена та проаналізована цінова політика авіакомпанії, а також подана порівняльна характеристика з провідними авіакомпаніями України.

Ключові слова: авіація, авіакомпанія, авіарейси, українські авіакомпанії, цінова політика авіакомпаній, ринок пасажирських авіаційних перевезень, аеропорт «Сімферополь».

В статье проведен анализ украинской авиакомпании AirOnix, определены основные направления и пути развития ее на отечественном авиарынке. Также описаны перспективы развития и увеличения количества авиарейсов как внутри страны, так и за рубежом. Проведена и проанализирована ценовая политика авиакомпании, а также сравнительная характеристика с ведущими авиакомпаниями Украины.

Ключевые слова: авиация, авиакомпания, авиарейсы, украинские авиакомпании, ценовая политика авиакомпаний, рынок пассажирских авиаперевозок, аэропорт «Симферополь».

In the scientific article analysis is Ukrainian airline «Air Onix», set priorities for and the development of the domestic aviation market. Also describes the prospects and incre-

ase the number of flights both with in the country and abroad. Conducted and analyzed airline pricing and comparative characteristics of the leading airlines of Ukraine.

Keywords: aviation, airline, flights, Ukrainian airline, airline pricing, the market of passenger air transportation, airport Simferopol.

Постановка проблеми. Аналізуючи український ринок авіаперевезень, простежується ряд негативних факторів, які впливають на розвиток авіакомпаній. Частота польотів між Україною та іншими країнами визначається міжнародними угодами, в них же обумовлені й перевізники з обох сторін. Банкрутство авіакомпаній – учасників авіаційного альянсу України надало можливість збільшити обсяги перевезень іншим експлуатантам та розширило ринок для нових перевізників, до яких можна віднести українську авіакомпанію AirOnix. Аналіз діяльності цієї авіакомпанії дозволить визначити стратегічні напрями розвитку авіаційної галузі України на міжнародному ринку пасажирських авіаційних регулярних перевезень.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питомий внесок у розробку проблеми розвитку авіаційних перевезень зробили вітчизняні та закордонні економісти, серед яких: О.С. Борисенко, Д.О. Бугайко, Т.О. Габрієлова, Ю.Б. Голляк, В.М. Загорулько, Є.В. Костроміна, Ю.Ф. Кулаєв, О.М. Ложачевська, С.А. Переверзева, Н.Є. Полянська, Г.М. Юн та інші.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета статті. Аналіз діяльності та політики ціноутворення авіакомпанії AirOnix («Ейр Онікс») на ринку регулярних пасажирських перевезень України, яка менше ніж за рік змогла завоювати головні (але не лідируючі) позиції на рейси з аеропорту Сімферополя.

Виклад основного матеріалу. У січні 2013 року журналісти журналу Forbes зацікавилися молодою українською авіакомпанією AirOnix («Ейр Онікс»), яка менш ніж за півроку змогла завоювати головні (але не лідируючі) позиції на рейси з аеропорту Сімферополя. Авіаційне українське небо більшою мірою належить великим авіакомпаніям – «АероСвіту» (з 1 січня 2013 року оголосила про банкрутство), «МАУ», «Роза Вітрів», «Дніпроавіа» (яка також оголосила себе банкрутом), «Донбасаеро», «Аерофлот» і інші.

Поява будь-якого нового гравця на ринку – це, з одного боку, можливість для пасажирів знайти більш прийнятні цінові умови перельоту, з іншого – можливість порівнювати і робити відповідні висновки і вибирати того перевізника, який запропонує за меншу вартість кращий комфорт перельоту.

Авіакомпанія AirOnix («Ейр Онікс») заснована в 2007 році в Сімферополі (Автономна Республіка Крим, Україна), але почала діяти тільки в 2012 році. Спочатку створена як традиційна авіакомпанія з погляду пасажирського обслуговування і гнучкої тарифної та цінової політики, компанія AirOnix набирає висоту небаченими темпами. 25 квітня 2012 року вона отримала в Державіаслужбі України сертифікат експлуатанта і вже через три дні здійснила перший рейс Сімферополь – Київ (Жуляни) (код ICAO – OG, IATA – ONX). Після Києва наступним кроком стало місто Львів. Продовжуючи розробляти маршрути рідною Україною, авіакомпанія йде далі, і вже зараз можна зробити польоти в Бориспіль (Київ), Москву і Братиславу.

Крім регулярних рейсів AirOnix здійснює чартерні авіарейси в Анталію, Тіват і Бургас, Даламан, Катовіце, Варшаву, Тель-Авів. Усього з початку програми авіакомпанією виконано 16 парних чартерних рейсів з Криму до Польщі і перевезено понад 3000 пасажирів – громадян обох країн.

Замовником зазначеної чартерної програми є ТОВ Crimean Sun Holidays (м. Сімферополь, Україна). На жаль, по-

чинаючи з вересня 2012 року замовник програми допустив порушення умов оплати за виконані чартерні перевезення, тому з 01.10.2012 договір був розірваний.

Авіакомпанія AirOnix робить високу ставку на безпеку і комфорт пасажирів. Крім цього, AirOnix рада запропонувати мандрівникам і бізнес-пасажирам повний спектр послуг на своїх рейсах, постійно високий рівень обслуговування і, що не менш важливо, пунктуальність виконання рейсів.

Основними конкурентними перевагами авіакомпанії AirOnix є:

- ефективний менеджмент;
- високопрофесійний персонал;
- сучасні та комфортабельні літаки;
- зручний та інтенсивний розклад польотів;
- конкурентоспроможні тарифи.

Авіакомпанія AirOnix створена як традиційна європейська авіакомпанія з погляду пасажирського обслуговування, тарифної політики, а також організації продажу перевезень. Літаки будуть експлуатуватися в двокласній конфігурації в розрахунку на пасажирів бізнес і економічного класу.

Засновником та діючим керівником є український підприємець Ігор Мельник. Хоча основний пакет акцій авіакомпанії (75%) був проданий і належить австрійській компанії ASA Luftfahrt Formgestaltung (великий інвестор України).

Парк літаків авіакомпанії AirOnix складають сучасні середньомагістральні пасажирські повітряні судна Boeing 737-300/500. На сьогодні флот авіакомпанії включає три літаки пасажиромісткістю 132/149 крісла. У той час як місцева авіакомпанія Сімферополя CrimeaAir (припинила свою діяльність у 2008 році) мала у своєму флоті регіональні авіасудна – Ан-24, Ан-26 і Як-42 (табл. 1).

У результаті порівняння видно, що молода компанія AirOnix має великі вигоди лише навіть тому, що має у своєму парку більш потужні і економічно ефективні літаки, які забезпечують комфорт, захист і швидкість авіапольоту (табл. 2).

Високоякісні швидкісні літаки авіакомпанії долають дану відстань швидко і забезпечують високу якість перельоту. Для визначення найефективнішого способу використання пові-

Таблиця 1. Порівняльна характеристика пасажиромісткості компаній CrimeaAir і AirOnix

Показники	CrimeaAir			AirOnix	
	Ан-24	Ан-26	Як-42	Boeing 737-300	Boeing 737-500
Кількість пасажирів	48	43	120	149	132
Погодинна витрата палива, кг	800	1000	3100	2600	2400
Дальність польоту з максимальним завантаженням, км	1000	900	1700	2900	3400
Ширина салону, м	2,76	2,78	3,6	3,53	3,53
Макс. висота польоту, м	8000	7500	9600	11300	11300

Таблиця 2. Дальність польоту авіакомпанії за її маршрутами та час, затрачений на політ

Напрямок	Дальність польоту	Час в польоті (хв.) в один бік
Київ – Сімферополь – Київ	1480	60 хв.
Київ – Братислава – Київ	2000	1 год. 30 хв.
Сімферополь – Москва – Сімферополь	2600	2 год. 30 хв.
Сімферополь – Стамбул – Сімферополь	1300	1 год. 40 хв.
Сімферополь – Тель-Авів – Сімферополь	2942	2 год. 40 хв.

тряного судна для виконання перельотів за даними напрямками. Як видно, діапазон відстаней польоту становить 1300–2942 км. Для таких відстаней авіакомпанія використовує такі пасажирські літаки, як Boeing 737/300 та Boeing 737/500. Необхідно провести розрахунки економічної ефективності експлуатації цих літаків і обрати оптимальне повітряне судно за техніко-економічними критеріями. На першому етапі розрахунки виконані без урахування фактору часу.

Початковими даними для розрахунку є результати маркетингового дослідження прогнозу пасажиропотоків по запропонованих вище маршрутах. Основний пасажиропотік у даний час перевозить залізничний транспорт, наприклад по маршруту Київ – Сімферополь за 17–18 годин за ціною \$30–40. На літаку час на таку поїздки скорочується до 1,5 години (включаючи 0,5 години на проходження митниці) при ціні 200–300 грн. Дана ціна розрахована виходячи з витрат на рейс. Отже, тарифи на літак по маршруту Київ – Сімферополь – Київ в 2,5 раза вище, ніж на залізниці.

Для розрахунків використовувалися також техніко-економічні дані повітряних суден. На підставі техніко-економічних показників літаків, дальності польоту були розраховані час рейсів, витрати палива, комерційне завантаження. Результати розрахунку зведені в табл. 3. Час рейсу визначався по відомій формулі:

$$tp_{ij} = L_i / Vp_j \quad (1)$$

де tp_{ij} – час i -го рейса на j -м ПС, годину;

L_i – дальність i -го рейса, км;

Vp_j – рейсова швидкість j -го типу ПС.

Крейсерська швидкість Boeing 737/300 становить 810 км/год; а Boeing 737/500 – також 795 км/год.

$$Pt_{ij} = tp_{ij} * Pcp_{.j} \quad (2)$$

де Pt_{ij} – витрати авіа палива на рейс, т;

Pcp_j – середньогодинні витрати палива j -го типу ПС.

Середньогодинні витрати палива Boeing 737/300 – 2600 кг, Boeing 737/500 – 2400 кг.

Комерційне завантаження j -го типу ПС залежно від дальності польоту розраховується за формулою:

$$Gk_j = G_{ji} - G1_j - G2_j - Pt_{ij} - P1_{ij} \quad (3)$$

де Gk_j – комерційне завантаження j -го типу ПС по i -му рейсу, т;

G_{ji} – злітна маса j -го типу ПС при виконанні i -го рейсу, т;

Boeing 737/300 – 56450, Boeing 737/500 – 52400;

$G1_j$ – маса порожнього спорядженого ПС j -го типу, т;

Boeing 737/300 – 32820, Boeing 737/500 – 31950;

$G2_j$ – службове завантаження j -го типу ПС, т;

Boeing 737/300 – 15000, Boeing 737/500 – 14770;

$P1_{ij}$ – аеронавігаційний запас j -го типу ПС на i -му рейсі.

Виходячи з даних табл. 3 комерційне завантаження на даних відстанях підвищується для літаків Boeing 737/300 на дальності польоту – 1480 км та 1300 км, Boeing 737/500 – також на 1480 км та 1300 км. Витрати палива на рейс у представлених типів повітряних суден практично мало відрізняються, мінімальні витрати має літак Boeing 737/300.

У планах авіакомпанії AirOnix – розвиток флоту в залежності від ринкової потреби за допомогою лізингу і придбання повітряних суден. З метою розширення мережі реалізації пасажирських перевезень за кордоном авіакомпанія AirOnix з 12 листопада 2012 року вступила в систему взаєморозрахунків між авіакомпаніями та агентствами BSP (Росія), а також з 16 листопада 2012 року – в систему BSP (Туреччина) Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA). Система взаєморозрахунків BSP (Billingand Settlement Plan) забезпечує продаж пасажирських авіаперевезень акредитованими агентами IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту). Система взаєморозрахунків створена з метою спростити процес оформлення авіаквитків, підготовку звітів про продажі і проведення взаєморозрахунків між агентами і авіакомпаніями за надані послуги. Участь авіакомпанії AirOnix у системі BSP IATA дасть можливість пасажирам авіакомпанії купувати авіаквитки практично в будь-якому місті України, Росії, Туреччини та Польщі.

З 29 листопада 2012 року авіакомпанія AirOnix буде виконувати п'ять щотижневих рейсів із Сімферополя до Москви (крім четверга та неділі), а також рейси Сімферополь – Стамбул по четвергах і неділях.

Однак на сьогодні компанія AirOnix далека від лідерства не тільки на українському авіаринку, а навіть у рідному Криму. За оцінками фахівців, поки авіакомпанія перевезла 100 тис. людей. За даними Державіаслужби, за десять місяців 2012 року послугами повітряних воріт Криму скористалися 1 млн. осіб. Виходить, що тільки 10% авіапотоків півострова користувалися послугами компанії AirOnix (рис. 1).

Ще менше частка компанії на загальнонаціональному ринку, всього – 1,4%. Основна перевага авіакомпанії AirOnix – це

Таблиця 3. Результати розрахунку часу рейсу, витрат авіапалива комерційного завантаження літаків залежно від дальності рейсу

Показники	Одиниця вимірювання	Дальність польоту, км				
		1480	2000	2600	1300	2942
Boeing 737/300						
Час рейсу	год	1,827	2,469	3,209	1,604	3,632
Витрати палива	кг	4750,2	4938	8343,4	2085,2	10685,3
Комерційне завантаження	кг/пас.	7150	6630	6030	7330	5688
Boeing 737/500						
Час рейсу	год	1,861	2,515	3,270	1,635	3,7
Витрати палива	кг	4466,4	6036	7848	3924	8880
Комерційне завантаження	кг/пас.	4200	3680	3080	4380	2738

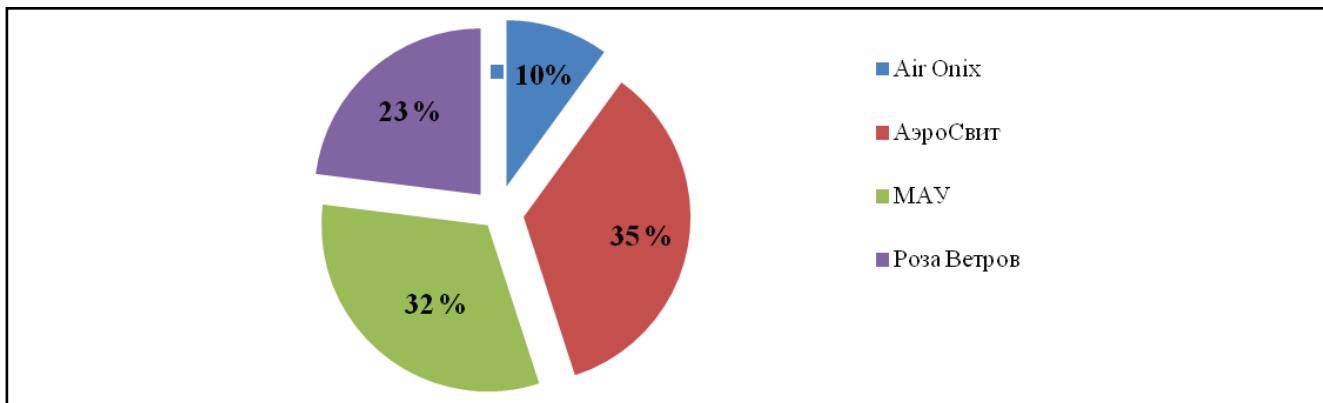


Рисунок 1. Структура розподілу ринку між основними українськими авіакомпаніями

вартість авіаквитка, яка набагато менша, ніж у інших авіакомпаніях на ті ж рейси. Наприклад, вартість авіаперельоту Київ – Сімферополь в 1,5–2 рази дешевше, ніж у інших авіаперевізників – МАУ та WizzAirUkraine. На інші рейси компанії ціни також нижче, ніж в інших авіакомпаній (табл. 4).

Компанія може собі дозволити найнижчу ціну. Базовий для компанії аеропорт «Сімферополь» надає великі знижки авіакомпанії, наприклад на оренду стійок реєстрації. Тепер головне завдання – побороти сезонність сімферопольського аеропорту, а для цього треба створювати мережеву компанію з транзитними потоками. Ця проблема вимагає капіталовкладень, часу і зв'язків за кордоном. Оскільки авіакомпанія нещодавно на авіаринку України, її цінова політика має досить помірний характер. Авіакомпанія AirOnix здійснює свою діяльність за шістьма напрямками: Київ – Сімферополь (oneway, roundtrip); Київ – Братислава (oneway, roundtrip); Київ – Тель-Авів (oneway, roundtrip); Сімферополь – Москва (oneway, roundtrip); Сімферополь – Стамбул (oneway, roundtrip); Сімферополь – Тель-Авів (oneway, roundtrip).

Найвища ціна перельоту бізнес-класом авіакомпанії AirOnix має напрям Київ – Братислава – Київ, що визначається сумою 7104,15 грн. А найменшу вартість має білет на рейс Сімферополь – Москва – Сімферополь – 4609,0 грн. (рис. 2). Головна перевага класу «Преміум-комфорт» – це зустріч у трапа при прильоті в місто спеціальним транспортом з безкоштовною поїздкою за будь-якою адресою в межах міста. Перевезення здійснюється, минаючи термінал аеропорту. Безкоштовна послуга спеціального транспорту

діє лише на рейсах Сімферополь – Київ, Сімферополь – Москва, Сімферополь – Стамбул.

Промотарифи на авіаквитки дозволяють купувати місця на певні напрямки по привабливих знижених цінах. Це можуть бути як найпопулярніші, так і нещодавно відкриті маршрути. Кожен авіаперевізник самостійно розробляє умови промотарифів.

Конкуренція на авіаринку України з кожним роком стає все більше жорсткою. На вітчизняний ринок заходять нові лоукост-авіакомпанії, що одразу займають ключові позиції серед користувачів авіаційними послугами і тим самим витісняють національних авіаперевізників. Якщо для авіакомпаній жорстка конкуренція – це постійна боротьба за пасажирів, то для населення – це шанс отримати знижку або скористатися спеціальними можливостями перельоту. Авіакомпанії дуже часто для того, аби привернути увагу та залучити людей до себе, використовують усі можливі способи: різноманітні знижки, акції, можливості, за якими, купуючи білет економічного класу, пасажир може скористатися послугами бізнес-класу і багато чого іншого. Загалом, пасажир, що користується послугами авіакомпаній, отримують користь за цих обставин.

Основні особливості промотарифів:

- кількість квитків обмежена;
- продаж триває протягом певного часу, іноді всього кілька днів;
- можливі невеликі маніпуляції з квитками (комбінації, зміни умов тарифу);

Таблиця 4. Вартість квитка всіх рейсів авіакомпанії AirOnix за класами перельоту на січень 2013 року, грн.

Рейс	Клас перельоту			
	Eco	Flex	Prem	Promo
Київ – Сімферополь	722,29	875,70	2323,49	492,18
Сімферополь – Київ	736,67	890,08	2337,87	505,56
Київ – Братислава	1,709,86	2,229,21	3,547,56	1,194,50
Братислава – Київ	1,718,89	2,238,24	3,556,59	1,194,51
Сімферополь – Москва	1317,56	1637,16	3151,26	1077,86
Москва – Сімферополь	715,11	1156,16	1457,76	2989,86
Сімферополь – Стамбул	1230,46	1510,12	2588,76	910,86
Стамбул – Сімферополь	1168,53	1448,19	2526,83	848,93
Сімферополь – Тель-Авів	1805,74	2085,40	3323,88	1446,20
Тель-Авів – Сімферополь	1794,55	2074,21	3312,65	1634,75

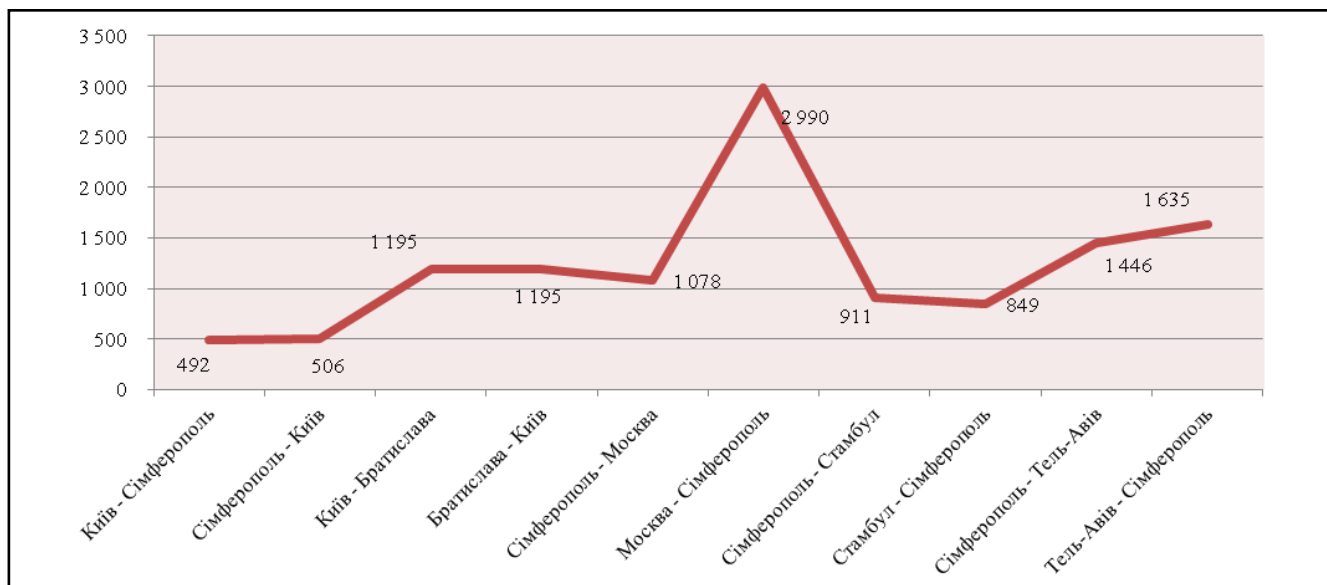


Рисунок 2. Вартість білетів авіакомпанії AirOnix промокласу перельоту OW

– за повернення або обмін квитка передбачені штрафи, а в ряді випадків такі операції взагалі неможливі;

– компанія може встановлювати для пасажирів мінімальний (MINISTAY) і максимальний (MAXISTAY) терміни перебування в країні перельоту – це враховується при продажу квитків.

Для визначення майбутньої стратегії розвитку, удосконалення і розробки нових технологій авіакомпанії AirOnix для безпечного, комфортного та швидкого перельоту пасажирів, які користуються послугами авіакомпанії. Для цього необхідно дослідити та проаналізувати національний авіаринок, рівень конкуренції авіаційної галузі, а також фактори стратегічного планування, які визначають вплив тих чи інших явищ на авіакомпанію.

Розглянемо всі елементи PEST-аналізу, що призначений для виявлення політичних факторів, економічного впливу, соціальних тенденцій і технологічних інновацій.

1. Політичні фактори:

– відсутня підтримка з боку держави, немає основної державної політики для українських авіакомпаній, у тому числі й для авіакомпанії AirOnix;

– відсутність єдиних державних організацій, що займаються видачею різного роду ліцензій, сертифікатів, дозволів для здійснення авіа перевозок;

– невідповідність законодавства України у сфері авіаційних перевезень міжнародним та європейським вимогам. Для вирішення такого питання необхідне удосконалення національного законодавства цивільної авіації відповідно до міжнародних вимог «Спільних авіаційних вимог Європейського Союзу» для набуття повного членства України в спеціалізованій регіональній організації – Об'єднаних авіаційних властях (JAA);

– слабе регулювання держави конкуренції на авіаринку. В результаті чого відбувається поступове витіснення вітчизняного авіаперевізника зарубіжними. На сьогодні авіакомпанія AirOnix конкурує за внутрішні рейси (Сімферополь –

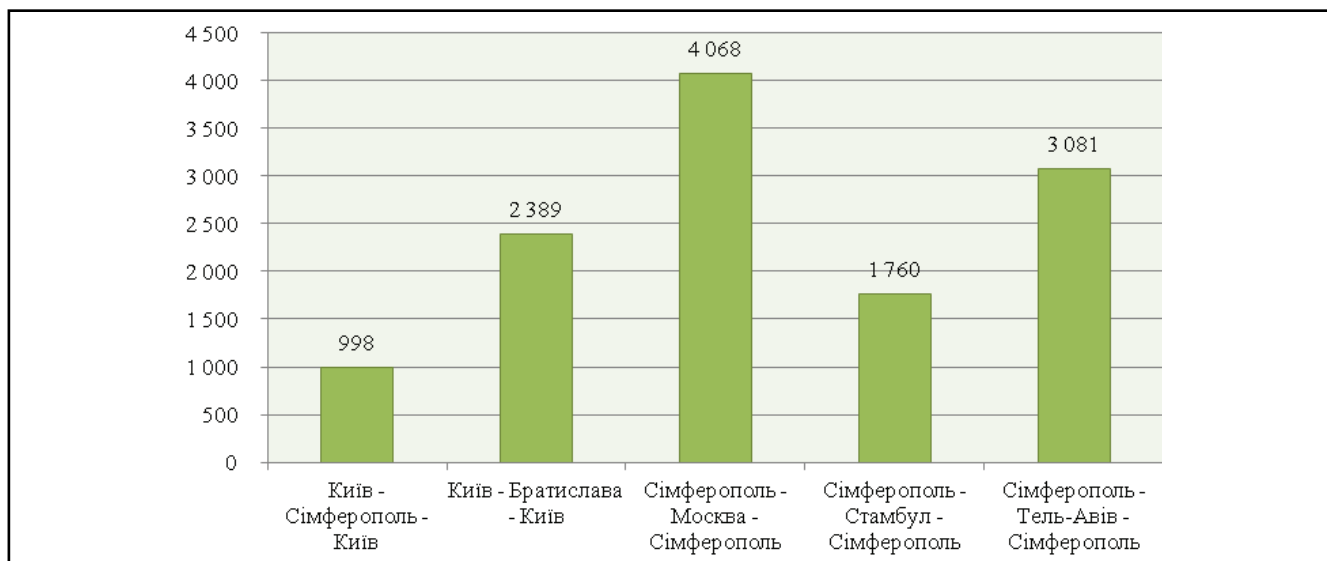


Рисунок 3. Вартість білетів авіакомпанії AirOnix промокласу перельоту RT

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Київ, Сімферополь – Львів тощо) з іноземними авіакомпаніями (S7 Airlines, «АероСвіт» Turkish Airlines і інші).

2. Економічні фактори:

– слабкий рівень інвестиційного клімату вітчизняної авіаційної галузі. За попередній рік кількість прямих іноземних інвестицій збільшилась в 2–3 рази, за 2011 рік частка іноземних інвестицій становить 292,8 млн. грн., порівняно з 2010 роком – 105,5 млн. грн.;

– високі митні збори і тарифи при перельоті;

– зростання темпів інфляції, які впливають на зростання цін: на паливо (наприклад, авіакомпанія AirOnix здійснює рейс Сімферополь – Київ (Жуляни) і Сімферополь – Київ (Бориспіль). Вартість авіаційного палива в аеропорту Жулян станом на 2012 рік становить 120 євро/т, вартість в аеропорту Бориспіль становить 180 євро/т. Хоча в 2009 році ціна на авіаційне паливо була набагато менша – близько 98 євро/т);

– недостатні темпи інтеграції авіаційного комплексу України до європейської та світової авіаційних систем. Для вирішення цієї проблеми експерти називають необхідність реалізації положень Концепції розвитку авіаційного комплексу та складання програм періодом до 2020 року, забезпечення безпеки польотів та авіаційної безпеки шляхом розвитку механізмів нагляду та контролю;

– зростання показників укладання різного роду угод з іншими авіакомпаніями з продажу комерційних прав (інтерлайн, угоди щодо блок-місце, маркетингові угоди, код шерингові угоди, угоди про спільну експлуатацію авіаліній), а також створення авіаційних альянсів (в Україні з 2007 року існує авіаційний альянс УАГ – українська авіаційна група, що об'єднує авіакомпанії «АероСвіт», «ДонбасАеро» та «Дніпроавіа». Вона являє собою систему збалансованих, взаємовигідних партнерських відносин і взаємних зобов'язань авіакомпаній і передбачає об'єднання на засадах антимонопольного законодавства їхніх технологічних, виробничих і комерційних ресурсів. Створення та розширення альянсу цілком відповідає світовим тенденціям консолідації перевізників у регіональні та глобальні альянси. Вони набули поширення у міжнародній авіатранспортній галузі, передусім упродовж 2008–2010 років, коли об'єднання в альянси стало ринковою відповіддю на кризові явища в авіаційній індустрії);

– зростання цін на білети авіакомпаній. Цінова політика рейсів контролюється і регулюється не урядом, а авіакомпаніями, що призводить до коливань цін на білети різних авіакомпаній. Одною з переваг авіакомпанії AirOnix є відносно низька вартість, що зумовлена вибором стратегії «низької ціни» молодій компанії на авіаринку.

3. Соціальні фактори:

– широкий вибір кваліфікованих спеціалістів. Авіакомпанія AirOnix проводила великий конкурс на підбір співробітників, який відбувався з 1 серпня 2011 року до 31 березня 2012 року;

– тісна взаємодія зі споживачами, розуміння їхніх потреб і цілей використання технологічних засобів, допомога в реалізації потенціалу завдяки інформуванню і підтримці;

– недостатній рівень розвитку інфраструктури регіональних та міжнародних аеропортів України. Необхідно, аби уряд країни затвердив єдині концепції розвитку аеропортів; налагодити розвиток мережі вузлових аеропортів та створення національного вузлового аеропорту на базі аеропорту «Бориспіль»; а також провести підготовку техніко-економічних обґрунтувань, проєктної документації розвитку інфраструктури аеропортів, будівництво нових терміналів (до Євро-2012 в міжнародному аеропорту «Бориспіль» відбулася модернізація: відбулося розширення до п'яти терміналів: три міжнародні (діючий «В», нові «F» і «D»), також один внутрішньоукраїнський («А») і один – для VIP-персон («С»); збільшилася пропускна можливість з 1840 пас./год. до 4150 пас./год. Також відбулися зміни в київському аеропорту «Жуляни» – було побудовано термінал бізнес-класу), які дозволять швидше і з більшим комфортом приймати пасажирів.

4. Технологічні фактори:

– небажання використовувати вітчизняні літаки для авіаційних перевезень (у деяких країнах ЄС заборонено навіть пролітати транзитом через їхню територію українським літакам Ан);

– невідповідний рівень технологій організації процесу перевезень, недостатнє інформаційне забезпечення. Це питання можна вирішити завдяки впровадженню глобальних супутникових систем CNS/ATM для обслуговування повітряного руху, проведення автоматизації та комп'ютеризації авіакомпаній на рівні міжнародних стандартів; запровадження розвиненої ефективної комп'ютерної мережі для підвищення якості обслуговування; створення системи транспортно-логістичних комплексів (для скорочення часу доставки, зниження затрат на перевезення та оптимізації тарифів) і подальший розвиток інформаційних та логістичних технологій.

Можна зробити висновок, що перш за все авіакомпанія AirOnix має свої переваги, які повинні в майбутньому підняти рейтинг компанії на міжнародний рівень: авіакомпанія має низьку цінову політику, але якісне обслуговування, дуже часто в компанії проходять акції, які дають можливість користувачам авіаційних послуг економити і отримувати задоволення від польотів, компанія проводить маркетингові дослідження щодо пошуку нових рейсів і проводять переговори з аеропортами для зниження вартості на паливо. Також у компанії працюють висококваліфіковані працівники, які добре знають і якісно виконують свою роботу. Однак авіакомпанія постійно стикається з труднощами, які виникають на національному рівні: слабка підтримка уряду, постійне підвищення квот, тарифів на перевезення пасажирів, зростання цін на паливо; сильна конкуренція на вітчизняному авіаринку, особливо зі сторони іноземних авіакомпаній, а також неможливість виходу на іноземні авіаринки; слабкий розвиток технологій в організації якісного польоту та інше.

Однак ми вважаємо, що більшість з проблем, які зараз виникають в компанії, не зможуть завадити її діяльності.

Авіакомпанія поки ще молода (почала свою діяльність з квітня 2012 року), однак має великі шанси на розвиток і статус в майбутньому «національного лідера-авіаперевізника». Темпи розвитку українського ринку авіаперевезень характеризуються інтенсивністю конкуренції між авіакомпаніями, підвищуються з уповільненням розвитку конкурентного ринку авіаперевезень.

Висновки

Авіакомпанія AirOnix – молода, перспективна, конкурентоспроможна авіакомпанія, яка має можливість стати одним із лідерів в майбутньому. Компанія має у своєму складі невеликий, але молодий персонал, який на високому кваліфікаційному рівні працює і обслуговує пасажирів, які користуються послугами авіакомпанії. Також компанія часто проводить для своїх клієнтів акції, надає знижки задля найкращого комфорту за відповідно нижчу вартість. Саме вартість й приваблює клієнтів користуватися саме послугами перельотів авіакомпанії AirOnix, адже на українському ринку дана компанія має найбільшу перевагу серед інших авіакомпаній в низькій вартості квитків. На сьогодні молода, престижна авіакомпанія працює у стабільному режимі і за прогнозами спеціалістів у майбутньому зможе вийти на міжнародний ринок авіаперевезень.

Список використаних джерел

1. Грушак З.М. Аналіз конкурентного середовища на ринку повітряних перевезень. – УДК 656.078 (045)
2. Діловий авіаційний портал [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ato.ru>
3. Журнал Forbes «200 найбільших компаній світу», жовтень 2012 року [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины. Монография. – К.: Издательство «Феникс», 2004. – 667 с.
5. Офіційний сайт авіакомпанії AirOnix [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.aironix.ua
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua>
8. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2012 рік [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://airflai.at.ua>
9. Офіційний портал Державної авіаційної служби України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua>
10. Статистичний журнал «Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2012 рік». (Департамент фінансів та економіки Державні-аслужби України).
11. ICAO [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.icao.int>

С.А. БУЛЬБА,

здобувач, Київський національний торговельно-економічний університет

Сучасні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі

У статті висвітлені основні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі. Розглянуто особливості функціонування мережевого торговельного підприємництва на прикладі найбільш поширених мереж.

Ключеві слова: мережа, ефективність, продуктивність, товарообіг.

В статье освещены основные тенденции развития предпринимательских сетей в торговле. Рассмотрены особенности функционирования сетевого торгового предпринимательства на примере наиболее распространенных сетей.

Ключевые слова: сеть, эффективность, производительность, товарооборот.

The article defines the notion of efficiency. The basic types of functioning and formation of business networks that are used in the process of management accounting. The technique of formation evaluation management business network based on integrated approach.

Keywords: entrepreneurial network performance, management assessment, the synergy effect.

Постановка проблеми. Сьогодні достатньо поширеним явищем у національній та світовій практиці став такий тип бізнес-утворень, як підприємницькі мережі, які часто отожнюються з неофіційними холдингами. Особливості функціонування підприємницьких мереж у торгівлі є актуальними питаннями, що потребують дослідження та розвитку. Усвідомлення особливостей функціонування підприємницьких мереж у торгівлі в Україні є передумовою визначення оптимальних моделей ведення торговельного бізнесу. Виявлення основних тенденцій розвитку підприємницьких мереж у торгівлі є необхідною передумовою систематизації концептуальних засад їх організації та функціонування з метою підвищення ефективності їх діяльності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Деякі аспекти розгляду зазначеної проблеми, а саме особливостей функціонування підприємницьких мереж у торгівлі, знайшли своє відображення в роботах як вітчизняних учених (І.О. Бланк [4], Н.А. Куликова [7], Л.О. Лігоненко [8] та ін.), так і у працях зарубіжних авторів (Г.Д. Антонов [2], О.П. Іванова [6], Г.В. Баткіліна [3], Н.С. Гахокідзе [3]). У працях заз-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

начених науковців висвітлено основні особливості та загальні теоретичні заходи функціонування підприємницьких мереж у торгівлі, однак відсутні аналітичні дані стосовно сучасних тенденцій їх розвитку.

Метою статті є визначення особливостей розвитку мережевого торговельного підприємництва в Україні та характеристика його впливу на сучасні тенденції формування підприємницьких мереж у торгівлі.

Вклад основного матеріалу. Узагальнюючи існуючі в науковій літературі, вітчизняному та зарубіжному законодавстві підходи до визначення сутності мережевих структур бізнесу (різноманітні форми об'єднання підприємств), автором уперше сформульовано наукову дефініцію «підприємницька мережа». В широкому розумінні вона є об'єднанням юридично незалежних господарюючих суб'єктів одно- або різнопрофільної спеціалізації, що характеризується спільністю фінансово-економічних інтересів учасників у межах групи, локалізацією зусиль кожної ланки на визначеному сегменті розвитку, координацією важелів внутрішнього фінансово-господарського механізму з метою досягнення визначених цілей та завдань розвитку [5].

Проведення аналізу розвитку мережевого торговельного підприємництва ускладнюється відсутністю публічної консолідованої інформації стосовно показників діяльності підприємницьких мереж в торгівлі. Інформаційна проблема ускладнюється ще й тим, що в Україні на сьогодні взагалі відсутня нормативна регламентація процесу формування та подачі консолідованої звітності. Тому для проведення дослідження автором було використано як узагальнюючу статистичну інформацію з офіційних джерел, так і інформацію, отриману від аналітичного відділу компанії Astrum Investment Management, який займається дослідженням переважно продовольчого сегменту в сфері ритейлу.

Як свідчить статистика, найбільш активні темпи зростання в Україні впродовж 2009–2012 років демонстрували продовольчі торговельні мережі. Тому для дослідження найбільш доцільно обрати суб'єктів продовольчо-орієнтованого сегмента ринку.

Ці суб'єкти реалізують продовольчі, непродовольчі товари, продукцію власного виробництва, надають послуги, але в структурі їхнього товарообігу основна частка належить безпосередньо продовольчому сегменту. Дослідження продовольчого сегмента має інформаційне підґрунтя, тобто є можливість отримання консолідованої інформації протягом

щонайменше останніх трьох–чотирьох років (по непродовольчому сегменту така інформація в розгорнутому вигляді, на жаль, відсутня).

Проаналізуємо динаміку обсягів товарообігу продовольчого ритейлу в розрізі основних груп операторів внутрішнього ринку України (див. табл.).

Як видно з таблиці, впродовж 2009–2012 років можна спостерігати стрімке зростання обсягів товарообігу.

За 2009–2012 роки товарообіг у роздрібному сегменті України збільшився на 199,4 млрд. грн. (+57,3%). При цьому найбільш стрімкі темпи зростання виручки демонстрували корпоративні структури – торговельні мережі.

Обсяг товарообігу торговельних мереж у 2011–2012 роках збільшився на 19,8% і становив у 2012 році 265,5 млрд. грн. Обсяг товарообігу в цей же період у цілому по роздрібній торгівлі України збільшився на 12,2%. Як бачимо, темпи зростання товарообігу в мережевому сегменті ритейлу значно перевищує середній темп зростання по роздрібній торгівлі в цілому. Такі високі показники зростання товарообігу обумовлені інтенсивним розвитком мережевої торгівлі на противагу немережевого сегменту, обсяг товарообігу якого у 2012 році зріс лише на 9,3%.

Незважаючи на кризові 2009–2010 роки, розвиток товарообігу торговельних мереж характеризувався високими темпами зростання – зростання на 33,8 млрд. грн., або +25,9%, що є безперечним доказом переваг мережевої форми організації торговельного підприємництва, її більшої стійкості в загальних кризових умовах господарювання.

Обсяги товарообігу торговельних мереж за 2011 рік становили 221,6 млрд. грн., що на 57,3 млрд. грн. (+34,9)% більше за значення попереднього року. При цьому загальний обсяг роздрібно-товарообігу по Україні досяг 487,9 млрд. грн., що на 21,4% більше в порівнянні з попереднім роком. Обсяги роздрібно-товарообігу по немережевих торговельних підприємствах (юридичних особах) у 2011 році становили 128,5 млрд. грн., що всього на 10,2% більше, ніж у 2009 році. Тобто об'єкти мережевої форми організації роздрібно-торгівлі мають у сукупності вищі показники зростання товарообігу порівняно з іншими операторами ритейлу та ринком у цілому.

Відповідно до статистичних даних стосовно структури роздрібно-товарообігу України (рис. 2) можна зробити припущення, що українське населення все більше віддає перевагу мережевим формам організації торговельного підприємництва.

Динаміка обсягу товарообігу роздрібно-торгівлі, 2009–2012 роки (продовольчий та непродовольчий сегменти) [10]

Категорії суб'єктів торговельного підприємництва	Роки				Δ 2009–2012		Δ 2010–2011		Δ 2011–2012	
	2009	2010	2011	2012	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Торговельні мережі, млрд. грн.	130,5	164,3	221,6	265,5	135,0	103,4	57,3	34,9	43,9	19,8
Немережеві (незалежні) підприємства, юридичні особи, млрд. грн.	100,5	116,6	128,5	140,4	39,9	39,7	11,9	10,2	11,9	9,3
Ринки та фізичні особи підприємці, млрд. грн.	117,2	121,1	137,8	141,7	24,5	20,9	16,7	13,8	3,9	2,8
Разом по внутрішній роздрібній та дрібногуртовій торгівлі України, млрд. грн.	348,2	402,0	487,9	547,5	199,4	57,3	85,9	21,4	59,7	12,2



Рисунок 1. Динаміка темпів приросту товарообігу роздрібної торгівлі (продовольчий та непродовольчий сегменти) [10]

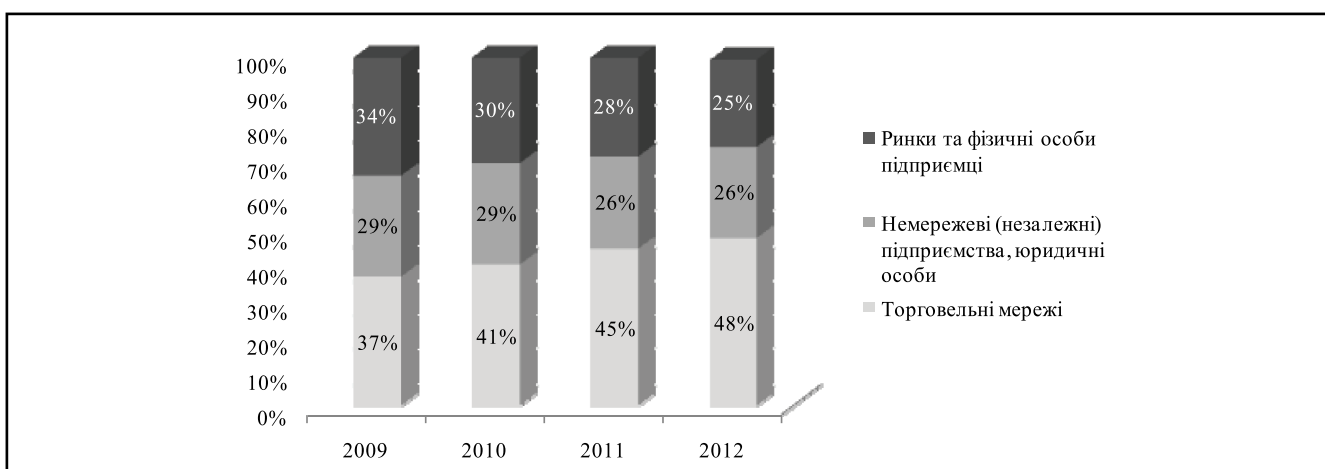


Рисунок 2. Динаміка структури обігу окремих категорій суб'єктів торговельного підприємництва, % (продовольчий сегмент) [10]

На торговельні мережі припадає до 48% загального обсягу товарообігу внутрішнього роздрібного ринку України. При цьому впродовж 2009–2012 років спостерігалася постійна тенденція до зростання їхньої питомої ваги в роздрібному товарообігу країни. Частка немережевих підприємств оцінюється на рівні 26% від обсягу роздрібного товарообігу та має тенденцію до зниження.

Слід зазначити, що у розвинутих країнах світу на мережевий ритейл у 2012 році припадало від 59 до 83% (рис. 3), тобто саме ця форма торговельного підприємництва має найбільший вплив на розвиток торгівлі в останні роки [9].

Результати дослідження засвідчують наявність у кожній ПМТ центрів управління – керуючої компанії або компанії з управління активами. В цілому характер зв'язків між окре-

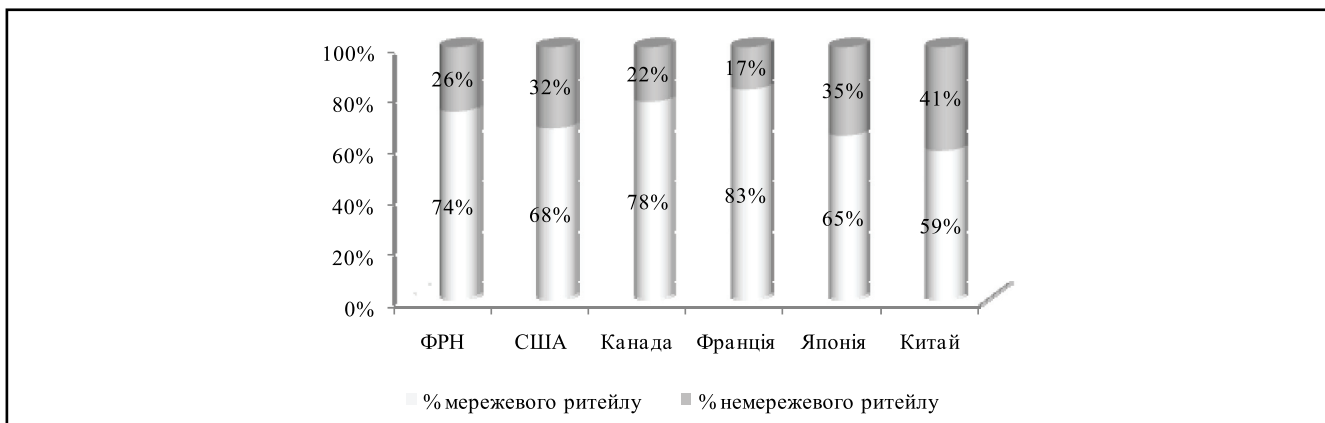


Рисунок 3. Питома вага мережевого і немережевого ритейлу в структурі роздрібного товарообігу, % (продовольчий сегмент у 2012 році) [9]

мими елементами мережі є вертикально інтегрованим. Розподіл функціоналу управління між керуючою компанією та компанією з управління активами є різноманітним для різних ПМТ, однак має певні особливості [2].

Також необхідно сказати, що, за оцінками експертів, можна визначити такі напрями вдосконалення мережевого типу організації торговельного бізнесу:

- більш ефективне задоволення попиту покупців;
- зростання сервісу торговельного обслуговування;
- зростання рівня інтенсивності конкурентної боротьби;
- підвищення стійкості до негативного впливу факторів макросередовища;
- розширення обсягів діяльності за рахунок її диференціації.

Висновки

Отже, на сьогодні в цілому спостерігається загальна тенденція до зростання ролі підприємницьких мереж у структурі торговельного сектору економіки. Аналіз статистичних даних свідчить про більшу ефективність діяльності функціонування мережевого типу торговельного підприємництва порівняно з одиничними підприємствами. Підприємницькі мережі в торгівлі виступають активним стимулятором розвитку ритейлу, концентруючи навколо себе основну частину покупців, товарні, трудові та фінансові ресурси. Формування мережі магазинів (навіть невеликого формату) спрощує відкриття торговельних об'єктів, роботу з постачальниками, управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Аналітичний огляд ринку ритейлу // Аналітика торгівлі // <http://www.retailstudio.org>
2. Антонов Г.Д. Предпосылки интеграции и эволюция интеграционных структур / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова // Менеджмент. – 2010. – №5. – С. 108–112.
3. Баткилина Г.В., Гахокидзе Н.С. Предпринимательские сети в системе интеграционных связей малых и крупных предприятий как фактор реформирования экономики // Информационно-аналитический журнал «Бизнес предложения». – 2005. – №6. – С. 34–39.
4. Бланк І.О. Управління фінансами підприємств. – К.: КНТЕУ, 2006. – 779 с.
5. Бульба С.А. Економічна сутність підприємницьких мереж / С.А. Бульба // Актуальні проблеми економіки, 2010. – №11. – С. 78–82.
6. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – СПб.: Питер, 2004. – 269 с.
7. Куликова Н.А. Організаційно-економічний механізм формування інтегрованих корпоративних структур: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Приазовський держ. технічний ун-т. – Матріуполь, 2006. – 19 с.
8. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
9. Інформаційно-аналітичний сайт, присвячений питанням розвитку ритейлу [Електрон. ресурс]: <http://www.euromonitor.com>
10. Дані аналітичного відділу компанії Astrum Investment Management.

УДК 005.658

М.В. КОВБАТЮК,
к.е.н., доцент, Київська академія водного транспорту ім. гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного,
Д.В. КАРПОВА,
студентка магістратури, Київська академія водного транспорту ім. гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

Сутність креативного потенціалу та його роль в ефективному управлінні підприємством

У статті розкрита сутність креативного потенціалу, визначено його місце в загальному потенціалі підприємства та роль у бізнес-середовищі. Розглянуті характерні особливості носіїв креативного потенціалу та наведені приклади компаній, які успішно активізують креативний потенціал. Детально розглянуті методичні підходи до управління креативним потенціалом.

Ключові слова: креативний потенціал, генерація ідей, творчість, інноваційне управління, методичний підхід.

В статье раскрыта суть креативного потенциала, определено его место в общем потенциале предприятия и роль в бизнес-среде. Рассмотрены характерные особенности носителей креативного потенциала

и приведены примеры компаний, которые успешно активизируют креативный потенциал. Подробно рассмотрены методические подходы к управлению креативным потенциалом.

Ключевые слова: креативный потенциал, генерация идей, творчество, инновационное управление, методический подход.

The essence of the creative potential is revealed in this article. The paper also defines creative potential place in the total enterprise and its role in the business environment. The article examines characteristic features of the creative potential holders and represents examples of the companies that successfully activate creative potential.

The text describes in detail methodological approaches to the creative potential management.

Keywords: *creative potential, generation of ideas, creativity, innovation management, methodical approach.*

Постановка проблеми. Перенасиченість ринку однама-нітними товарами, зміна потреб споживачів, тенденція не виживання майже половини підприємств в Україні в період кризи, гостра конкуренція змушує керівників підприємств різних галузей вдаватися до абсолютно нових спроб втримати свої позиції на ринку та відхилитися від класичних принципів управління задля вирішення існуючих господарських проблем. Усе частіше можна спостерігати за тим, як виходять з кризового становища і навіть досягають успіху саме ті компанії, що вдалилися до нестандартних методів у підприємстві. Креативний потенціал як джерело інновацій на виробництві дійсно виправдовує зусилля, що направляють на його формування та активізацію. Він прокладає шлях до успіху, збагачення організації та суспільства в цілому. На жаль, незначна кількість менеджерів дійсно розуміє важливість наявності цього ресурсу серед інших потужностей в організації.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз літератури та наукових праць сучасності, присвячених потенціалу підприємства, авторами яких є Н.В. Касьянова [1], І.А. Ачкасова [2], Ю.М. Могилова [3], О.С. Федонін [4], показали, що потенціалу підприємства надають колосального значення, але серед його складових немає елемента креативності. Науковці роблять акцент на маркетинговому, фінансовому, науковому, технічному, виробничому, інфраструктурному потенціалах. Деякі з них виділяють також інформаційний та інноваційний потенціал. Креативний потенціал у цих джерелах не знайшов своє місце в класифікації потужностей підприємства.

Ми згодні з думкою В.М. Сича про те, що існуючий науковий доробок не забезпечує системних уявлень про те, яке місце належить креативному потенціалові серед інших видів потенціалів підприємства. Більшість науковців розглядають у своїх дослідженнях креативний потенціал лише з погляду психології, а не економіки чи менеджменту [5].

Метою статті є розкриття сутності креативного потенціалу та обґрунтування його значення для успішного функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу. На переконання А.Г. Маслоу, темпи розвитку історичного процесу останнім часом значно прискорилися і людство переживає особливий історичний момент, зовсім не схожий на попередні. У суспільстві, стверджує дослідник, назріла необхідність у новому типі людини – креативній особистості, яку б зміни не лякали, а надихали, яка була б здатна до імпровізації, впевнена, мужня, духовно сильна, адаптивна у несподіваній, незнайомій ситуації. Отже, проблема креативності, на думку А.Г. Маслоу, це перш за все проблема креативної особистості, а не продуктів креативної діяльності, креативної поведінки і т. ін. Ав-

тор глибоко переконаний, що креативність може проявлятися у всьому, що робить людина: в її сприйнятті, установках, поведінці. Саме тому вона не може не впливати на контрактивну, когнітивну та емоційну сфери людини.

Креативність, за висновками вченого, є етапом натхненної творчості, процесом деталізації творчого продукту та надання йому конкретної предметної форми. Автор вважає, що концепція креативності та концепція здорової, самоактуалізуючої особистості наближуються одна до одної. Навчання творчості, чи, точніше, навчання через творчість, може бути надзвичайно корисним не тільки для підготовки людей до оволодіння професіями чи до виробництва продуктів, а й для створення доброї, гарної, хорошої людини [6].

«Креативність» (від латинського *creatio* – створення) часто змішують з поняттям «творчість», тобто креативність трактується як поняття синонімічне творчості. Так, в англійській літературі поняття *creativity* вживається для позначення всього того, що має безпосередню причетність до створення чогось нового; сам процес такого створення; продукт цього процесу; його суб'єкт; обставини, в яких творчий процес відбувається; фактори, які його детермінують тощо.

Загалом творчість розуміється як процес, що має відповідну специфіку і приводить до створення нового, а креативність розглядається як потенціал, внутрішній ресурс людини. Креативність можна розуміти як здатність людини відмовитися від стереотипних способів мислення або здатність виявляти нові способи вирішення проблем або нові способи вираження.

Оскільки людина є носієм творчості, а креативність становить її невід'ємний атрибут, креативність можна визначити як здатність людини до конструктивного, нестандартного мислення й поведінки, до усвідомлення й розвитку свого досвіду, здатність людини відчувати проблему, визначити її, а також шукати шляхи її вирішення [5].

Е. Фром визначав креативність як здатність дивуватися і пізнавати, вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях, як спрямованість на відкриття нового і здатність глибоко усвідомлювати свій досвід [7].

Е. Торренс розглядає креативність як здатність до творчості, незвичайних і несподіваних рішень, нових ідей, подолання усталених стереотипів, знаходження рішення в нестандартних ситуаціях [8].

Дослідження американських вчених Е. Торренса та Л. Холла показали, що особливостями креативності особистості виступають: здатність «робити чудо», дії, що виходять за рамки традиційних, але згідно із законами природи; високий ступінь емпатії; виключність діяльності; здібність вирішувати конфлікти, особливо тоді, коли вони не мають логічного вирішення; вміння фантазувати та мати інтуїцію.

Економісти порівняно недавно почали розглядати «креативність» як одну з економіко-управлінських категорій, оскільки поглиблення конкурентних відносин перетворило інформаційну, передусім науково-технічну, на одну із визначальних складових продуктивних сил суспільства [9].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Креативний потенціал є можливістю його носія творчо розвиватися, висувати нові ідеї щодо уникнення або вирішення виробничо-господарських проблем, властивість перетворювати ідеї в інноваційні продукти і технології із врахуванням зміни умов внутрішнього і зовнішнього середовищ.

Потенціал – термін латинського походження (*potentia*). Його буквальне значення – сила. Цей термін зазвичай використовують як фізичну величину, що характеризує силове поле у певній точці, або як сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі тощо [10].

«Потенціал» – це можливість розвитку його носія, властивість зазнавати кількісних і якісних змін під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ. Своєю чергою, економіко-управлінський потенціал підприємства – це можливість економічного розвитку підприємства, властивість досягати очікуваних кількісних і якісних змін показників економічного розвитку підприємства шляхом цілеспрямованого керівного впливу суб'єктів управління на фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ.

На рисунку представлено просторову модель місця креативного потенціалу серед економіко-управлінських потенціалів підприємства.

З наведеної моделі видно, що креативний потенціал знаходиться на межі управлінських і економічних можливостей підприємства. На відміну від управлінських і економічних можливостей носіями креативних можливостей є виключно суб'єкти управління. Саме вони здатні проявляти творчість, саморозвиватися, удосконалюватися, генерувати ідеї, аналізувати їх тощо.

За дослідженнями О. Харцій [11]: «...креативність виявляється у швидкості, точності, гнучкості, оригінальності мислення, багатій уяві, схильності до високих естетичних цінностей, ступеня деталізації проблеми, прояву наполегливості, цілеспрямованості, рішучості, працелюбності, систематичності в роботі, сміливому прийняттю рішень...».

Характерними рисами креативного потенціалу є можливості суб'єктів управління:

– генерувати ідеї і формувати гіпотези (як відомо, гіпотеза – це припущення про властивості певного об'єкта, його структуру, зв'язки з іншими об'єктами тощо. Гіпотеза справджується тоді, коли суб'єкт володіє неповною інформацією про досліджуваний об'єкт, але інтуїтивно здогадується про ті його аспекти, яких достеменно не відомо. Передумовою висунення гіпотези є акумулювання (генерування) інформації про об'єкт дослідження. З теорії евристики відомо, що методів акумулювання інформації досить багато. До евристичних методів активізації творчості, нестандартного мислення відносять зазвичай низку методів генерації варіантів вирішення проблеми на основі притаманної людині здатності до творчої діяльності. Їх застосовують тоді, коли звичайні рутинні методи, засновані на аналізі минулого досвіду та теперішніх умов, не дають змоги вибрати спосіб вирішення. Всі евристичні методи поділяють на дві групи: методи не спрямованого пошуку («мозкового штурму», «експертних оцінок», «колективного блокнота», «контрольних питань», «асоціацій та аналогій», ділові ігри та ситуації, кібернетичні наради) та методи спрямованого пошуку (морфологічний метод, алгоритм розв'язання винахідницьких задач АРВЗ). Основними умовами ефективності їхнього застосування на підприємстві є: високий рівень освіти суб'єктів креативної діяльності; застосування демократичного стилю керівництва в організації; високий рівень поінформованості суб'єктів керуючої підсистеми управління про потреби працівників керуваної підсистеми управління; зацікавленість креативно активних працівників у саморозвитку і самореалізації тощо);

– аналізувати інформацію і формулювати адекватні висновки (проведені дослідження показали, що більшість керівників, які мають аналітичні здібності і які, зважаючи на займані посади, покликані ухвалювати управлінські рішення, зазвичай не характеризуються креативністю. Цей факт можна пояснювати різними факторами, зокрема намаганням зберігати традиції підприємства, боязню взяти на себе відповідальність за ухвалення креативного рішення, невідомістю реакції керівників вищого рівня управління на прояв



Просторова модель місця креативного потенціалу серед економіко-управлінських потенціалів підприємства

Розроблено за [10].

«ініціативи знизу» тощо. Попри це дослідження показало також, що креативно активні працівники, які схильні порушувати традиції, ініціювати нововведення, характеризуються низьким рівнем аналітичних здібностей. Фахівці стверджують, що компанії, які обрали креативність як стратегію розвитку організації, досягають успіхів завдяки раціональному розподілу функцій і повноважень у трудових колективах. Вони стверджують, що аналітиків і креативно активних працівників недоцільно зводити не тільки в одні підрозділи, а й у тимчасово створені комісії і робочі групи, оскільки це призводить до конфліктів, унеможливує вирішення проблем, відволікає суб'єкти креативної діяльності з основних аспектів проблеми на другорядні. Вивчення матеріалів досліджених підприємств показало, що ці висновки не універсальні. Внаслідок отриманої інформації є підстави стверджувати, що креативно активними можуть бути працівники будь-якої підсистеми управління. Крім того, певний рівень аналітичних здібностей у креативно активних працівників є не лише можливим, а й необхідним для висунення, конкретизації та обґрунтування ідей, гіпотези. Багато відомих науковців, які мають помітний науковий доробок щодо дослідження креативності з позиції психології, стверджують, що креативність має певну залежність від рівня освіти і задатків особистості. Внаслідок проведених досліджень виявлено, що чим вищий рівень освіти суб'єкта, тим більша ймовірність того, що він здатен висувати ідеї. У цьому випадку «ідея» розглядається як результат поєднання широти світогляду особистості із рівнем володіння нею формами та методами пізнання дійсності. Тобто певний рівень освіти і аналітичних здібностей є факторною ознакою креативного потенціалу суб'єктів управління);

– моделювати інноваційні продукти і технології (модель – це спрощене відображення системи або будь-якого процесу чи явища). Побудувати математичну, графічну, логічно-структурну, або знакову модель певного продукту або технології означає абстрагуватися від існуючих умов її формування та взаємодії з іншими об'єктами, формалізувати її параметри з певними умовами дотримання її кількісних і якісних характеристик. Виконання цього завдання під силу лише тим суб'єктам управління, які достатньо глибоко розуміють природу управлінських, виробничих та інших господарських процесів в організації, мають високий рівень кваліфікації, здатні узагальнювати різноманітну інформацію і пропонувати альтернативні варіанти досягнення встановлених цілей).

Реалізація цих можливостей потребує дотримання низки принципів, а саме:

- 1) регулярного підвищення рівня кваліфікації працівників;
 - 2) впровадження ієрархізованої системи генерування і аналізування креативних ідей;
 - 3) відстеження змін потреб суб'єктів креативної діяльності і своєчасного застосування адекватних методів впливу на них;
 - 4) досягнення очікуваних результатів у визначені терміни.
- Їхне дотримання сприятиме прискоренню креативного розвитку організації, досягненню приросту креативного по-

тенціалу, раціоналізації зусиль керівників підприємств у вирішенні виробничо-господарських проблем нетрадиційними методами [10].

Креативний потенціал виникає не стихійно, а цілеспрямовано формується під час створення і розвитку підприємств. Очевидно, що навіть у тих організаціях, де не реалізуються стратегії креативно-інноваційного розвитку, є носії креативного потенціалу. У цих організаціях креативний потенціал може бути успішно реалізованим, проте ця реалізація повністю залежить від суб'єктивних факторів, зокрема від бачень, бажань, переконань керівників підприємств. Вони, як показали результати проведеного дослідження, часто не сприймають креативні ідеї, особливо ті, для реалізації яких необхідно докласти чималих зусиль, піти на фінансові та інші ризики, пожертвувати налагодженими схемами постачання, виробництва і збуту тощо. Як наслідок, в таких організаціях креативний потенціал рідко реалізовується і ще рідше зростає. Є підстава стверджувати, що для забезпечення відтворення і приросту креативного потенціалу ним необхідно управляти. Управління креативним потенціалом є конкретною функцією менеджменту, яка реалізовується через загальні функції управління (планування, організація, мотивація, контроль і регулювання). В основі цієї функції лежить конкретний об'єкт управління, а саме креативний потенціал. Для забезпечення розширеного відтворення креативного потенціалу, тобто для досягнення його приросту, управління ним має розпочинатися ще під час створення підприємства. Так, виявом реалізації функції планування креативного потенціалу під час створення підприємства є: формування концепції креативно-інноваційного розвитку організації; розроблення статуту підприємства, визначення його креативної місії, ролі носіїв потенціалу в її виконанні, передбаченні видів діяльності підприємства і їхнього місця в реалізації концепції креативно-інноваційного розвитку підприємства; побудова бізнес-плану реалізації креативно-інноваційної концепції розвитку підприємства, його техніко-економічного обґрунтування тощо.

З позиції процесійно-функціонального підходу наступним етапом управління креативним потенціалом підприємства під час його створення є організація реалізації заходів, пов'язаних із реєстрацією підприємства, отриманням необхідних ліцензій, а також виконання підготовчих робіт для залучення носіїв креативного потенціалу у штат підприємства і створення для них належних умов праці [12].

Залучаючи на підприємство нових співробітників, необхідно звертати увагу на рівень IQ. Зробити висновки про рівень інтелекту потенційного колеги або підлеглого можна, спираючись на результати пройденого ним тесту, метою якого є оцінка рівня IQ.

У своїх дослідженнях Торренс довів, що високих успіхів у професійній і управлінській діяльності домагаються лише ті, у кого високий рівень інтелекту доповнюється і високими показниками за креативністю. Особистості з нормальним і високим коефіцієнтом інтелекту, але які не володіють високим рівнем креа-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

тивності, рідко досягають значних успіхів навіть при повному володінні управлінськими і професійними технологіями. Обов'язковою ознакою творчої обдарованості є рівень інтелекту не нижче верхньої границі середньої норми, тому що саме цей рівень забезпечує основу для творчої продуктивності [8].

Білл Гейтс, засновник компанії Microsoft, найбагатіший чоловік на планеті, постійно говорить своїм робітникам одну й ту саму фразу: «Сідай і думай!». Він вважає, що платить заробітну плату своїм людям лише за те, щоб вони сиділи і думали. Як результат, ми бачимо, що Microsoft має успіх, поєднуючи творчість з технічною проникливістю.

Творча діяльність як результат активізації креативного потенціалу є досить складним процесом роботи мозку: аналіз, синтез, порівняння та встановлення причинно-наслідкових зв'язків, критичність мислення та знаходження протиріч, прогнозування можливого розвитку, багатоекранне бачення будь-якої системи або об'єкта в аспекті минулого (теперішнього, майбутнього), будівництва алгоритму дій генерування нових ідей і способів вирішування їх в образно-графічній формі [13].

У цілому творчі особистості характеризуються тим, що:

- здатні виявляти безліч дивних властивостей у різних предметах, постійно задають питання, мають широку сферу інтересів у різних галузях, часто збирають колекції незвичайних речей;
- легко генерують велику кількість ідей, варіантів рішення задач, знаходять для рішення незвичайні, нестандартні, найчастіше навіть унікальні прийоми і методи;
- можуть бути нестримані у вираженні своєї думки, радикальні, вперті, надзвичайно завзяті, особливо при відстоюванні своєї думки;
- схильні до ризикованих дій, навіть до пригод, полюбляють отримувати нові несподівані і раніше не відомі враження;
- цікавляться різними інтелектуальними іграми, легко занурюються у фантазії, мрії, роздуми, занурюються у свою уяву; говорять: «Цікаво, а що було б, якщо...» чи «Що буде, якщо ми змінимо...»; маніпулюють ідеями, легко їх видозмінюють, адаптуючи до інших умов, модифікуючи свої оригінальні чи чужі думки;
- демонструють живий, гострий гумор, бачать смішне в тих предметах і ситуаціях, які іншим не здаються смішними: їхній гумор може навіть видаватися надто ексцентричним;
- схильні до нестандартної поведінки, більш готові до ірраціональних учинків; не соромляться демонструвати всі протиріччя своєї натури;
- надзвичайно емоційні і чуттєві, схильні до проведення самостійних естетичних дослідів (у живописі, літературі, музиці);
- допускають безладдя, хаос у своєму оточенні чи ситуаціях, не цікавляться деталями, які вважають не важливими; виявляють себе як нонконформісти, вважаються егоїстами, індивідуалістами; їх неможливо віднести до «сірої маси», не замилюючись, при необхідності протиставляють себе більшості;
- будь-які категоричні твердження не визнають без власної перевірки, піддають усе загально визнане критично-

му перегляду, однак, як правило, конструктивно; сміливість розуму дозволяє їм слідувати своїй інтуїції [14].

Креативних людей характеризують такі особистісні риси:

- незалежність – особистісні стандарти важливіше стандартів групи, некомформність оцінок і суджень;
- відкритість розуму – готовність повірити своїм і чужим фантазіям, сприйнятливості до нового і незвичайного;
- висока толерантність до невизначених і нерозв'язних ситуацій, конструктивна активність у цих ситуаціях;
- розвинуте естетичне відчуття, прагнення до краси.

Креативний потенціал також можна віднести до засобів антикризового менеджменту. Оскільки криза – питання, яке є найбільш важливим для будь-якого підприємства, адже під час панування кризи поступово втрачається життєздатність компанії, виникає дефіцит ресурсів або можливостей фірми для подальшого розвитку, то креативний потенціал є інструментом налагодження успішного бізнес-середовища.

В умовах кризи керівництво підприємства насамперед вживає заходів щодо скорочення виробничих витрат і кадрів. На жаль, це не завжди є ефективним. Рішення активізації креативного потенціалу дозволяє не тільки поліпшити становище організації, а й зберегти всі необхідні ресурси підприємства [15].

Оскільки під час кризи всі робітники компанії знервовані та емоційно збуджені, активувати креативний потенціал у такий період навіть значно легше, ніж в умовах стабільності та фінансової стійкості підприємства.

На жаль, в Україні мало приділяють увагу креативному потенціалу. Можливо, тому майже половина підприємств не змогла приборкати кризу, а більша частина решти теж не застрахована від кризового стану.

Так, сучасний стан більшості суб'єктів господарювання в Україні фахівці визнають як кризовий. За даними статистики, кількість збиткових підприємств в Україні в 2012 році становила 39,4 від загальної кількості підприємств, у 2013 році в період з січня по червень – 42,5% [16].

Криза провокує зміни. А з яким знаком вони будуть, «+» чи «-», залежить від того, наскільки ефективно антикризові менеджери активізують креативний потенціал у пошуках нової бізнес-ідеї. Креативний потенціал може стати в нагоді не лише за прийняття стратегії підприємством створення нових товарів, що не мають аналогів на ринку, а й допомогти удосконалити вже існуючі досягнення компанії. Це може стосуватися і модернізування застарілих технологій, поліпшення сервісу обслуговування споживачів, покращення способів якнайшвидшої доставки продукції посередникам та інше.

Креативний потенціал не обов'язково є інструментом для створення чогось принципово нового, він може всі вже існуючі потужності підприємства вивести на новий рівень успішного функціонування, при цьому не припиняючи задовольняти потреби споживачів.

США та Японія – економічні супердержави, що виробляють майже 40% усього світового ВВП. Серед наймогутні-

ших американських та японських компаній можна виділити: «Дженерал моторз», «Форд мотор», «Хьюлед Паккард», «Тойота мотор», «Ніссан», «Хонда», «Соні», «Кенон».

Керівники цих компаній розуміють сутність креативного потенціалу, його місце в системі економіко–управлінського потенціалу підприємства, виконуваних ним функцій, а також постійно стимулюють креативно активних суб'єктів до здійснення нових відкриттів, тому вони навіть і не думають про те, що коли–небудь їх бізнес дійде до критичної точки.

Так, компанія «Нісан кемікалс» започаткувала рух «Аі», що означає скорочення від англійського виразу all ideas, тобто втягнення усіх робітників у генерування нових ідей і раціоналізаторських пропозицій. Результатом є те, що типова група з 5–6 робітників щорічно вносить у середньому три пропозиції, які впроваджуються на фірмі [17].

Компанія Lafarge є першою у світі з виробництва цементу і починає свою історію існування ще з далекого 1833 року. Протриматися півтора століття на ринку їй вдалося саме завдяки постійній розробці будівельних матеріалів, які є зручними у використанні та не шкодять здоров'ю людей та стану навколишнього середовища.

Однією зі стратегій є зміцнення позицій Lafarge як світового лідера у галузі будівельних матеріалів, збільшення кількості інновацій, керівництво компанії постійно активізує креативний потенціал, щоб пропонувати все нову та нову продукцію своїм клієнтам, постійно розширюючи асортимент товару.

Володіючи провідним у світі центром дослідження будівельних матеріалів, Lafarge закладає інновацію, пошук нових талановитих співробітників, підвищення їх кваліфікації та розвиток в основу своїх пріоритетів, що допомагає компанії впроваджувати екологічно раціональне будівництво та архітектурну креативність [18].

В умовах ринку, коли продукція будь–якого підприємств має аналоги, замітники, а життєвий цикл інноваційних продуктів дуже короткий через постійну зміну споживчих запитів і появу не ліцензійних, але дешевих копій, очевидно, що конкурувати підприємства можуть тільки тоді, коли володі-

ють високим креативним потенціалом і здатні управляти ним так, щоб регулярно пропонувати на ринок інновації. Створена система правових відносин у сфері інтелектуальної власності дає підприємствам змогу отримувати права на використання кимось розроблених інновацій і мати від цього прибуток, проте в умовах сьогодення очевидно, що цей шлях не забезпечує стрімкого економічного розвитку, оскільки продукція, що виробляється на основі одержаної ліцензії, є, по суті, інновацією лише для підприємства, а для ринку вона відома. Обсяг її реалізації може бути невідповідано малим через те, що, наприклад, Китай або Малайзія пропонують таку саму продукцію, але за нижчою ціною. Для лідерства на ринку необхідно самостійно продукувати креативні ідеї і створювати інновації. Попри очевидну актуальність виконання цього завдання, досі відсутні теоретичні основи і методико–прикладні рекомендації з управління креативним потенціалом підприємств.

У результаті керуючого впливу менеджерів на підлеглих під час управління креативним потенціалом підприємства в середовищі організації формується попит на креативність, створюються умови для вияву креативності носіями потенціалу, отримуються конкретні результати його використання, які можуть зводитись до простого і розширеного відтворення креативного потенціалу або до зниження його рівня.

Доведено, що існує кілька методичних підходів до управління креативним потенціалом підприємств, а саме комплексний, системний і ситуаційний, характеристика яких наведена в таблиці.

Для покращення результатів формування і використання креативного потенціалу доцільно комбінувати використання цих підходів. З метою відображення місця методичних підходів до управління креативним потенціалом у просторі й часі виділено два рівні креативного потенціалу: на першому відбувається генерування креативних ідей, не пов'язаних між собою, а на другому – аналізують і доопрацьовують креативні ідеї. В часовому вимірі перший рівень завжди передує другому. На основі цих положень логічно стверджувати, що ком-

Методичні підходи до управління креативним потенціалом

Методичний підхід	Характеристика
Комплексний	Передбачає, що креативні можливості формуються і використовуються за сегментами діяльності й центрами відповідальності підприємства; ієрархія управління креативним потенціалом має вертикальний характер – знизу вверх, тобто плани формування і реалізації креативного потенціалу не пов'язуються в одну систему, вони орієнтовані на покращання виробничо–господарських операцій і процесів у конкретних сегментах діяльності
Системний	Застосовують на основі створення підсистеми управління, яка охоплює усі підрозділи, види діяльності через пов'язаність технологічних процесів організації; ця підсистема орієнтована на досягнення конкретних значень показників, які характеризують ефективність діяльності підприємства загалом, а не окремих його складових
Ситуаційний	Управління відбувається за результатами моніторингу виробничо–господарських проблем або виявлених креативних ініціатив; керуючий вплив на носіїв креативного потенціалу орієнтований на оперативне розв'язання виявленої проблеми або розвиток і реалізацію висунутої ініціативи; керівники підприємства розглядають креативний потенціал як об'єкт управління тільки на період ідентифікування і вирішення проблеми, або на період виявлення креативної ініціативи та її розвитку; як тільки проблему розв'язано, а ідею відхилено або прийнято до реалізації, припиняється управління креативним потенціалом

Розроблено за [9].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

плексний і системний підходи до управління креативним потенціалом підприємства можуть застосовуватися як на першому, так і на другому рівні креативного потенціалу. Комбінація застосування комплексного і системного підходів залежить від бачень і переконань керівників підприємства, від вибраної ними стратегії формування і реалізації креативного потенціалу. На будь-якому рівні формування і використання креативного потенціалу може застосовуватися і ситуаційний підхід. У такому випадку ситуаційний підхід не розглядається як альтернатива комплексному і системному підходам, а як їхнє доповнення. Його застосовують тоді, коли фактори внутрішнього і зовнішнього середовища організації вказують на необхідність оперативної зміни визначеного планами формування і використання креативного потенціалу порядку для швидкого розв'язання раптово виниклої проблеми або оперативного використання кон'юнктурних можливостей для досягнення очікуваних позитивних ефектів [9].

Справжнім гальмом для креативного потенціалу є самовпевненість керівників, коли вони намагаються всю відповідальність взяти лише на себе, відмовляючись від делегування новаторської діяльності. Це тема, яка є до сих пір не сприйнята, не усвідомлена, не освоєна і не взята за ідеологічну основу бізнесу. Така категорична відмова від відкритого діалогу з підлеглими й нехтування креативним потенціалом може стати фатальною помилкою й дорого коштувати, особливо в період кризи.

Висновки

Креативний потенціал підприємства – це сукупність можливостей із генерування креативних ідей, а також розроблення нетрадиційних методів розв'язання виробничо-господарських проблем. Цей потенціал формується не стихійно, а в результаті цілеспрямованого впливу керівників організації на носіїв креативного потенціалу.

Креативний потенціал може стати інструментом при створенні абсолютно нових видів продукції, щоб привернути увагу вже існуючих та потенційних споживачів, виступати в ролі антикризового механізму в найтяжчі часи для підприємства та способом удосконалення вже існуючих надбань задля успішного функціонування суб'єктів господарської діяльності.

Перспективи подальших досліджень доцільно направити на розробку практичних пропозицій щодо формування, розвитку, приросту креативного потенціалу, практичних моделей управління креативним потенціалом та методів розрахунку ефекту від використання креативного потенціалу.

Список використаних джерел

1. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. – Донецьк: Цифрова типографія, 2012. – 257 с.

2. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Конспект лекцій. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва з курсу (для студентів заочної форми навчання) / І.А. Ачкасов, Т.А. Пушкар. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 89 с.

3. Потенціал і розвиток підприємства: Конспект лекцій для студентів / Ю.М. Моголово, А.Ю. Моголова. – Павлоград: УДХТУ, 2008. – 162 с.

4. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Реліна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.

5. Сич В.М. Сутність креативного потенціалу та його роль у психологічному забезпеченні управління закладами освіти / В.М. Сич // 36. наук. праць КПНУ ім. І. Огієнка, Серія «Психологія управління». – 2011. – Вип. 16. – С. 586–596.

6. Поклад І.М. Креативність у концепції А.Г. Маслоу [Електрон. ресурс] / І.М. Поклад // Новый акрополь. Культурная ассоциация. – Режим доступу: <http://www.newacropolis.org.ua/ru/study/conference/?thesis=4960>.

7. Фромм Э. Личность в современной культуре / Э. Фромм // Психология личности. – Самара: БАХРАХ, 1999. – Т. 2. – С. 233–247.

8. Уитмер Дж. Коучинг. Новый стиль менеджмента в управлении персоналом: учеб. пос. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 218 с.

9. Савицька Н.В. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика / Н.В. Савицька, О.Л. Коломієць // Вісник Національний університет «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – №727. – С. 63–67.

10. Савицька Н.В. Сутність креативного потенціалу підприємства / Н.В. Савицька // Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 21.6 – НУ «Львівська політехніка», 2011. – С. 303–305.

11. Харцій О.М. Розвиток креативного потенціалу у майбутніх менеджерів організації. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.disser.com.ua>

12. Савицька Н.В. Сутність креативного потенціалу підприємства / Н.В. Савицька // Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 21.5 – НУ «Львівська політехніка», 2011. – С. 372–377.

13. Павлюк Р.О. Креативність як складова частина професійної підготовки майбутніх учителів. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_NPM_2007/Pedagogica/22154.doc.htm

14. Антонова О.Е. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки / О.Е. Антонова // Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія / за ред. О.А. Убасєнюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2012. – С. 14–41.

15. Чернявський А.Д. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. – К.: МАУП. – 2006. – 256 с.

16. Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності за 2012–2013 роки [Електрон. ресурс] / Держкомстат України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

17. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 295 с.

18. Історія створення компанії Lafarge. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Lafarge>

Організація управлінського обліку в умовах ринкової економіки

Статтю присвячено актуальним питанням організації управлінського обліку за центрами відповідальності у системі управління підприємством роздрібною торгівлю. Запропоновано методичні підходи до організації обліку на основі утворення та підтримання взаємопов'язаних відносин відповідальності керівників окремих підрозділів за виконання встановлених планових завдань.

Ключові слова: управлінський облік, ринкова економіка, центри відповідальності, торгівля.

Статья посвящена актуальным вопросам организации управленческого учета по центрам ответственности в системе управления предприятием розничной торговли. Предложены методические подходы к организации учета на основе образования и поддержания взаимосвязанных отношений ответственности руководителей отдельных подразделений за выполнение установленных плановых заданий.

Ключевые слова: управленческий учет, рыночная экономика, центры ответственности, торговля.

The article is sanctified to the pressing questions of organization of administrative account after the centers of responsibility in the system of management of retail business an enterprise. The methodical going offer near organization of account on the basis of formation and maintenance of relations of responsibility of leaders of separate subdivisions for implementation of the set tasks.

Keywords: management accounting, market economy, responsibility centers, and trade.

Постановка проблеми. Важливим завданням антикризового менеджменту є своєчасне виявлення кризових загроз та локалізація їх за відповідними структурними або функціональними підрозділами підприємства. В умовах кризи надзвичайно загострюються питання розробки та впровадження сучасних механізмів антикризового управління підприємствами. Вирішення цих питань ґрунтується на побудові ефективною інформаційної системи антикризового управління господарськими процесами, в якій важливу роль відіграє управлінський облік за центрами відповідальності. У статті обґрунтовується доцільність створення на підприємствах роздрібною торгівлю системи управлінського обліку на основі поєднання двох типів центрів відповідальності: центрів доходів і затрат та центрів формування чистого руху коштів.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Цілі і завдання управлінського обліку більшість вчених пов'язує з інформаційними потребами антикризового управління, що викликає необхідність організації облікового процесу за цен-

трами відповідальності. С.Ф. Голов [1], В.С. Лень [2], М.Х. Корецький, Н.В. Дацій, Л.В. Пельтек [3], Л.В. Нападовська [4] та деякі інші фахівці пропонують загальні підходи до організації управлінського обліку, надаючи перевагу одному з двох типів центрів відповідальності, що призводить до обмеження інформації стосовно утворення фінансових ризиків (якщо перевага надається центрам доходів і затрат) або операційних ризиків (при створенні центрів формування чистого руху коштів). На відміну від існуючих підходів до організації управлінського обліку за центрами доходів, затрат і прибутку або за центрами надходжень, видатків і чистого руху коштів стаття пропонує поєднання обох типів центрів відповідальності, що дозволить створити ефективну систему протистояння кризовим загрозам та забезпечити дієвий контроль за виконанням як бюджетів доходів і затрат, так і бюджетів руху грошових коштів кожним структурним або функціональним підрозділом підприємства роздрібною торгівлю.

Мета статті. Розробка та обґрунтування напрямів удосконалення організації управлінського обліку за центрами відповідальності в системі антикризового управління підприємством роздрібною торгівлю.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення антикризового управління інформацією стосовно внеску кожного підрозділу у формування результативних показників ґрунтується на створенні у межах загальної системи управлінського обліку центрів відповідальності. До основних груп результативних показників належать показники, що формують чистий прибуток та чистий рух коштів підприємства. Залежно від принципу відображення господарських операцій в управлінському обліку підприємство створює систему центрів відповідальності. На цей час в обліковій практиці застосовуються два принципи відображення господарських операцій: принцип використання рахунків управлінського обліку та принцип розподілу за відповідними статтями.

Перший принцип відображення господарських операцій передбачає оцінку доходів і затрат, згрупованих за центрами відповідальності, до яких належать центри затрат, центри доходу, центри маржинального доходу, центри прибутку та центри інвестицій.

Центр затрат. Центрами затрат є всі структурні та функціональні підрозділи підприємства, оскільки здійснення відповідних функцій завжди супроводжується затратами. У системі антикризового управління центри затрат як об'єкти внутрішньогосподарського обліку створюються для поглибленої деталізації затрат, досліджуючи їх з погляду впливу на фінансовий результат з метою локалізації кризових загроз зменшення або неотримання прибутку. В центрі затрат на-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

копичуються дані щодо складу і структури затрат, за здійснення яких відповідає керівник центру. Інформація, сформована центром затрат, застосовується для контролю виконання кошторису, встановлення причин відхилення від планових показників, аналіз динаміки затрат за складом і структурою, планування затрат.

Центр доходу. До центрів доходу належать підрозділи, керівники яких відповідають лише за дохід, який є результатом діяльності даного підрозділу. Підрозділ залишається центром доходу лише за умови, якщо затрати підрозділу є фіксованими і не залежать від величини його доходу, а за їх формування несе відповідальність керівник іншого структурного або функціонального підрозділу. Керівник центру доходу також не має можливості контролювати прибуток, формування якого виходить за межі його компетенції. Центри доходу формують дані стосовно складу і структури доходів, за отримання яких відповідає керівник центру. Інформація, накопичена в центрі доходу, використовується для контролю виконання кошторису, встановлення причин відхилення від планових показників, аналіз динаміки доходів за складом і структурою, планування доходів.

Центр маржинального доходу. Центри маржинального доходу доцільно створювати у великих підприємствах роздрібною торгівлі за умови, що керівники відділів продажу, крім доходу від реалізації товарів, контролюють прямі затрати. У цьому випадку за формування чистого прибутку відповідає керівник центру прибутку, на рівні якого узагальнюється інформація стосовно доходу, маржинального доходу і затрат, отримана на рівні відповідних центрів відповідальності. Важливо відмітити, що створення центрів маржинального доходу на рівні товарних відділів дозволяє визначити їхній вплив на формування доходу від реалізації товарів, контролювати рівень прямих затрат за окремими групами товарів, а також забезпечує створення інформаційної бази контролю операційних ризиків за методом операційного важеля та на основі застосування моделі CVP.

Центр прибутку. Організація центрів прибутку ґрунтується на повній особистій відповідальності керівників за створення доходів, здійснення затрат і формування чистого прибутку. Найбільш інтегрованим центром прибутку є підприємство, вище керівництво якого відповідає за фінансові результати. Центрами прибутку можуть бути також окремі підпорядковані підприємству структурні одиниці, якщо вони наділені відповідними повноваженнями щодо формування доходів і здійснення затрат.

Центр інвестицій. Створення центру інвестицій має на меті забезпечення ефективного управління капіталом підприємства, інвестованим в його оборотні і необоротні активи. Керівник центру інвестицій контролює фінансування власних активів підприємства, метою якого є підвищення ринкової вартості підприємства шляхом створення і реінвестування в активи чистого прибутку та залучення капіталу із зовнішніх джерел фінансування. Отже, крім інформації, що надходить із центрів прибутку, керівникові центру інвестицій необхідно залучити

дані стосовно руху грошових коштів, які не обліковуються за центрами доходів, затрат і прибутку. Таким чином, на рівні центра інвестування має здійснюватись узагальнення інформації, яка надходить з центрів прибутку, та додаткової інформації стосовно формування надходжень, видатків та чистого руху коштів, що характеризує рух грошових коштів. Центр інвестицій можна розглядати як такий, що об'єднує всі інформаційні потоки управлінського обліку і дозволяє оцінити ефективність використання інвестованого в активи капіталу за показником рентабельності активів та якісний склад активів і джерел їх фінансування за показниками фінансової стійкості та платоспроможності, визначивши та локалізувавши за центрами відповідальності причини їх погіршення. Так само, як і центр прибутку, центр інвестицій створюється переважно на вищому рівні управління підприємством.

Другий принцип відображення господарських операцій передбачає їхній розподіл за статтями і спрямовує управлінський облік на оцінку надходжень і видатків грошових коштів, згрупованих у бюджети залежно від змісту діяльності того чи іншого центру відповідальності. Відповідно до характеру руху грошових коштів підприємства роздрібною торгівлі внутрішньогосподарський облік пропонується організувати за такими центрами відповідальності: центрами формування видатків грошових коштів, центрами формування надходжень грошових коштів, центрами формування чистого руху грошових коштів, центрами формування стратегічного руху коштів.

Центр формування видатків грошових коштів. До центрів видатків належать усі структурні та функціональні підрозділи підприємства роздрібною торгівлі на тій підставі, що виконання покладених на них обов'язків та їх власне утримання супроводжуються витрачанням грошових коштів, за доцільність та ефективність якого несе відповідальність керівник кожного підрозділу. Центри видатків формують дані щодо складу і структури видатків, за які відповідає керівник центру. На рівні центрів видатків здійснюється контроль виконання кошторису, встановлюються причини відхилення від планових показників, здійснюється аналіз динаміки затрат за складом і структурою та планування видатків.

Центр формування надходжень грошових коштів. Структурні підрозділи, що відповідають за надходження грошових коштів на підприємство, є центрами формування надходжень. До таких структурних підрозділів належать торговий відділ та підпорядковані йому структурні підрозділи, що здійснюють реалізацію товарів та платних послуг. Диференціація надходжень здійснюється за названими підрозділами та операціями, наслідком яких є надходження коштів. За центрами формування надходжень здійснюється контроль виконання кошторису; встановлюються причини відхилення від планових показників; здійснюються аналіз динаміки затрат за складом і структурою та планування надходжень. Оскільки функціонування підрозділів, що відповідають за надходження, супроводжується видатками коштів, на базі таких підрозділів створюються також центри формування видатків.

Центр формування чистого руху грошових коштів. До центрів формування чистого руху грошових коштів належать підрозділи підприємства, керівники яких відповідають як за надходження, так і за видатки коштів і мають можливість оцінити ефективність руху коштів за показником чистого руху коштів у межах центру відповідальності. Залежно від завдань, які виконує той чи інший підрозділ підприємства, чистий рух коштів може бути додатним або від'ємним. Узагальнення показників чистого руху коштів кожного підрозділу здійснюється на рівні вищого керівництва, яке несе відповідальність за всі надходження і видатки коштів і є найбільш інтегрованим центром чистого руху коштів підприємства. Інформація, що створюється у центрах формування чистого руху грошових коштів, застосовується для контролю виконання планових показників, аналізу структури надходжень і видатків, визначення чистого руху коштів за видами діяльності, оцінки достатності та ліквідності руху грошових коштів, розробки стратегії запобігання ризикам зниження достатності та ліквідності руху грошових коштів.

Центр формування стратегічного руху коштів. Центр формування стратегічного чистого грошового потоку створюється на рівні вищого керівництва відповідно до прийнятої підприємством стратегії розвитку. Стратегічний чистий грошовий потік формується на основі розподілення коштів, що надійшли з усіх джерел фінансування, за напрямками їх витрачання. За рішенням вищого керівництва кошти спрямовуються на розвиток матеріально-технічної бази підприємства, здійснення маркетингових досліджень, розвиток персоналу, а також точну операційну діяльність підприємства. Ці дані є тією необхідною додатковою інформацією, без якої неможливо організувати ефективну діяльність центру інвестицій, спрямовану на управління фінансуванням власних активів підприємства.

Розглядаючи запропоновані вище системи розподілу відповідальності, треба зауважити, що на цей час більш поширеним є розподіл відповідальності за центрами доходів, затрат і прибутку. Такий розподіл забезпечує антикризове управління даними щодо місць утворення та оцінки операційних ризиків. Натомість розподіл відповідальності за центрами формування надходжень, видатків і чистого руху коштів дозволяє визначити причини і місця утворення фінансових ризиків, що досить складно зробити за умов розподілу відповідальності за центрами доходів, затрат і прибутку. Отже, в антикризовому управлінні доцільно забезпечити поєднання обох систем розподілу відповідальності шляхом покладання відповідальності за діяльність центрів прибутку і формування чистого руху коштів на керівника структурного або функціонального підрозділу, в межах якого створено ці центри. Доцільність поєднання центрів відповідальності обумовлюється також особливостями бюджетного планування, в межах якого передбачається створення як бюджетів доходів і затрат, так і бюджетів руху грошових коштів. Важливим аргументом на користь побудови управлінського обліку за обома типами центрів відповідальності є особливості прогнозування балансових показників, базою для

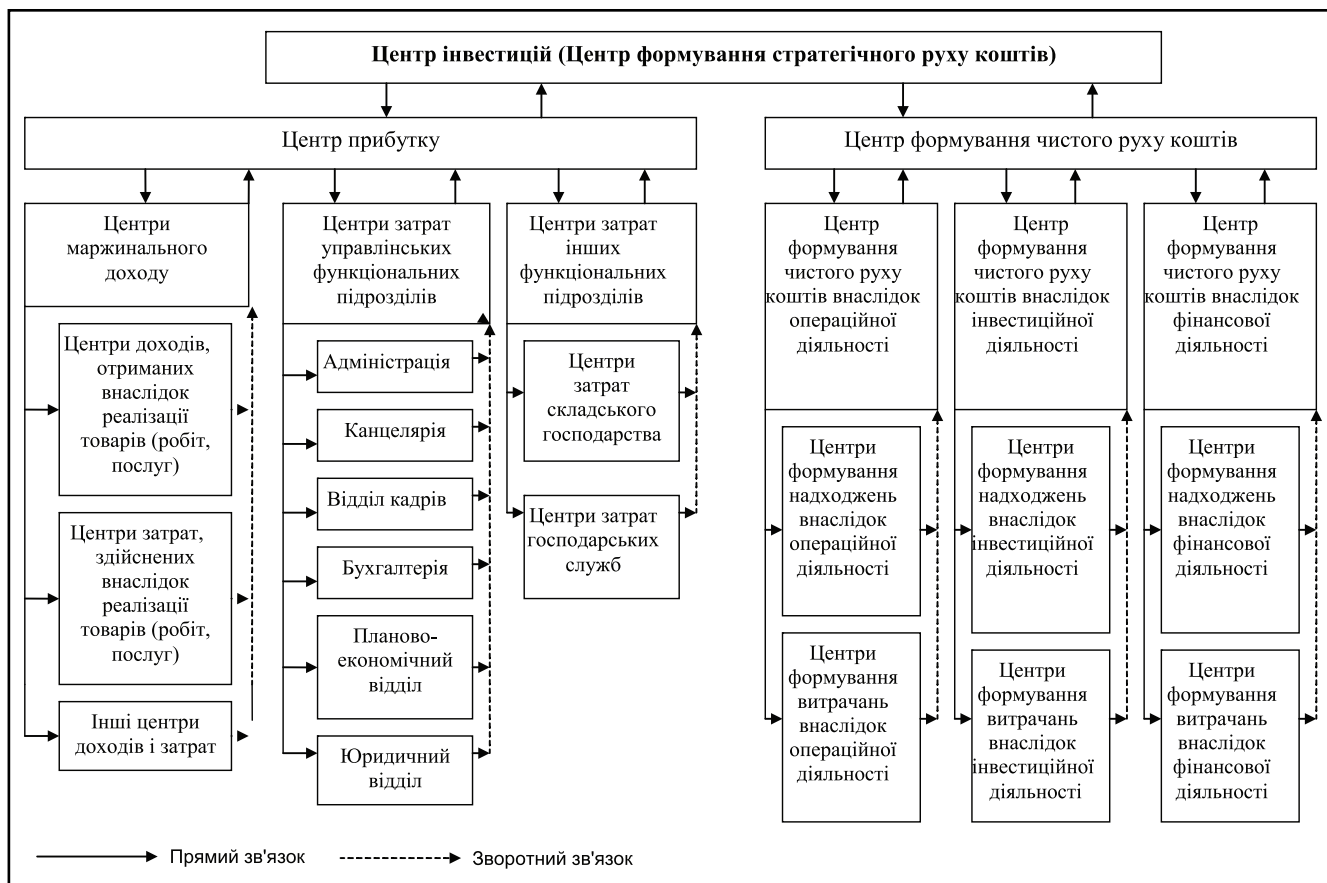
обчислення яких є узагальнена інформація бюджету доходів і затрат та бюджету руху грошових коштів: абсолютні величини більшості статей прогнозованого балансу залежать темпів зростання доходу, а структура активів, власного капіталу і зобов'язань обумовлюється рухом грошових коштів. Так само і причини негативних змін показників фінансової стійкості та платоспроможності треба шукати у центрах формування надходжень, видатків або чистого руху коштів.

У системі управління за центрами відповідальності зазвичай обирається один із варіантів розподілу відповідальності: або за центрами доходів, затрат і прибутку, або за центрами формування надходжень, витрачання і чистого руху коштів. Вибір тієї чи іншої системи розподілу відповідальності має ґрунтуватися на оцінці придатності сформованої бази даних для вирішення управлінських завдань. На цей час більш поширеним є розподіл відповідальності за центрами доходів, затрат і прибутку. Така локалізація інформації забезпечує антикризове управління даними щодо місць утворення та оцінки операційних ризиків. Натомість розподіл відповідальності за центрами формування надходжень, витрачання і чистого руху коштів дозволяє визначити причини і місця створення фінансових ризиків, що досить складно зробити за умов розподілу відповідальності за центрами доходів, затрат і прибутку. Отже, в антикризовому управлінні, на наш погляд, найбільш ефективним є поєднання обох систем розподілу відповідальності шляхом покладання відповідальності за діяльність центрів прибутку і формування чистого руху коштів на керівника структурного або функціонального підрозділу, в межах якого створено ці центри. Що стосується центру інвестицій та центру формування стратегічного руху коштів, цілком логічно об'єднати відповідальність за їх діяльність на рівні вищого керівництва, ґрунтуючись на тому, що джерелом інвестованого в активи капіталу є надходження, які створюються у процесі руху грошових коштів. Отже, центр інвестицій за змістом виконуваних ним функцій потребує не стільки інформації стосовно доходів, затрат і прибутку, скільки даних, що характеризують рух грошових коштів.

На рисунку наведено запропоновану систему центрів відповідальності, яка ґрунтується на поєднанні інформації стосовно формування двох узагальнюючих показників – чистого прибутку та чистого руху коштів.

Інформацію стосовно інвестицій доцільно накопичувати в єдиному центрі, в якому відбувається оцінка впливу руху грошових коштів на зміну структури активів і капіталу та приймаються рішення стосовно розподілу чистого прибутку і який є одночасно центром інвестицій і центром формування стратегічного руху коштів.

Створені за різними рівнями управління центри відповідальності суттєво відрізняються за змістом та повнотою внутрішньооблікової інформації, для накопичення якої їх створено. Доцільність поєднання центрів відповідальності обумовлюється також особливостями бюджетного планування, в межах якого передбачається створення як бю-



Організаційна структура управління підприємством роздрібної торгівлі за центрами відповідальності

джетів доходів і затрат, так і бюджетів руху грошових коштів. Важливим аргументом на користь побудови внутрішньогосподарського обліку за двома типами центрів відповідальності є особливості прогнозування балансових показників, базою для обчислення яких є узагальнена інформація бюджету доходів і затрат та бюджету руху грошових коштів: абсолютні величини більшості статей прогнозованого балансу залежать від темпів зростання доходу, а структура активів, власного капіталу і зобов'язань обумовлюється рухом грошових коштів. Причини негативних змін показників фінансової стійкості та платоспроможності треба шукати в центрах формування надходжень, витрачання або чистого руху коштів.

Показники доходів і затрат формуються як наслідок руху грошових коштів підприємства і до деякої міри можуть вважатися вторинними у створеній інформаційній системі. Отже, для встановлення причин негативних змін доходів і затрат може залучатися інформація, сформована у центрах формування надходжень, витрачання або чистого руху коштів.

Висновки

Організація управлінського контролю на основі поєднання двох видів центрів відповідальності шляхом покладання відповідальності (центрів прибутку і центрів формування чистого руху коштів) дозволяє своєчасно оцінити відхилення показників від стандартів контролю на рівні кожного структурного та функціонального підрозділу і вжити заходів щодо запобігання створенню кризових ситуацій шляхом максимальної конкретизації місць і причин їх виникнення.

Список використаних джерел

1. Голов С.Ф. Управлінський облік: Підручник. – К.: Лібра, 2003. – 704 с.
2. Лень В.С. Управлінський облік: Навч. посібник. – К.: «Знання прес», 2003. – 287 с.
3. Корецький М.Х., Дацій Н.В., Пельтек Л.В. Управлінський облік: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
4. Нападівська Л.В. Управлінський облік: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Книга, 2004. – 544 с.

Оцінка та аналіз ефективності менеджменту капіталу підприємства

У статті розглянуто параметри оцінки та систему аналізу, що використовуються для визначення ефективності менеджменту капіталу підприємства в ринкових умовах господарювання.

Ключові слова: капітал, менеджмент, ефективність, оцінка, підприємство.

В статье рассмотрены параметры оценки и система анализа, используемые для определения эффективности менеджмента капитала предприятия в рыночных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: капитал, менеджмент, эффективность, оценка, предприятие.

The article deals with valuation parameters and system analysis, used to determine the effectiveness of capital management company in market conditions.

Keywords: capital, management, performance, evaluation, enterprise.

Постановка проблеми. В сучасних умовах здійснення підприємницької діяльності одним із завдань будь-якого суб'єкта господарювання є вдосконалення процесу управління з метою оптимального використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Вдосконалення форм і методів управління капіталом має першочергове значення для прийняття управлінських рішень, підвищення ефективності виробництва, досягнення підвищення прибутковості та рентабельності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Напрямами вдосконалення управління капіталом підприємства для здійснення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства займалися багато вітчизняних та іноземних вчених. Цій темі дослідження приділяють уваги багато вітчизняних науковців, серед них: І.О. Бланк, В.В. Бочаров, Є.В. Бикова, Т.В. Теплова, А.М. Поддєрьогін, Н.В. Наумова, Ю.В. Петленко, І. Й. Яремко, В.П. Завгородній, М.Д. Білик, В.Г. Андрійчук, Г.Г. Кірейцев, Л.М. Ремньова, В.П. Савчук, В.М. Суторміна та ін. Це питання у своїх наукових працях також розглядали такі зарубіжні автори: А. Гропеллі, Дж.К. Ван Хорн, Дж.М. Вахович, Е. Нікбахт, М. Міллер, Ф. Модільяні, Є.Ф. Бріггем; у російській літературі можна виділити роботи таких авторів, як І.Т. Балабанова, В.Г. Белоліпецький, В.В. Ковальов, О.С. Стоянов.

Проте ряд питань, пов'язаних із формуванням гнучкої стратегії управління капіталом на основі діагностики і прогнозування характеристик структури капіталу, все ще не знайшли належного відображення в наукових дослідженнях.

Мета статті. Визначення, оцінка та аналіз факторів, які впливають на ефективність менеджменту капіталу підприємства в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Оцінка ефективності менеджменту капіталу підприємства є способом накопичення, трансформації та використання інформації бухгалтерського обліку та звітності. Під цим розуміється виконання таких завдань:

- оцінка поточного та перспективного фінансового стану підприємства, тобто ефективність використання як власного так і позикового капіталу;
- обґрунтування прийнятних темпів розвитку підприємства з боку забезпечення їх різними джерелами фінансування;
- вибір доступних джерел фінансування та раціональних способів їх використання;
- прогноз місця підприємства на ринку капіталів.

Важливою складовою частиною механізму ефективного менеджменту використання капіталу є система його аналізу. Аналіз управління капіталом підприємства являє собою процес дослідження основних результативних показників ефективності його функціонування на підприємстві з метою виявлення резервів подальшого підвищення цієї ефективності. Для цього здійснюється аналіз фінансових коефіцієнтів, який базується на розрахунку співвідношення різних абсолютних показників фінансової діяльності підприємства між собою. В процесі використання цієї системи аналізу визначаються різноманітні відносні показники, які характеризують результативність використання капіталу підприємства в цілому та окремих його елементів. У системі дослідження ефективності використання капіталу підприємства найбільш розповсюдженими є такі фінансові коефіцієнти:

- коефіцієнти оцінки рентабельності капіталу;
- коефіцієнти оцінювання капіталовіддачі;
- коефіцієнти оцінки оборотності капіталу;
- коефіцієнт фінансового леввериджу [2].

Коефіцієнти оцінки рентабельності капіталу характеризують його здатність створювати необхідний прибуток у процесі господарської діяльності підприємства і визначають загальну ефективність його використання. Для проведення такої оцінки використовується такі основні показники:

а) коефіцієнт рентабельності всього капіталу характеризує рівень чистого прибутку, який генерується сукупним обсягом капіталу (що використовується) підприємства, і розраховується за формулою:

$$P_K = \frac{ЧП_0}{K}; \quad (1)$$

де $ЧП_0$ – загальна сума чистого прибутку підприємства;
 K – середня сума всього капіталу;

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

б) коефіцієнт рентабельності власного капіталу або коефіцієнт фінансової рентабельності. Він характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в підприємство, та розраховується за формулою:

$$P_{ПК} = \frac{ЧП_0}{\overline{ВК}}, \quad (2)$$

де $\overline{ВК}$ – середня сума власного капіталу;

в) коефіцієнт рентабельності позикового капіталу. Він характеризує рівень прибутковості позикового капіталу, що використовується в конкретних видах діяльності або господарських операцій, і розраховується за формулою:

$$P_{ПК} = \frac{ЧП_0}{\overline{ПК}}, \quad (3)$$

де $\overline{ПК}$ – середня сума позикового капіталу.

Наведені показники вивчаються в динаміці, та по тенденції їхньої зміни судять про ефективність ведення господарської діяльності [1]. У процесі аналізу показники рентабельності можуть бути розраховані як за балансовим, так і за чистим прибутком. Показники, що розраховані за балансовим прибутком, мають назву економічної рентабельності. Значення коефіцієнтів рентабельності капіталу ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» за досліджуваний період наведені в (табл. 1).

Аналізуючи дані табл. 1, можна зробити висновок, що використання капіталу є досить ефективним. Найвищий рівень рентабельності всього, власного та позикового капіталу простежується в 2011 році. Найнижче значення цих показників простежується в 2012 році. Викликано це досить низьким рівнем чистого прибутку в 2012 році. Коефіцієнт рентабельності активів (усього капіталу) відображає, скільки прибутку за рік отримано на кожну одиницю коштів, вкладених у підприємство незалежно від джерела їх залучення. Так у 2010 році його значення становило 0,159, у 2011 році його значення ще покращилося до рівня 0,259, а от у 2012 році різко знизилася до 0,039, тобто на кожну гривню, інвестовану в підприємство, отримано лише 4 копійки прибутку.

Значення коефіцієнта рентабельності власного капіталу дещо кращі від всього капіталу. Оскільки в 2010 році воно становить 0,2; у 2011 році його значення уже досягає рівня 0,335, і у 2012 році різко знижується до значення 0,053. Отже, використання власного капіталу є дещо прибутковішим від попереднього. Тобто на кожну одиницю інвестованих коштів отримано 5 копійок прибутку.

Щодо значень показників рентабельності позикового капіталу, то на їхній основі можна сказати, що використання позикового капіталу протягом аналізованого періоду було

найприбутковішим. У 2011 році цей показник становив 0,908, у 2012 році його значення досягло аж 1,375, що є найбільшим з усіх коефіцієнтів та протягом всього періоду, і у 2012 році його значення знизилася аж до 0,175. Це свідчить про те, що на кожну вкладену одиницю припадає 17,5 коп. прибутку.

Отже, на основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що використання капіталу мало найбільшу прибутковість у 2012 році, а саме використання позикового капіталу.

Коефіцієнти оцінки капіталовіддачі характеризують продуктивність (продукт капіталу) окремих видів і всієї сукупності капіталу, що задіяний в операційній діяльності підприємства, тобто у певній мірі слугує вимірником ефективності операційної діяльності підприємства. Для проведення такої оцінки використовуються такі основні показники:

а) коефіцієнт загальної капіталовіддачі. Він характеризує обсяг реалізованої (виробленої) продукції, що приходиться на одиницю капіталу, який використовується в операційному процесі. Формула розрахунку така:

$$КК = \frac{ОР}{ОО_{опК} + ООО_{обК}}, \quad (4)$$

де ОР – загальний обсяг реалізації (виробництва)

ОО_{опК} – середня сума операційного основного капіталу

ОО_{обК} – середня сума оборотного основного капіталу;

б) коефіцієнт капіталовіддачі власного капіталу. Він характеризує обсяг реалізованої (виробленої) продукції, яка припадає на одиницю власного капіталу, що задіяний в операційній діяльності підприємства:

$$КК_{ВК} = \frac{ОР}{\overline{ВК}}, \quad (5)$$

де $\overline{ВК}$ – середня сума власного капіталу;

в) коефіцієнт капіталовіддачі позикового капіталу. Він характеризує обсяг реалізованої (виробленої) продукції, яка припадає на одиницю позикового капіталу, що використовується у виробничій діяльності підприємства:

$$КК_{ПК} = \frac{ОР}{\overline{ПК}}, \quad (6)$$

де $\overline{ПК}$ – середня сума позикового капіталу;

Розрахунок коефіцієнтів капіталовіддачі підприємства поданий в табл. 2.

З наведених даних табл. 2 можна зробити такі висновки:
– найвищим є рівень капіталовіддачі позикового капіталу, в 2010 році його значення становить 9,92; у 2011 році його значення зросло аж до 10,66, а у 2012 році його значення знизилася до значення 5,15;

Таблиця 1. Значення коефіцієнтів рентабельності капіталу ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» за 2010–2012 роки*

Показники		Коефіцієнт рентабельності капіталу, P_K	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу, $P_{ВК}$	Коефіцієнт рентабельності позикового капіталу, $P_{ПК}$
Значення показників	2010	0,159	0,2	0,908
	2011	0,259	0,335	1,375
	2012	0,039	0,053	0,175

*Джерело: розраховано автором на основі [3,4]

Таблиця 2. Значення коефіцієнтів капіталовіддачі ПАТ «Крюковський вагонобудівний завод» за 2010–2012 роки*

Показники		Коефіцієнт капіталовіддачі КК	Коефіцієнт капіталовіддачі власного капіталу, $K_{вк}$	Коефіцієнт капіталовіддачі позикового капіталу, $K_{пк}$
Значення показників	2010	1,74	2,19	9,92
	2011	2,01	2,59	10,66
	2012	1,16	1,56	5,15

* Джерело: розраховано автором на основі [3, 4].

– капіталовіддача власного капіталу є дещо більшою від попереднього. В 2010 році його значення становить 2,19, у 2011 році його значення збільшилося до 2,19, а у 2012 році знизилася до значення 1,56;

– значення коефіцієнта капіталовіддачі в динаміці має тенденцію до зниження. У 2010 році це значення становило 1,74, у 2011 році – збільшилося до 2,01, а в 2012 році – вже до 1,16.

Зменшення показників капіталовіддачі є негативним для підприємства, бо вони характеризують обсяг виробленої продукції, що припадає на одиницю капіталу.

Коефіцієнт оцінки оборотності капіталу характеризують, як швидко капітал у цілому та окремі його елементи, що використовуються підприємством, обертаються в процесі його господарської діяльності. Для розрахунку цього коефіцієнта застосовують такі показники:

а) період обороту всього капіталу підприємства, що використовується, в днях. Цей показник характеризує число днів, протягом яких здійснюється один оборот власних та позикових коштів, а також капіталу в цілому. Чим менший період обороту капіталу, тим вище, при інших рівних умовах, ефективність його використання на підприємстві, оскільки кожен оборот капіталу генерує певну додаткову суму прибутку. Період обороту всього капіталу (в днях) розраховується за формулою:

$$ПО_K = \frac{\bar{K}}{OP_o} \quad (7)$$

де OP_o – одноденний обсяг реалізації продукції;

б) коефіцієнт оборотності, або швидкість обороту, показує кількість повних оборотів (разів), які здійснюються оборотним капіталом за період часу, що аналізується. Із зростанням показника прискорюється оберненість оборотних засобів, а отже ефективність використання оборотних засобів покращується. Коефіцієнт оборотності, або швидкість обороту, розраховується за формулою:

$$K_{об} = \frac{B_p}{OK} \quad (8)$$

де B_p – виручка від реалізації продукції, робіт, послуг;

в) тривалість одного обороту. Скорочення часу одного обороту призводить до вивільнення засобів з обороту, а його збільшення – до додаткової потреби в оборотних засобах. Тривалість одного обороту розраховується за формулою:

$$T = \frac{ЗП \times OK}{B_p} \quad (9)$$

де ЗП – звітний період у днях;

г) період обороту власного капіталу в днях розраховується за формулою:

$$ПО_{вк} = \frac{\bar{PK}}{OP_o} \quad (10)$$

д) період обороту позикового капіталу в днях розраховується за формулою:

$$ПО_{пк} = \frac{\bar{BK}}{OP_o} \quad (11)$$

Розрахунки коефіцієнтів оцінки оборотності капіталу досліджуваного підприємства наведені в табл. 3.

Прискорення оборотності капіталу сприяє скороченню потреби в оборотному капіталі (абсолютне вивільнення), приросту обсягів продукції (відносно вивільнення), а отже, збільшення прибутку, що отримується. В результаті покращується фінансовий стан підприємства, закріплюється платоспроможність. Уповільнення оборотності потребує залучення додаткових коштів для продовження господарської діяльності підприємства хоча б на рівні минулого періоду. Так, за досліджуваний період спостерігаємо, що період обороту всього капіталу у 2010 році становив 429, у 2011 році цей показник становив 489, а у 2012 році – вже 387. Таким чином ефективність використання капіталу підвищується, що є позитивним явищем для підприємства, внаслідок чого генерується все більша додана сума прибутку. Значення коефіцієнта оборотності капіталу у 2011 році порівняно з 2010 роком зменшилося і становило 2,9; а у 2012 році збільшилося і становило 5,33.

Збільшення показника свідчить про збільшення кількості обертів, що, своєю чергою, підвищує ефективність використання оборотних засобів. Коефіцієнт тривалості одного обороту також у 2012 році зменшився порівняно з 2011

Таблиця 3. Значення коефіцієнтів оцінки оборотності капіталу ПАТ «Крюковський вагонобудівний завод» за 2010–2012 роки*

Показники	2010	2011	2012
Період обороту всього капіталу	429	489	387
Коефіцієнт оборотності, або швидкість обороту	3,89	2,9	5,33
Тривалість одного обороту	92,52	124,21	67,53
Період обороту власного капіталу	193	292	131
Період обороту позикового капіталу	122	105	23

* Джерело: розраховано автором на основі [3, 4].

Таблиця 4. Аналіз ефекту фінансового левериджу ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» за 2010–2012 роки*

Показник	2010	2011	2012
Середня ставка відсотка за кредит	16	17	18
Коефіцієнт валової рентабельності активів	59	9,92	41,1
Ефект фінансового левериджу	9,58	1,97	10,37

* Джерело: розраховано автором на основі [3, 4].

роком, така зміна показника є позитивною для підприємства і свідчить про достатність оборотних засобів. Період обороту власного та позикового капіталу в 2012 році має тенденцію до зменшення порівняно з попередніми періодами, це має позитивний вплив на рух грошових коштів, прискорюючи час обертання грошових ресурсів, що, своєю чергою, збільшує обсяг прибутку.

Коефіцієнт фінансового левериджу (коефіцієнт фінансування) дозволяє встановити, яка сума позикових коштів залучена підприємством на одиницю власного капіталу. Фінансовий леверидж вимірює ефект, який полягає в підвищенні рентабельності власного капіталу за допомогою збільшення частки позикового капіталу в його загальній сумі.

Для розрахунку ефекту фінансового левериджу необхідно знайти коефіцієнт валової рентабельності активів:

$$КВР_A = \frac{ВП}{A}, \quad (12)$$

де ВП – валовий прибуток;

A – середня вартість активів.

Ефект фінансового левериджу:

$$ЕФЛ = (1 - C_{пп}) \times (КВР_A - C_{вк}) \times \frac{ПК}{ВК} \quad (13)$$

Де ЕФЛ – ефект фінансового левериджу, що полягає в прирості рентабельності власного капіталу, %

$C_{пп}$ – ставка податку на прибуток;

$КВР_A$ – коефіцієнт валової рентабельності активів;

$C_{вк}$ – ставка відсотка за кредит;

ПК – сума (або питома вага) позикового капіталу;

ВК – сума (або питома вага) власного капіталу.

Аналіз ефекту фінансового левериджу досліджуваного підприємства наведений в табл. 4.

Знання механізму впливу фінансового левериджу на рівень прибутковості власного капіталу та рівень фінансового ризику дозволяє цілеспрямовано управляти як вартістю, так і структурою капіталу підприємства.

Розрахунок ефекту фінансового левериджу дає нам змогу оцінити, як обсяг залученого капіталу впливає на рентабельність власного капіталу, тобто який рівень прибутку або збитків припадає на власний капітал. З наведених розрахунків видно, що у 2012 році ЕФЛ був найбільшим, це викликано значною концентрацією позикового капіталу, а у 2011 році його значення було найменшим за досліджуваний період це викликано меншою концентрацією позикового капіталу, а також досить низьким значенням коефіцієнта валової рентабельності активів. Тобто використання у більших обсягах позикового капіталу сприяє підвищенню рентабельності власного капіталу: не вкладаючи у підприємство

додатковий власний капітал (він замінюється позиковими коштами), власники отримують велику суму чистого прибутку, «зароблену» позиковим капіталом. Водночас підвищується ризик не отримати чистий прибуток, та підвищується ризик банкрутства підприємства.

Висновки

Отже, дослідивши показники, які характеризують ефективність менеджменту капіталу підприємства, можна зробити висновки як по кожному з цих показників, так і загалом.

- Значення коефіцієнтів оцінки рентабельності капіталу свідчать про досить ефективне використання капіталу, вкладення якого приносить гарні прибутки. Це значення дещо зменшилося у 2012 році, оскільки ще нереалізована продукція, на яку було витрачено великі суми капіталу, тобто ще не отримали прибутку від вкладення капіталу.

- Значення коефіцієнта капіталовіддачі капіталу в динаміці має тенденцію до зниження. Зменшення цих показників є негативним для підприємства, бо вони характеризують обсяг виробленої продукції, що припадає на одиницю капіталу.

- Динаміка зміни коефіцієнтів оборотності капіталу свідчить про ефективне використання капіталу, і за досліджуваний період їхні значення покращуються. Це є досить позитивною тенденцією для підприємства, що свідчить про збільшення прибутку від вкладених коштів.

Щодо ефекту фінансового левериджу, то його значення також позитивно характеризують використання коштів на підприємстві. Розрахунки свідчать про те, що суми залученого позикового капіталу значно підвищують рентабельність власного капіталу.

Тож розраховані вище показники свідчать про ефективне використання коштів як власних, так і позикових.

Список використаних джерел

1. Пікуліна Н.Ю. Фінансовий аналіз: навчально-методичний посібник для студентів, які навчаються за галуззю знань – 0305 «Економіка та підприємництво» за напрямом підготовки – 6.030508 «Фінанси і кредит». – Дніпропетровськ: Дніпропетровська державна фінансова академія. 2010. – 209 с.

2. Філіна Г.І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. – 2-ге вид., перероб. та доп. 6 навч. пос.: К.: Центр учбової літератури. – 2009. – 320 с.

3. Офіційний сайт фінансової звітності ПАТ «Державної комісії по цінним паперам та фондовому ринку України» – <http://www.smi-da.gov.ua>

4. Офіційний сайт ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» <http://www.kvsz.com>

Методика прогнозування прибутковості банків

У статті розглядається необхідність та доцільність прогнозування результатів фінансово-економічної діяльності банків, досліджуються види і рівні прогнозування та пропонується прогнозна модель оцінки прибутковості банків.

Ключові слова: банк, прибуток, прибутковість, прогноз, модель прогнозування прибутковості.

В статье рассматривается необходимость и целесообразность прогнозирования результатов финансово-экономической деятельности банков, исследуются виды и уровни прогнозирования и предлагается прогнозная модель оценки прибыльности банков.

Ключевые слова: банк, прибыль, прибыльность, прогноз, модель прогнозирования прибыльности.

The article discusses the need and feasibility of predicting the results of financial and economic activities of banks; we investigate the types and levels of prediction, and propose a predictive model for evaluating the profitability of banks.

Keywords: bank, earnings, profitability, forecast, forecasting model of profitability.

Постановка проблеми. За сучасних умов розвитку банківської системи України саме за допомогою прогнозування можна виявляти основні тенденції розвитку банківської установи, оцінювати ризики її діяльності, фіксувати проблеми та несприятливі ситуації на ранній стадії їх виникнення з метою уникнення банкрутства банку. З цього приводу варто зауважити, що банкрутство одного системного банку може набувати катастрофічних наслідків для будь-якої економіки, тому прогнозування результатів фінансово-економічної діяльності банків, зокрема їх прибутковості, має пріоритетне значення в розвитку вітчизняних банківських установ.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питанням управління прибутком і рентабельністю банку присвячено багато наукових праць. Зокрема, проблеми аналізу прибутку розглянуто у роботах Л.О. Савіної, Т.Д. Косової, В.М. Кочеткова, Л.О. Примостки. Велику увагу приділено застосуванню факторних моделей при аналізі прибутку та дохідності банку у працях А.М. Герасимовича та І.М. Парасій-Вергуненко. Різноманітним аспектам прибутковості комерційних банків присвячено достатньо робіт вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед зарубіжних економістів дану тематику досліджували Пітер С. Роуз, Джозеф Ф. Сінкі, М.А. Поморина, А.Н. Шатапов, В.В. Бабанов та ін. Вагомий внесок у дослідження банківської прибутковості зробили вітчизняні науковці: О.В. Васю-

ренко, О.М. Колодізев, О.В. Молчанов, О. Пернарівський, І.В. Сало, Н.П. Радковська, О.О. Рибалка, В.П. Савчук та ін. Однак при цьому недостатньо уваги приділено самому механізму прогнозування прибутковості, який є основою успішної та стабільної діяльності банку.

Мета статті. Незважаючи на те що банківська система України сьогодні є галуззю з високим рівнем автоматизації і комп'ютеризації, більшість банків не володіють методологією прогнозування власного розвитку та прибутковості зокрема. У зв'язку з цим відмітимо, що дослідження методик прогнозування в науково-практичній літературі в основному стосуються макроекономічних показників [1–4] або показників розвитку окремих галузей промисловості [5–8], а оскільки діяльність банківських установ має свою специфіку та особливості, виникає об'єктивна необхідність розробки окремої методики та моделі прогнозування прибутковості банківської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасний етап розвитку банківської системи України характеризується посиленням конкуренції на ринку банківських послуг, а життєздатність кожного банку значною мірою визначається досконалістю систем управління. Якщо на початкових етапах становлення та розвитку вітчизняних банків отримання прибутку за наявних обігових коштів не вимагало якогось інтелектуального потенціалу, а «мистецтвом» роботи в банку вважалося охайне ведення документації, то на сучасному етапі розвитку вітчизняних банків ситуація змінилась, оскільки отримання банківського прибутку стало неможливим без сучасних методів технічного та фундаментального аналізу фінансових ринків.

У зв'язку з цим слід відзначити основні функції прогнозування результатів фінансово-економічної діяльності банку:

- 1) оцінка існуючого рівня розвитку макроекономічних і соціальних процесів та виявлення їхніх тенденцій;
- 2) опис можливих або бажаних перспектив, цільових станів об'єкта прогнозування у майбутньому;
- 3) обґрунтування вибору певних рішень та оформлення прогнозу і плану діяльності [9].

Аналізуючи ці функції, доходимо висновку, що прогнозування допомагає з множини стратегічних альтернатив вибрати таку фінансову стратегію діяльності банку, яка відповідатиме місії та цілям банківської установи. Інакше кажучи, прогнозування визначає, в якому оточенні функціонує та збирається працювати банк, яким є його результат діяльності сьогодні і якого рівня прибутковості банк повинен досягти в майбутньому.

Слід відмітити, що прогнозування прибутковості поєднує в собі два елемента – передбачення і припущення, відповідно

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

до чого виділяють пошуковий і нормативний прогнози. Якщо перший описує можливі перспективи та рішення проблем у майбутньому, то другий визначає можливий стан розвитку об'єкта під впливом цілеспрямованої діяльності. Пошуковий прогноз має більш теоретико-пізнавальний характер, не враховує цілеспрямованих дій з боку суб'єктів управління, а його завдання – з'ясувати, як буде розвиватися досліджуванний об'єкт у разі збереження існуючих тенденцій. Нормативний прогноз має управлінський характер, пов'язаний із можливістю прийняття на підставі отриманих знань управлінських рішень, його розробляють на підставі раніше визначених цілей. Якщо пошуковий прогноз при визначенні майбутніх результатів фінансово-економічної діяльності банку відштовхується від його минулого і теперішнього, то нормативний прогноз розробляється у зворотному напрямку: від бажаної прибутковості банку у майбутньому до існуючих тенденцій та змін у ракурсі обраних цілей діяльності.

Якщо розглянути зазначені види прогнозування в площині фінансового менеджменту банку, цілком очевидно стає їх наближеність до основних функцій управління – аналізу та планування. При цьому зауважимо, що зазначені функції у класичній теорії менеджменту розглядаються як центральна ланка всього процесу управління. Функція аналізу полягає у вивченні чинників, які визначають умови функціонування банку в поточному періоді та в майбутньому.

Одним з інструментів у процесі аналізу прибутковості банку виступає пошуковий прогноз. Із сказаного стає зрозумілим, що пошуковий прогноз прибутковості банку – це проекція обсягу його прибутку в майбутньому згідно з виявленими тенденціями та з урахуванням прогнозних факторів впливу. Пошуковий прогноз ґрунтується на оцінці стратегічного положення банку, що здійснюється шляхом аналізу змін, які виникали в економічному середовищі, та виявлення рівня їхнього можливого і реального впливу на фінансово-економічну діяльність банку.

Зауважимо, що пошукове прогнозування здійснюється за трьома основними напрямками:

- прогноз зовнішнього середовища та визначення факторів, які здійснюють опосередкований вплив (економіка, політика, культура, НТП і тощо) на фінансово-економічну діяльність банку, діючи за його межами та визначаючи можливість стратегічного розвитку банківської установи;
- прогноз проміжного середовища і визначення факторів та суб'єктів, які здійснюють прямий вплив (клієнти, партнери, конкуренти та центральний банк) на фінансово-економічну діяльність банку, діючи за його межами та визначаючи можливість стратегічного розвитку банківської установи;
- прогноз внутрішнього середовища – прогнозування факторів, які піддаються безпосередньому управлінському

впливу з боку керівництва банку (фінанси, бізнес-процеси, персонал тощо) [9; 10].

Слід відмітити, що зазначені прогнози будують, як правило, за кількома альтернативними сценаріями, за якими можуть розвиватися події в майбутньому та які описують і формулюють на основі експертних оцінок. Найчастіше використовують такі три сценарії:

- консервативний, коли динаміка ринкових параметрів залишається незмінною;
- оптимістичний – параметри ринку змінюються в сприятливому напрямі;
- песимістичний – параметри ринку змінюються в несприятливому напрямку.

Звертаючись до функції планування, зазначимо, що вона полягає у визначенні майбутніх цілей та розробці шляхів їх досягнення. Процес планування здійснюється з урахуванням результатів аналізу, а його інструментарієм виступає нормативне прогнозування. Зі сказаного вище випливає, що нормативний прогноз прибутковості банку – це проекція розміру його прибутку у майбутньому згідно з поставленими цілями, а також визначення ресурсного потенціалу банку, необхідного для досягнення бажаного рівня прибутковості банківської установи. Таким чином, метою нормативного прогнозування є визначення стратегічного потенціалу банку, під яким розуміють сукупність ринкових переваг, наявних ресурсів і можливостей банку для розробки та реалізації фінансової стратегії діяльності, а кінцевою метою нормативного прогнозування є надання менеджерам необхідної інформації для прийняття адекватних фінансових стратегічних рішень.

Зауважимо, що результатом нормативного прогнозування є розробка бізнес-плану та побудова цільової фінансової моделі банку, визначення його цільового рівня прибутковості, обґрунтування прогнозних показників фінансових результатів, побудова прогнозного балансу та бюджету банку.

З приводу цього слід відмітити, що система прогнозування в сучасному банку є складною ієрархічною структурою, яка має щонайменше три рівні – стратегічний, тактичний і оперативний (табл. 1).

Таким чином, перший рівень – це стратегічне прогнозування, сутність якого полягає в прогнозуванні і формальному описі основних зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на виконання банком своїх функцій, формування оптимальної структури активів і пасивів та прогнозування прибутку на майбутні періоди.

Стратегічне прогнозування визначає шляхи і засоби досягнення цілей, а тому є основним та невід'ємним елементом фінансової стратегії банку. Завдяки стратегічному прогнозуванню визначаються перспективи розвитку, розробля-

Таблиця 1. Залежність результатів прогнозування від рівнів та часового горизонту [10]

Рівень прогнозування	Часовий горизонт прогнозування	Результат прогнозування
Стратегічний	Довгостроковий (3–5 років)	Загальна прогнозна модель (бізнес-план)
Тактичний	Середньостроковий (1–2 роки)	Допоміжні прогнозні моделі
Поточний	Короткостроковий (1–3 місяці)	Прогнозний баланс і бюджет

ються концептуальні основи для прийняття кардинальних рішень щодо майбутніх банківських продуктів та їх прибутковості. Стратегічне прогнозування формує прогнози майбутньої фінансово-економічної діяльності банку на основі дослідження альтернатив розвитку: консервативного, оптимістичного і песимістичного.

Зауважимо, що період, на який можна дати відносно надійний стратегічний прогноз розвитку банку, у країнах з розвинутою економікою становить від 3 до 10 років, а у країнах з економікою, що розвивається, від 3 до 5 років. Якщо інтервал прогнозування є більш значним, це призведе до підвищення рівня невизначеності, до повної неможливості кількісного визначення необхідних фінансових показників, унаслідок чого довгострокове стратегічне планування прибутковості приймає слабоформалізований або інтуїтивний характер.

Слід відмітити, що результати стратегічного фінансового прогнозування орієнтовані на вище керівництво банку і мають відповідати програмним цілям у частині залучення та розміщення ресурсів з урахуванням заданих обмежень, а етапи фінансового стратегічного прогнозування здійснюються у такій послідовності:

- 1) макроекономічний аналіз навколишнього середовища банку;
- 2) аналіз клієнтів банку, його партнерів, конкурентів та оцінка впливу центрального банку на фінансово-економічну діяльність банківської установи;
- 3) аналіз місця банку в банківській системі, а також оцінка його сильних і слабких сторін;
- 4) розробка прогновної аналітичної моделі.

Таким чином, результатом стратегічного рівня прогнозування є формування прогновної аналітичної моделі, в якій у кількісному вигляді мають бути віддзеркалені стратегічні цілі розвитку банку.

Другий рівень прогнозування фінансово-економічної діяльності банку – це тактичне прогнозування, що виконується на один або два фінансових роки, його метою є прогнозування фінансових результатів та збалансованості між прибутковістю і ліквідністю банку. Тактичне прогнозування використовує формальні моделі та методи і базується на гіпотезі про можливість передбачення та контролю майбутнього. Результатом тактичного прогнозування є річна фінансова модель банку, в якій визначаються прогнозні показники фінансово-економічної діяльності банку, які є надійним засобом контролю за прибутковістю банку в майбутньому році.

Третій рівень – це оперативне (поточне) прогнозування, метою якого є розробка конкретних оперативних прогнозів, які дають змогу визначити на майбутній період усі джерела фінансування розвитку банку, сформувати структуру його доходів і витрат, забезпечити платоспроможність, передбачити структуру активів і пасивів банку на кінець прогнозного періоду. Результатом цього рівня прогнозування є розробка прогнозного балансу та формування бюджету банку – фінансового документа, який визначає джерела формування

доходів і витрат та фіксує фінансовий результат діяльності банку.

У зв'язку з цим зауважимо, що прибутковість банку до речі оцінювати за результатами його діяльності. Для розробки прогновної моделі оцінки прибутковості банку спочатку визначають необхідну кількість коефіцієнтів, які дають змогу аналізувати рівень прибутковості банківської установи. Слід також відмітити, що аналітична модель прогнозування прибутковості має бути інтерсуб'єктивною [11], тобто задовольняти інтереси всіх зацікавлених сторін.

Вивчення підходів та методів до оцінки прибутковості банківської діяльності, які пропонуються вітчизняними та зарубіжними науковцями, показало, що більшість з них ґрунтується на використанні значної кількості абсолютних та відносних показників. Серед головних недоліків існуючих підходів слід назвати неможливість співставлення результатів та складнощі з виявленням інтегральної оцінки для порівняння роботи одного банку з іншим. У зв'язку з цим виникає необхідність розробити таку аналітичну модель, яка давала б змогу представити всі коефіцієнти у згорнутому вигляді та отримати інтегральну оцінку прибутковості банку. Очевидно, що в процесі формування комплексної моделі оцінки прибутковості банківської діяльності слід розглянути, вивчити та врахувати всі значимі групи коефіцієнтів, які дають змогу кількісно описати та оцінити фінансово-економічну діяльність банку.

На першому етапі необхідно сформувати набір показників, які об'єктивно та комплексно характеризують фінансово-економічну діяльність банківської установи. Це складне завдання, адже від вибору системи коефіцієнтів значною мірою залежить і результат застосування моделі. В економічній літературі можна зустріти десятки коефіцієнтів, які використовуються для аналізу фінансово-економічної ефективності банківської діяльності, проте застосування одночасно всіх коефіцієнтів вважається недоцільним, оскільки за наявності великої кількості показників втрачається їх інформативність та можливість правильної інтерпретації. Відтак виникає питання економічної доцільності застосування того чи іншого набору коефіцієнтів та їх кількості, яка була б необхідною та достатньою для побудови прогновної моделі.

З цього приводу зауважимо, що можна зустріти рекомендації щодо використання від 4 до 25 показників [11], а Дж. Міллер у своєму дослідженні [12] стверджував, що оперативна пам'ять людини може ефективно оперувати інформацією, яка складається із 7 ± 2 позицій. Тому вважаємо, що прийнятним є варіант створення моделі з використанням від 3 до 10 коефіцієнтів.

Нагадаємо, що до основних показників прибутковості банківської діяльності відносять рентабельність (прибутковість) капіталу (ROE), рентабельність (прибутковість) активів (ROA), чисту процентну маржу (ЧПМ) та чистий спред (ЧС). Тому для побудови аналітичної моделі розрахунку інтегрального показника прибутковості банку оберемо ці досліджувані чотири коефіцієнта та їхні рекомендовані мінімальні зна-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

чення, у зв'язку з чим інтегральний показник прибутковості банку ($ИП$) матиме такий вигляд:

$$ИП = \frac{ROA}{1\%} + \frac{ROE}{15\%} + \frac{ЧПМ}{4,5\%} + \frac{ЧС}{1,25\%}. \quad (1)$$

Зауважимо, що для розрахунку прогнозного значення інтегрального показника прибутковості банку необхідно обчислити середньоквадратичні (стандартні) відхилення всіх зазначених коефіцієнтів прибутковості. В результаті чого аналітична модель для розрахунку прогнозу оцінки прибутковості банку матиме такий вигляд:

$$ИП_{\text{прогноз}} = \frac{\overline{ROA} - \sigma_{ROA}}{1\%} + \frac{\overline{ROE} - \sigma_{ROE}}{15\%} + \frac{\overline{ЧПМ} - \sigma_{ЧПМ}}{4,5\%} + \frac{\overline{ЧС} - \sigma_{ЧС}}{1,25\%}. \quad (2)$$

Таким чином, використавши запропоновану формулу 1 та з урахуванням наведених значень досліджуваних коефіцієнтів у табл. 2, здійснюється розрахунок інтегрального показника прибутковості банку.

Отже, як видно з табл. 2, протягом 2003–2008 років діяльність вітчизняних банків була ефективною, про що свідчить коливання інтегрального показника прибутковості у межах 7–8,5. Проте за результатами діяльності українських банків у 2009 році спостерігається системне зниження їх прибутковості, і, як наслідок, досліджуваний інтегральний показник мав від'ємне значення та знизився до –0,94. Поступове відновлення позитивної динаміки ефективності діяльності банків спостерігається протягом 2010–2012 років, але значення інтегрального показника прибутковості вітчизняних банків протягом останніх років є удвічі нижче, ніж до початку фінансово-економічної кризи.

Використовуючи запропоновану формулу 2, можемо розрахувати прогнозне значення інтегрального показника прибутковості банківської системи України на 2014 рік (табл. 3).

Таблиця 2. Показники прибутковості банківської системи України на 1 січня*

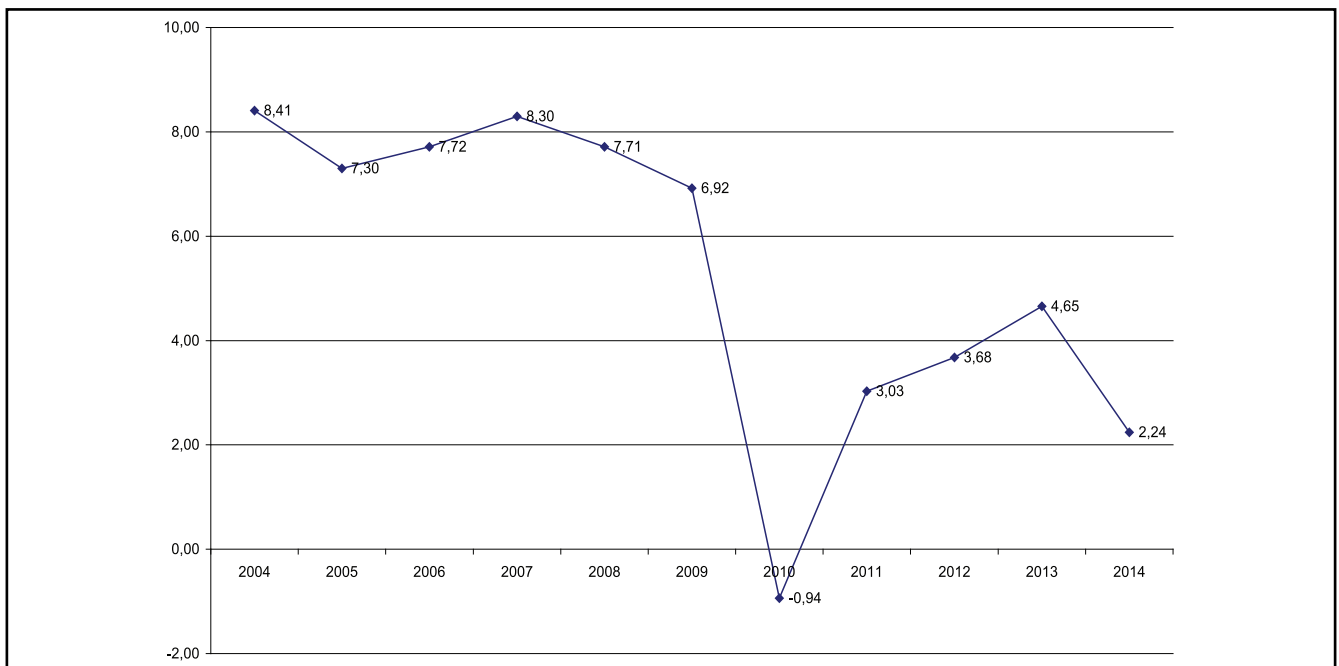
Показник	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Прибутковість активів, %	1,04	1,07	1,31	1,61	1,50	1,03	–4,38	–1,45	–0,76	0,45
Прибутковість капіталу, %	7,61	8,43	10,39	13,52	12,67	8,51	–32,52	–10,19	–5,27	3,03
Чиста процентна маржа, %	5,78	4,90	4,90	5,30	5,03	5,30	6,21	5,79	5,32	4,51
Чистий спред, %	6,97	5,72	5,78	5,76	5,31	5,18	5,29	4,84	4,51	3,75
Інтегральний показник прибутковості банків	8,41	7,30	7,72	8,30	7,71	6,92	–0,94	3,03	3,68	4,65

* Складено та розраховано автором на основі даних [13, 14].

Таблиця 3. Розрахунок прогнозного значення інтегрального показника прибутковості банківської системи України на 2014 рік*

Показник	Середнє значення за 2004 – 2013 роки X	Стандартне відхилення $\sigma = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (x_i - \bar{X})^2}$	Прогноз інтегрального показника прибутковості на 2014 рік
Прибутковість активів, %	0,14	1,78	2,24
Прибутковість капіталу, %	1,62	13,51	
Чиста процентна маржа, %	5,30	0,48	
Чистий спред, %	5,31	0,82	

* Розраховано автором на основі формули 2 і даних табл. 2.



Динаміка інтегрального показника прибутковості банківської системи України з урахуванням прогнозу на 2014 рік

Таким чином, прогноз свідчить про зниження інтегрального показника прибутковості вітчизняних банків у 2014 році, на що вищому керівництву банків слід звернути особливу увагу при плануванні результатів фінансово-економічної діяльності.

Загальна динаміка інтегрального показника прибутковості банківської системи України з урахуванням прогнозу відображена на рисунку.

Висновки

Отже, дослідження процесу прогнозування прибутковості банків дає підстави зробити висновок, що період стихійного, без прогнозу, функціонування банківських установ в Україні закінчився. Умовою «виживання» банків, а тим більше довгострокового успішного розвитку, може бути лише прогнозоване управління їхніми фінансовими результатами.

Аналіз прибутковості банків має чітко показувати, наскільки добре банк захищений від можливих загроз у майбутньому, а прогнозування прибутковості дає змогу оцінити, чи зможе банк у подальшому досягати поставлених цілей, та визначити, наскільки ефективну політику з управління фінансово-економічною діяльністю проводить вище керівництво банку.

Список використаних джерел

1. Холден К. Економічне прогнозування / К. Холден, Д.А. Піл, Дж.Л. Томпсон. – К.: Інформтехніка – ЕМЦ, 1996. – 216 с.
2. Равікович Р. Макроекономічне прогнозування: навч.-метод. посібник / Р. Равікович. – К.: КНЕУ, 2003. – 139 с.
3. Стахурська С.А. Прогнозування та макроекономічне планування: конспект лекцій / С.А. Стахурська, В.О. Стахурський. – Київ: НУХТ, 2007. – 78 с.

4. Кулявець В.О. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посібник / В.О. Кулявець. – К.: Кондор, 2009. – 194 с.

5. Денискін В.В. Основы экономического прогнозирования в пищевой промышленности / В.В. Денискін. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984. – 192 с.

6. Ляшенко І.М. Прогнозування динаміки сільськогосподарського виробництва на базі «коротких» вибірок / І.М. Ляшенко // Статистика України. – 2003. – №1. – С. 11–16.

7. Шандарова Н.В. Визначення механізму прогнозування показників розвитку виробництва / Н.В. Шандарова // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №2. – С. 182–189.

8. Яшкіна О.І. Прогнозування виробництва продукції чорної металургії за допомогою критерію балансу змінних / О.І. Яшкіна // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2003. – Ч. 2, том 1. – С. 263–267.

9. Кот О.В. Місце прогнозування в процесі стратегічного управління фінансовою діяльністю банку / О.В. Кот // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – №4. – С. 388–392.

10. Біла О.Г. Фінансове планування і прогнозування: навч. посібник / О.Г. Біла. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 312 с.

11. Погостинская Н.Н. Системный анализ финансовой отчетности / Н.Н. Погостинская, Ю.А. Погостинский. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 1999. – 96 с.

12. Miller George A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two / G.A. Miller // The Psychological Review. – 1956. – vol. 63. – P. 81–97. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://psychclassics.yorku.ca/Miller/>

13. Основні показники діяльності банків України на 1 січня 2008 року // Вісник НБУ. – 2008. – №2. – С. 25.

14. Основні показники діяльності банків України на 1 січня 2013 року // Вісник НБУ. – 2013. – №2. – С. 50.

УДК 339.138

Н.П. СКРИГУН,
к.в.н., доцент, Національний університет харчових технологій,
І.С. ПЕХОТА,
магістр, Національний університет харчових технологій
В.В. СЛІВІНСЬКА,
магістр, Національний університет харчових технологій

Організація маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженості бюджету

Розглянуто особливості реалізації маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженого бюджету підприємства. Узагальнено та уточнено сутність основних перспективних напрямів вдосконалення організації маркетингової політики комунікацій на підприємстві в сучасних умовах.

Ключові слова: бюджет, маркетинг, маркетингова політика комунікацій, споживач.

Рассмотрены особенности реализации маркетинговой политики коммуникаций в условиях ограниченного бюджета предприятия. Обобщена и уточнена суть основных перспективных направлений совершенствования

ния организации маркетинговой политики коммуникаций на предприятии в современных условиях.

Ключевые слова: бюджет, маркетинг, маркетинговая политика коммуникаций, потребитель.

The development and implementation problems of marketing communications policy in the context of limited budget of the enterprise are analyzed. The content of the main prospective directions of improvement of organization's marketing policy communications in the enterprise with limited budget is generalized and clarified.

Keywords: budget, marketing, marketing strategy communications, consumer.

Постановка проблеми. Ринкова трансформація національної економіки зумовила необхідність розроблення дієвого, науково обгрунтованого інструмента побудови взаємовідносин зі споживачами і контактними аудиторіями. Серед можливих варіантів виходу зі становища маркетингові комунікації є одним з основних механізмів подолання проблем на шляху товарів або послуг від виробника до споживача.

Проблема обмеженості бюджету постає майже перед усіма суб'єктами господарювання, які відносяться до сфери малого та середнього бізнесу України. Постійні зміни законів, які регламентують діяльність підприємців, недосконала конкуренція, тиск з боку більш великих підприємств і нестабільна економічна ситуація, небажання керівництва інвестувати в маркетингову діяльність негативно впливають на прибутковість підприємства і розмір бюджету маркетингу.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз літературних джерел, присвячених розробленню комплексу маркетингу в умовах обмеженості бюджету, дозволив виявити суттєвий розрив між діючими практичними розробками та їхнім теоретичним обгрунтуванням. Відсутність єдиного підходу до розуміння сутності використання комплексу маркетингових комунікацій з обмеженим бюджетом ускладнює визначення концептуальних методологічних орієнтирів у дослідженні даного поняття. Така ситуація свідчить про необхідність проведення додаткових досліджень у даному напрямі.

Над дослідженням цієї тематики працювали такі вчені, як А.В. Балабанова, Р. Батра, І.А. Гольман, А. Клімін, Т. Коллінз, Ф. Котлер, Н. Марущак, Я. Полякова, Т. Примак, С. Репп, Дж.Р. Россістер, Ч. Сендидж та інші, проте комплекс питань, пов'язаних з організацією і проведенням маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженості бюджету, залишається і нині недостатньо висвітленим.

Метою статті є узагальнення перспективних напрямів реалізації маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженого бюджету та уточнення їх сутності.

Виклад основного матеріалу. В сучасній літературі маркетингову політику комунікацій (МПК) визначають як систему базових принципів, критеріїв і орієнтирів поведінки підприємства в галузі побудови і підтримки взаємовідносин зі споживачами, суспільством та посередниками. МПК є

ефективним інструментом досягнення маркетингових цілей підприємства і впливає як на виробничу, так і на ринкову галузь діяльності підприємства. Мета МПК – задоволення потреб споживачів і збільшення прибутку підприємства [5].

Існує велика кількість думок щодо кількості і якості інструментів маркетингових комунікацій. Відомий вчений П.Р. Сміт до списку інструментів маркетингових комунікацій відносить: продажі, рекламу, стимулювання збуту, прямий маркетинг, публіситі, PR, спонсорство, виставки, упакування, місце продажу і мистецтво збуту, Інтернет і фірмовий стиль [7]. У той же час Ф. Котлер із засобів комунікаційного впливу називає лише рекламу, стимулювання збуту і особистий продаж [3].

Дж. Бернет, С. Моріарті до основних інструментів маркетингових комунікацій відносять: рекламу, стимулювання збуту, зв'язки із громадськістю, прямий маркетинг, особисті продажі, спонсорство, упакування та меценатство [8].

Т. Лук'янець відмічає, що комплекс МК включає в себе такі елементи: рекламування, стимулювання продажів, роботу з громадськістю і особисті продажі, спонсорювання заходів, упакування, благодійні заходи [4].

На нашу думку, комплекс маркетингових комунікацій варто розглядати через призму його основних елементів: рекламування, стимулювання збуту, публік рилейшнз (у тому числі публіситі), прямий маркетинг, особисті продажі, мерчандайзинг, виставково-ярмаркову діяльність, брендинг, спонсорство, меценатство, рекламу на місці продажу, упакування, програми лояльності.

Особливої уваги через обмеженість фінансових можливостей потребує маркетингова діяльність на малих підприємствах. Вона в переважній більшості випадків характеризується: відсутністю планування, досліджень і зворотного зв'язку; стихійним, випадковим проведенням заходів та акцій; нецільових розподілом коштів і, як наслідок, більшими витратами і низькою ефективністю. З кожним роком перенасичення рекламою збільшується. Так, у 2012 році обсяг рекламно-комунікаційного ринку України становив 14 220 млн. грн., у той час як у 2009 році він становив усього 8336 млн. грн. [9].

Критичний огляд літературних джерел та практичних розробок дозволив виявити такі перспективні напрями реалізації маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженого бюджету.

Безперервний потік інформації ускладнює процес диференціації споживачами виробників, унаслідок чого більша частина повідомлень підприємства зливається з масою інших і реклама стає малоефективною. У зв'язку з цим особливо актуальним стає питання розроблення фірмового стилю, а також брендинг.

Розроблення фірмового стилю – перший напрям реалізації комунікаційної діяльності, адже це довгострокова інвестиція, яка дозволяє підвищити ефективність маркетингової діяльності, диференціювати підприємство і його продукцію, а також створити низку конкурентних переваг. Єдиний фірмовий стиль маркетингових заходів – ще один ключовий на-

прям удосконалення процесу реалізації маркетингових комунікацій.

Другий напрям – створення партнерських взаємовідносин. Створюючи партнерські взаємовідносини з компаніями, які працюють в інших галузях, підприємства мають можливість обміну рекламними матеріалами і послугами на бартерній основі, брати участь в ярмарках та виставках, проводити спільні заходи і акції, реалізовувати програми лояльності тощо.

Використання рекламних кампаній як інструменту маркетингу є невід'ємною частиною просування компанії і її товарів на ринок. Реклама – один із найбільш ефективних елементів комплексу маркетингових комунікацій, її використання є необхідним на всіх стадіях життєвого циклу товару і підприємства. Але малі підприємства не завжди мають змогу проводити рекламні кампанії через велику вартість основних ефективних медіа-каналів (телебачення, друковані ЗМІ, зовнішня реклама тощо).

Тому третім напрямом вдосконалення маркетингової діяльності є проведення рекламної кампанії у мережі Інтернет. Перевагами реалізації рекламної кампанії в Інтернеті є: відносно низька вартість проведення кампанії; можливість впливу одночасно на різноманітні сегменти споживачів; можливість швидкого розповсюдження інформації серед як вузькоспеціалізованих, так і широких аудиторій; можливість отримання зворотного зв'язку від споживачів [2].

Для вдалого проведення рекламної кампанії у мережі Інтернет необхідним є: наявність актуального, інформаційного, сучасного веб-сайту; використання систем пошукової оптимізації; розміщення інформації про компанію і її товари у каталогах і рейтингах; просування підприємства і його товарів через соціальні мережі; проведення акцій, конкурсів, опитувань; реалізація інтерактивних проектів через соціальні мережі і фірмовий сайт.

Для підвищення ефективності комунікаційної кампанії і зменшення витрат на її проведення на етапі формування комунікаційної концепції і планування інтернет-комунікацій необхідно проводити попереднє дослідження і постановку завдань комунікативної програми, виділяти ключові етапи її реалізації і способи дослідження. План інтернет-комунікацій має описувати види комунікативних засобів, які використовуються, місце їхнього розміщення, строки розміщення, варіанти тарифікації і заплановану ефективність комунікативної кампанії.

Організація ефективної системи продажів через Інтернет має базуватися на такому:

- пропозиція товарів має бути конкурентоспроможною. Ціни на товари мають бути нижчими, ніж у традиційних магазинах, а кількість знижок, бонусних систем та подарунків більшою. Так само необхідно застосовувати додаткові сервіси та послуги для споживачів (безкоштовна установка, знижка на доставку та відвантаження тощо);

- використання тільки преміальної банерної реклами. Необхідно використовувати лише великі, помітні, банери, які, по-перше, позитивно позначаються на іміджу компанії, а

по-друге, підсумкова віддача від них (навіть з урахуванням вищої ціни) вища, за оцінками експертів, на 10–12%. З можливих площ найбільш ефективними є сайти з погодою, сайти, які містять контент для скачування, а також регіональні портали;

- проводити моніторинг усіх згадувань про компанію в мережі Інтернет. Відповідаючи на всі коментарі, запитання та пропозиції, з одного боку, вдається збільшити кількість відвідувачів сайту, а з іншого – зміцнити позитивний імідж, створити доброзичливі відносини з аудиторією.

Окремим (четвертим) напрямом просування в умовах обмеженості бюджету є реалізація маркетингової політики комунікацій через соціальні мережі. В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій споживачі все менше реагують на традиційні способи масової інформації і рухаються в напрямку комунікацій «consumer – to – consumer» (СМС повідомлення, блоги, система порівняння цін, реклама «з вуст у вуста»). Дослідження свідчать, що 80% споживачів довіряють порадам інтернет-друзів і більше довіряють їм, ніж традиційним ЗМІ. В Україні 87% користувачів мережі Інтернет відвідують сайти соціальних мереж.

Просування підприємства в соціальних мережах (Social Media Marketing – SMM) – це комплекс заходів щодо використання соціальних мереж як каналів для просування підприємств і вирішення бізнес-завдань.

Просування через соціальні мережі дозволяє підприємству:

- значно економити гроші на розповсюдження реклами, новин, акцій і продажу товарів;
- цілеспрямовано впливати на цільову аудиторію;
- вибирати сервіси з потрібною цільовою аудиторією;
- створювати довгострокові відносини з споживачами;
- управляти іміджем і репутацією підприємства;
- підвищувати обсяг і стимулювати продажі;
- створювати оперативне джерело інформації для потенційних споживачів;
- привертати увагу великої кількості потенційних споживачів, контактних аудиторій, громадськості;
- отримувати зворотний зв'язок від аудиторії і безпосередньо спілкуватися, формувати і підвищувати лояльність до підприємства і його товарів.

Сучасні споживачі проводять усе більше часу в соціальних мережах і прагнуть використати це з найбільшою користю для себе і своїх близьких. Потенційні і реальні споживачі готові активно спілкуватися з торговою маркою, а також читати відгуки і думки таких же споживачів, як і вони самі. Малим і середнім підприємствам необхідно навчитися використовувати блоги, відгуки користувачів. Так само для роздрібних підприємств доцільно нагадувати споживачам про післяпродажне обслуговування та інші взаємодії з підприємством, застосовуючи електронну пошту, СМС-розсилки, соціальне спілкування тощо.

Поряд із поглибленням інтеграції підприємств у соціальних мережах наразі спостерігаються суттєві зміни у свідомості користувачів мережі Інтернет. Основні тенденції, що

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

визначають поведінку власників і менеджерів у соціальних мережах:

– 30,5% компаній почали використовувати соціальні мережі менше року тому;

– в основному бізнес фокусується на «велику п'ятірку» соціальних мереж, а саме: блоги, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube;

– у середньому підприємствам для адаптації в соціальних мережах необхідно близько двох років. Компанії, які використовують соціальні мережі протягом двох років або більшого періоду, стверджують, що соціальні інструменти та платформи за цей час цілком інтегрувалися в їхню бізнес-модель;

– підприємства в основному використовують соціальні медіа як «рупор», а не як інструмент двосторонньої комунікації, упускаючи можливість зміцнення відносин зі споживачами [1].

П'ятий напрям реалізації МПК при обмеженому бюджеті – активне використання публік рилейшнз (PR). PR – це система заходів, спрямованих на створення і підтримку дружніх доброзичливих відносин із громадськістю, а також створення сприятливого іміджу фірми в очах споживачів. Головна відмінність реклами від PR – відсутність плати, тобто компанія має створити інформаційний привід, про який будуть розповідати, а не купувати ефірний час і замовляти статті та репортажі.

Шостий напрям – реалізація програми лояльності – є одним із найдешевших варіантів реалізації комунікацій. Програма лояльності – комплекс маркетингових заходів для розвитку повторних продажів товарів і послуг клієнтам в майбутньому, збільшення прихильності клієнтів до компанії, її продукції та послуг, продажу їм додаткових товарів і послуг, стимулювання розповсюдження інформації о компанії споживачами серед споживачів, просування корпоративних ідей і цінностей. До програми лояльності належать накопичувальні персональні дисконтні картки, бонуси та подарунки, привітання зі святами, система знижок.

Сьомий напрям – пряма розсилка повідомлень, яка може бути здійснена по традиційній пошті, по електронній пошті, на телефони через СМС, через соціальні мережі і технології Talk Fusion також є дієвим комунікаційним інструментом. Для підприємств сфери малого бізнесу рекомендується обирати е-mail розсилку електронною поштою. До переваг даного методу комунікацій належать: відносно невелика вартість, адресність, швидкість донесення інформації та особистий характер повідомлення.

Пропонується створення клієнтської бази, серед якої буде поширюватися інформація про різноманітні акції, новини фірми, програми лояльності, бонусні програми, нові послуги та товари. Формування бази можна здійснити шляхом збору е-mail адрес клієнтів під час оформлення ними покупок, дисконтів або шляхом обміну заповненої анкети на додаткову знижку, у фірмових магазинах і офісі підприємства. Ще один спосіб поповнення клієнтської бази вбачаємо в оформленні підписок на офіційному сайті, кожний бажачий може підписатися на розсилку новин компанії. У поєднанні з ефективною політикою стимулювання збуту і різноманітні-

ми PR-заходами це дозволить викликати інтерес до компанії та її діяльності у широкого кола споживачів.

Восьмий напрям. Особисті (персональні) продажі – один з найефективніших способів продажів, оскільки вони впливають на процес прийняття рішення клієнтом і допомагають вбудовуванню довірчих відносин між фірмою (в особі її представника) та споживачем. Безперечною перевагою особистих продажів є те, що вони допомагають не тільки продавцям продати товар або послугу, а й покупцям отримати товар чи послугу, що відповідає їхнім потребам. Особисті продажі довели свою ефективність для підприємств будь-якого типу і практично всіх сфер бізнесу. Мотивація працівників, розроблена система преміювання і планування продаж дозволяють підвищити ефективність комунікацій і цілком задовольнити потреби всіх суб'єктів комунікаційного процесу.

Дев'ятий напрям реалізації маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженості бюджету – стимулювання збуту. Для збільшення числа покупців і кількості товарів, куплених одним покупцем, необхідно використання заходів щодо стимулювання збуту.

Для кінцевих споживачів виділяють два види стимулювання: цінове і натуральне. Цінове поділяється на: пряме зниження ціни, поширення купонів, що дають право на покупку зі знижкою, а так само зниження цін з відстрочкою отримання знижки. А так само натуральне стимулювання, що полягає у видачі додаткових товарів за умови здійснення покупки, видача зразків товарів [6, с. 121]. Для підприємств сфери малого та середнього бізнесу рекомендується використовувати метод зниження ціни з відстроченням одержання знижки при певних умовах. Таким чином, стимулюється повторний контакт споживача з підприємством.

Десятий напрям – акцент комунікаційної діяльності на публіситі. Публіситі – це активізація споживачів і попиту на товари (послуги) підприємницької фірми з допомогою публічного розповсюдження різними каналами комунікації доброзичливих і комерційно важливих відомостей про саму фірму, її діяльність і товари (послуги). За рахунок публіситі фірма має можливість у неявному вигляді здійснювати лобіювання своїх ділових інтересів у різних цільових клієнтських аудиторіях, фактично уникаючи витрат на додаткову рекламу. Публіситі сприяє формуванню сприятливих уявлень про фірму, протидіє поширенню негативних чуток та відомостей, тим самим залучаючи до неї потенційних покупців.

Висновки

Отже, реалізація ефективної маркетингової програми є доволі складним та дорогим заходом. Але при правильному виборі засобів і каналів поширення маркетингового повідомлення підприємство навіть із невеликим бюджетом може запланувати і ефективно реалізувати маркетингову політику комунікацій. Перспективи подальших наукових досліджень вбачаємо у розробленні сучасних методів оцінювання ефективності комплексу маркетингових комунікацій, по-

шуку нових, нетрадиційних каналів розповсюдження комунікаційного повідомлення і напрямів впливу на споживачів в умовах обмеженості бюджету, розробленні та впровадженні інтегрованої системи маркетингових комунікацій як засобу комплексної взаємодії з споживачами з урахуванням змін уподобань споживачів.

Список використаних джерел

1. Занічковська О. Інтернет–тренди: що вони змінять для бізнесу? / О. Занічковська // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/>
2. Кожухівська Р.Б. Цілі маркетингових комунікацій і використання Інтернет–реклами / Р.Б. Кожухівська // Актуальні проблеми економіки, 2010. – №7 (109). – С. 121–126.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: уч. пособие / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2008. – 656 с.

4. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2010. – 380 с.

5. Маліношевська К.І. Сучасні проблеми бюджетування маркетингових комунікацій / К.І. Маліношевська // Актуальні проблеми економіки, 2011. – №10 (124). – С. 164–169.

6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Уч. пособие / Под ред. д.э.н. проф. Н.А. Нагапетянца. – М.: Вузовский ученик, 2007. – 272 с.

7. Осентон Т. Маркетинговые коммуникации / Т. Осентон // Новые технологии в маркетинге. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2003. – 356 с.

8. Семеновский А. Спонсорство: критерии эффективности / А. Семеновский // Маркетинг и реклама, 2003. – №10 (86). – С. 46–48.

9. Інформаційний портал «Ліга закон» Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>

В.А. ПАМАЗАНОВ,
аспірант, Інститут економіки та прогнозування НАН України

Видобуток сланцевого газу як додаткове джерело наповнення газового кошика країни

У статті розглянуто основні аспекти дефіциту природних енергетичних ресурсів у країні. Однією з переваг видобування сланцевого газу можна вважати наближеність до споживача, що знімає проблему будівництва дорогої транспортної інфраструктури. В контексті цього видобуток сланцевого газу може бути розпочатий у межах територій, на яких розміщені великі промислові споживачі газу. Досліджено основні проблеми, які виникають при видобуванні сланцевого газу, і запропоновано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: енергетична безпека, сланцевий газ, енергодиверсифікація.

В статье рассмотрены основные аспекты дефицита природных энергетических ресурсов в стране. Одним из преимуществ добычи сланцевого газа можно считать приближенность к потребителю, что снимает проблему строительства дорогой транспортной инфраструктуры. В контексте этого добыча сланцевого газа может быть начата в пределах территорий, на которых размещены крупные промышленные потребители газа. Исследованы основные проблемы, возникающие при добыче сланцевого газа, и предложены пути их решения.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, сланцевый газ, энергодиверсификация.

In the article are considered the basic aspects of deficit of natural energy resources in a country. One of advantages of

production of shale gas it is possible to count a closeness to the consumer that takes off the problem of building of an expensive transport infrastructure. In the context of it the production of shale gas can be begun within the limits of territories on that the large industrial consumers of gas are placed. Basic problems that arise up at the production of shale gas are investigated and offered ways of their decision.

Keywords: power safety, slate gas, energy diversification.

Постановка проблеми. У високоіндустріальному суспільстві витрачається все більше і більше енергії. Від гарантованого забезпечення суспільних потреб в енергетичних ресурсах залежить функціонування всіх елементів життєзабезпечення країни.

Поняття енергетичної безпеки по-різному трактується різними фахівцями.

Наведемо декілька визначень цього терміну:

– енергетична безпека – це задоволення на оптимальному рівні поточних і перспективних потреб держави в паливно-енергетичних ресурсах як у звичайних умовах розвитку економіки, так і в надзвичайних ситуаціях; основою її є сталий розвиток власного паливно-видобувного та енергетичного комплексу, ефективне використання палива, енергії, охорона довкілля [1];

– енергетична безпека – це своєчасне, повне і безперервне забезпечення паливом та енергією необхідної якості матеріального виробництва, невиробничої сфери, населен-

ня, комунально-побутових та інших споживачів; запобігання шкідливому впливові на довкілля; транспортування, перетворення і споживання паливно-енергетичних ресурсів в умовах сучасних ринкових відносин, тенденцій та показників світового ринку енергоносіїв [5];

– енергетична безпека – це стан захищеності життєво важливих «енергетичних інтересів» особистості, суспільства, держави від внутрішніх та зовнішніх загроз; ці інтереси полягають у безперебійному забезпеченні споживачів економічно доступними ПЕР прийнятної якості за нормальних умов і в надзвичайних ситуаціях [2, с. 7].

Поняття енергетичної безпеки у загальному випадку має розглядатися ширше і, крім вимог по забезпеченню потреб споживачів і захисту навколишнього середовища, має містити вимоги по забезпеченню енергетичної незалежності країни.

Підґрунтям енергетичної безпеки є сталий розвиток власного паливно-енергетичного комплексу, в якому значну роль відіграє газова промисловість.

Запаси газу в Україні не забезпечують потреб держави і належать до важковидобувних, що обмежує можливість збільшення їх видобутку, вимагає проведення широкомасштабних геологорозвідувальних робіт і впровадження нових технологій видобутку. Обмеженість вуглеводневих ресурсів та складність гірничо- і геологорозвідувальних умов їх промислового освоєння вимагають підвищених фінансових та матеріальних витрат на застосування складних капіталоемних технологій та спеціального застосування [6, с. 79].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблеми енергетичної безпеки, розвитку та реформування ПЕК, у тому числі газового комплексу, посідають важливе місце в дослідженнях багатьох українських та закордонних вчених.

Вагомий внесок у різні аспекти цих питань зроблено дослідженнями Н.І. Воропая, Л.Д. Криворучко, Ю.Н. Руденко, В.В. Богужева, А.М. Мастепанова, А.І. Шевцова, В.О. Баранника, І.В. Недіна, О.М. Ковалко, А.З. Дорошкевича [2], О.О. Лапко, І.К. Чукаєвої [6] та інших.

Але наукових розробок, які б конкретизували ці питання стосовно до функціонування газового комплексу з урахуванням вимог енергетичної безпеки, існує небагато. У зв'язку з цим постало завдання знайти раціональні шляхи розвитку газового комплексу в умовах трансформації економіки, які б відповідали інтересам держави.

Метою статті є пошук альтернативних способів видобутку природного газу для забезпечення економічної безпеки України, зокрема такої її складової, як енергетична безпека.

Виклад основного матеріалу. Україна належить до країн, економічний розвиток яких значною мірою стимулюється нестачею власних енергоресурсів. Тому останніми роками Україна все активніше займається питаннями енергодиверсифікації. Однією зі складових цього процесу є розробка нових родовищ вуглеводнів, зокрема видобуток нетрадиційних видів газу (сланцевий газ, метан вугільних родовищ, газ ущільнених колекторів тощо).

Привабливим є факт формування покладів нетрадиційного газу в межах значної частини території України, а також наявність розвиненої мережі газопроводів, якими є можливість забезпечити оперативну доставку видобутих обсягів газу.

Сланцевий газ складається переважно з метану і міститься у сланцевих породах. Відмінні риси сланцевих родовищ – невисока концентрація газу й низька проникність газонесних порід, що визначає технологію його видобутку: буріння горизонтальних свердловин із подальшим гідравлічним розривом пласта. Навіть при використанні такої технології середній дебіт і строк роботи свердловини сланцевого газу найчастіше нижчі, ніж аналогічні показники для свердловини традиційного газу. У зв'язку з цим промисловий видобуток сланцевого газу потребує постійного буріння нових свердловин і освоєння великих площ.

У природних умовах сланцевий газ є сильно розсіяним, газонасичення порід сягає від десятих часток до декількох відсотків, товщина продуктивних пластів змінюється в значних межах від перших метрів до сотень метрів з глибиною залягання від перших сотень метрів до 3 тис. м і більше та відноситься до важковидобувних корисних копалин.

Запаси сланцевого газу та ресурси в Державному балансі запасів корисних копалин України не обліковуються, оскільки на сьогодні родовища сланцевого газу в Україні відсутні.

На виконання доручень Міненерговугілля Національна акціонерна компанія «Нафтогаз України» проводить широкомасштабні тематичні та лабораторно-аналітичні дослідження з вивчення перспектив газонасиченості сланцевих відкладів осадових басейнів України, залучивши до їх виконання провідних фахівців із профільних академічних, освітніх та галузевих інститутів.

Вивчено та узагальнено світовий досвід з проблем сланцевого газу та на основі геологічного, літолого-стратиграфічного, геофізичного аналізу з виконанням великого обсягу лабораторних досліджень керна матеріалу товщ і потенційних структур у західному, центральному та східному регіонах України виділено основні фактори локалізації і критерії прогнозу покладів сланцевого газу, найбільш перспективні стратиграфічні товщі, окреслені регіональні та зональні перспективні території, виконані перші оцінки прогнозних ресурсів сланцевого газу Східного та Західного регіонів, виділені найбільш перспективні ділянки надр тощо.

З урахуванням розробленого комплексу факторів локалізації і критеріїв прогнозу покладів вуглеводнів, пов'язаних зі сланцевими товщами, виділені різнорангові і різновікові об'єкти різного ступеня перспективності на виявлення покладів сланцевого газу.

До високоперспективних об'єктів віднесені:

– чорносланцеві товщі девону і карбону Дніпровсько-Донецької западини площею близько 100 тис. кв. км, загальною товщиною чорносланцевих товщ понад 1000 м і товщі в прибортових частинах западини залягають на глибинах не більше 2000–4000 м. Вони представлені чорними сланця-

Прогнозні варіанти щорічного видобутку сланцевого газу на Олеській і Юзівській площах

Сценарій	Олеська площа	Юзівська площа
Песимістичний	3–5 млрд. куб. м	10 млрд. куб. м
Базовий	~10 млрд. куб. м	15–20 млрд. куб. м
Оптимістичний	15–20 млрд. куб. м	30–44 млрд. куб. м

Джерело: дані Державної служби геології та надр України.

ми, аргілітами та алевролітами, збагаченими органічною речовиною;

– товщі лудловського ярусу силуру Львівського палеозойського прогину, які залягають у південно–західній частині Східно–Європейської платформи на глибині до 2000–4000 м, представлені аргілітами чорного кольору, масивними, шаруватими, гідрослюдистими, збагаченими органічною речовиною.

В Україні процес розробки сланцевого газу починається з освоєння двох ділянок: Олеської в межах Люблинського басейну та Юзівської в межах Дніпровсько–Донецького басейну.

Кабінетом Міністрів України прийнято розпорядження від 09.02.2011 №100–р «Про підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки стосовно ресурсів газу з нетрадиційних джерел» [7].

Метою укладення цього меморандуму було забезпечення засад для обміну знаннями та експертними напрацюваннями між урядом України та урядом США у сферах, що стосуються оцінки та кваліфікації ресурсів сланцевого газу з нетрадиційних джерел енергії в Україні.

Уряди України та США мають намір заохочувати та розвивати, де це є доцільним, прямі контакти та співпрацю між органами влади, університетами, дослідницькими центрами, інститутами, розвідувальними та видобувними компаніями та іншими установами.

Підписання даного меморандуму привело до поліпшення паливно–енергетичного балансу України, в тому числі шляхом диверсифікації джерел газу; залучення інвестицій та новітніх технологій у геологорозвідку і видобуток сланцевого газу в Україні; створення на державному рівні системи стимулів і гарантій для сприяння проектам у галузі розвідки та видобутку сланцевого газу, яка може бути використана як основа для формування механізму державної підтримки реалізації проектів видобутку газу з усіх видів нетрадиційних джерел у цілому.

Відповідно до постанов Кабінету Міністрів України від 30.11.2011 №1297 [3] та №1298 [4] із змінами, внесеними постановою Кабінету Міністрів України від 06.02.2012 №77, Олеську та Юзівську площі було виставлено на конкурс згідно з угодами про розподіл вуглеводнів, зокрема сланцевого газу.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10.05.2012 №269–р [8] компанія «Шеврон Юкрейн Б.В. (Нідерланди)» – дочірня компанія «Шеврон Корпорейшен» (США) визначена переможцем конкурсу на укладання угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться в межах ділянки Олеська.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10.05.2012 №270–р [9] компанія «Шелл Експлорейшен енд Продакш

Юкрейн Інвестментс (IV) Б.В.» (Нідерланди) – дочірня компанія «Ройал Датч Шелл плс (Великобританія) визначена переможцем конкурсу на укладання угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться в межах ділянки Юзівська.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23.01.2013 №23–р [10] схвалено підписання Угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Юзівська, між державою Україна та компанією «Шелл Експлорейшен енд Продакшн Юкрейн Інвестментс (IV) Б.В.»

24.01.2013 у Давосі (Швейцарія) в присутності Президента України та прем'єр–міністра Нідерландів підписано Угоду про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Юзівська, між Державою Україна та компанією «Шелл Експлорейшен енд Продакшн Юкрейн Інвестментс (IV) Б.В.» та товариством з обмеженою відповідальністю «Надра Юзівська».

Загальні запаси Олеської та Юзівської ділянок становлять 1–2 трлн. куб. м газу. Але видобуток на Олеському родовищі може бути обмеженим через складні геологічні умови. За оптимістичним сценарієм, на Юзівському родовищі можна буде щорічно видобувати від 30 до 44 млрд. куб. м газу, а на Олеському – 15–20 млрд. куб. м (див. табл.).

Оголошення переможців тендеру викликало нову хвилю дискусій на різних рівнях щодо доцільності та безпечності розробки родовищ сланцевого газу в Україні. Основними аргументами противників є саме екологічні обмеження розробки таких родовищ в умовах досить щільно заселеної території та небезпеки порушення навколишнього природного середовища (забруднення прісних підземних та наземних вод, втрата родючих ґрунтів, зростання сейсмічності).

У цьому контексті актуальним також є питання розроблення стратегії роботи з громадськістю стосовно виробництва сланцевого газу в Україні, зокрема здійснення розрахунку фінансових ресурсів для її створення та реалізації.

Висновки

Сланцевий газ сьогодні став однією з найбільш обговорюваних тем у світі. За різними оцінками, його видобування в перспективі зможе кардинально змінити міжнародний ринок газу, прибравши потужну сьогодні політичну складову та зробивши нинішні країни–імпортери більш самодостатніми у своїй енергетичній політиці. На думку експертів, успішне видобування сланцевого газу послабить позиції нинішніх ключових експортерів газу – Ірану, Росії та Венесуели – та на десятиліття продовжить споживання газу у світових масштабах.

При цьому Україні відводиться роль одного з центрів видобутку сланцевого газу в Європі.

Країна є однією із найбільш енергоємних у світі економікою, яка сьогодні змушена імпортувати газ та яка платить за куплений у країні-сусіда газ більше, ніж країни Західної Європи, за неофіційною інформацією, «сидить» на потужних власних енергетичних ресурсах сланцевого газу. Із такими запасами вона здатна не лише забезпечити власні потреби, а й в перспективі сама стати постачальником газу до країн Європейського Союзу. Разом із тим відсутність належного законодавства, глибинних наукових досліджень, технологічної оцінки родовищ не дозволяє робити точних прогнозів щодо можливостей видобутку сланцевого газу в Україні. Робота в цьому напрямі лише починається – і якщо інтерес уряду та потенційних інвесторів залишатиметься таким же високим, який декларується сьогодні, про перші результати взаємовигідної співпраці можна буде говорити вже через три-п'ять років.

Основним питанням екологічної спрямованості, що виникають у зв'язку із впровадженням наявних технологій при видобуванні сланцевого газу в Україні, є недостатній всебічний аналіз та відсутність відповідних наукових досліджень при видобуванні сланцевого газу в Україні щодо таких екологічних проблем:

- забезпечення площ видобування значними об'ємами технічної води;
- вірогідність забруднення водних ресурсів (підземних пластових вод та річкових басейнів);
- ймовірність незворотних втрат значних площ земельних ресурсів;
- ймовірність виникнення деформацій поверхні, зменшення сейсмостійкості територій;
- реакції навколишнього середовища (насамперед забруднення підземної гідросфери), а також наслідків глобальних змін клімату (збільшення кількості та масштабності опадів, частоти та висоти повеней);
- ймовірність викидів газу в атмосферу на етапі будівництва та експлуатації свердловин (що сприяє створенню парникового ефекту);
- додаткове навантаження на спеціалізовані підприємства з переробки/знешкодження відходів та транспортну інфраструктуру;
- підвищення занепокоєності населення в місцях потенційних розробок у зв'язку з відсутністю належного масового інформування.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про енергетичну політику України» (проект закону) // Енергоінформ. Інформаційний додаток. – 2000. – №27.
2. Енергетична безпека України: Стратегія та механізми забезпечення / А.І. Шевцов, М.Г. Земляний, А.З. Дорошкевич та ін. / За редакцією А.І. Шевцова. – Дніпропетровськ: Пороги, 2002. – 264 с.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.11.2011 №1297 «Про проведення конкурсу на укладення угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Олеська» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1297-2011-%D0%BF>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.11.2011 №1298 «Про проведення конкурсу на укладення угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Юзівська» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1298-2011-%D0%BF>
5. Про концепцію діяльності органів виконавчої влади у забезпеченні енергетичної безпеки України. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.01.98. – №48 [Електрон. режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/48-98-%D0%BF>
6. Природний газ в економіці України / І.К. Чукаєва / За редакцією С.І. Дорогонцова. – К.: Наукова думка, 2002. – 360 с.
7. Розпорядження Кабінетом Міністрів України від 09.02.2011 №100-р «Про підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки стосовно ресурсів газу з нетрадиційних джерел» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/100-2011-%D1%80>.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.05.2012 №269-р «Про визначення переможця конкурсу на укладення угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Олеська» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/269-2012-%D1%80>
9. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.05.2012 №270-р «Про визначення переможця конкурсу на укладення угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Юзівська» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270-2012-%D1%80>
10. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.01.2013 №23-р «Про підписання Угоди про розподіл вуглеводнів, які видобуватимуться у межах ділянки Юзівська, між Державою Україна та компанією «Шелл Експлорейшн енд Продакшн Юкрейн Інвестментс (ІВ) Б.В.» та товариством з обмеженою відповідальністю «Надра Юзівська» [Електрон. режим доступу]: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/23-2013-%D1%80>

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації

Конкурентоспроможність підприємства в умовах сьогодення виступає однією з визначальних характеристик ефективності його господарської діяльності і водночас можливостей подальшого розвитку. Важливим елементом системи забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємства, ефективного ведення його господарської діяльності виступає її оцінка. Багаторівневий характер конкурентної взаємодії господарюючих суб'єктів зумовлює широкий діапазон методів оцінки конкурентоспроможності, а тому виникає необхідність їх систематизації. Проведене дослідження дозволило виявити існування цілого ряду підходів до систематизації методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. В результаті детального вивчення наведених підходів сформовано систему методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, визначено переваги та недоліки основних груп методів та доведено необхідність застосування комплексу методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності того чи іншого підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

Ключові слова: класифікація, конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності.

Конкурентоспособность предприятия в нынешних условиях выступает одной из главных характеристик эффективности его хозяйственной деятельности и в то же время возможностей последующего развития. Важным элементом системы обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности предприятия, эффективного ведения его хозяйственной деятельности выступает ее оценка. Многоуровневый характер конкурентного взаимодействия субъектов предпринимательства обуславливает широкий диапазон методов оценки конкурентоспособности предприятия, вследствие чего возникает необходимость их систематизации. Проведенное исследование позволило выявить существование целого ряда подходов к систематизации методов оценки конкурентоспособности предприятия. В результате детального исследования представленных подходов сформирована система методов оценки конкурентоспособности предприятия, определены преимущества и недостатки основных групп методов и обоснована необходимость использования комплекса методов для более полной оценки конкурентоспособности того или иного предприятия с учетом особенностей его хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: классификация, конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности.

The competitiveness of the enterprise represents one of the main characteristics of the performance of its business and, at the same time, further development opportunities. Assessment the level of competitiveness of the enterprise is an important element of the system of ensuring an appropriate level of competitiveness, efficient business activities. Multi-level nature of competitive interaction of businesses leads to a wide range of methods for assessing the competitiveness of enterprises, so that there is a need to systematize them. The study revealed the existence of a variety of approaches to systematization of methods for assessing the competitiveness of the enterprise. As a result of a detailed study of these approaches formed a system of methods to assess the competitiveness of the enterprise, defined benefits and disadvantages of the main groups of methods and justified the need for a set of methods for a more complete assessment of the competitiveness of a particular enterprise, taking into account the peculiarities of its economic activity.

Keywords: classification, the competitiveness of enterprises, methods for assessing the competitiveness of enterprise.

Постановка проблеми. Важливим елементом системи забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємства, ефективного ведення його господарської діяльності як на внутрішньому (національному), так і на зовнішньому ринку виступає її оцінка. В процесі оцінювання конкурентоспроможності підприємства виявляються сильні і слабкі сторони його діяльності, приховані можливості та потенційні загрози, що в підсумку дає можливість ефективно планувати та розвивати діяльність на основі конкурентних переваг.

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є початковим моментом планування його діяльності та розробки стратегії конкурентоспроможності. Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки конкурентоспроможності, яка б врахувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів, держави [1]. Однак як не склалося єдиного розуміння суті поняття конкурентоспроможності підприємства, так не існує єдиної методики її оцінки.

Багаторівневий характер конкурентної взаємодії господарських суб'єктів зумовлює широкий діапазон підходів до оцінки їх конкурентоспроможності. У сукупності вони охоплюють як вертикальний, так і горизонтальний об'єктний ряд – від оцінки конкурентоспроможності товарів, підприєм-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ства, регіону, галузі та економіки країни до оцінки конкурентоспроможності окремих товарів підприємств та видів діяльності [2]. Це обумовлює неоднозначність підходів і методик оцінки конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Враховуючи велике значення рівня конкурентоспроможності підприємства для його активної діяльності і розвитку, на сьогодні велика кількість науковців присвячує свої дослідження питанням саме оцінки конкурентоспроможності. Так, розгляд цих питань здійснюється в наукових працях В.І. Беляєва, В.Л. Дикань [1], Л.М. Закревської, Ю.Б. Іванова [6], Л.А. Костюк, О.Є. Кузьміна, Д.В. Погребняка [3], Д.О. Рибницького, В.І. Сахно, О.Є. Сомової, В.В. Яцури та ін. Кожен з авторів пропонує власну класифікацію існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, однак не здійснюючи спроб їх систематизувати. Саме тому вважаємо за необхідне здійснити систематизацію методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Метою статті є розгляд існуючих вітчизняних і закордонних підходів щодо класифікації методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, а також систематизація і характеристика основних груп даних методів.

Виклад основного матеріалу. Оцінка конкурентоспроможності підприємства – це визначення її рівня, що дає певну відносну характеристику здатності підприємства конкурувати на певному ринку. Отже, конкурентоспроможність підприємства виступає агрегованим показником його конкурентних можливостей та здатності оперативного реагувати та пристосуватися до чинників мінливого зовнішнього середовища.

Д.В. Погребняк зазначає, що конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [3].

Варто відзначити, що на сьогодні при оцінці конкурентоспроможності підприємства використовується цілий ряд методів. Узагальнюючи існуючі наукові дослідження з цього питання, можемо представити класифікацію всієї сукупності методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства (див. табл.).

Якісні методи оцінювання здебільшого мають низький ступінь математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності підприємства в процесі аналізу та визначення пріоритетних напрямів посилення конкурентних позицій на ринку.

Кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені з тактичного та стратегічного погляду управлінські рішення [4].

Спеціальні методи оцінки – це методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо. Комплексні методи базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства [5].

Крім загальної класифікації існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства науковці виокремлюють певні групи методик, пропонуючи виділяти від 5 до 9 основних груп. Так, Л.А. Костюк [2] пропонує поділяти методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на п'ять груп: методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за ринковою часткою, матричні методи, методи, засновані на теорії ефективної конкуренції, методи, засновані на теорії якості товару та інтегральні методи.

Ряд авторів пропонують виокремлювати такі групи методів [6], а саме методи:

- засновані на аналізі порівняльних переваг;
- що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі;
- побудовані на основі теорії ефективної конкуренції;

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Ознака	Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства
За способом оцінки	Якісні
	Кількісні
За формою представлення результату	Матричні
	Графічні
	Індексні
За ступенем врахування аспектів функціонування підприємства	Спеціальні
	Комплексні
За можливістю прийняття стратегічних рішень	Поточні
	Стратегічні
За напрямом формування інформаційної бази	Критеріальні
	Експертні
Залежно від об'єкта оцінки	Методи оцінки конкурентоспроможності персоналу
	Методи оцінки конкурентоспроможності продукції
	Методи оцінки конкурентоспроможності організації
Залежно від конкретизованої мети оцінки	Позиціонування у групі
	Визначення динаміки позицій у групі
	Визначення конкурентних переваг

* Розроблено автором за [1, 3, 6].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

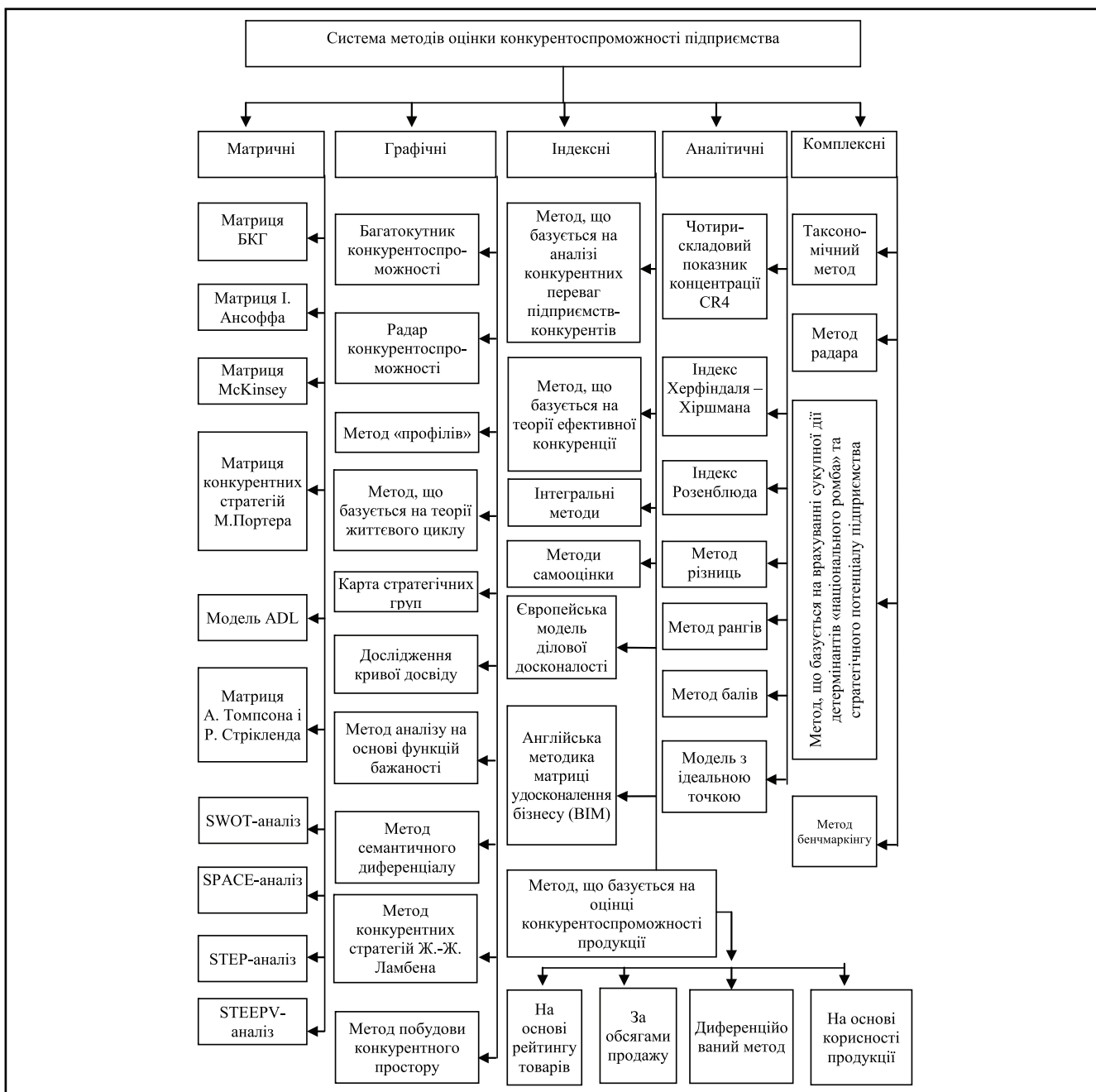
- засновані на теорії якості товару;
- побудовані на основі матриць;
- інтегральні;
- засновані на теорії мультиплікатора;
- засновані на визначенні позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства;
- засновані на порівнянні з еталоном.

В.І. Сахно на основі аналізу літературних джерел виділяє такі найбільші групи методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [7]:

- 1) методи, основані на теорії конкурентних переваг;
- 2) методи, засновані на теорії ефективної конкуренції;
- 3) методи, в основі яких лежить теорія якості товару;

- 4) матричні методи;
- 5) інтегральний метод.

О.Е. Сомова у своєму дослідженні [8] за результатами вивчення наукової літератури з метою типізації та узагальнення пропонує виокремлювати п'ять основних груп методів оцінки конкурентоспроможності: методи, що базуються на описі конкурентної боротьби; методи, основані на узагальненні думок експертів; методи оцінки конкурентоспроможності товару та конкурентоспроможності підприємства; методи, засновані на розрахунку інтегрального коефіцієнта за фінансовими і техніко-економічними показниками; методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі аналізу рентабельності, грошових потоків і вартості бізнесу.



Система методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Авторська розробка.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У роботі Л.М. Закревської [9] запропоновано структурний поділ методів оцінки конкурентоспроможності підприємства на такі групи: ті, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва; засновані на теорії ефективної конкуренції, висунутої Дж.М. Кларком; ті, що ґрунтуються на взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності підприємства із показниками якості продукції, що випускається; структурні – рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку підприємство приймає, виходячи із рівня монополізації галузі; функціональні, сутність яких полягає у визначенні співвідношення витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо; оцінка конкурентоспроможності підприємства за характеристиками якості продукції («метод профілів»); матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Отже, на основі вивчення існуючих наукових підходів до групування досліджуваних методів усю сукупність існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства можна систематизувати таким чином (див. рис.).

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Вони не дозволяють дати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, однак дозволяють здійснити аналіз окремих аспектів його діяльності, середовище функціонування, ринкову позицію та визначити основні напрями подальшого розвитку.

Науковці відзначають як переваги, так і вади названих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Так, основними позитивними аспектами застосування даних методів є такі [4]:

- можливість отримання достовірної оцінки конкурентоспроможності підприємства за наявності релевантної інформації про обсяги продажу;
- простота у застосуванні та визначенні частки на ринку і темпів зростання ринку;
- придатність для аналізу взаємодії між різними напрямками діяльності підприємства та для різних стадій розвитку кожного напрямку діяльності.

Стосовно недоліків (вад) матричних методів, то серед них науковці виокремлюють такі [4]:

- здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства лише за двома характеристиками;
- не завжди об'єктивна характеристика конкурентоспроможності за відносною часткою ринку;
- відсутність аналізу причин, що ускладнює прийняття управлінських рішень.

Значного поширення набуло використання графічних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Дані методи базуються на побудові «багатокутника конкурентоспроможності» або «радіальної діаграми конкурентоспроможності».

Одним із найбільш вживаних методів даної групи є метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі теорії

«життєвого циклу товару». Концепція життєвого циклу – це модель реакції ринку (на дії, уживані підприємством) у часі. Залежними змінними даної моделі виступають збут, покриття витрат, прибуток, а також як єдина змінна залучається час [10]. Основною вадою цього методу є те, що крива життєвого циклу будується без врахування зовнішніх факторів (технологічних та економічних умов, позицій конкурентів).

Одним із найбільш вживаних методів даної групи є метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі теорії «життєвого циклу товару». Концепція життєвого циклу – це модель реакції ринку (на дії, уживані підприємством) у часі. Залежними змінними даної моделі виступають збут, покриття витрат, прибуток, а також як єдина змінна залучається час [10]. Основною вадою даного методу є те, що крива життєвого циклу будується без врахування зовнішніх факторів (технологічних та економічних умов, позицій конкурентів).

До графічних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства належить також і метод, що базується на побудові багатокутних профілів. Даний метод запропонований американськими науковцями і базується на виявленні критеріїв конкурентоспроможності продукту або підприємства в цілому, установленні ієрархії виявлених критеріїв і побудови багатокутників конкурентоспроможності. Дана методика не містить простих і однозначних критеріїв оцінки конкурентоспроможності, а базується на застосуванні непрямих узагальнених показників (векторів компетенції). Серед недоліків вказаного методу науковці називають відсутність прогнозної інформації щодо того, якою мірою й за якими параметрами досліджувані підприємства покращуватимуть свою діяльність. Що ж до переваг методу профілів, то його використання дає можливість порівнювати діяльність кількох підприємств, виявляти їх сильні та слабкі сторони діяльності.

У цілому перевагою застосування графічних методів при оцінці конкурентоспроможності підприємств є їхня відносна простота та наочність, однак використання вказаних методів не позбавлене і недоліків. Зокрема, графічні методи оцінки конкурентоспроможності не дають можливості встановити загальне значення показника конкурентоспроможності підприємства. Крім того, вадою графічних методів є і неможливість прогнозування майбутніх змін конкурентоспроможності.

Більш комплексними при оцінці конкурентоспроможності підприємств є індексні методи. Реалізація індексних методів зазвичай здійснюється за рядом етапів. При цьому базой для порівняння можуть виступати галузеві показники, показники підприємства – лідера ринку чи ретроспективні показники оцінюваного підприємства.

Аналітичні або розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій із вхідними даними. При цьому в залежності від конкретної методики аналізу застосування даних методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки.

Найбільш ґрунтовними методами оцінки конкурентоспроможності підприємства вітчизняні науковці [11] називають комплексні методи, оскільки вони орієнтовані на аналіз усього спектру найважливіших параметрів функціонування підприємства. Перевагою таких методів є отримання достовірної і найбільш точної інформації про конкурентоспроможність підприємства, його переваги та вузькі місця за найбільш розширеним переліком порівняльних переваг.

Крім того, окремі науковці [12] наголошують на тому, що оцінка конкурентоспроможності підприємства має базуватися на комплексному, багатовимірному підході і враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, рівень фінансової стійкості підприємства і реальне становище підприємств-конкурентів.

Висновки

Отже, на сьогодні як закордонна, так і вітчизняна практика економічного управління виробила цілий ряд методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Кожен з них має як свої переваги, так і недоліки, а тому досить часто необхідним є застосування системи методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності того чи іншого підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Дикань В.Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В.Л. Дикань, Т.В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Вип. 36. – С. 100–105.
2. Костюк Л.А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л.А. Костюк // 36. наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. (Економічні науки). – 2012. – Вип. 2. – С. 22–30.
3. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д.В. Погребняк // Проблеми підвищення ефектив-

ності інфраструктури. 36. наук. праць. – 2011. – Вип. 32. – С. 45–51.

4. Рибницький Д.О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д.О. Рибницький, Т.А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.9. – С. 227–230.

5. Яцура В.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електрон. ресурс]. / В.В. Яцура, М.В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. 36. наукових праць. – 2011. – №2. – Режим доступу до статті: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf. – Назва з екрана.

6. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Монография / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько. – Х.: ХГЭУ, 2003. – 349 с.

7. Сахно І.В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І.В. Сахно // 36. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – №2, Ч. 2. – С. 385–390.

8. Сомова О.Е. Вартісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування: автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Сомова О.Е.; ПВНЗ Європейський ун-т. – К., 2008. – 19 с., включаючи обкл.: іл., табл. – Бібліогр.: с. 17–19.

9. Закревська Л.М. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Л.М. Закревська. – К., 2005. – 211 с.

10. Беляев В.И. Маркетинг в современном бизнесе / В.И. Беляев. – Барнаул: Изд-во АГУ, 1998. – Ч. 1. – 220 с.

11. Кузьмін О.Е. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О.Е. Кузьмін, Л.І. Чернобай, О.П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.10. – С. 159–166.

12. Квятковська Л.А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л.А. Квятковська, Л.Д. Воробйова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». 36. наукових праць. – 2011. – Вип. 26. – С. 181–187.

УДК 336.761

О.В. ПАРАНДІЙ,
аспірант, старший викладач, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Еволюція центральних контрагентів

У статті розглядаються особливості появи та розвитку різних форм клірингу, їх переваги та недоліки. Основна увага приділена еволюції центральних контрагентів та їх інструментів управління ризиком невиконання зобов'язань.

Ключові слова: багатосторонній взаємозалік, двосторонній взаємозалік, кліринг, центральний контрагент.

В статье рассмотрены особенности появления и развития различных форм клиринга, их преимущества и недостатки. Основное внимание уделено эволюции цен-

тральных контрагентов и используемых ими инструментов управления риском неисполнения обязательств.

Ключевые слова: двусторонний взаимозачет, клиринг, многосторонний взаимозачет, центральный контрагент.

The paper is about the genesis and development of different forms of clearing, their pros and cons. Special attention is paid to the evolution of central counterparties and their risk-management instruments.

Keywords: bilateral netting, central counterparty, clearing, multilateral netting.

Постановка проблеми. Торгівля є ядром будь-якої ринково орієнтованої економіки. У процесі торгівлі надзвичайно важливим є виконання зобов'язань сторонами угоди. Контрагенти повинні здійснювати обіцяні платежі, вчасно поставляти товари відповідної якості. Можливість порушення цих умов називають ризиком контрагента. Центральні контрагенти походять від клірингових організацій, які почали захищати учасників торгів від невиконання зобов'язань їх контрагентами. Методи, які використовувалися кліринговими організаціями, ввійшли в практику задовго до появи центральних контрагентів у їх сьогодишньому вигляді. Зараз в Україні проходить процес реформування депозитарної системи. Центральні контрагенти є одними з ключових суб'єктів інфраструктури розвинених ринків деривативів та цінних паперів. Для побудови адекватної інфраструктури вітчизняного ринку важливим є розуміння причин та особливостей розвитку інструментів управління ризиком невиконання зобов'язань, використовуваних центральними контрагентами.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Опис загальних основ функціонування центральних контрагентів можна знайти в роботах Дж.К. Халла, К.Ф. Люфта, Г.Дж. Александера, Дж.С. Кокса, М. Рубінштейна, Р.У. Колба, А.Н. Балабушкіна, А.Н. Буреніна, О.І. Дегтярьової, П.Ю. Соловйова та інших.

Метою статті є розкриття особливостей появи та розвитку різних форм клірингу, а також аналіз еволюції інструментів, використовуваних центральними контрагентами в процесі управління ризиком невиконання зобов'язань.

Виклад основного матеріалу. Перші задокументовані клірингові методи можна віднести до часів існування Римської імперії. Згідно з принципом римського права, який називався *compensatio*, взаємозалік платежів визнавався здійсненим у разі врегулювання суперечностей між боржником і кредитором. Цей принцип, збережений у стінах церкви після падіння Римської імперії, склав правову основу

взаємозаліку в середньовічній Європі. Розвиток технологій взаємозаліку можна пов'язати з такими факторами:

- поширення використання векселів, які надавали можливість компенсувати нестачу металевих грошей та певний захист від грабіжників;
- значне підвищення ролі організованої торгівлі, що проявлялося в проведенні регулярних ярмарків.

На ярмарках у Шампані, що проводилися з XII століття в різних місцях цієї провінції, здійснювали операції купці з Англії, Німеччини, Фландрії, Франції. Для розрахунків вони користувалися однією з перших форм векселя – *lettredesfoire*. Після проведення торгів купцям надавався час для здійснення розрахунків. Так, коли ярмарки тривали 49 днів, перший тиждень відводився на поставку товарів, чотири наступних – на безпосередню торгівлю, а останніх два – на розрахунки [9].

Проведення взаємозаліку дозволяло знизити ціни та підвищити привабливість ярмарків як центрів торгівлі та місця укладення угод. Тоді використовувалася перша і найбільш рання форма взаємозаліку – двостороння (*bilateral netting*). Згідно з нею обраховуються взаємні зобов'язання між двома контрагентами (рис. 1). Наприклад, між торговцями А і В упродовж дня було укладено кілька угод, і на його кінець перший зобов'язаний перерахувати другому 15 г.о., а другий – перерахувати першому 10 г.о. Тоді за результатами клірингу відбудеться лише одна операція: торговець А перерахує торговцю В 5 г.о. Кліринг активів здійснюється згідно з подібною схемою за умови стандартизації даного активу.

Можна виділити такі переваги двостороннього взаємозаліку:

- зменшення транзакційних витрат;
- простота здійснення за невеликої кількості учасників торгів;
- гнучкість щодо умов угод між контрагентами (можливість застосування для нестандартизованих активів).

На даний момент двосторонній взаємозалік у торгівлі деривативами широко застосовується на позабіржовому рин-

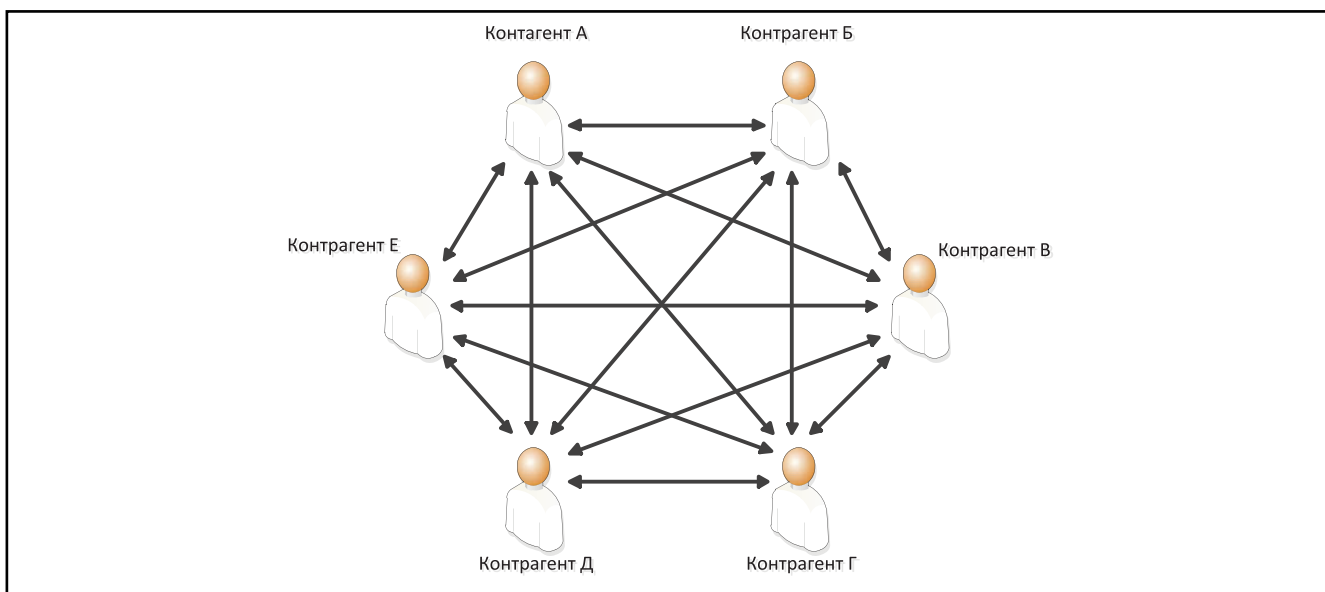


Рисунок 1. Схема організації двостороннього взаємозаліку

ку. Проте йому притаманний ряд недоліків, основними з яких є такі:

- низька масштабованість: значне зростання складності здійснення клірингу при збільшенні кількості учасників торгів. Наприклад, якщо на ринку здійснюються операції 100 трейдерів, кількість потенційних взаємозв'язків між ними досягає майже 5000;

- необхідність управління ризиком невиконання зобов'язань кожного з контрагентів.

Подальший розвиток клірингових технологій пов'язаний із ринками, на яких почала здійснюватися активна торгівля деривативами. Передусім варто згадати про рисовий ринок Додзіма в Японії. Там здійснювалася торгівля купонами на поставку рису. Вони мають ознаки ф'ючерсів: указ 1730 року встановлював аналогічні сучасним правила ф'ючерсних торгів [1, с. 112–113]:

- угоди уклалися на обмежений термін;
- упродовж установленого терміну умови угод були стандартними;
- угоди уклалися щодо обумовленого сорту рису;
- продовження угод на новий строк не допускалося.

Усі угоди на ринку мали проходити кліринг у клірингових палатах, де велася кредитна історія по кожному торговцю. Всього існувало до 60 клірингових палат, а розрахунками по угодах займалося понад 1000 осіб. Клірингові палати збирали комісію і маржу на відкриті позиції, а також могли брати на себе зобов'язання по виконанню умов контракту. Таким чином, у торговців була можливість «здійснювати розрахунки за ринковими позиціями в кліринговій палаті незалежно від кредитоспроможності кінцевого контрагента» [8]. Функції таких клірингових палат вже є досить близькими до тих, які виконують центральні контрагенти.

Розвиток операцій з деривативами у Старому Світі був пов'язаний із розширенням торгівлі з Америкою. Великобританія, яка стала «майстернею світу», відчувала все більшу залежність від поставок сировини та продуктів харчування з США. Морем зерно, бавовна, золото та інші товари поставлялися в Англію та країни континентальної Європи. Виробники і споживачі сільськогосподарської продукції намагалися уникнути обмежень, викликаних сезонними коливаннями, шляхом хеджування цінових коливань через використання форвардних контрактів. Свій внесок у значне збільшення нестабільності зробила Громадянська війна у США. Поширенню торгівлі деривативами сприяла також ненадійність шляхів транспортування, що вимагало додаткового захисту. Форвардні контракти стали значним кроком уперед у цьому напрямку. Проте вони мали ряд недоліків. Передусім варто відзначити те, що форварди використовувалися для поставок нестандартизованих товарів. Це значно обмежувало можливості перепродажу таких угод, а відтак – ліквідність ринку. Низьколіквідні ринки часто ставали місцем проведення махінацій. Прикладом таких махінацій є корнери: один з учасників ринку міг скуповувати майже всі

наявні товарні запаси з метою подальшого їх перепродажу за завищеними цінами через певний період часу. Інші учасники ринку змушені були купувати товар для того, щоб закрити власні угоди. Окрім того, форвардні контракти зазвичай передбачали реальну поставку товару сторонам угоди. Це було серйозним недоліком для спекулянтів, які хотіли заробляти на коливаннях ціни. Все вищезазначене стало причиною стрімкого розвитку ф'ючерсних ринків. Таким чином, форварди значною мірою слугували перехідною ланкою від спот-ринків у вигляді аукціонів до торгівлі ф'ючерсами.

Піонером серед англійських міст у запровадженні нових технологій у торгівлі став Ліверпуль. Він був центром торгівлі бавовною. Збільшення обсягів торгів на ф'ючерсному ринку в поєднанні з його слабкою організованістю викликало значні проблеми у трейдерів. Відповіддю стала ініціатива Дж. Моргана щодо створення клірингової палати. Вона наштотхнула на супротив тих, хто боявся зростання масштабів спекуляцій, а також можливості недобросовісного використання інсайдерської інформації, яка може потрапити до управляючих палати. Проте у 1876 році була заснована Клірингова палата бавовняного ринку. Спочатку в правилах Ліверпульської клірингової палати було зазначено, що розрахунок за угодами має здійснюватися після настання строку їх виконання. При цьому в учасників ринку до того часу вже могли накопичуватися досить значні суми зобов'язань. З 1884 року був встановлений тижневий строк розрахунку за угодами. Таким чином здійснювалася щотижнева переоцінка активів за ринковими цінами. Це дозволило значно зменшити контрагентський ризик. Даний метод використовується всіма центральними контрагентами і зараз (щоправда, переоцінка позицій проводиться набагато частіше). Проте повноцінної системи гарантування виконання угод у Ліверпулі створено не було.

Ще одним центром тогочасної ф'ючерсної торгівлі був Чикаго. Своім розвитком місто завдячує вигідному географічному положенню. Завдяки статусу центрального зернового транспортного вузла кількість жителів Чикаго виросла з 4 тис. у 1837 році до більш ніж 100 тис. у 1860 році. Тож не дивно, що чиказькі біржі відігравали значну роль у житті міста. Чиказькою торговою палатою (Chicago Board of Trade – CBOT) у 1863 році були прийняті правила форвардних біржових торгів, які передбачали досить жорстку відповідальність за невиконання своїх зобов'язань. Саме ці правила, разом зі стандартизацією, дозволили через деякий час налагодити торгівлю повноцінними ф'ючерсами. Проте ефективна система клірингу в Чикаго була відсутня. Лише в 1883 році була створена клірингова палата як один з підрозділів біржі. На відміну від японських та європейських організацій дану палату важко назвати попередником центральних контрагентів – вона займалася лише взаємозаліком зобов'язань учасників торгів. Проте в її рамках розвинулася досить цікава форма клірингу – круговий кліринг або розрахункові «ланцюжки» (рис. 2).

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проведення кругового клірингу було можливим за умови участі в ньому трьох і більше членів клірингової палати, що уклали угоди стосовно купівлі та продажу однакової кількості товару в рамках одного контракту. Виплата сум, які учасники ланцюжка мали сплатити або ж отримати, здійснювалася за посередництва клірингової палати. Ланцюжок міг бути сформований тільки за умови, що покупці та продавці утворювали замкнуте коло. Розрахунки велися на основі ціни, яка встановлювалась кожного дня перед закриттям торгів секретарем Чиказької торгової палати. Їх здійснювали після закриття торгів спеціальні клерки, найняті торговими компаніями. Ранком наступного дня клерки уточнювали умови зустрічних контрактів між собою та визначали суми коштів до оплати. Дані суми повідомлялися кліринговій палаті, яка отримувала відповідні платежі та перераховувала гроші тим, хто мав їх отримати.

На рис. 2 ми бачимо схему кругового клірингу при торговлі умовним ф'ючерсним контрактом. Суцільними лініями вказана ціна, за якою укладалася угоди між контрагентами. Пунктирною лінією вказані платежі, які проходили між учасниками торгів та кліринговою палатою. Як ми бачимо, члени ланцюжка не сплачують один одному повну вартість контракту, а тільки виграш або програш залежно від зміни ціни. Це дозволяло вивільняти значні суми коштів, які вже не витрачалися для здійснення розрахунків.

Участь у круговому клірингу була добровільною. Кожного дня могло формуватися багато ланцюжків, термін існування яких міг бути як досить тривалим, так і обмежуватися одним днем. Така форма клірингу швидко довела свою користь: за перші дев'ять місяців клірингова палата обробила 76 500 чеків, що значно менше, ніж 740 000 чеків за старої системи [2]. Проте хоча ефективність розрахункової діяльності значно зросла, круговий кліринг не відігравав значної ролі у зниженні ризиків торгівлі деривативами.

Основними перевагами кругового взаємозаліку є:

- зменшення транзакційних витрат у системі порівняно з двостороннім клірингом;
- зменшення загального обсягу непокритих зобов'язань, а відтак і втрат у разі дефолту одного з контрагентів.

Проте існували й суттєві обмеження такої форми клірингу [4]:

- кожен член ланцюжка повинен стежити за фінансовим станом інших, оскільки будь-хто з них міг замінити початкового контрагента;
- враховуючи попередній пункт, трейдери не могли зберігати їх угоди і позиції в таємниці. Це відкривало шлях для копіювання угод або агресивної торгівлі проти одного з учасників ланцюжка;
- дефолт одного з учасників міг спричинити ланцюгову реакцію та крах всього кільця.

В Європі вихід на новий рівень здійснення клірингової діяльності ознаменувала поява Товарної ліквідаційної каси в Гаврі в листопаді 1882 року. Гавр був великим портом, через який ввозилися кава та бавовна. Процес стандартизації контрактів на ці два товари завершився прийняттям першого зводу правил ф'ючерсного ринку у Франції у 1977 році. Це призвело до зростання обсягів торгів та необхідності створення клірингової палати. Особливістю Товарної ліквідаційної каси було те, що вона здійснювала гарантування виконання контрактів. Важко сказати точно, звідки був взятий даний механізм клірингу. Цілком можливо, що ідея гарантування угод була завезена з Японії, яка мала тісні економічні та культурні взаємозв'язки з Францією в XIX столітті. Проте цілком можливо, що торговці Гавра прийшли до цієї ідеї самостійно.

Товарна ліквідаційна каса була створена як структура, формально відокремлена і не залежна від бірж. Її функції та механізми роботи вже були досить подібними до тих, які використовують сучасні центральні контрагенти. Товарна ліквідаційна каса реєструвала контракти та приймала кошти від покупців та продавців. Ці кошти можна назвати аналогом сучасної початкової маржі. Вони вносилися на рахунки в банку, відкри-

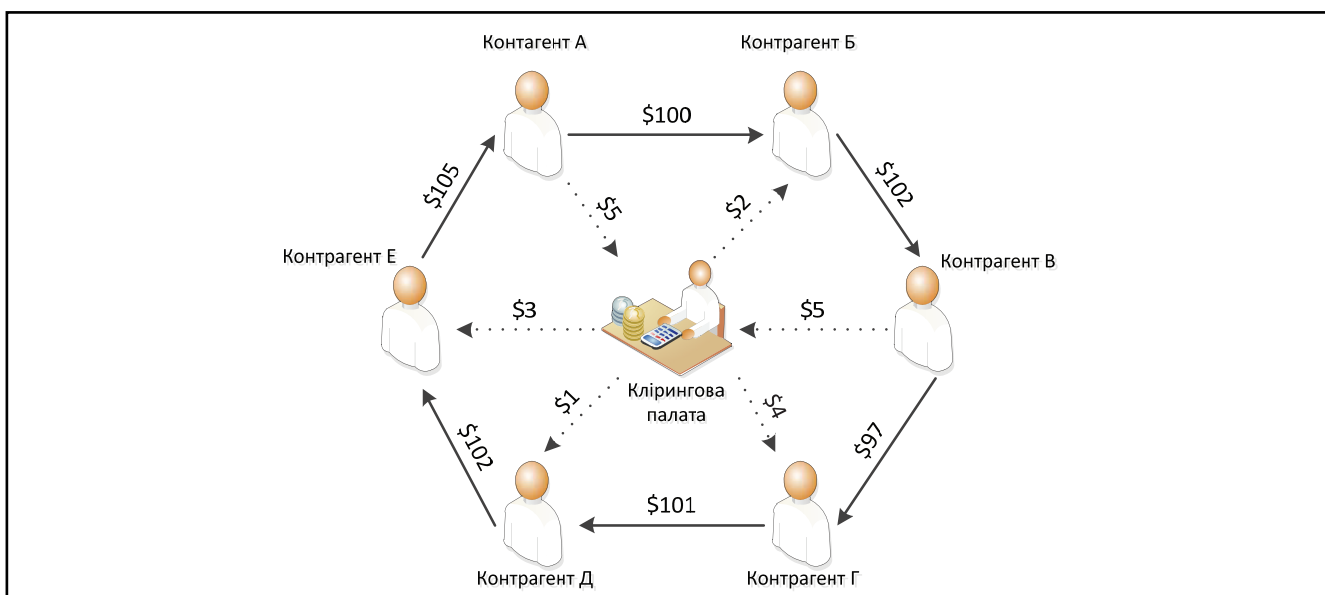


Рисунок 2. Схема кругового клірингу

ті касою Гавра на ім'я трейдерів. Як тільки кошти були перераховані, Товарна ліквідаційна каса приймала на себе гарантійні зобов'язання за угодою. Клірингова палата залишала за собою право відхилити реєстрацію угоди. Вона також гарантувала виконання угод тільки тих торговців, які були зареєстровані в міській торговій палаті і отримали згоду ради управляючих каси. Рада управляючих могла вимагати внесення коштів у сумі більшій, ніж звичайні ставки. Для захисту від ризику невиконання зобов'язань застосовувався ще один механізм: від торговців, за позиціями яких з'являлися збитки, клірингова палата могла вимагати додаткового внесення коштів на щоденній основі. Проте даний механізм важко назвати аналогом варіаційної маржі – така вимога не була обов'язковою, а сама каса не була зобов'язана здійснювати виплати тим торговцям, за позиціями яких виникав прибуток.

Товарна ліквідаційна каса не вимагала внесення початкової маржі від трейдерів, які впродовж одного й того ж місяця реєстрували зустрічні контракти на купівлю та продаж. За зустрічними контрактами на один і той же актив з різними місяцями поставки здійснювалась менша маржа. Фактично це можна назвати початком використання портфельного підходу до оцінки позицій трейдерів. Маржу зазвичай вносили грошовими коштами, проте рада управляючих могла прийняти як гарантійне забезпечення біржові цінні папери з певним дисконтом, а також деякі інші активи (заставні свідоцтва і гарантії).

Варто звернути увагу на ще одну послугу, яку пропонувала Товарна ліквідаційна каса. Трейдер, який володів контрактами як на продаж, так і на купівлю певного активу з поставкою в межах одного й того ж місяця, міг у будь-який час здійснити розрахунки за ними до дати виконання, сплативши комісію кліринговій палаті. Таким чином фактично забезпечувалася можливість укладення офсетних угод.

Гарантії Товарної ліквідаційної каси залишалися дійсними аж до завершення операції з поставки і здійснення розрахунків. Якщо між сторонами угоди виникали суперечності, їх розглядала Арбітражна палата Гавра. У крайньому разі клірингова палата могла бути зобов'язаною здійснити поставку товару самостійно або ж сплатити кошти, забравши товар на один із власних складів. У випадку банкрутства клірингова палата могла ліквідувати всі позиції на рахунку боржника без відстрочок і формальностей. У разі необхідності вона могла взяти на себе адміністративні функції з управління справами боржника для того, щоб мати змогу скоротити обсяг його зобов'язань та ліквідувати позиції.

Хоча Товарна ліквідаційна каса за своїми функціями та механізмами роботи вже досить близько підійшла до статусу центрального контрагента, вона не виступала стороною за кожною з угод. Робота каси стала одним із визначальних факторів швидкого розвитку Гавра, що перетворився на один з провідних ринків в Європі. Вищеописана схема швидко поширилася іншими європейськими містами: подібні клірингові палати були створені у Парижі, Марселі, Антверпені, Гамбурзі. Варто відзначити, що клірингова палата

Амстердама в 1894 році надала трейдерам можливість овердрафту і почала видавати кредити. Це стало її першими кроками на шляху до перетворення в банківську установу, що продовжувала займатися клірингом [1, с. 141].

Розвиток клірингових палат нового типу в Європі викликав економічне зростання. М. Вебер в одному зі своїх есе описує механізм цього процесу [10]. На його думку, захист від ризику невиконання зобов'язань став причиною потужного зростання ринків за обсягами угод та кількістю учасників. Розширення торгівлі деривативами викликало переміщення операцій з товарами та цінними паперами на ринку спот до місць укладення похідних контрактів, що спричинило появу нових фінансових центрів. Такі фінансові центри значно підвищували політичний вплив країн, в яких вони були розташовані. Таким чином, сприяння розвитку ф'ючерсних ринків і створенню клірингових палат з механізмами захисту від контрагентського ризику було одним зі способів конкурентної боротьби на геополітичній арені.

Проте розвиток ф'ючерсних ринків зіштовхувався також із серйозною протидією. В Нідерландах, де ф'ючерси асоціювалися з бульбашкою на ринках цибулин тюльпанів, громадськість ставилася до них досить негативно. У Великобританії палата лордів проводила дебати на тему ф'ючерсної торгівлі та клірингу. Деривативи часто асоціювалися з парі, що не мали під собою жодної економічної основи. Питання того, чи порушує торгівля похідними фінансовими інструментами законодавство про заборону азартних ігор, кілька разів розглядалося суді. Тільки у 1925 році Англійський апеляційний суд виніс постанову, згідно з якою операції з деривативами є реальними транзакціями, а тому азартними іграми вважатися не можуть. У Німеччині землевласники були досить впливовою силою, а тому за підтримки негативно налаштованих громадян вони змогли провести через рейхстаг Закон про біржі, який накладав надзвичайно жорсткі обмеження на торгівлю деривативами. Тільки у 1989 році цей закон був переглянутий і сучасні ф'ючерсні ринки та клірингова інфраструктура легалізовані [1, с. 144]. Такі процеси значно загальмували розвиток клірингу в Європі.

Першою структурою, яку можна назвати центральним контрагентом, була Клірингова асоціація Міннеаполіса. Вона була створена в 1891 році у формі акціонерного товариства, відокремленого від біржі. Клірингова палата виступала стороною за кожною з угод: як продавець по відношенню до всіх покупців та як покупець відносно всіх продавців. Фактично у Міннеаполісі була реалізована повноцінна система багатостороннього взаємозаліку (multilateral netting). Згідно з нею клірингові члени не взаємодіють між собою безпосередньо (рис. 3). Це дозволило максимально спростити розрахунково-клірингову систему, адже у кожного з учасників торгів був лише один контрагент – клірингова палата.

Повна відповідальність за всіма угодами вимагала підвищеної уваги до проблеми захисту від ризику дефолту одного з учасників торгів. Брокерські компанії, які займалися торгівлею

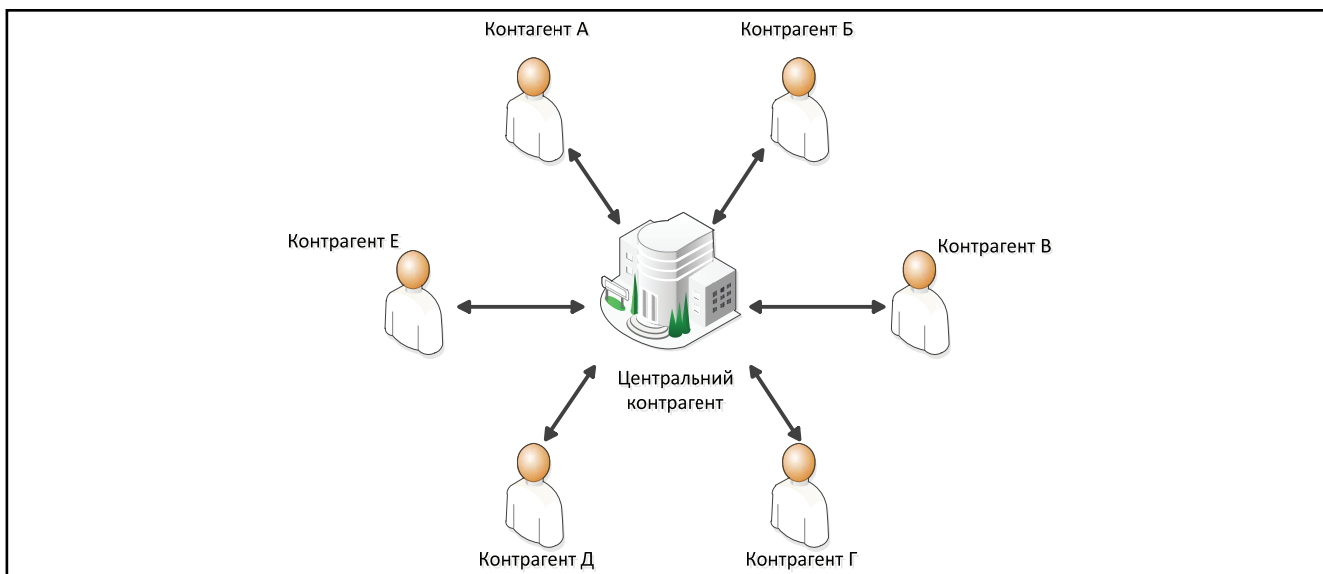


Рисунок 3. Схема роботи центрального контрагента

ф'ючерсами на біржі Міннеаполіса, ставали учасниками клірингової системи після затвердження директорами Клірингової асоціації. Також вони були зобов'язані придбати певну кількість її акцій. Відрізнялася від інших бірж система сплати маржі. Так, наприклад, на найбільшій тогочасній зерновій біржі у Чикаго маржа була необов'язковою. Вимога сплатити маржу часто сприймалася як прояв неповаги до контрагента та невпевненості в його фінансовому стані. У Міннеаполісі ж перерахування початкової маржі було необхідною умовою укладення угоди. Окрім того, проводилися щоденні розрахунки по відкритих позиціях на основі цін закриття ринку. Клірингові члени зобов'язані були внести оплату або ж отримати гроші від клірингової палати згідно з чеками, які підтверджували прибуток або збиток за відкритими угодами. Тобто можна стверджувати, що Клірингова асоціація Міннеаполіса застосовувала механізм розрахунку варіаційної маржі.

Незважаючи на новаторський підхід до здійснення клірингу, наприкінці XIX та на початку XX століття практика використання центрального контрагента не набула значного поширення. Ще одним тогочасним прикладом використання схеми з центральним контрагентом була Клірингова асоціація Вінніпегу (почала працювати у лютому 1904 року). Її власниками були самі клієнти, кожен з яких при вступі купував п'ять акцій. Ціна акції за перші два десятиліття існування компанії зросла з \$50 до \$1500 для нарощування резервів та часткового обмеження членства. Клірингова палата застосовувала обов'язковий перерахунок маржі та брала повну відповідальність за виконання угоди, стаючи покупцем для всіх продавців і продавцем для всіх покупців. Оскільки власниками Клірингової асоціації були її ж члени, вона надавала послуги з клірингу практично за собівартістю. Використання центрального контрагента дозволило значно скоротити транзакційні витрати, що відобразилося у вартості клірингу угоди.

Наступним кроком у розвитку сучасного механізму роботи центрального контрагента стало запровадження викори-

стання гарантійних фондів. Уперше гарантійний фонд було створено кліринговою палатою Нью-Йоркської товарної біржі, заснованою в 1904 році. Кожен член клірингової палати був зобов'язаний внести \$1000 з метою покриття збитків унаслідок дефолту одного з учасників клірингових операцій. Якщо коштів гарантійного фонду було недостатньо, клірингова палата мала право вимагати від членів внесення додаткових коштів пропорційно до кількості прийнятих на кліринг контрактів за попередні чотири місяці, але не більше \$5000.

У Чикаго перший центральний контрагент був запроваджений на невеликій біржі, яка займалася торгівлею ф'ючерсами на масло та яйця в 1919 році. Особливістю клірингової палати Чиказької товарної біржі (Chicago Mercantile Exchange – CME) було те, що вона виступала як структурний підрозділ біржі. Проте на одному з найбільших торгових майданчиків США – CBOT, на якій укладалося майже 90% угод із зерновими ф'ючерсами, більшість його членів виступали проти створення центрального контрагента. Як обґрунтування власної позиції вони висували такі причини:

- діяльність центрального контрагента більш вразлива до прийняття несприятливих законів;
- існує можливість зловмисних дій співробітників центрального контрагента, які отримують доступ до конфіденційної інформації.

Лише під тиском уряду та загрозою заборони торгівлі ф'ючерсами на CBOT її члени проголосували за створення центрального контрагента, що було здійснено в 1925 році.

У подальшому впродовж XX століття центральні контрагенти стали домінуючою формою організації клірингу на ринку деривативів. Значне зростання обсягів торгів в останній чверті століття дозволило в повній мірі продемонструвати переваги їх роботи. Криза системи обробки документації на біржах США в 60-х роках (наприклад, Нью-Йоркська фондова біржа була зачинена по середах для обробки документації) викликала розвиток бездокументарних розрахунків, введення особливих

Еволюція використання технологій роботи центрального контрагента

Місце появи	Застосовувані технології
Рисовий ринок Додзіма	<ul style="list-style-type: none"> • внесення початкової маржі; • гарантування виконання угод
Ринок бавовни в Ліверпулі	<ul style="list-style-type: none"> • розрахунок варіаційної маржі
Товарна ліквідаційна каса Гавра	<ul style="list-style-type: none"> • гнучка динамічна система визначення розміру початкової маржі; • портфельний підхід до оцінки позиції торговців; • можливість внесення маржі не тільки грошовими коштами
Клірингова асоціація Міннеаполіса	<ul style="list-style-type: none"> • початок роботи центрального контрагента, який виступав покупцем для всіх продавців і продавцем для всіх покупців
Клірингова палата Нью-Йоркської товарної біржі	<ul style="list-style-type: none"> • створення гарантійного фонду; • вимоги внесення додаткових коштів членами палати у разі дефолту одного з учасників клірингу пропорційно до обсягу їх операцій

видів рахунків, а також початок використання центральних контрагентів для клірингу цінних паперів. Пізніше американські технології були використані для запуску клірингу цінних паперів через центрального контрагента в Європі в 1990 році в французькій системі Relit. Необхідність використання такої форми клірингу була викликана особливостями практики розрахунків у Франції: залежно від типу цінних паперів вони могли здійснюватися через тиждень, два або й місяці після укладення угоди. Центральний контрагент був необхідний для ефективного захисту від ризику невиконання зобов'язань.

Висновки

Отже, система клірингу та розрахунків на біржовому ринку похідних фінансових інструментів пройшла тривалий шлях розвитку, який завершився створенням центральних контрагентів з широкими повноваженнями щодо управління ризиками. Зараз вони є невід'ємним елементом сучасного фінансового ринку. Порядок еволюції використання технологій їх роботи відображений у таблиці. Переваги використання центральних контрагентів призвели до домінуючої ролі центральних контрагентів у сфері клірингу та розрахунків за біржовими деривативами. Окрім того, зараз центральні контрагенти все ширше починають залучатися до роботи на позабіржовому ринку.

Список використаних джерел

1. Норман П. Управляя рисками. Клиринг с участием центральных контрагентов на глобальных финансовых рынках // Питер Норман; перевод с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 704 с.

2. CCorp.A History:Trusting,Growing,Leading,Clearing, 2006.
 3. KrosznerR.S. Central counterparty clearing: History, innovation, and regulation [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=948773
 4. Monnet C. Let's make it clear: how central counterparties save(d) the day [Електрон. ресурс] – Режим доступу:http://www.phil.frb.org/research-and-data/publications/business-review/2010/q1/brq110_central-counterparties.pdf
 5. Pirrong C. The Economics of Clearing in Derivatives Markets: Netting, Asymmetric Information, and the Sharing of Default Risks through a Central Counterparty [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1340660
 6. Ripatti K. Central counterparty clearing: constructing a framework for evaluation of risks and benefits // Bank of Finland Discussion Papers 30/2004
 7. Russo D., Hart T., Schonenberger A. The evolution of clearing and central counterparty services for exchange-traded derivatives in United States and Europe // European Central Bank. Occasional paper series #5 – Sept. 2002
 8. Schaeede U. Forwards and futures in tokugawa-period Japan:A new perspective on the Dojima rice market [Електрон. ресурс] – Режим доступу:<http://ideas.repec.org/a/eee/jbafina/v13y1989i4-5p487-513.html>
 9. Teweles R., Stone H., Harlow C. The Commodity Futures Game : Who Wins? Who Loses? Why? // McGraw-Hill Professional, 1999. – 676 p.
 10. Weber M. Die Borse. GesammelteAufsaltezurSoziologie und Sozialpolitik, 1988.

Ю.Л. ТРУШ,
к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Обґрунтування мотиваційного процесу для удосконалення управління якістю продукції

Для усунення прогалин у системі управління якістю розглянуто мотиваційний процес для удосконалення управління якістю продукції, що значною мірою сприяє успішному розвитку підприємств.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний процес, підприємство, система управління якістю.

С целью устранения недостатков в системе управления качеством продукции рассмотрен мотивационный процесс

для усовершенствования управления качеством продукции, что очень важно для успешного развития предприятия.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный процесс, предприятия, система управления качеством.

This mechanism refined and supplemented, by comparison with known theories of motivation, the structure of needs and the management block of motivational process, which significantly contributes to the successful development of enterprises.

Keywords: motivation, motivational process, enterprises, quality management system.

Постановка проблеми. Важливу роль у підвищенні якості продукції та ефективності управління нею відіграє мотивація реалізації цілей та завдань у рамках управління якістю й окремих управлінських операціях. Процес управління якістю тісно пов'язаний із персоналом управління і окремими працівниками, безпосередньо зайнятими у виробництві продукції, оскільки від їх фізичного, розумового і духовного стану залежить успіх вказаної діяльності. Виходячи з цього головне завдання менеджера – розпізнати цей бік людських схильностей і створити такі системи мотивації та стимулювання, які дозволили б пробуджувати працівників до високовиробничої, якісної роботи в тісному поєднанні їхніх інтересів та стимулів до праці. В такому випадку керівник повинен знати природу і умови виникнення тих чи інших мотивів та їхні можливості у мотивації працівників у процесі виробництва, оскільки вона є основним засобом ефективного управління.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Необхідно відмітити, що питання мотивації в сучасних системах управління якістю не досить розглянуті і в недостатньому обсязі використовуються на практиці в тісному зв'язку із стимулюванням, організацією виробництва. Відмітимо, що на підприємствах мотивація персоналу за підвищення якості практично не застосовується, премії, що виплачуються в кінці року, не стимулюють зростання якості продукції і не відображають внесок працівників у високу якість. Це свідчить про те, що підприємства у довгостроковій перспективі не можуть гарантувати своїм споживачам стабільно високу якість продукції, виконання робіт, зменшення плінності кадрів, довгострокове закріплення їх на підприємстві, оскільки заходи в даному напрямі не застосовуються. Вищезазначене обумовлює необхідність обґрунтування мотиваційного процесу за підвищення якості продукції.

Метою статті є чітке обґрунтування мотиваційного процесу для вдосконалення управління якістю продукції.

Виклад основного матеріалу. З метою встановлення сутності, структури і змісту мотивації персоналу необхідно розглядати, що представляє собою процес мотивації, мотив, мотивування і який їхній взаємозв'язок зі стимулом і стимулюванням.

Під мотивацією ряд авторів розуміє зовнішні та внутрішні збуджувачі суб'єкта до діяльності для досягнення будь-яких

цілей, наявність інтересу до такої діяльності та способи його ініціювання, пробудження. Інші автори вважають, що мотивація – це напрям до діяльності, стану особистості, який визначає, наскільки активно і з яким напрямом діє людина [4]. Існує думка, що мотивація представляє собою процес поєднання цілей підприємства і цілей працівника для найбільш повного задоволення потреб двох; систему різних способів впливу на персонал для досягнення поставлених цілей і працівника, і підприємства [1].

А.В. Шегда визначає мотивацію як процес створення системи умов, що впливають на поведінку людини та спрямованість її дій у необхідному для організації напрямі, тобто на досягнення мети [2].

Таким чином, аналіз проведених визначень свідчить, що мотивація полягає у створенні таких умов діяльності, при яких відбувається реалізація інтересів підприємства та працівників, і те, що вигідно й необхідно одному, стає важливо необхідним та вигідним іншому. Тобто основним завданням мотивації має стати заохочення й підтримка дій співробітників, які відповідатимуть пріоритетам діяльності організації з урахуванням інтересів робітників.

Мотивація впливає на людину по-різному, в залежності від внутрішнього змісту її схильностей, інтересів, стимулів і стану зворотного зв'язку з боку діяльності людини.

Мотивація тісно пов'язана із мотивом. Дослідження економічної літератури дозволяє встановити, що мотив виступає як внутрішній пробуджувач, усвідомлена потреба, що визначає поведінку людини, необхідну для її задоволення і реалізації на практиці при наявності зовнішніх умов (стимулів) для задоволення потреби [1, с. 75, 139]. Сукупність мотивів поведінки людини представляє собою мотиваційну структуру людини, в якій мотиви знаходяться у відповідному співвідношенні один з іншим. Мотиваційна структура може змінюватися в залежності від освіти, виховання, набуття досвіду роботи і інше.

Мотивування є процесом впливу на людину з ціллю активації її до конкретних дій за допомогою впливу на відповідні мотиви. У зв'язку з цим мотивування необхідно вважати основою ефективності управління виробництва високоякісної продукції.

Залежно від вихідних цілей мотивування можна розподілити на два види:

- мотивування, суть якого полягає у зовнішньому впливі суб'єкта управління на людину, з ціллю активації її до тієї чи іншої дії, що обумовлює отримання встановленого результату взамін на конкретні стимули. Така мотивація знаходиться в тісному взаємозв'язку з матеріальним стимулюванням. При цьому мотивація вважається здійсненою тільки при виконанні умов сторін, в протилежному випадку мотивація може не відбутися;

- мотивування, що полягає у формуванні мотиваційної структури людини, в якій головна увага приділяється розвитку бажаних мотивів дій і послабленню мотивів, що заважають ефективному управлінню.

Ще одним важливим елементом мотивації є потреби, що являють собою внутрішні стани людини, її бажання, усвідом-

млення потреби в обладнанні або досягненні конкретних життєвих благ, від яких людина прагне звільнитися або усунути їх зі своєї підсвідомості [3].

За допомогою мотивів як засобів прискорення мотиваційних процесів можна усунути потреби, різні протиріччя, проблеми, що виникають у процесі управління якістю продукції. Важливим елементом процесів є стимулювання. Під яким в економічній літературі розуміють пробудження, використання стимулів, що дозволяють персоналу вести себе бажаним чином для особистої вигоди і в інтересах облич, які застосовують стимулювання. Стимулювання розглядається як процес впливу на людину шляхом значущого для нього зовнішнього предмету (об'єкта, умов, ситуації), спонукаючи людину до певних дій [1].

За своїм призначення стимулювання та мотивація відрізняються між собою, тому що стимулювання, як правило, спрямовано на закріплення існуючого результату в області якості, а мотивація – на вимірювання існуючого стану.

Під час планування підвищення рівня якості продукції важливо враховувати наявність необхідних ресурсів і потенціалу підприємства, без яких неможливо реалізувати заплановані заходи. На підвищення якості продукції впливає мотивація праці, методи економічного і морального стимулювання, оскільки вони обумовлюють ефективність використання людських ресурсів для підвищення якості продукції. В літературних джерелах мотиви визначаються як внутрішні пробудження (усвідомлену потребу), відмічаючи в той час необхідність наявності зовнішніх умов (стимулів) для реалізації цієї потреби. Виробничі відносини проявляються через інтереси суб'єктів діяльності, що виражаються у вигляді конкретної цілі. Отже, можна побудувати таку логічну схему мотивації праці: потреба – мотив – ціль – умови досягнення цілей. При цьому ціль, що співпадає з інтересом працівників, умови досягнення цілей – це стимули. З погляду економічних відносин у рамках підвищення якості ця схема буде мати такий вигляд: потреба – мотив – інтерес – стимули. При цьому важливо враховувати, що процес мотивації повинен забезпечувати ув'язку цілей управління як з ефективними

методами стимулювання. Для того щоб забезпечити комплексність охоплення мотивацією питань управління якістю продукції, процес мотивації має включати в себе процес стимулювання праці робітників за підвищення якості продукції, а також процес мотивації розвитку виробництва з ціллю забезпечення його безперебійності, підвищення науково-технічного рівня, без дефектності продукції, раціонального використання ресурсів, освоєння нової продукції. Виходячи із зазначених думок мотиваційний процес та його роль при досягненні цілей в області підвищення якості можна представити таким чином, як на рис. 1.

Ця схема показує, що методи стимулювання і мотивації при їх поєднанні дають змогу досягати поставлених цілей в області якості на основі тісної гармонізації стимулів та інтересів працівників шляхом пробудження останніх на активізацію мотивів поведінки, направлених на комплексну дію на організацію праці і виробництва та виконання намічених планових заходів в області якості.

Основу процесу мотивації складають цілі і завдання для підвищення якості, на основі яких формуються потреби та інтереси працівників, які через відповідні мотиви поведінки мають бути ув'язані зі стимулами та стимулюванням, що обумовлюють перестройку поведінки, дії працівників на вирішення завдань по підвищенню якості продукції [5].

При застосуванні різних методів економічного і морального стимулювання необхідно весь комплекс заходів зводити в програми стимулювання заслуг персоналу, які також є елементом планування підвищення якості. В основу таких програм з погляду забезпечення їхньої ефективності мають бути покладені такі принципи:

- визначена послідовність визнання;
- частота застосування форм стимулювання;
- захоплення процесом стимулювання як можна більшої частини працівників від загальної кількості персоналу;
- своєчасність мотивації, тобто визнання заслуг має слідувати практично відразу після досягнення цілі, щоб сформувати у працівників поведінку для забезпечення та покращення якості;

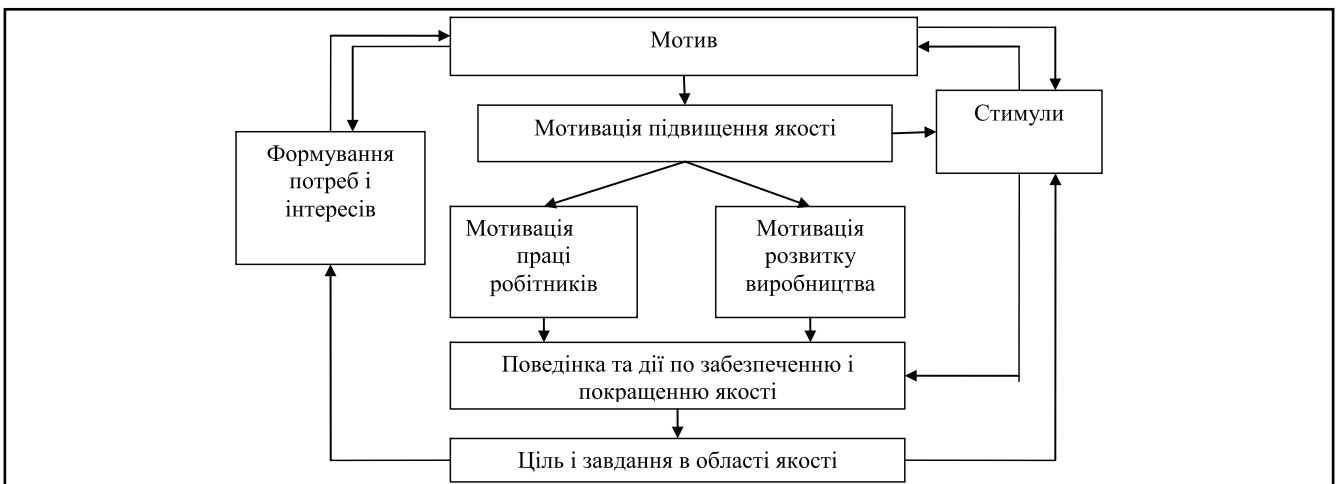


Рисунок 1. Мотиваційний процес для підвищення рівня якості продукції

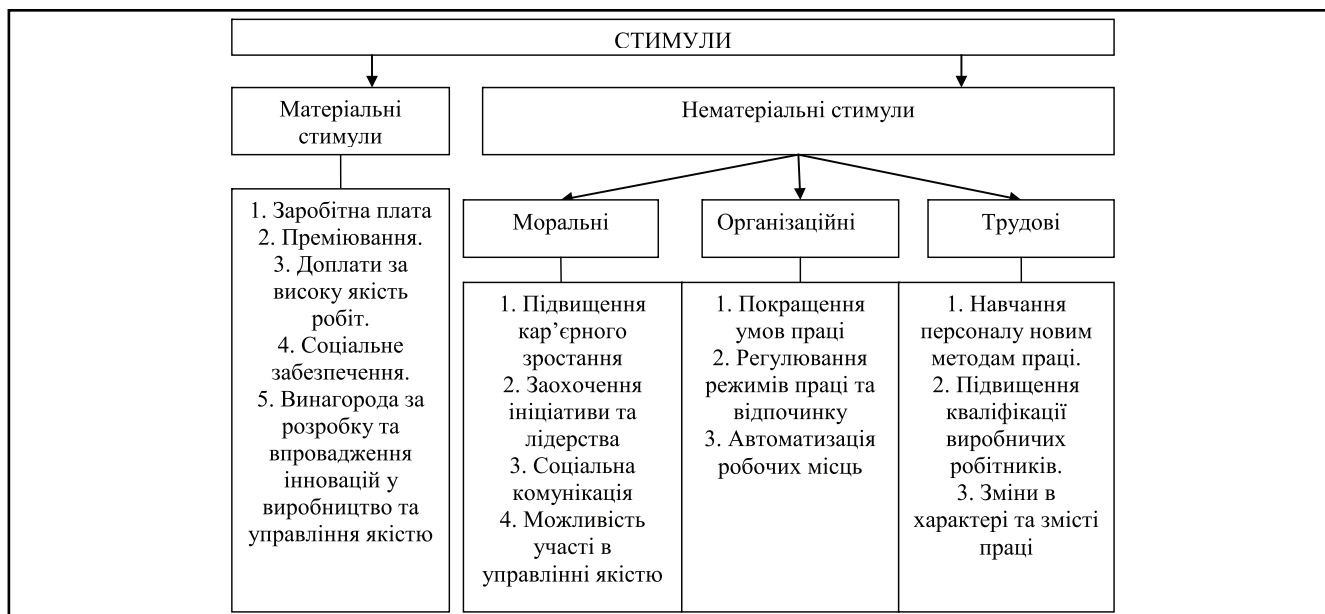


Рисунок 2. Система стимулів працівників до підвищення якості продукції

- ранжування форм стимулювання за ступенем важливості ефективності дій, результатів;
- планування засобів на матеріальне стимулювання.

Програма стимулювання досягнень персоналу має бути побудована таким чином, щоб забезпечити заохочення персоналу в процесі підвищення якості і посиленню тих якостей працівників, які в найбільшій мірі забезпечують комплексне задоволення споживачів.

Для більш повної реалізації принципів заохочення персоналу, постійного покращення і ефективності якості необхідно передбачати реалізацію програм висунування пропозицій, вперше впроваджених на підприємствах в США в середині 90-х років XIX століття. Цінність таких програм очевидна як для організації, так і для її персоналу. Зазначені програми дають можливість кожному працівникові організації представити свої пропозиції для покращення робіт і якості продукції, отримавши за це відповідну матеріальну й моральну винагороду.

Для того щоб запропоновані заходи мали закінчений та обґрунтований характер, необхідно тісно пов'язати цей процес із постійним вивченням і підготовкою працівників з питань якості, включаючи плани заходів по підвищенню якості.

Необхідно відмітити, що в сучасних теоріях управління мотивація мало пов'язується зі стимулюванням, у результаті чого зменшується ефективність менеджменту і недооцінюється роль людського фактора в управлінні персоналом. Для вирішення поставлених цілей не завжди достатньо тільки мотивації, особливо для реалізації таких важливих заходів, як підвищення якості продукції та покращення управління нею.

У такому випадку рішучу роль призначені відіграти окремі стимули і процес стимулювання підвищення якості й посилення мотивації. На нашу думку, в процесі управління якістю хлібобулочної продукції необхідно правильно гармонізувати методи стимулювання й мотивації, оскільки стимули виконують роль заохочення мотиваційних процесів за допомогою покращення оплати праці, преміювання, винагороди за встановлені результати в області якості і так далі, тобто стимулювання є одним з ефективних засобів впливу на мотивацію.

Стимули представляють собою збуджувачі тієї чи іншої дії для підвищення якості продукції. Стимулювання є засобом реалізації мотивації з ціллю збалансування досягнень поставлених в області якості цілей. Стимулювання персоналу для забезпечення високої якості – це важлива функція управління нею. Всю гамму стимулів для створення високоякісної праці можна розподілити на дві групи: матеріальні та нематеріальні [1]. Система стимулів підвищення якості продукції з врахуванням розглянутих раніше факторів, що впливають на неї, приведена на рис. 2. Зі схеми видно, що в досліджуваній галузі раціонально застосовувати різні стимули і мотиви підвищення якості та їх погодженість один з іншим, що дозволить охопити основні фактори, що впливають на якість, і реалізувати не тільки мотивацію праці робітників, а й мотивацію розвитку виробництва. У нормальних умовах виробництва використання різних важелів стимулювання уможливорює зростання потреб, а останні, своєю чергою, стимулюють розвиток виробництва і підвищення якості продукції. На рівні мотиву таке поєднання породжує особистий інтерес, ціллю якого є задоволення конкретної потреби й одночасно виникає суспільний інтерес – підвищення якості продукції.

Поєднання мотивів і стимулів є тією сукупністю, яка дозволяє реалізувати потреби персоналу найбільш зручним для нього методом – шляхом реалізації своїх можливостей, а також дає можливість менеджеру розробити систему стимулювання праці робітників, поєднавши цілі підприємства і працівника.

Для побудови системи мотивації підвищення якості, яка відповідає організаційній культурі підприємства, необхідно знати, якими мотивами керується персонал і які стимули може пред'явити йому підприємство для реалізації цих мо-

тивів та задоволення його потреб шляхом побудови ефективних організаційних, економічних базисів мотивації. Якщо об'єднати всі елементи мотивації разом, тобто у логічній послідовності її етапів, можна сформулювати механізм мотивації виробничого персоналу.

Висновки

Отже, запропоноване обґрунтування мотиваційного процесу для удосконалення управління якістю продукції, система стимулювання передбачає активізацію трудової діяльності персоналу, спрямованої на підвищення якості продукції, без якої рівень оплати праці відчутно зменшиться. Така система стимулювання дозволить постійно підтримувати бажання працівників до високої якості продукції і, як наслідок, високої оплати праці за її досягнення.

Список використаних джерел

1. Агапцов С.А. Мотивація праці як фактор підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / Агапцов С.А., Мордвинцев А.І., Фомін П.А., Шаховська Л.С. [Електрон. ресурс]. – www.smartcat.ru
2. Момот А.І. Менеджмент якості / Момот А.І. – Донецьк, 2000. – 155 с.
3. Шаповал М. Менеджмент якості: Підручник. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 32. – 300 с. – (Вища освіта XXI століття).
4. Свідло К.В. Методологія і організація наукових досліджень в харчовій галузі: підручник для студ. вищих навч. закладів / К.В. Свідло, Т.А. Лазарева, Л.О. Бачієва; Укр. інж.-пед. акад. – Х.: Світ книги, 2013. – 225 с.
5. Вишневецька О.В. Харчова промисловість України: тенденції, проблеми, перспективи. – К.: Аграр Медіа Груп, 2013. – 175 с.

В.К. ХЛІВНИЙ,

к.е.н., доцент, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Особливості франчайзингу як виду підприємницької діяльності та вплив на нього різних чинників

У статті розглянуто завдання франчайзингу, наведена схематична модель формування та реалізації франчайзингових відносин, розкрито подібність їх з іншими видами економічного співробітництва, визначено необхідність доповнення органами державної влади нормативних актів, що регулюватимуть відносини франчайзингу та дозволять запобігти уникненню суб'єктами господарювання спеціальних норм законодавчого регулювання відносин франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франчайзингове підприємство, франчайзингові відносини.

В статье рассмотрены задачи франчайзинга, приведена схематическая модель формирования и реализации франчайзинговых отношений, раскрыто их сходство с другими видами экономического сотрудничества, определена необходимость дополнения органами государственной власти нормативных актов, которые будут регулировать отношения франчайзинга и позволят предотвратить избежание субъектами хозяйствования специальных норм законодательного регулирования отношений франчайзинга.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франчайзинговое предприятие, франчайзинговые отношения.

The author considers problems of franchising, gives schematic model of realization of the franchising relations. Also he compares them to other types of economic coop-

eration, defines urgency of adoption of some regulations which coordinate the relations of franchising and won't allow to some economic subjects to avoid of legislative regulation of franchising.

Keywords: franchising, franchiser, franchisee, franchising entrepreneurship, franchising relationships.

Постановка проблеми. Нині все більш помітнішу роль стало відігравати мале підприємництво, яке сприяє розвитку конкуренції та швидко реагує на запити ринку. Однак досить часто невміння організувати партнерські відносини, а також відсутність інвестицій приводять до краху малих підприємств уже на стадії їх становлення. Підтримка розвитку малого підприємства з боку держави є досить мізерною, а його власні фінансові можливості не можуть забезпечити успішне ведення бізнесу. Єдиним відомим інструментом, що дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу, є франчайзинг – новий економічний механізм, що надає можливість об'єднати переваги малого і великого бізнесу та вирішити багато економічних проблем.

Слід підкреслити, що у всьому світі франчайзинг – це невід'ємний атрибут економіки. (понад 40% продажів здійснюється через франчайзингові мережі), тоді як в Україні він знаходиться на початковому етапі свого розвитку. Нині в Україні розвивається внутрішній франчайзинг, що представляє собою специфічний сплав закордонних франчайзингових технологій і вітчизняних підходів до ведення бізнесу і менталітету. Більшість закордонних компаній усе ще нада-

ють перевагу забезпеченню своєї присутності на українському ринку через вкладання значних коштів у нове будівництво, покупку функціонуючих об'єктів торгової нерухомості та організацію орендних відносин.

Розвиток франчайзингу в Україні у значній мірі стримує недосконалість законодавчої бази, відсутність у вітчизняних підприємств досвіду діяльності в рамках франчайзингу.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Розвитку франчайзингових відносин в Україні, проблемам їхнього формування присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних науковців: І. Балабанова, І. Багорова, М. Білик, М. Бедринець, І. Бланка, І. Бойчук, З. Варналія, Ж. Дельтей, О. Кузьміна, М. Макашева, М. Мендельсона, Я. Мюррей, С. Сілінга, Бр. Смітта, Дж. Стенворта, У. Сухорської, А. Цирата, С. Шейна, І. Школи, Л. Шульгіної, О. Шулуса та інших. Разом із тим ці проблеми потребують більш детального та постійного дослідження враховуючи специфіку підприємницької діяльності в Україні.

Метою статті є дослідити види франчайзингу, його особливі риси, вплив на нього різних факторів та запропонувати доповнення в нормативні акти, що регулюють франчайзинг.

Виклад основного матеріалу. Основоположним елементом, невід'ємною умовою формування відносин франчайзингу є успішно функціонуюче підприємство (мережа підприємств) франчайзера, яке має свої особливості у порівнянні з іншими підприємствами, що здійснюють аналогічну діяльність. Саме притаманність франчайзеру особливих рис є основним мотивом участі у франчайзингових взаємовідносинах для потенційних франчайзі та підтвердженням реальної цінності об'єктів інтелектуальної власності франчайзера. Виділення підприємства франчайзера на фоні інших суб'єктів господарювання аналогічного профілю в роботі А. Цират [1] дістало назву «індивідуалізації» франчайзера. Слід підкреслити, що при цьому автор виділяє зовнішню виражену та внутрішню індивідуалізацію. Елементами зовнішньо вираженої індивідуалізації підприємства франчайзера є його торговельна марка, торговельні символи, логотипи, особливий інтер'єр торговельних приміщень, форма одягу обслуговуючого персоналу тощо. Внутрішня індивідуалізація франчайзера проявляється через володіння ним особливими технологіями (виробництва продукції, виконання робіт, обслуговування споживачів), ноу-хау, певною системою ведення підприємницької діяльності. Ефективність франчайзингових відносин досягається лише в системі ведення підприємницької діяльності. Під останньою розуміють методи здійснення, починаючи зі знань вибору, оптимальних умов ведення діяльності, необхідної кількості найманих працівників найбільш ефективних способів рекламування продукції, і закінчуючи тим, як гнучко і своєчасно реагувати на зміни кон'юнктури ринку [1]. Для реалізації вказаного важливе значення має предмет договору.

Під предметом договору франчайзингу розуміють передачу прав користування об'єктами інтелектуальної власності,

що формують індивідуалізацію франчайзера, іншому суб'єкта господарювання (франчайзі) [1, с. 13].

Отримуючи таке право, франчайзі, своєю чергою, зобов'язаний створити підприємство, характеристики якого відповідатимуть встановленим франчайзером стандартам та критеріям щодо його виду діяльності, розміру, зовнішнього та внутрішнього оформлення тощо. Виконання такого зобов'язання вимагає від франчайзі інвестування визначеної суми коштів, так як саме на нього припадають усі витрати (власних або позикових коштів), пов'язані зі створенням та забезпеченням функціонування франчайзингового підприємства.

Крім того, участь у франчайзингових взаємовідносинах ставить репутацію торговельної марки франчайзера в залежність не лише від рівня успішності його діяльності, а й від результатів діяльності франчайзингових підприємств його системи. Тому франчайзер є безпосередньо зацікавленим в ефективному функціонуванні кожного з підприємств його франчайзі. Слід підкреслити, що відносини франчайзингу не обмежуються для нього лише передачею на користь франчайзі прав користування об'єктами інтелектуальної власності, а передбачають також надання для нього комплексу послуг із метою сприяння успішній діяльності франчайзингового підприємства.

До таких послуг відносяться: навчання франчайзі та його персоналу методам діяльності франчайзера (у формі навчальних курсів, семінарів, тренінгів, конференцій тощо); консультативної підтримки франчайзі впродовж всього терміну дії франчайзингового договору, що передбачає надання рекомендацій з подолання складнощів, що виникають в діяльності франчайзингового підприємства; інших форм сприяння успішній діяльності франчайзингового підприємства (допомога в поставці необхідного обладнання, отриманні кредиту на вигідних умовах, придбання необхідних матеріалів зі знижками, проведення аудиторської перевірки діяльності франчайзингового підприємства тощо) [2].

Важливо підкреслити, що хоча франчайзингове підприємство є власністю франчайзі, разом із тим незалежність у прийнятті рішень франчайзі щодо окремих аспектів діяльності його підприємства обмежується стандартами та критеріями, що встановлюються франчайзером. Такі стандарти і критерії, як правило, стосуються якості виготовлених товарів та наданих послуг, зовнішнього та внутрішнього оформлення приміщень франчайзингового підприємства, режиму діяльності, асортиментної політики тощо.

У зв'язку з цим дотримання франчайзі встановлених правил ведення підприємницької діяльності франчайзер згідно з умовами франчайзингового договору має право контролювати діяльність франчайзі та вказувати напрям її коригування. Контроль та регулювання діяльності франчайзі направлені на досягнення однієї з цілей франчайзингових відносин – досягнення відповідності підприємства франчайзі необхідному єдиному зразку всієї системи підприємств, що використовують аналогічну франшизу. Незважаючи на наявність вказаних адміністративних елементів, франчайзі все ж є незалеж-

ною від франчайзера особою. Незалежність франчайзі проявляється, зокрема, в самостійному наймі персоналу, розпорядженні власними засобами тощо. Адміністрування з боку франчайзера направлено винятково на охорону своєї інтелектуальної власності та ділової репутації [3].

В обмін на отримання від франчайзера права користування його об'єктами інтелектуальної власності, послуг та матеріальних цінностей, що разом формують франчайзинговий пакет, франчайзі, як правило, зобов'язується виплатити грошову винагороду визначеного розміру. Зазвичай така винагорода сплачується у формі початкового внеску при укладанні франчайзингової угоди та періодичних платежів, які сплачують протягом всього терміну її дії.

Особливістю для участі у франчайзингових відносинах франчайзі є те, що необхідно інвестувати значну суму коштів, які спрямовують на реалізацію проекту створення франчайзингового підприємства, а також сплату початкового внеску на користь франчайзера. Враховуючи те, що франчайзі повинен створити підприємство, яке б відповідало вимогам франчайзера щодо його оформлення, технологічного озброєння тощо, то можна стверджувати, що витрати франчайзі на створення франчайзингового підприємства можуть навіть перевищувати витрати на створення типового підприємства аналогічних профілю та розміру, адже, як правило, вимоги франчайзера, який є успішно функціонуючою компанією і дбає про збереження своєї репутації, є досить суворими. Необхідність суттєвих інвестицій від франчайзі для участі у франчайзингових відносинах можна підтвердити даними щодо вартості входження в деякі франчайзингові мережі, франшизи яких пропонувалися до продажу в Україні у 2011 році (табл. 1).

Як видно з наведених у табл. 1 даних, повна вартість входження в мережу (без вартості приміщення) коливається від \$15 тис. до \$200 тис. і більше. Причому вартість входжен-

ня у мережу (без вартості приміщення) коливається від профілю діяльності мережі та країни походження франчайзера. Так, по громадському харчуванню вартість входження в мережу найвища в Росії, більше \$200 тис., децю нижчою є вартість у Німеччині \$120–150 тис., та в Україні в мережі «Два гуся» – більше \$150 тис.. Значно меншими є витрати по торгівлі одягом та взуттям. Дослідивши процес формування та реалізації відносин франчайзингу з метою його узагальнення, побудуємо відповідну модель (рис. 1).

Представлена модель дозволяє заключити, що франчайзингові відносини є більш широкими і включають в себе ряд елементів інших видів економічних відносин, зокрема ліцензування, передачі ноу-хау, дилерства, інвестування, спільної діяльності, оренди, купівлі–продажу, надання послуг тощо.

Оцінюючи зміст франчайзингових відносин, слід звернути увагу на подібність франчайзингу з ліцензуванням. Слід підкреслити, що найбільш чітко виражена подібність з ліцензуванням, оскільки саме надання прав (ліцензій) на використання об'єктів інтелектуальної власності франчайзера є предметом франчайзингового договору. Незважаючи на те що права користування об'єктами інтелектуальної власності є одним з основних елементів відносин франчайзингу, існує кілька відмінностей щодо змісту між ліцензуванням та франчайзингом, які не дозволяють ототожнювати ці два види економічних взаємовідносин.

Одна з таких відмінностей полягає у притаманності відносинам франчайзингу більш тісної співпраці їх учасників, порівняно із взаємодією сторін договору ліцензування.

Ліцензіар не ставить перед собою мету навчити ліцензіата методам підприємницької діяльності, яку він здійснює. Його метою є навчити використовувати предмет ліцензії. Здійснивши це, ліцензіар не цікавиться тим, як ведеться підприємницька діяльність ліцензіатом. Єдине, що його цікавить, – це правильне використання предмету ліцензії і своє-

Таблиця 1. Вартість входження в окремі франчайзингові мережі, франшизи яких пропонувалися у 2011 році до продажу в Україні

№ з/п	Найменування торговельної марки франчайзингової мережі	Профіль діяльності франчайзингової мережі	Країна походження франчайзера	Повна вартість входження в мережу (без вартості приміщення), \$ тис.	
1	МакСмак	Громадське харчування	Україна	60–150	
2	Піца Челентано			80–120	
3	Картопляна хата			100	
4	Нью-Йорк-Стріт Піца			50 і більше	
5	ДеМанджаро			70 і більше	
6	Два гуся			150 і більше	
7	Піріжкова хата			45 і більше	
8	Гриль-Мастер			Німеччина	120–150
9	Карлз Дж.			США	35 і більше
10	Сабвей			США	100
11	Восточный базар			Росія	200 і більше
12	Сенсус	Торгівля	Україна	20–40	
13	Євромода	одягом	Росія	50	
14	Монарх	Торгівля	Канада	20 і більше	
15	Еконіка	взуттям	Росія	15–20	
16	Фар Вест	Виробництво будівельних лакофарбових матеріалів	США	40–100	



Рисунок 1. Схематична модель формування та реалізації франчайзингових відносин

часна виплата належних йому роялті. Франчайзер, своєю чергою, є зацікавленим у веденні франчайзі прибуткової та ефективної підприємницької діяльності, оскільки результати такої діяльності безпосередньо впливають на його ділову репутацію та репутацію кожного з учасників його франчайзингової системи [4].

Такі різні цілі франчайзера та ліцензіара свідчать про вищий ступінь впливу франчайзера на франчайзі, ніж ліцензіара на ліцензіата, що проявляється у встановленні франчайзером стандартів та критеріїв стосовно різних аспектів діяльності франчайзі, контролю їх виконання та діяльності франчайзі загалом, наданні постійної консультаційної підтримки для франчайзі впродовж всього терміну дії франчайзингової угоди. З огляду на це рівень успішності діяльності франчайзі на відміну від ліцензіата значною мірою залежатиме від вміння франчайзера проводити ефективну роботу з операторами своєї системи. Існують і інші відмінності між франчайзингом та ліцензуванням, що полягають у тому що:

- предметом ліцензування, як правило, є один або кілька об'єктів інтелектуальної власності, тоді як предметом франчайзингових відносин є вся «бізнес-система» франчайзера (технології, ноу-хау, промислові зразки, права користування торговельною маркою, торговельним найменуванням тощо);

- ліцензіатом зазвичай є фінансово стабільне підприємство, яке позитивно зарекомендувало себе на ринку, тоді як франчайзі, як правило, це підприємець, що має намір розпочати власну справу, або мале підприємство, яке бажає працювати під відомою на ринку торговельною маркою та при сприянні з боку досвідченої компанії;

- ліцензіат, отримавши право користування предметом ліцензії, практично не має можливості користуватися результатами подальших досліджень і розробок ліцензіара,

тоді як франчайзі згідно з умовами франчайзингової угоди має можливість (або зобов'язаний) користуватися новими розробками свого франчайзера;

- ліцензіат може передати свою ліцензію третій особі, повідомивши (а інколи і не повідомляючи) про це ліцензіара, тоді як франчайзі не має права передати право користування придбаною ним франшизою третій особі без згоди франчайзера;

- термін дії ліцензійних угод, як правило становить 16–20 років, тоді як франчайзингові угоди зазвичай укладаються на 5–10 років із можливістю подальшого продовження терміну їх дії [5].

Інколи мережу франчайзингових підприємств розглядають як аналогію дилерській мережі. Вивчення особливостей взаємовідносин у цих двох типах мереж дозволяє стверджувати, що елементи дилерства присутні у відносинах франчайзингу, однак лише у випадку, коли має місце товарний франчайзинг, який передбачає обов'язок франчайзі закуповувати товари у франчайзера з метою їх подальшої реалізації. Подібно до дилера франчайзі отримує від франчайзера товар, оплачує його та реалізовує, як правило, вже кінцевим споживачем.

Однак між дилерством та товарним франчайзингом існують окремі відмінності. Так, на відміну від дилерських договорів у рамках угод товарного франчайзингу зумовлені: обов'язком франчайзі використовувати торговельну марку франчайзера як виключну торговельну марку його підприємства та дотримуватись встановлених франчайзером технології торгівлі, особливої системи обслуговування покупців, стилю оформлення торговельних приміщень тощо; обов'язком франчайзера сприяти успішній діяльності франчайзі шляхом надання йому консультацій, проведення навчання, сприяння в поставці необхідного для торговельних приміщень обладнання тощо; правом франчайзера на контроль за діяль-

ністю франчайзі та надання вказівок щодо виправлення вилучених недоліків роботи. Інша суттєва відмінність між дилерством та франчайзингом полягає у формі отримання виробником товарів прибутку від їх реалізації. У випадку збуту товарів через мережу дилерів прибуток виробника включається до ціни, за якою він реалізовує свої товари дилерам. Дилери, своєю чергою, збувають ці товари за ціною, в яку включений і їх власний прибуток. При реалізації товарів через мережу франчайзингових підприємств прибуток франчайзера від їх виробництва та збуту може бути включений як до ціни, за якою франчайзі купує товари у франчайзера, так і до періодичних відрахувань франчайзі, що зазвичай встановлюються у вигляді відсотку від обсягів реалізації останнього і включають в себе також оплату послуг франчайзера і права користування його об'єктами інтелектуальної власності.

Участь франчайзера у доходах франчайзі є однією з тих рис франчайзингу, які зумовлюють його подібність з іншим видом економічного співробітництва – спільною діяльністю. Наявність елементів спільної діяльності у франчайзингових взаємовідносинах підтверджується спільною метою франчайзера та франчайзі, яка полягає у забезпеченні ефективної діяльності франчайзингового підприємства, підвищенні репутації торговельної марки франчайзера. Внеском франчайзера у спільну діяльність є об'єкти його інтелектуальної власності, консультаційна, рекламна та інші види підтримки франчайзингового підприємства. Франчайзі, своєю чергою, для досягнення спільної мети у створення і забезпечення функціонування франчайзингового підприємства вносить матеріальні активи та власні зусилля. Результатами спільних дій франчайзера та франчайзі, як правило, є прибуткова діяльність франчайзингового підприємства та підвищення репутації торговельної марки франчайзера. В разі невдалої співпраці учасників франчайзингових відносин погіршення репутації торговельної марки завдає збитків обом сторонам угоди франчайзингу.

Однак, як підкреслює М. Зархін, на відміну від спільної діяльності франчайзингова форма співробітництва не передбачає участі франчайзера у збитках франчайзингового підприємства. Більше того, у випадку стягнення франчайзером періодичних платежів із франчайзі у вигляді фіксованої суми або відсотку від обсягів реалізації продукції франчайзингового підприємства, франчайзі змушений буде перераховувати на користь франчайзера платежі навіть у випадку збитковості діяльності його франчайзингового підприємства [6].

Слід підкреслити, що крім ліцензування, дилерства та спільної діяльності у франчайзингових відносинах мають місце елементи й інших форм економічного співробітництва. Так, у роботі А. Цират [1] розкривається певна аналогія між договором франчайзингу та договорами про передачу ноу-хау, надання послуг, інвестиційним, членським, оренди, поставки, комісії.

Отже, результати проведеного порівняння франчайзингу з іншими формами економічного співробітництва, дозволяють нам зробити висновок, про те, що франчайзингом відносинам властивий комплексний характер. І саме ком-

плексність, вважаємо, слід відносити до характерних (сутнісних) рис франчайзингу.

З огляду на це вважаємо за доцільне органам державної влади враховувати комплексний характер франчайзингу в процесі розроблення законодавчої бази франчайзингових відносин, зокрема, включивши його до нормативних актів, що регулюватимуть відносини франчайзингу, положень, які дозволятимуть визнавати франчайзинговими ті взаємовідносини сторін, що опосередковані низкою інших відповідних договорів. Це дозволить запобігти уникненню суб'єктами господарювання спеціальних норм законодавчого регулювання відносин франчайзингу.

У вітчизняній практиці підприємництва існують випадки, коли замість єдиного договору франчайзингу сторони укладають ряд окремих договорів, зокрема договорів купівлі-продажу, надання послуг, надання прав користування об'єктами інтелектуальної власності, оренди тощо.

Відомо, що формування та розвиток франчайзингових відносин підприємств, як і будь-який інший економічний процес, відбувається під впливом певних чинників. Враховуючи, що згідно з Новим тлумачним словником української мови [7] чинник визначається як умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу, що визначає його характер або одну з його основних рис, під чинниками формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств пропонується розуміти рушійні сили, які впливають на процес формування та здійснення взаємовідносин франчайзингу між суб'єктами підприємницької діяльності.

Чинники, що визначають особливості процесу формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств, пропонується класифікувати за ознакою середовища впливу на: зовнішні та внутрішні.

Особливості впливу чинників зовнішнього середовища на функціонування та взаємовідносини суб'єктів господарювання досить повно розкриті у наукових працях, присвячених проблемі менеджменту організацій, а тому не вимагають окремого розгляду в контексті відносин франчайзингу [8].

Однак щодо внутрішніх чинників, то характер їх впливу безпосередньо залежить від дій сторін франчайзингової угоди і вимагає ретельного дослідження з метою пошуку шляхів оптимізації такого впливу на формування та розвиток відносин франчайзингу.

Дослідження основних аспектів франчайзингу науковцями дозволило визначити основні внутрішні чинники формування й розвитку франчайзингових відносин підприємств, які об'єднано в чотири групи: економіко-фінансові, організаційні, технологічні, соціально-психологічні (табл. 2).

Аналіз особливостей організаційних, технологічних та соціально-психологічних чинників дозволяє вказати на очевидність бажаного їх стану для формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств. Так, зокрема, формуванню й розвитку відносин франчайзингу сприятимуть достатнє наповнення франчайзингового пакета, високий

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 2. Внутрішні чинники формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств

Групи чинників	Зміст чинників
1	2
Економіко-фінансові	<ul style="list-style-type: none"> розмір та структура франчайзингової винагороди; обсяг початкових вкладень капіталу у створення франчайзингового підприємства (для франчайзі), в організацію франчайзингової системи (для франчайзера); економічні результати участі у франчайзингових відносинах
Організаційні	<ul style="list-style-type: none"> склад франчайзингового пакета; термін дії франчайзингової угоди; рівень захищеності об'єктів інтелектуальної власності франчайзера відповідними охоронними документами (патентами, сертифікатами, свідоцтвами); форми підтримки франчайзером діяльності франчайзі тощо
Технологічні	<ul style="list-style-type: none"> рівень відповідності технологій виробництва продукції, виконання робіт? надання послуг франчайзера сучасним досягненням науки та техніки? рівень апробованості системи ведення підприємницької діяльності франчайзера; рівень ексклюзивності технологій та системи ведення підприємницької діяльності франчайзера тощо
Соціально-психологічні	<ul style="list-style-type: none"> репутація підприємства франчайзера на споживчому ринку; ступінь взаємного сприйняття ділових поглядів, цілей та цінностей сторонами франчайзингових відносин; етика ділових відносин сторін франчайзингової угоди; система морального стимулювання франчайзі з боку франчайзера тощо

рівень захищеності об'єктів інтелектуальної власності франчайзера охоронними документами, тривалий термін дії франчайзингової угоди, відповідність сучасним вимогам, апробованість та ексклюзивність технологій та системи ведення підприємницької діяльності франчайзера, позитивна репутація торговельної марки франчайзера на ринку тощо.

Оцінка економіко-фінансових чинників щодо їх впливу на формування та розвиток франчайзингових відносин підприємств свідчить про їх суперечливий характер (табл. 3).

Так, для франчайзера істотним стимулом для створення та розширення франчайзингової системи є високий розмір франчайзингової винагороди, в той час як для франчайзі

заохоченням до участі у відносинах франчайзингу є низький розмір винагороди.

На початковому етапі освоєння ринку підприємства, що розпочинають створювати франчайзингову мережу, як правило, встановлюють досить невелику плату за участь у франчайзингових відносинах для того, щоб залучити якомога більше франчайзі. У міру проникнення на ринок франчайзер може підвищувати розмір плати, обґрунтовуючи це підвищенням репутації його торговельної марки, зниженням підприємницького ризику франчайзі.

Розмір початкових вкладень капіталу франчайзера в організацію франчайзингової системи формують за рахунок

Таблиця 3. Характеристика економіко-фінансових чинників формування й розвитку франчайзингових відносин підприємств

Економіко-фінансові чинники формування й розвитку франчайзингових відносин підприємств	Характер впливу чинників на формування й розвиток франчайзингових відносин підприємств	
	для франчайзера визначає:	для франчайзі визначає:
1	2	3
Розмір франчайзингової винагороди	<ul style="list-style-type: none"> економічну ефективність проекту створення та забезпечення діяльності франчайзингової системи 	<ul style="list-style-type: none"> фінансову спроможність потенційного франчайзі брати участь у відносинах франчайзингу та економічну ефективність проекту створення та забезпечення діяльності франчайзингового підприємства
Структура франчайзингової винагороди (питома вага першопочаткового внеску та періодичних відрахувань у складі винагороди)	<ul style="list-style-type: none"> ступінь ризику недоотримання очікуваного розміру винагороди 	<ul style="list-style-type: none"> фінансову спроможність потенційного франчайзі стати учасником франчайзингової мережі
Обсяг початкових вкладень капіталу франчайзера в організацію франчайзингової системи	<ul style="list-style-type: none"> фінансову спроможність потенційного франчайзера брати участь у відносинах франчайзингу та економічну ефективність проекту створення та забезпечення діяльності франчайзингової системи 	<ul style="list-style-type: none"> кількісну та якісну сторону форм підтримки діяльності франчайзі з боку франчайзера, рівень апробованості франшизи тощо
Обсяг початкових вкладень капіталу франчайзі у створення франчайзингового підприємства	<ul style="list-style-type: none"> здатність франчайзингового підприємства підтримувати та покращувати імідж франчайзера на споживчому ринку 	<ul style="list-style-type: none"> фінансову спроможність потенційного франчайзі стати учасником франчайзингової мережі та економічну ефективність проекту створення та забезпечення діяльності франчайзингового підприємства
Економічні результати участі у франчайзингових відносинах	<ul style="list-style-type: none"> рівень пріоритетності створення франчайзингової системи порівняно із альтернативними способами розширення діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> рівень пріоритетності створення франчайзингового підприємства порівняно із альтернативними способами вкладення капіталу

його витрат на комплектацію франчайзингового пакета, апробацію франшизи, пошук франчайзі, створення системи професійно-технічного навчання франчайзі тощо. Як зазначає Я. Мюррей, такі витрати франчайзер здійснює до того, як отримає дохід від покупців його франшизи. Більше того, на початкових етапах формування франчайзингової мережі надходження від франчайзі будуть досить незначними. Тому франчайзер має володіти суттєвим оборотним капіталом для того, щоб забезпечувати функціонування мережі, поки вона не досягне точки беззбитковості [9].

Таким чином, для потенційних франчайзерів, які не володіють достатньою сумою вільних коштів, величина початкових вкладень капіталу в організацію франчайзингової системи може стати суттєвою перешкодою для участі у франчайзингових відносинах. Разом із тим потенційні франчайзі схильні до співпраці із франчайзерами, які вкладають значні суми коштів у розвиток франчайзингової системи, оскільки це забезпечує високу якість навчальних, консультативних та інших послуг, що ними надаються, достатню апробованість їх франшизи тощо.

Аналогічним чином франчайзери, дбаючи про репутацію своєї торговельної марки, зацікавлені у співпраці з тими франчайзі, які готові вкласти достатню суму коштів у створення франчайзингового підприємства, що відповідатиме усім вимогам франчайзера щодо зовнішнього оформлення, технологічного озброєння тощо. Разом із тим високий розмір початкових вкладень капіталу в створення франчайзингового підприємства може бути перешкодою до входження у франчайзингову мережу для значної частини потенційних франчайзі.

Суперечливість характеру впливу на формування й розвиток франчайзингових відносин підприємств іншого чинника – економічних результатів участі у відносинах франчайзингу – полягає у тому, що покращення значень окремих показників, що характеризують результативність франчайзингової діяльності, для однієї із сторін франчайзингової угоди можливе за рахунок погіршення значень аналогічних показників для іншої сторони. Так, наприклад, зростання індексу прибутковості участі у франчайзингових відносинах для франчайзера за рахунок підвищення ставки періодичних відрахувань зумовлює зниження цього показника для франчайзі. Така залежність між значеннями окремих показників, що характеризують економічні результати участі підприємств у франчайзингових відносинах, пов'язана із наявністю зустрічних потоків матеріальних та нематеріальних цінностей між франчайзером та франчайзі.

Таким чином, для стимулювання розвитку франчайзингових відносин підприємств конкретний стан економіко-фінансових чинників повинен носити компромісний характер, тобто враховувати інтереси обох сторін взаємовідносин франчайзингу. З огляду на це процес прийняття рішень, що зумовлюють той чи інший стан економічних чинників, має ґрунтуватися на ретельному економічному аналізі можливих наслідків таких рішень для обох сторін франчайзингових відносин.

Висновки

За результатами проведеного дослідження особливостей франчайзингу як виду підприємницької діяльності слід заключити, що:

1. Однією з сучасних тенденцій розвитку української економіки є дедалі ширше використання вітчизняними суб'єктами господарювання франчайзингової форми організації підприємницької діяльності, що значною мірою зумовлено зарубіжним досвідом ефективного функціонування підприємств в умовах франчайзингових відносин.

2. В основі формування відносин франчайзингу лежить налагодження співпраці щонайменше між двома суб'єктами підприємницької діяльності (франчайзером та франчайзі), спільною метою яких є розширення меж визнання власної торговельної марки (ціль франчайзера) та отримання гарантованих прибутків (ціль франчайзі).

3. Франчайзингові відносини є більш широкими і включають в себе ряд елементів інших видів економічних відносин, зокрема, ліцензування, передачі ноу-хау, дилерства, інвестування, спільної діяльності, оренди, купівлі-продажу, надання послуг тощо. Однак крім подібних рис франчайзинг має і відмінності.

4. Подібність франчайзингу найчіткіше виражена з ліцензуванням, оскільки саме надання прав (ліцензій) на використання об'єктів інтелектуальної власності є предметом франчайзингового договору, однак існують відмінності, які не дозволяють ототожнювати ці два види економічних відносин.

5. Помилковим є розгляд мережі франчайзингових підприємств як аналогії дилерській мережі, тому що елементи дилерства присутні у відносинах франчайзингу лише у випадку, коли має місце товарний франчайзинг.

6. Наявність елементів спільної діяльності у франчайзингових взаємовідносинах, що зумовлено участю франчайзера у доходах франчайзі крім подібності, має відмінності, оскільки франчайзингова форма співробітництва не передбачає участі франчайзера у збитках франчайзингового підприємства.

7. Комплексний характер франчайзингу потребує врахування комплексності органами влади у нормативних актах.

Реалізація всіх вимог франчайзингу в Україні та удосконалення форм його прояву дозволить підняти ефективність вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Цират А.В., Кривонос Е.А. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь. – К.: Ассоциация франчайзинга, 2004. – 72 с.
2. Дельтей Ж. Франчайзинг / Пер. с франц. под ред. В.И. Черенкова. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2011. – 128 с.
3. Деев А. Франчайзинговий фаст-фуд // Компаньон. – 2012. – №26 (282). – С. 45–47.
4. Бойчук І. Доцільність розвитку франчайзингової системи співробітництва в Україні // Регіональна економіка. – 2011. – №3. – С. 251–255.

5. Клебанова Т.С., Раевнева Е.В. Теория экономического риска: Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины. – Х.: Издательский Дом «ИНЖЕК», 2007. – 156 с.

6. Зархин М. Практика франчайзинга. Преимущества и недостатки // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 7–8 (71–72). – С. 37–40.

7. Новый тлумачний словник української мови: У 3 т. / Укладачі: В. Яременко, О. Сліпушко. – К.: Видавництво «Аконіт», 2001. – Т. 3. – 864 с.

8. Керпель А. «Брак по расчету», или Снова о франчайзинге // Торговое дело. – 2006. – №3. – С. 8–10.

9. Мюррей Я. Франчайзинг / Пер. с англ. к.э.н. К. Любимова. – СПб.: Питер. 2011. – 144 с.

М.М. ПЕРУНОВ,
аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну

Системний підхід до розробки управлінських рішень стосовно індексів промислової продукції за видом діяльності легка промисловість

У статті представлено опис системи розробки управлінських рішень з регулювання показника ефективності – індексу промислової продукції за видом економічної діяльності легка промисловість.

Ключові слова: легка промисловість, управлінські рішення, індекси, прогнози, кореляція.

В статье рассмотрена система разработки управленческих решений по регулированию показателя эффективности – индекса промышленной продукции по виду экономической деятельности легкая промышленность.

Ключевые слова: легкая промышленность, управленческие решения, индексы, прогнозы, корреляция.

The article describes the development of management decisions on regulation of performance indicators – index of industrial production by type of economic activity the light industry.

Keywords: light industry, management decisions, indexes, predictions correlation.

Постановка проблеми. Для розробки планів розвитку виробництва продукції за видом діяльності легка промисловість потрібно визначити фактори, від яких залежить показник індексів промислової продукції у сфері легкої промисловості та вплив кожного фактора на показник. Це можливо зробити за допомогою застосування економетричного моделювання та системного підходу.

За ринкових умов у плані розвитку економіки країни частка директивних важелів впливу на суб'єкт економіки зменшується, тому що суб'єкт господарювання має обирати стратегію свого розвитку в напрямі поставлених державою цілей з урахуванням дій ринку [2]. Обов'язковими мають залишатися загальнодержавні норми і нормативи, регульовані ціни, дозволи на деякі види діяльності і квоти на виробництво окремих видів продукції [2]. Велике значення при розробці програм має статистична обробка даних за минулий період діяльності

суб'єктів господарювання, але вона має допоміжне значення при отриманні управлінських рішень [1]. При розробці стратегії розвитку економіки за видом економічної діяльності потрібно враховувати територіальні умови виробництва, тому що там є особливості соціального та економічного характеру [3]. В монографії [4] зазначається, що управління – це велика галузь, яка стосується будь-якого аспекту управління і включає фінансування та облік, стратегічне і оперативне управління, організацію структури, управління робочими зв'язками, самоврядування. В книгах [5], [6] визначаються основні поняття та методи математичного програмування, які використовуються при обробці статистичних даних із метою дослідження економічних систем за системним підходом. У методологічних аспектах прогнозування науково-технічного прогресу [9] зазначається, що основою наукового передбачення і прогнозування в будь-якій сфері діяльності є знання об'єктивних законів розвитку і механізму їхньої дії в різних історичних умовах.

Мета статті – розробити систему розрахунку впливу факторів на показник індексів промислової продукції за видом діяльності легка промисловість, а також методів отримання прогнозів на основі економетричного моделювання.

Виклад основного матеріалу. Виробництво продукції легкої промисловості відбувається в конкретних економіко-історичних та природних умовах. Обсяг виробництва залежить від багатьох факторів: ціни на продукцію, капітальних інвестицій, кількості інноваційно активних підприємств, величини заробітної плати працівників, кількості найманих працівників та інших. Для отримання планів розвитку легкої промисловості потрібно визначити прогнози виробництва продукції, а з цією метою потрібно провести аналіз факторів та умов виробництва і збуту продукції. Основні етапи прогнозування – це визначення ретроспективних даних моделювання і розрахунку. Спочатку визначаються цілі та завдання прогнозування, обсяги ретроспективи та умови виробництва.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Уже на першому етапі формується зміст функціонування легкої промисловості: визначення показників, перелік обмежень, мета дослідження, перелік основної інформації та терміни прогнозування.

На другому етапі обирається метод моделювання економічного процесу – визначення індексів виробництва продукції легкої промисловості.

На третьому етапі проводяться розрахунки прогнозів та аналіз отриманих результатів.

Алгоритм отримання управлінських рішень щодо визначення розвитку обсягів виробництва в легкій промисловості наведено на рис. 1.

Згідно з алгоритмом визначена мета: створити систему розробки управлінських рішень відносно можливостей збільшення показника z – індексу промислової продукції за видом діяльності легка промисловість (у відсотках до попе-

реднього року) [блок 1].

У відповідності до задач блоку 2 обрані такі фактори, від яких залежить показник:

V_1 – індекс цін виробників легкої промисловості (у відсотках до попереднього року);

V_2 – капітальні інвестиції у фактичних цінах в млрд. грн. у легку промисловість;

V_3 – кількість інноваційно активних підприємств у шт. у легкій промисловості;

V_4 – середньомісячна номінальна заробітна плата в легкій промисловості в грн.;

V_5 – середньомісячна кількість працівників у легкій промисловості в тис.

Згідно із задачею блоку 3 обрано термін ретроспективи 2001–2012 років.

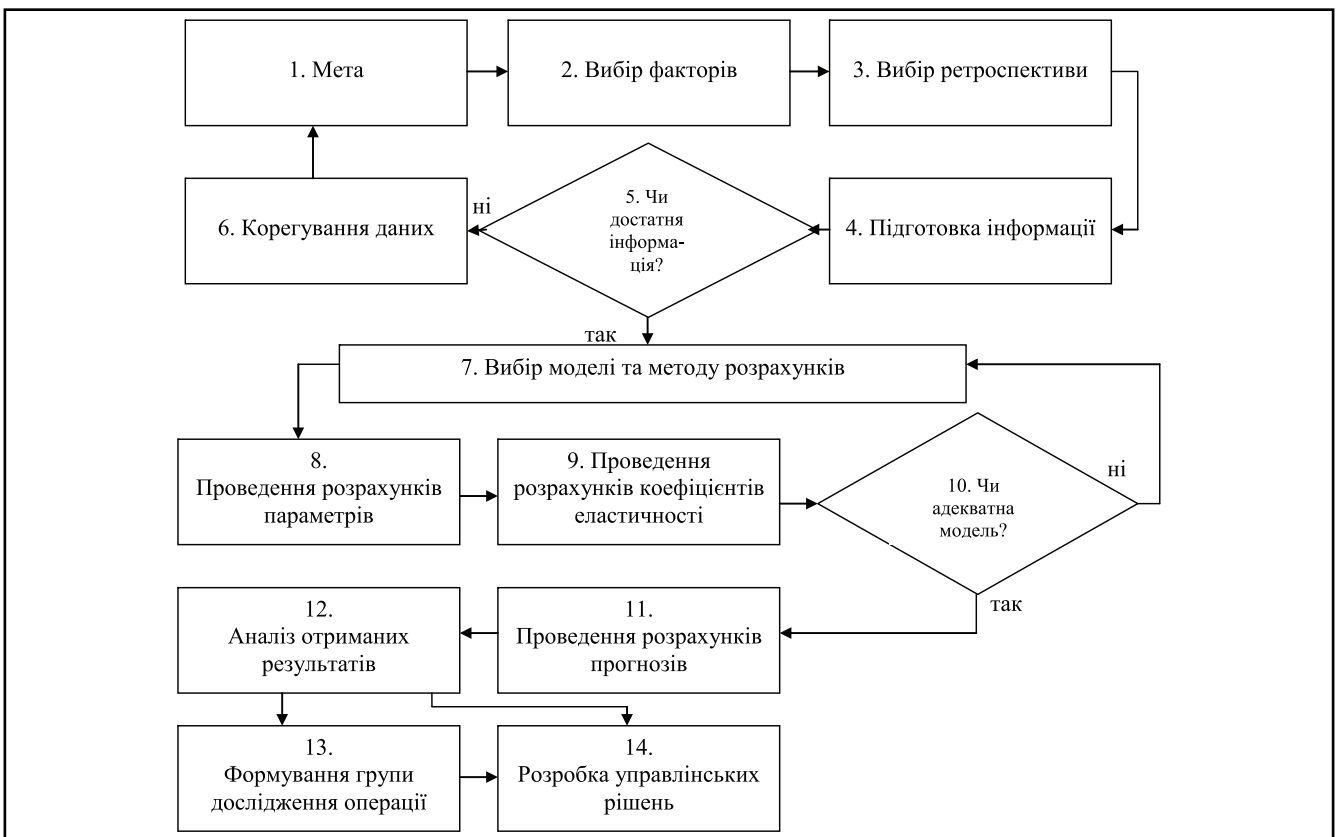


Рисунок 1. Схема алгоритму розробки управлінських рішень для розвитку легкої промисловості

Таблиця 1. Статистичні дані для легкої промисловості

Рік	V_1	V_2	V_3	V_4	V_5	V_6
2001	105,7	0,16	148	219	230	113,8
2002	102,1	0,15	210	259	186	100,4
2003	104,0	0,27	116	323	156	104,0
2004	105,6	0,36	77	422	150	113,6
2005	106,0	0,50	74	527	147	100,3
2006	103,8	0,41	53	653	133	98,1
2007	106,7	0,48	76	810	120	97,4
2008	111,1	0,44	66	1 015	108	89,4
2009	116,3	0,34	58	1 052	92	74,2
2010	111,2	0,45	63	1 338	97	108,9
2011	113,2	0,52	82	1 611	99	107,7
2012	103,6	0,43	81	1 751	97	94,5

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Згідно із задачею блоку 4 підготовлена інформація по показнику та факторах (табл. 1).

Згідно із задачею блоку 5 перевірено достатність підготовленої інформації.

Згідно із задачею блоку 7 обрано модель

$$z = a_0 + \sum_{i=1}^5 a_i V_i.$$

Згідно із задачею блоку 8 проведені розрахунки за методом найменших квадратів і отримані такі результати:

$$z = 56,3 - 0,28V_1 + 55,1V_2 + 0,005V_3 + 0,01V_4 + 0,35V_5,$$

відносна стандартна похибка дорівнює 2%.

Згідно із задачею блоку 9 проведено розрахунки коефіцієнтів еластичності по факторах:

$$E_1 = -0,3; E_2 = 0,21; E_3 = 0,005; E_4 = 0,07; E_5 = 0,5,$$

де E_i означає коефіцієнт еластичності по i -му фактору.

Значення коефіцієнтів еластичності характеризує ступінь впливу факторів на показник, тобто він показує, наскільки відсотків зміниться показник, якщо фактор зміниться на 1%. Такий розподіл коефіцієнтів еластичності зображений на рис. 2.

Згідно із задачею блоку 10 перевірено адекватність моделі: оскільки відносна стандартна похибка $H=2\%$ є малою, а коефіцієнти еластичності не суперечать економічному змісту, можна вважати, що отримана модель адекватно відображає досліджуваний процес.

Згідно із задачею блоку 11 проведено розрахунки прогнозів показника z на 2013 та 2014 роки, які наведені в табл. 2.

Згідно із задачею блоку 12 проведено аналіз отриманих результатів. Взаємозалежність між факторами та показником визначена розрахованою матрицею коефіцієнтів кореляції (табл. 3).

Аналізуючи дані по коефіцієнтах кореляції, можна зробити такі висновки:

- перший фактор V_1 має середню залежність від кожного іншого фактора V_2, V_3, V_4, V_5 та показника z , при цьому він має позитивну залежність від V_2, V_4 ;
- другий фактор V_2 має малу залежність від показника z і велику залежність від V_1, V_3, V_4, V_5 при цьому він має позитивну залежність від V_1, V_4 ;

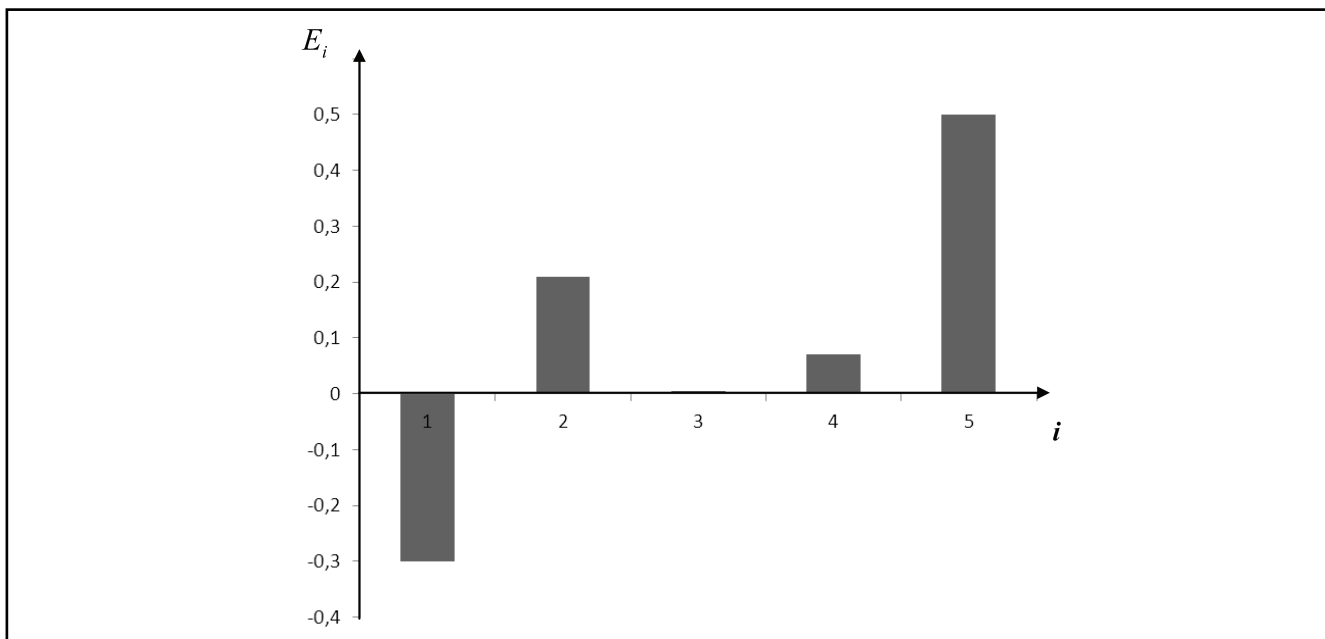


Рисунок 2. Значення коефіцієнтів еластичності по факторах

Таблиця 2. Прогнози індексу промислової продукції на 2013–2014 роки за видом діяльності легка промисловість

Рік	Фактори					Показник z
	V_1	V_2	V_3	V_4	V_5	
2013	100	0,2	90	1 850	95	90,5
2014	98	0,15	95	1 950	93	88,8

Таблиця 3. Матриця коефіцієнтів кореляції для показника та факторів у легкій промисловості

	V_1	V_2	V_3	V_4	V_5	z
V_1	1	0,4	-0,5	0,51	-0,59	-0,41
V_2	0,4	1	-0,81	0,66	-0,78	-0,15
V_3	-0,5	-0,81	1	-0,53	0,75	0,31
V_4	0,51	0,66	-0,53	1	-0,83	-0,28
V_5	-0,59	-0,78	0,75	-0,83	1	0,51

– третій фактор V_3 має малу залежність від показника z і середню залежність від V_1, V_2, V_4, V_5 при цьому він має позитивну залежність від V_5 та z ;

– четвертий фактор V_4 має малу залежність від показника z , середню залежність від V_1, V_2, V_3 і велику залежність від V_5 , при цьому він має позитивну залежність від V_1, V_2 ;

– п'ятий фактор V_5 має середню залежність від V_1, V_2, V_3, z і велику залежність від V_4 , при цьому він має позитивну залежність від V_3 та z .

Згідно з блоком 13 потрібно привести групу експертів для проведення аналізу діяльності легкої промисловості, яка розробить управлінські рішення.

Висновки

Створено систему розробки прогнозів і управлінських рішень для розвитку легкої промисловості за критерієм індексу промислової продукції для легкої промисловості на основі статичних даних і економетричних моделей.

Список використаних джерел

1. Бабак В.П. Статистична обробка даних // В.П. Бабак, А.Я. Білецький, О.П. Приставка, П.О. Приставка. Монографія. – Київ: «МІВВЦ», 2001. – 388 с.

2. Беседін В.Ф. Прогнозування і розробка програм // В.Ф. Беседін; методичні рекомендації. Міністерство економіки України, економічний інститут. – Київ, 2000, НДЕІ. – 468 с.

3. Голиков А.П. Стратегія регіонального розвитку // А.П. Голиков, Н.А. Казакова; монографія, Харків, ХНУ, 2008. – 179 с.

4. Дункан В. Керівництво з питань проектного менеджменту // Під ред. С.Д. Бушуєва. – Київ, Інститут проектного менеджменту, 2000. – 198 с.

5. Крушевський А.В. Економетрія // А.В. Крушевський, Д.П. Крушевська, О.А. Скляренко; науково-методичний посібник, Київ: ЦІП-ПО, 2005. – 172 с.

6. Крушевський А.В. Теорія систем і системний аналіз // А.В. Крушевський, Д.П. Крушевська, О.А. Скляренко, В.Є. Скляренко; Навч. посібник, Київ, ЕТУ, 2006. – 160 с.

7. Мартиненко В.П. Механізм ефективного функціонування промислових підприємств // В.П. Мартиненко; Зб. наук. праць «Формування ринкових відносин в Україні», №6, НДЕІ, Київ, 2009. – С. 89.

8. Статистичний щорічник України 2012 року // Державна служба статистики України, Київ, 2013. – 550 с.

9. Ямпольский С.М. Прогнозирование научно-технического прогресса // С.М. Ямпольский, В.А. Лисичкин; монографія, изд. «Экономика», М., 1974. – 207 с.

І.В. МОЛЧАНОВА,

с.н.с., Науково-дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку України

Сучасний стан та основні напрями розвитку нафтогазового комплексу України

У статті розглянуто розвиток нафтогазового комплексу України, його сучасний стан та визначені пріоритетні напрями розвитку. Проаналізовані обсяги геологорозвідувального та експлуатаційного буріння, запасів вуглеводнів, видобутку і споживання природного газу, нафти та конденсату, первинної переробки нафти та виробництва основних видів нафтопродуктів, транзиту природного газу і трубопровідного транспортування нафти.

Ключові слова: нафтогазовий комплекс, запаси, видобуток, споживання.

В статье рассмотрены развитие нефтегазового комплекса Украины, его современное состояние и определены приоритетные направления развития. Проанализированы объемы геологоразведочного и эксплуатационного бурения, запасов углеводородов, добычи и потребления природного газа, нефти и конденсата, первичной переработки и производства основных видов нефтепродуктов, транзита природного газа и трубопроводной транспортировки нефти.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, запасы, добыча, потребление.

The paper considers the development of oil and gas complex of Ukraine, its current state and priority directions of development. Analyzed the amount of exploration and development drilling, hydrocarbon reserves, production and consumption of natural gas, crude oil and condensate, primary processing and production of major petroleum products and natural gas transit pipeline transportation of crude oil.

Keywords: the oil and gas complex, reserves, production, consumption.

Постановка проблеми. Україна поступово інтегрується у світовий економічний простір. Це повною мірою стосується і нафтогазового комплексу, який відіграє важливу роль в економіці країни та зовнішній торгівлі.

Україна належить до країн із дефіцитом власних природних енергетичних ресурсів, задовольняючи потребу в природному газі за рахунок власного видобутку на 35%, у нафті – на 12–15%. Тому шляхи вирішення проблем нафтога-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

зового комплексу України, а також диверсифікація поставок енергоресурсів потребують подальшого вивчення, що обумовлює актуальність даної статті.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Процесам формування нафтогазового комплексу України і регулювання його розвитку на державному рівні присвячені роботи таких українських вчених-економістів, як С.М. Бевз [1], В.Г. Бурлака [2], Г.Г. Бурлака [3], А.С. Гальчинський [4], В.М. Гець [4], Г.Г. Матушевич [5], Б.З. Періашвілі [6], та інших фахівців у цій галузі.

Метою статті є дослідження сучасного стану та основних проблем розвитку нафтогазового комплексу України.

Виклад основного матеріалу. Важливе місце в реалізації інноваційної стратегії економічного зростання відводиться нафтогазовому комплексу, до складу якого входить нафтогазовидобувна, нафтопереробна та нафтогазотранспортна галузі.

Протягом останніх десятиліть відбувається велике виснаження і деградація нафтогазових родовищ, значно погіршу-

ються геологічні, технічні та економічні умови їхньої експлуатації. Сьогодні більше половини (57,0%) розвіданих запасів за своїми характеристиками відносяться до категорії важковидобувних. Їх подальше розроблення потребує застосування наукоємних і капіталоемних технологій. Світовий досвід показує, що ресурси певного виду палива в країні слід вважати освоєними, коли істотне нарощування обсягів видобутку вже є малоімовірним, а частка видобутого палива в потенційних ресурсах становить 25%. В Україні цю межу вже перейшло видобування природного газу (26,3% від потенційних ресурсів), а видобуток нафти наближається до цієї величини (22,2%) [7]. Значна освоєність ресурсів вуглеводневої сировини в Україні не дозволяє прогнозувати значне зростання її видобутку. Проблематичним є прогнозування відкриття в майбутньому унікальних або великих родовищ.

Зараз вживаються заходи щодо прискорення та підвищення ефективності робіт з освоєння ресурсів газу та нафти українського сектору акваторій Азовського та Чорного морів. Ук-

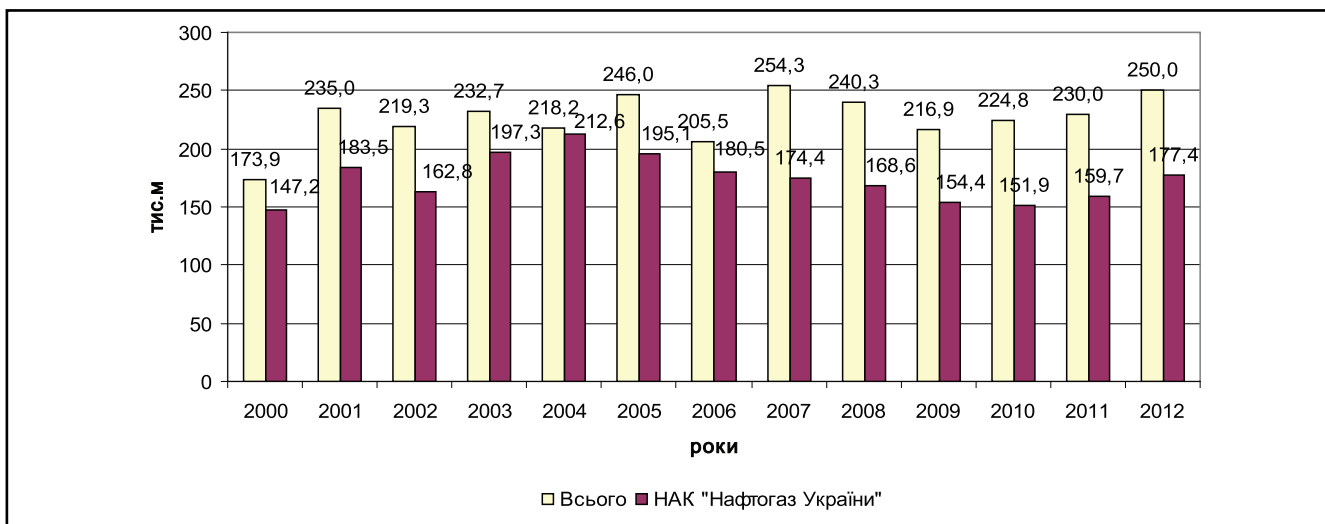


Рисунок 1. Обсяги геологорозвідувального буріння в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

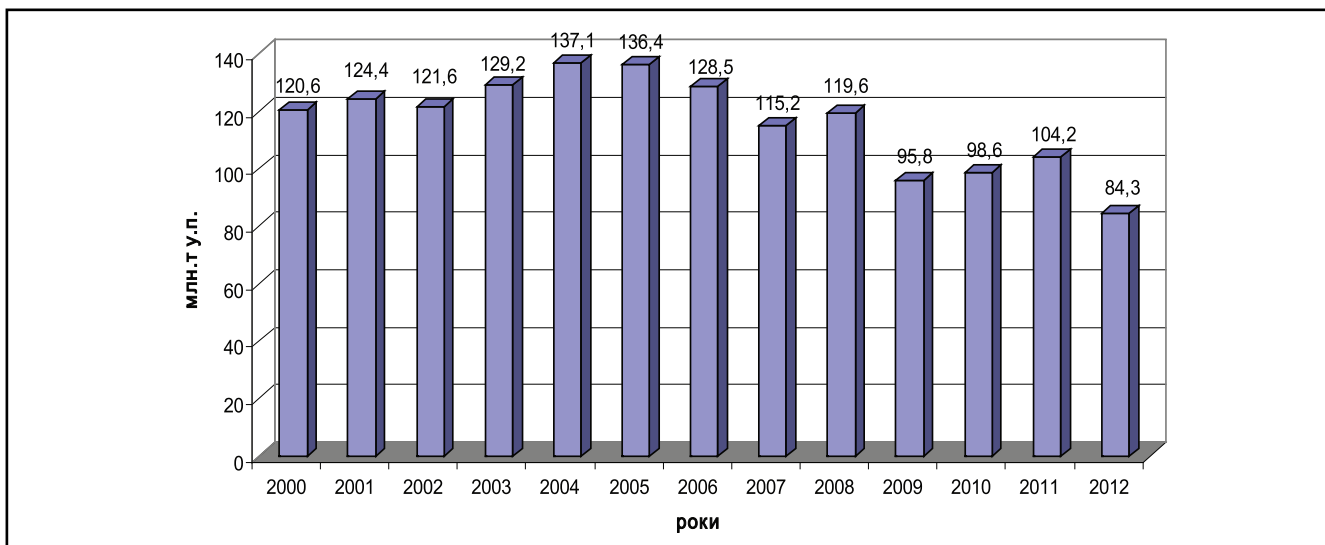


Рисунок 2. Динаміка приросту запасів вуглеводнів по Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

раїнський сектор Чорного та Азовського морів становить 133,7 тис. кв. км. Тут зосереджено майже 30% загальних запасів вуглеводнів в Україні. Але в зв'язку з низькою розвіданістю освоєність ресурсів не перевищує 4%.

За 2012 рік нафтогазовидобувні підприємства НАК «Нафтогаз України» виконували геологорозвідувальні роботи на 77 площах та родовищах у трьох нафтогазоносних регіонах України – Західному, Східному та Південному.

Обсяг пошуково-розвідувального буріння за рахунок власних коштів підприємств НАК «Нафтогаз України» становив 177,4 тис. м (рис. 1).

Закінчено будівництво 57 пошукових і розвідувальних свердловин, передано в експлуатацію 25 свердловин.

За результатами пошуково-розвідувальних робіт у 2010 році відкрито три нових родовища: Буцівське газове родовище у Львівській області, Східно-Калинківське нафтове родовище у Сумській області та Північно-Мигринське нафтогазове родовище у Луганській області. Відкрито нові про-

дуктивні поклади на восьми родовищах, що знаходяться в розвідці або розробці. Приріст запасів вуглеводнів промислових категорій становив 26,2 млн. т у.п. (рис. 2).

Підприємства НАК «Нафтогаз України» продовжували сейсмозвідувальні дослідження як на суші, так і на перспективних структурах шельфу Чорного моря. Обсяг експлуатаційного буріння становив 149,6 тис. м. Закінчено будівництво 50 експлуатаційних свердловин, передано в експлуатацію 88 свердловин (рис. 3).

Україна володіє значними доведеними запасами та потенційними ресурсами нафти та природного газу. Потенційні ресурси природного газу становлять 5,4 трлн. куб. м, газового конденсату – понад 400 млн. т, нафти – 850 млн. т.

Видобуток природного газу, газового конденсату та нафти в НАК «Нафтогаз України» здійснюють ДК «Укргазвидобування», ВАТ «Укрнафта» та ДАТ «Чорноморнафтогаз», на які припадає 92% видобутку нафти і конденсату та 91% видобутку газу в Україні.

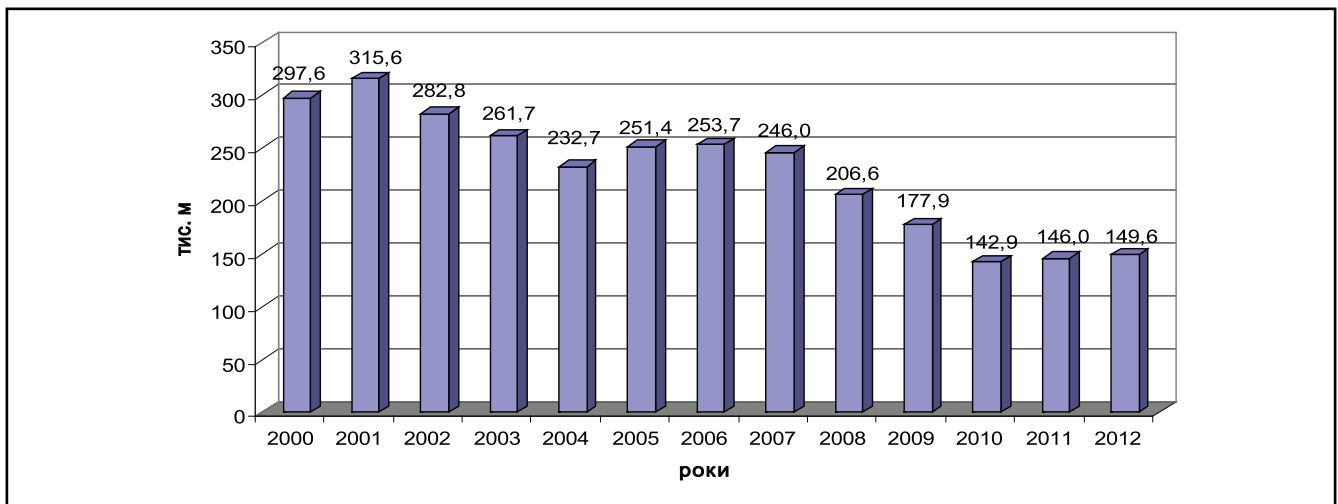


Рисунок 3. Обсяги експлуатаційного буріння в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

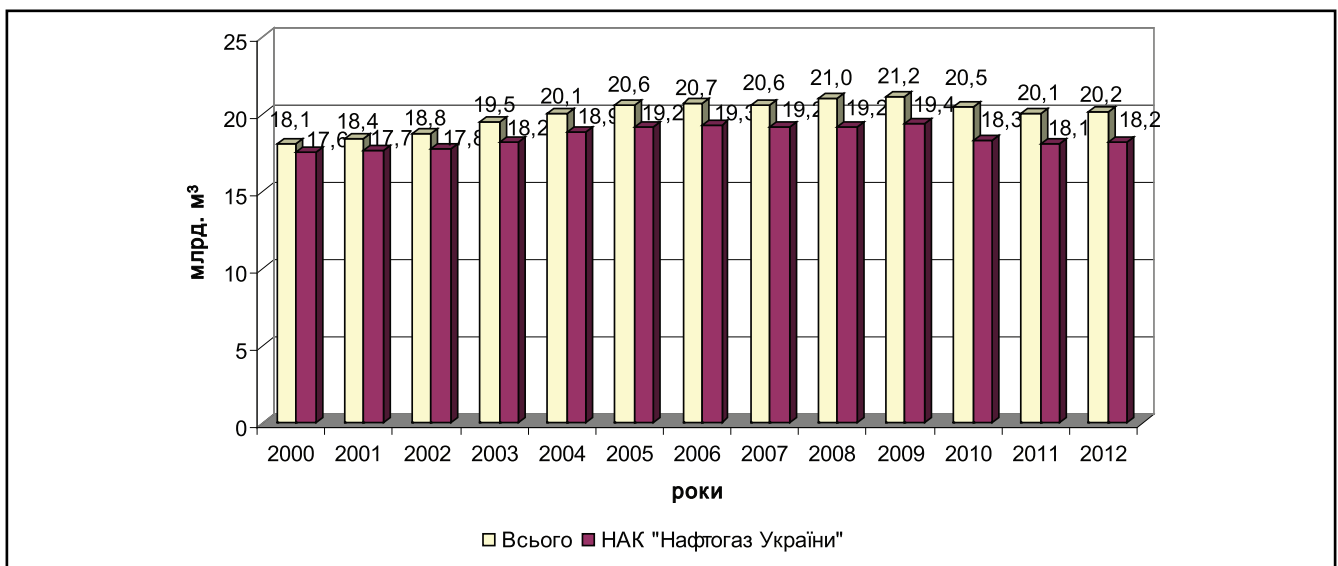


Рисунок 4. Видобуток природного газу в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємствами НАК «Нафтогаз України» експлуатуються 233 газових, нафтових, газоконденсатних та нафтогазоконденсатних родовищ. Значна частина з них знаходиться на завершальній стадії розробки і характеризується ускладненими геологічними та технологічними умовами експлуатації.

Видобуток природного газу в Україні протягом тривалого періоду скорочувався; у 1997–2000 роках видобуток стабілізувався на рівні 18 млрд. куб. м на рік, а за останні вісім років він зростає і у 2012 році становив 20,2 млрд. куб. м, у тому числі по НАК «Нафтогаз України» – 18,2 млрд. куб. м (рис. 4). Цього вдалося досягти за рахунок впровадження заходів з підвищення ефективності використання виробничої та ресурсної баз, введення в розробку нових родовищ та покладів.

Сьогодні частка нафти і газу в загальному балансі використання первинних енергоресурсів України становить близько 50%. Пріоритетним енергоресурсом є природний газ, частка якого в енергобалансі за останні роки становить 38–41%.

Протягом 2000–2009 років споживання природного газу дещо зменшилося (з 73,4 до 66,3 млрд. куб. м), а у кризовому 2009 році становило 51,9 млрд. куб. м. У 2012 році споживання природного газу в Україні становило 54,8 млрд. куб. м, що менше показника 2011 року на 7,6% (рис. 5).

Видобуток нафти та конденсату в Україні протягом 2000–2006 років зберігався на рівні 3,7–4,5 млн. т на рік. Протягом 2007–2012 років спостерігається стабільне зменшення видобутку нафти внаслідок декількох причин. По-перше, значна виснаженість запасів вуглеводнів на основних родовищах, по-друге, недостатні прирости розвіданих запасів. У 2012 році в Україні видобуто 3,4 млн. т нафти та конденсату (рис. 6).

Газотранспортна система України – найпотужніша у світі за обсягом транзиту природного газу через свою мережу, яка включає 39,8 тис. км газопроводів, у тому числі 14 тис. км діаметром 1020–1420 мм, 74 компресорні станції (112 компресорних цехів) загальною потужністю 5450 МВт, 13 пі-

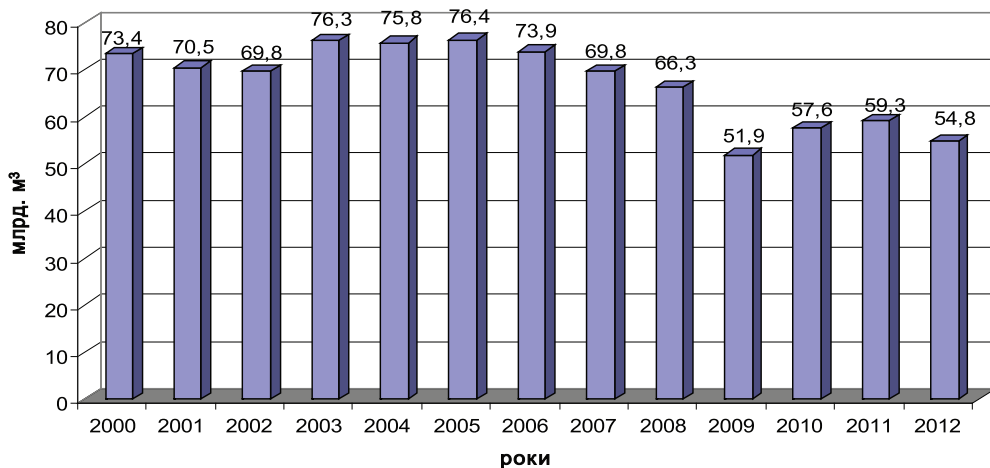


Рисунок 5. Обсяг споживання природного газу в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

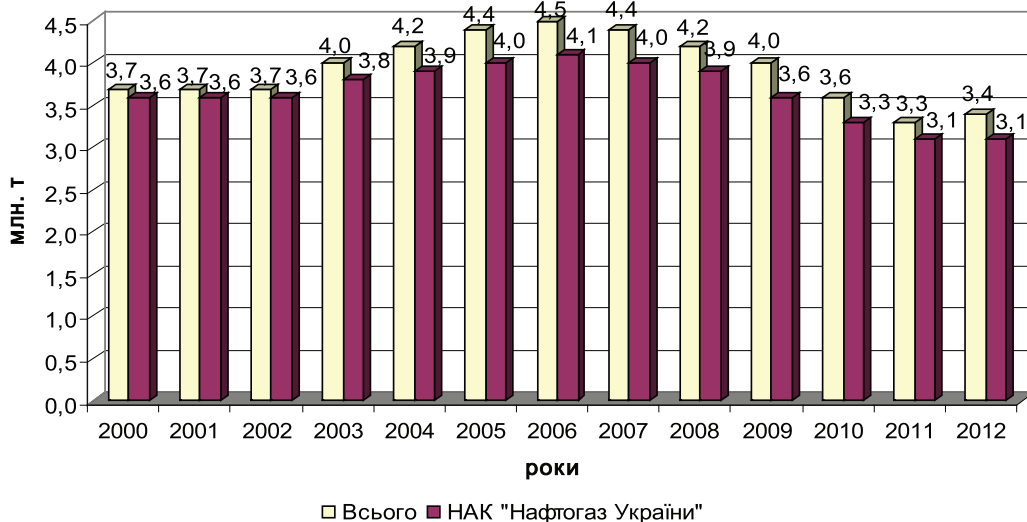


Рисунок 6. Видобуток нафти та конденсату в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

підземних сховищ газу. Оператором газотранспортної системи є підприємство у складі НАК «Нафтогаз України» – дочірня компанія «Укртрансгаз», яка забезпечує подачу природного газу як внутрішнім споживачам, так і транзит російського природного газу до європейських країн. Річна пропускна спроможність газотранспортної системи становить 288 млрд. куб. м на вході та 178,5 млрд. куб. м на виході – в країні Західної, Центральної та Східної Європи. Через територію України на світові ринки надходить близько 90% загальних обсягів російського експорту газу. Майже 29% газопроводів відпрацювали амортизаційний термін, 60% експлуатуються від 10 до 33 років. У 2012 році через територію України про-транспортовано 84,3 млрд. куб. м природного газу (рис. 7).

Стратегічне значення української газотранспортної системи зумовлене вигідним географічним розташуванням нашої держави між основними газовидобувними регіонами і основними споживачами газу в Європі, сполученням газопроводів з магістральними газопроводами всіх сусідніх кра-

їн, наявністю найбільшого в Європі (після Росії) комплексу підземних газосховищ, а також високим рівнем, обслуговування та експлуатації газотранспортної системи.

Крім газопровідної, Україна володіє розвинутою нафто-провідною системою. У системі нафтопроводів, загальна довжина яких становить 4,7 тис. км, працює 51 магістраль-на нафтоперекачувальна станція. Пропускна спроможність системи на вході становить 114 млн. т нафти на рік, на виході – близько 56 млн. т на рік.

Транспортування нафти в Україні здійснює ВАТ «Укртранс-нафта», яке входить до складу НАК «Нафтогаз України». У системі ВАТ «Укртранснафта» функціонують два підприємства – філія «Придніпровські магістральні нафтопроводи» (Південно-Східний регіон України) та філія «Магістральні наф-топроводи «Дружба» (Північно-Західний регіон України). Наф-топроводами «Дружба» здійснюється переважно постачання російської нафти до країн Центральної Європи та на західноу-країнські НПЗ. Придніпровські нафтопроводи забезпечують по-

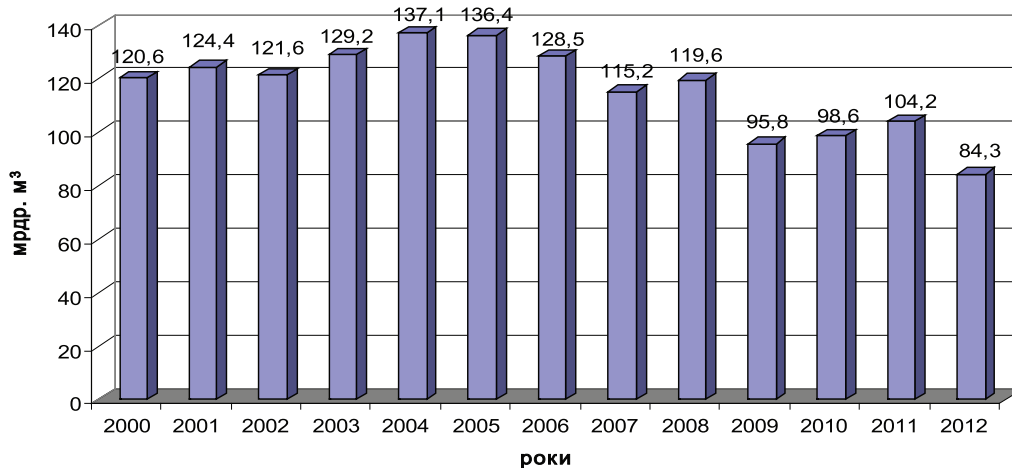


Рисунок 7. Обсяг транзиту природного газу територією України

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

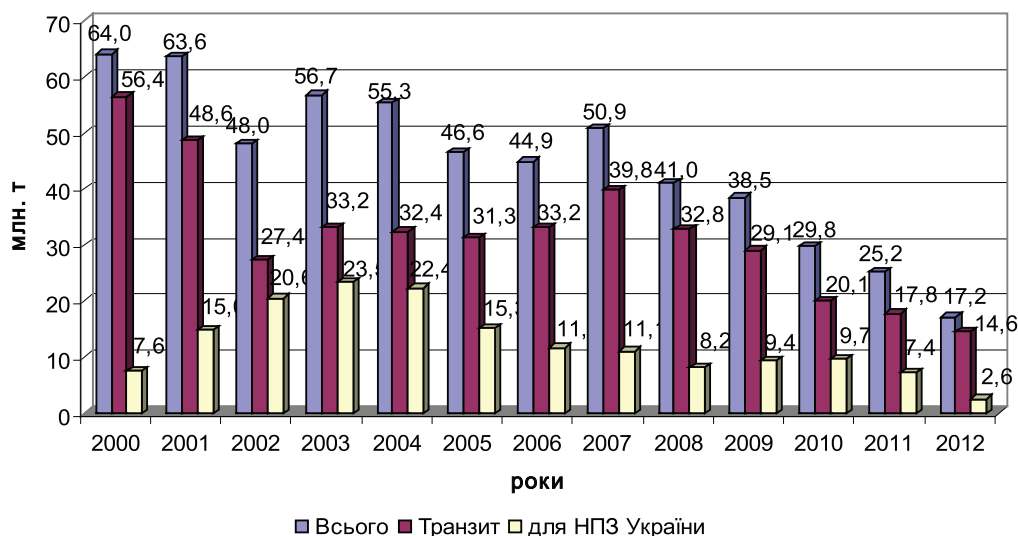


Рисунок 8. Обсяг трубопровідного транспортування нафти в Україні

Джерело: побудовано за даними НАК «Нафтогаз України» [10].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

стачання нафти з Росії та Казахстану до східних нафтопереробних заводів України та прокачують її на експорт. У 2012 році протранспортовано 17,2 млн. т нафти, в тому числі транзитом 14,6 млн. т, на нафтопереробні заводи, розташовані на території України поставлено 2,6 млн. т (рис. 8).

Сьогодні фінансовий стан нафтотранспортних підприємств не дозволяє здійснювати заходи стосовно забезпечення їх ефективного функціонування, що пов'язано з високим рівнем податкового навантаження, неповним використанням потужностей нафтотранспортної системи (менше 40%), погіршенням технічного стану об'єктів нафтопроводів.

Важливою складовою нафтогазового комплексу є нафтопереробна промисловість. Переробка нафти і виробництво нафтопродуктів в Україні здійснюється на шести нафтопереробних підприємствах: ПАТ «Укртатнафта» (Кременчук), ПРАТ «ЛиНІК» (Лисичанськ), ПАТ «Херсонський нафтопереробний завод» (Херсон), ПАТ «Лукойл–Одеський НПЗ» (Одеса), ПАТ «НПК Галичина» (Дрогобич), ПАТ «Нафтохімік Прикарпаття» (Надвірна) і Шебелинському газопереробному заводі, що входить до структури ДК «Укргазвидобування».

Сумарна загальна потужність українських нафтопереробних заводів становить 43,7 млн. т на рік, що значно перевищує по-

требу України в нафтопродуктах. Однак ступінь зносу основних фондів нафтопереробних заводів сягає понад 70%; переробка нафти характеризується низькою глибиною (в середньому – 75%); з 2005 року заводи постійно відчувають брак сировини, спричинений систематичними недопоставками російської нафти та обмеженістю альтернативних джерел (див. табл.).

В останні роки занепокоєння наукових фахівців та уряду викликає частка імпортного пального, що зростає. Причина – поступовий відхід із власного ринку українських нафтопереробних заводів. У 2010 році зупинився Одеський НПЗ компанії «Лукойл», у 2012 році – один із найбільших заводів країни Лисичанський НПЗ російсько–британської ТНК–BP. Основну частину часу стоять Дрогобицький і Надвірнянський заводи, що належать групі «Приват». Контрольована нею ж кременчуцька «Укртатнафта» працює в кращому разі на 30% потужності. «Укртатнафта» позбулася постачання сировини з Росії після недружньої зміни менеджменту в 2007 році, внаслідок чого підприємство залишив його найбільший акціонер в особі російської «Татнафти». Через застарілі технології та витратну логістику альтернативну азербайджанську нафту не постачають уже близько двох років. Своєю чергою, Одеський НПЗ стоїть через брак трубопро-

Таблиця 1. Потужність, глибина переробки нафти і газового конденсату на нафто– та газопереробних підприємствах України (на 01.01.2013)

Підприємства (НПЗ та ГПЗ)	Потужність з первинної переробки нафти та газового конденсату, млн. т у рік		Завантаження, %	Глибина переробки, %
	номінальна	реальна		
Кременчуцький НПЗ ПАТ «Укртатнафта»	18,6	10,5	29,4	80,0
Лисичанський ПРАТ «ЛиНІК»	8,0	7,2	10,1	74,0
Одеський ПАТ «Лукойл–Одеський НПЗ»	2,8	2,8	0,0	0,0
Дрогобицький НПЗ ПАТ «НПК Галичина»	3,2	2,0	0,0	0,0
Надвірнянський НПЗ ПАТ «Нафтохімік Прикарпаття»	4,0	1,2	0,2	70,0
Херсонський НПЗ ПАТ «Херсонський нафтопереробний завод»	7,1	0,0	0,0	0,0
Всього по НПЗ	43,7	23,7	11,0	75,0
Шебелинський ГПЗ	1,0	1,0	66,3	87,0
Всього по Україні	44,7	24,7	12,5	77,0



Рисунок 9. Обсяги первинної переробки нафти та виробництва основних видів нафтопродуктів

Джерело: побудовано за даними Міністерства палива та енергетики України.

відного постачання нафти, хоч жодний з двох проведених на завод нафтопроводів – Придніпровський і Одеса – Броди – нині не використовується. Не працюють трубопроводи, простоє завод, звільнено людей [9].

Протягом 2012 року на НПЗ та Шебелинський ГПЗ поставлено 4907,4 тис. т нафтової сировини, що менше показника 2011 року на 4347,5,0 тис. т (на 47,0%). У тому числі на Шебелинський ГПЗ поставлено 663,4 тис. т газового конденсату власного видобутку, що на 16,9 тис. т (на 2,5%) менше порівняно з 2011 роком.

У 2012 році на НПЗ надійшло 4013,4 тис. т нафти, з них: 2508,7 тис. т – власного видобутку (62,5% від загального обсягу поставки), 1504,7 тис. т імпортовано (37,5%), в тому числі: 724,8 тис. т – з Російської Федерації (18,1%). По відношенню до показника 2011 року обсяг поставки нафти зменшився на 4440,0 тис. т (на 52,5%).

Незважаючи на те що у структурі поставок нафти на вітчизняні НПЗ частка Російської Федерації зменшується, ситуація на ринку нафтопродуктів залежить в основному від обсягів та умов постачання саме російської нафти.

Протягом останніх восьми років спостерігалось скорочення обсягів первинної переробки нафти. Так, у 2012 році порівняно з 2005 роком обсяги переробки нафти скоротилися вдвічі (рис. 9).

У 2012 роках підприємствами України було перероблено 4,6 млн. т нафти, що на 51,1% менше порівняно з попереднім роком. Через зменшення обсягів переробки нафти та застосування застарілих технологій скоротилися обсяги виробництва нафтопродуктів. Виробництво бензинів у 2012 році порівняно з 2011 роком зменшилося на 57,1%; дизельного пального – на 53,8%, мазуту – на 35,0% менше. Недостатність загального обсягу переробки нафти і виробництва моторних палив в Україні для повного задоволення потреб споживачів компенсується збільшенням імпорту.

Гальмуючий фактор всіх українських нафтопереробних підприємств – відсутність інвестицій у модернізацію. Глибина переробки залишається на середньому рівні 75%, тоді як в Європі нижче 85% уже не знайдеш. Найбільш показове порівняння із сусідньою Білоруссю. У будівництво нових технологічних установок тільки в Мозирський НПЗ (у республіці є ще завод у Новополоцьку) за останні 11 років вкладено \$800 млн., що в 160 разів більше, ніж в «Укртатнафту» (там було запущено в дію єдину установку в 2001 році). Щоправда, багато може пояснити і той чинник, що в Білорусі нафтопереробка залишилася під контролем держави, тоді як Україна розраховувала на приватних інвесторів.

Проблематика відродження української нафтопереробки звучить в останні роки постійно, проте дієвих і системних механізмів так і не вироблено. Якість вітчизняних нафтопродуктів не задовольняє споживачів країни, які починають віддавати все більшу перевагу хоча й дорожчим, але якіснішим імпортним моторним паливам. Аналіз виробництва та споживання нафтопродуктів в Україні свідчить про постійний дефіцит високооктанових продуктів, який покривається за

рахунок імпорту з країн близького і далекого зарубіжжя [8]. Головне завдання, яке слід вирішити для розвитку нафтопереробки, – це створення інвестиційного клімату для модернізації. Модернізувавши українські нафтопереробні заводи, можна було б в експорті замінити мазут на дорожчі дизельні палива та автомобільний бензин. Таким чином, для підвищення якості та конкурентоспроможності нафтопродуктів необхідно насамперед більш повно використовувати виробничі потужності вітчизняних нафтопереробних заводів, а також провести технологічну реконструкцію підприємств з метою поглиблення переробки нафти до рівня західних країн.

Висновки

Для забезпечення надійного функціонування нафтогазового комплексу основними пріоритетними напрямками його розвитку мають бути: збільшення власного видобутку нафти та природного газу; зменшення залежності від зовнішніх постачальників; максимально можлива та економічно обґрунтована диверсифікація джерел постачання нафти та природного газу; ефективна політика енергозбереження; використання в широких промислових масштабах нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії; інтеграція нафто- і газотранспортних систем України в загальноєвропейську мережу забезпечення нафтою та природним газом.

Список використаних джерел

1. Забезпечення енергетичної безпеки України: моногр. / С.М. Бевз, Д.В. Волошин, О.І. Закревський та ін.; Рада нац. безпеки і оборони України. Нац. ін-т проблем міжнар. безпеки. – К., 2003. – 263 с.
2. Трансформація ринков нафти і газу: моногр. / В.Г. Бурлака, Р.В. Шерстюк / Нац. акад. управління. – К., 2005. – 317 с.
3. Бурлака Г.Г., Зинкевич В.О. Рынoк нафти и нефтепродуктов на рубеже XXI в. / Ин-т биоорганической химии и нефтехимии НАН Украины / Под ред. Н.С. Герасимчука. – К., 2004. – 296 с.
4. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / А.С. Гальчинський, В.М. Гець та ін.; Нац. ін-т стратег. досліджень, Ін-т економ. прогнозування НАН України, Мін-во економіки та з питань європ. інтеграції України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.
5. Матусевич Г.Г., Степанов А.В., Николаенко В.Н. Проблемы нефтеперерабатывающей промышленности Украины и пути их решения // Экологические и ресурсосбережение. – 2005. – №2. – С. 3–8.
6. Перспективний паливно-енергетичний баланс – основа формування Енергетичної стратегії України до 2020 року / Б.З. Піріашвілі, Б.П. Чиркін, І.К. Чукаєва / За ред. С.І. Дорогунцова. – К.: Наук. думка, 2002. – 239 с.
7. Паливно-енергетичний комплекс України в контексті глобальних енергетичних перетворень. – К.: Українські енциклопедичні знання. – 2004. – 468 с.
8. Діак І.В., Осінчук З.П. Газова промисловість України на зламі століть. – Івано-Франківськ: Лілея. – НВ, 2000. – 236 с.
9. Куюн С. Ринoк нафтопродуктів: чи підемо «газовою» стежкою // Урядовий кур'єр. – 2012. – №216(4860).
10. www.naftogaz.com

Фінансова політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності корпоративного управління

У статті запропоновано підхід до фінансової політики корпорацій у вигляді моделі стратегічного розвитку. Запропонований підхід прогнозного розвитку корпорацій є основою для розробки рекомендацій по підвищенню ефективності управління корпорацією та визначенню її подальшого розвитку у вигляді стратегії, що включає цільові показники діяльності.

Ключові слова: корпорація, фінансова політика, стратегічний розвиток, корпоративне управління, конкурентоспроможність.

В статье предложен подход к финансовой политике корпораций в виде модели стратегического развития. Предложенный подход прогнозного развития корпораций является основой для разработки рекомендаций по повышению эффективности управления корпорацией и определения дальнейшего развития в виде стратегии, включающей целевые показатели деятельности.

Ключевые слова: корпорация, финансовая политика, стратегическое развитие, корпоративное управление, конкурентоспособность.

This paper presents an approach to financial policy as a model corporate strategic development. The proposed approach predicted development corporations are the basis for recommendations for more effective management of the corporation and determine its further development as a strategy that includes performance targets.

Keywords: corporation, financial policy, strategic development, corporate governance and competitiveness.

Постановка завдання. Фінансова політика є особливою сферою економічної діяльності корпорації, спрямованої на мобілізацію фінансових ресурсів, їхній раціональний розподіл і використання для забезпечення функцій корпорації.

Основними завданнями фінансової політики корпорації є: забезпечення умов для формування максимально можливих фінансових ресурсів; встановлення раціонального розподілу й використання фінансових ресурсів; організація регулювання й стимулювання економічних і соціальних процесів фінансовими методами; розробка фінансового механізму і його розвиток відповідно до змін мети і завдань стратегії; створення ефективної і максимально ділової системи управління фінансами.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Основи та принципи формування фінансової політики представлені в працях зарубіжних науковців: М. Абрютіної, І. Балабанова, П. Бароле, В. Бочарова [3], Р. Брейлі [4], А. Грачова, Ж. Де-

паляна, Ж.–П. Жобарта, Е. Коєна, Б. Коласа [6], О. Стоянової, А. Роя, І. Романе, Е. Нагашева, Ж. Франпіона та ін.

Необхідність розв'язання теоретико–методологічних, організаційних, практичних проблем системи управління фінансовою політикою вітчизняних корпорацій та її подальше реформування розглядалося в працях вітчизняних вчених: В. Андрущенко, М. Білик [1], О. Білоусової, І. Бланка, В. Забродського, А. Поддєрьогіна, Т. Смовженко, В. Суторміної [9], О. Терещенко [10].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. В умовах нестабільного економічного середовища, високої інфляції, кризи неплатежів, непередбачуваної податкової та грошово–кредитної політики держави велика кількість вітчизняних корпорацій знаходиться на межі банкрутства та пошуку шляхів для подальшого виживання, що виражається у вирішенні поточних фінансових проблем як реакції на невизначені макроекономічні рішення державних владних структур. Така політика в управлінні фінансами породжує ряд протиріч між інтересами корпорацій та фіскальними інтересами держави; ціною зовнішніх запозичень і рентабельністю виробництва; прибутковістю власного капіталу і фондового ринку; інтересами виробництва та фінансової служби. Ефективна система корпоративного управління дозволяє не тільки найкращим чином використовувати можливості акціонерів та надані ними ресурси, а й залучати нових інвесторів, що є запорукою розвитку фінансової діяльності корпорації та успішне її функціонування у майбутньому.

Мета статті. При розробці ефективної системи управління фінансами постійно виникають проблеми гармонізації розвитку інтересів власників корпорації, наявності достатнього обсягу грошових ресурсів та збереження високої платоспроможності. Саме це й обумовлює необхідність розробки моделі стратегічного управління фінансовою політикою корпорації.

Виклад основного матеріалу. Фінансова політика виражає цілеспрямоване використання фінансів для досягнення стратегічних і тактичних завдань, визначених установчими документами корпорації.

Зміст фінансової політики включає такі основні ланки: розробку оптимальної концепції управління фінансовими потоками корпорації, що забезпечує поєднання високої прибутковості і захисту від комерційних ризиків; виявлення основних напрямів використання фінансових ресурсів; здійснення практичних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Єдність цих ключових ланок визначає зміст фінансової політики, стратегічними завданнями якої є: максимізація

прибутку як джерела економічного зростання; оптимізація структури та вартості капіталу, забезпечення фінансової стійкості та ділової активності корпорації; досягнення фінансової відкритості корпорації для власників, інвесторів і кредиторів; використання ринкових механізмів залучення капіталу за допомогою емісії корпоративних цінних паперів, фінансового лізингу, проектного фінансування; розробка ефективного механізму управління фінансами на основі діагностики фінансового стану з урахуванням постановки стратегічних цілей діяльності корпорації, адекватних ринковим умовам, і пошуку шляхів їх досягнення.

Виходячи з тривалості періоду і характеру вирішуваних завдань фінансова політика класифікується на фінансову стратегію і тактику.

Фінансова стратегія – довготривалий курс фінансової політики, розрахований на перспективу і передбачає розв'язання масштабних завдань розвитку корпорації. У процесі її розробки прогнозуються основні тенденції розвитку фінансів, формується концепція використання, намічаються принципи фінансових відносин з державою (податкова політика) та партнерами (постачальниками, покупцями, кредиторами, інвесторами, страховиками та ін.).

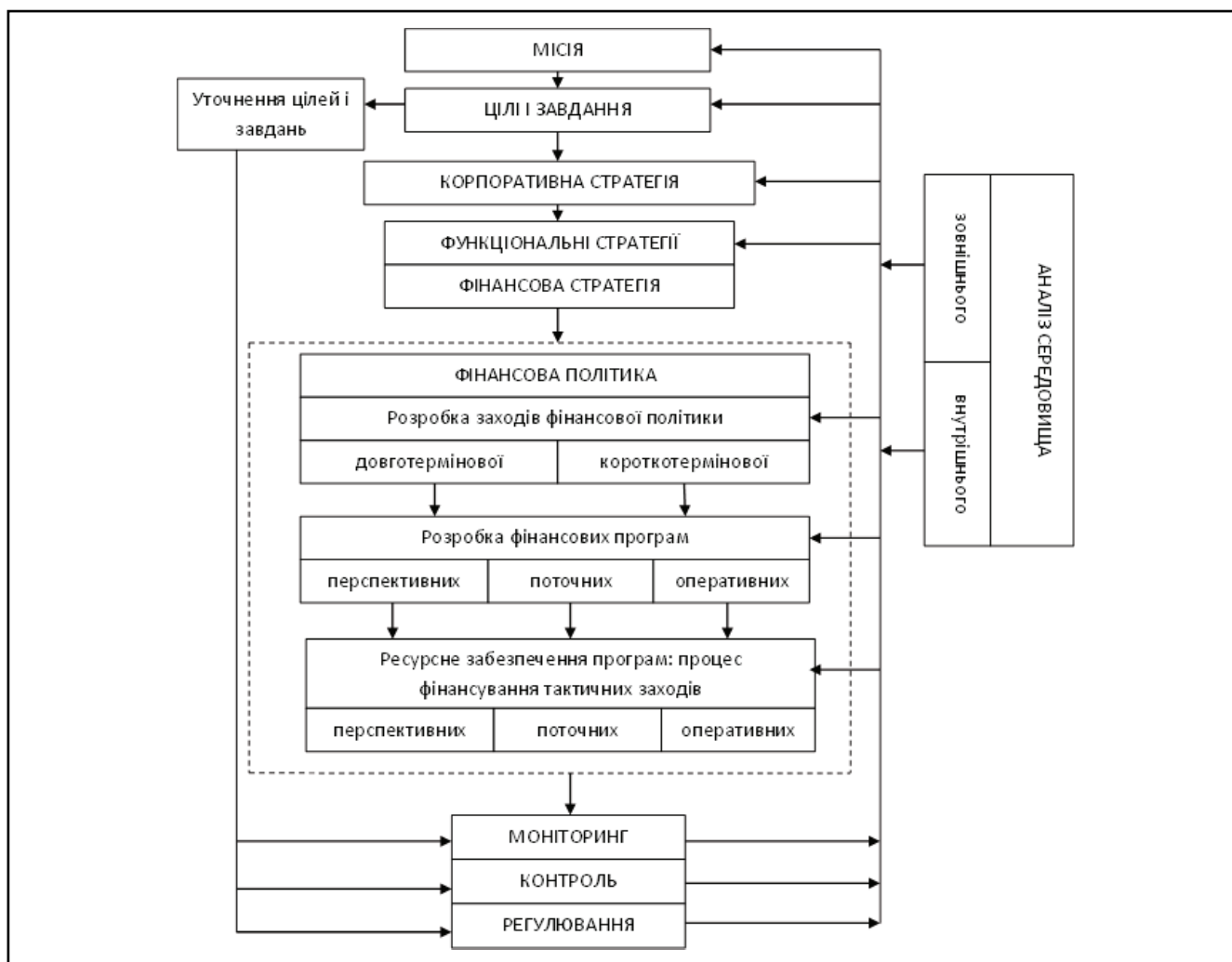
Стратегія передбачає вибір альтернативних шляхів розвитку корпорації. При цьому використовуються прогнози, досвід та інтуїція фахівців для мобілізації фінансових ресурсів на досягнення поставлених цілей. З позицій стратегії формуються конкретні цілі та завдання виробничої та фінансової діяльності і приймаються оперативні управлінські рішення.

Фінансова стратегія корпорації націлена на побудову ефективної системи управління фінансами.

Фінансова стратегія – це один із найважливіших видів функціональної загальнокорпоративної стратегії, система формування довготермінових цілей фінансової діяльності корпорації, на основі якої детально опрацьовується концепція залучення та використання її фінансових ресурсів, включаючи конкретний механізм формування необхідного обсягу фінансування за рахунок різних джерел та форм, а також механізм ефективного вкладення цих ресурсів в активи корпорації з орієнтацією на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Модель стратегічного управління фінансовою політикою корпорації представлено на рисунку.

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища є базисом, на основі якого будується модель стратегічного управ-



Модель стратегічного управління фінансовою політикою корпорації

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

вплив фінансовою політикою корпорації, оскільки оцінку середовищ необхідно проводити постійно.

Фінансова стратегія є однією з п'яти функціональних елементів стратегічного управління: виробництво, маркетинг, інновації, кадри та фінанси.

Наведена система прогнозного розвитку корпорацій є основою для розробки рекомендацій по підвищенню ефективності управління корпорацією та визначення її подальшого розвитку у вигляді стратегії, що включає цільові показники діяльності.

Як основну мету рекомендується обирати максимізацію доходів власників та акціонерів корпорації, шляхом максимізації її ринкової вартості. Для досягнення стратегічної цілі – зростання вартості корпорації – всі монетарні цілі необхідно узгодити та збалансувати між собою в процесі планування.

Розробка та втілення заходів фінансової політики корпорації дозволять більш детально визначити єдину концепцію її розвитку в довготривалій та короткотривалій перспективах, обрати найбільш оптимальний механізм та методи досягнення поставлених цілей.

За допомогою розроблених для корпорації програм здійснюється взаємозв'язок цільових показників фінансової стратегії з ресурсами, які вже має корпорація, – використовуються програмно-цільовий метод. Порядок розробки фінансових програм діяльності корпорації залежить від змісту та складності поставлених завдань. При цьому будь-яка програма, розроблювана для корпорації, має містити: обґрунтування цілей програми; характеристику змісту програми; систему показників кінцевих результатів діяльності корпорації та їх обмеження; комплекс основних, допоміжних та обслуговуючих програм та проектів; варіанти реалізації програми за термінами та обсягами з розрахунком потреб корпорації в ресурсах по кожному варіанту програми; оцінку ефективності кожного варіанту програми, що пов'язує витрати, кінцеві результати програми та відповідні цільові нормативи розвитку корпорації. Як показники ефективності програм, що розробляються, можуть бути рентабельність власного капіталу, рентабельність активів, ринкова капіталізація, рентабельність продажів, обертаємість активів, ефект фінансового левериджу.

У результаті розробки системи показників ефективності програм, які пропонуються, розбитих по роках, формується повне розуміння задач та завдань, поставлених перед корпорацією, з урахуванням всіх сильних та слабких сторін діяльності; визначаються терміни виконання цих задач. Дані показники ефективності використовуються для складання тактичних фінансових планів. Основним інструментом на цьому етапі планування є бюджетування, оскільки воно дозволяє оптимізувати використання різних ресурсів корпорації і представити фінансову стратегію у цифровому форматі.

Характерна особливість системи стратегічного управління полягає в тому, що є стійкий обернений зв'язок, і відповідно обернений вплив кожного процесу на інші, оскільки динамічність зміни внутрішнього середовища, її невизначе-

ність потребують внесення відповідних коректив на будь-якому етапі стратегічного управління фінансовою політикою корпорації. Таким чином, процес стратегічного управління представляє собою замкнутий цикл.

Фінансова тактика спрямована на вирішення більш приватних завдань конкретного етапу розвитку корпорації шляхом своєчасної зміни способів організації фінансових зв'язків, перерозподілу грошових ресурсів між видами витрат і структурними підрозділами. При відносно стабільній фінансовій стратегії фінансова тактика має відрізнитися гнучкістю, що викликається зміною ринкової кон'юнктури: попиту і пропозиції на ресурси, товари, послуги і капітал. Стратегія і тактика фінансової політики тісно взаємопов'язані. Правильно обрана стратегія створює сприятливі можливості для вирішення тактичних завдань.

Фінансову політику корпорацій мають здійснювати професіонали – головні фінансові менеджери або директори, що володіють усією інформацією про стратегію й тактику корпорації.

Для прийняття управлінських рішень вони використовують інформацію, наведену в бухгалтерській і статистичній звітності і в оперативному фінансовому обліку, яка і служить головним джерелом даних для визначення показників, що застосовуються у фінансовому аналізі та внутрішньофірмовому плануванні грошових потоків.

Об'єктом фінансового управління в корпорації виступають капітал і грошові потоки. Ці вартісні категорії мають стратегічне значення, оскільки їхній стан значною мірою визначає конкурентні переваги і економічний потенціал корпорації. Корпорація з достатнім обсягом власного капіталу – більше 50% від загального обсягу капіталу і позитивним сальдо грошових потоків – має можливості для залучення додаткових грошових ресурсів із фінансового ринку.

Фінансова тактика – це розв'язання приватних завдань конкретного етапу розвитку корпорації шляхом своєчасної зміни способів організації фінансових зв'язків, перерозподілу грошових ресурсів між видами витрат і структурними підрозділами.

При відносній стабільності фінансової стратегії фінансова тактика має відрізнитися гнучкістю, що пояснюється мінливістю ринкової кон'юнктури – попиту і пропозиції на ресурси, товари, послуги і капітал.

Стратегія і тактика фінансової політики тісно взаємопов'язані. Правильно обрана стратегія створює сприятливі можливості для вирішення тактичних завдань. Фінансову політику в корпораціях мають здійснювати професіонали – головні фінансові менеджери, що володіють усією інформацією про стратегію і тактику корпорації. Для прийняття управлінських рішень використовують інформацію, наведену в бухгалтерській і статистичній звітності і в оперативному фінансовому обліку, яка і служить головним джерелом даних для визначення показників, що застосовуються у фінансовому аналізі та внутрішньофірмовому фінансовому плануванні.

Висновки

Запропонований підхід передбачає, що фінансова стратегія є основою системи управління фінансовою політикою корпорації і, є інструментом підвищення конкурентоспроможності корпоративного управління.

Список використаних джерел

1. Білик М.Д. Управління фінансами державних підприємств. – К.: Знання КОО, 1999. – 412 с.
2. Бланк И.А. Управление формированием капитала. – К.: «Ника-Центр», 2000. – 512 с.
3. Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
4. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 1997. – 1120 с.
5. Дробозина Л.А., Окунева Л.П., Андросова Л.Д. Финансы. Де-нежное обращение. Кредит – М.: ЮНИТИ, 2000. – 479 с.
6. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия: проблемы, концепции и методы: учеб. пособ.: пер. с франц. / Под ред. проф. Я.Ц. Соколова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997.
7. Родионова В.М. Финансы. – М.: Финансы и статистика 2009. – 524 с.
8. Сенчагов В.К. Финансовый механизм и его роль в повышении эффективности производства / В.К. Сенчагов. – М.: Финансы, 1979. – 140 с.
9. Суторміна В.М. Фінанси зарубіжних корпорацій: підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 566 с.
10. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с.

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 711+322.74

М.М. ГАБРЕЛЬ,
д.т.н., професор, Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»,
Й.Я. ХРОМ'ЯК,
к.т.н., Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»,
Н.М. ЛИСЯК,
к.е.н., Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»

Ціна землі й нерухомості як інтегральний чинник нової методології регулювання явищ субурбанізації

У статті досліджено напрями розвитку нового будівництва у приміській зоні Львова з виділенням територій, преференційних для інвесторів. Виділено чинники, що сприяють або гальмують процес розширення міст, обґрунтовано модель багатовимірного простору, яка дозволяє системно представити відносини великих міст з оточенням через систему оцінки.

Ключові слова: оцінка земель і нерухомості, місто, субурбанізація, земельна рента, інвестори, модель багатовимірного простору.

В статье исследованы направления развития нового строительства в пригородной зоне Львова с выделением территорий, преференциальных для инвесторов. Выделены факторы, способствующие или тормозящие процесс расширения городов, обоснована модель многомерного пространства, которая позволяет системно представить отношения крупных городов с окружением через систему оценки.

Ключевые слова: оценка земель и недвижимости, город, субурбанизация, земельная рента, модель многомерного пространства, инвесторы.

In the article investigational directions of development of new building in the suburban zone of Lviv with the selection of territories for investors, factors that promote or brake the process of expansion of cities are distinguished, the model of multidimensional space, that allows system to present the relationships of metropolises with surroundings through the system of estimation, is reasonable.

Постановка проблеми. Оточення великих міст підлягає постійній субурбанізації – як плановому, так і стихійному розвитку житлового й іншого видів будівництва. Такий процес називають субурбанізацією, або urban sprawl (розливом міст). Процеси субурбанізації великих міст України набирають щораз більшої динаміки, поглиблюється їхня неконтрольованість. Робляться спроби урегулювати явища субурбанізації, зокрема шляхом розроблення містобудівної документації просторової організації та розвитку забудови в приміських зонах у комплексі з оновленням їхніх генеральних планів. Зростає інтерес учених різних предметних сфер до цієї проблематики – економістів, урбаністів, географів. Доцільно, зокрема, виділити праці Ш. Ібатулліна, В. Тімохіна, М. Дьоміна, Л. Шевчук.

Разом із тим відсутній цілісний методологічний інструментарій регулювання процесів субурбанізації з урахуванням нових соціально-економічних умов України. Авторами висловлена гіпотеза, що відповідна методологія має базуватися на аналізі ринку та співставленні вартості землі й нерухомості в місті та різних ділянках приміської зони.

Метою статті є розробка методологічного інструментарію дослідження та регулювання явищ субурбанізації з допомогою аналізу цін трансакцій нерухомості й землі в місті та на приміських територіях та їх співвіднесення з просторовими характеристиками.

Вирішувалися завдання:

– з'ясувати чинники, які сприяють розвитку будівництва у приміській зоні великих міст та їх характер (плановий чи самовільний);

– встановити роль ціни землі в розвитку будівництва у приміській зоні (на прикладі Львова);

– обґрунтувати методику регулювання процесу субурбанізації.

Межі дослідження. Територіальні межі охоплюють територію Великого Львова – оточення міста на відстані 3–5 км від існуючої межі; сюди належать в основному Пустомитівський, а також Жовківський і Городецький адміністративні райони. Часові межі охоплюють 1990–2010 роки, що пов'язано з можливістю отримати інформацію. Детальніший аналіз здійснено після періоду 2000 року, відколи всі сільські ради та служби земельних ресурсів мають інформацію (ведуть реєстр) трансакцій та цін на землю у своїх адміністративних межах в електронному вигляді.

Методи дослідження. Збір інформації. Дані про ціни трансакцій землі й нерухомості отримані з обласного управління статистики та обласного управління земельних ресурсів. Зібрано також відомості щодо незабудованих ділянок, а також трансакцій з нерухомістю у приміській зоні й у Львові, з яких виділена «земельна складова».

Відбір і актуалізація зібраних даних. Зібрано та опрацьовано понад 3 тис. цін трансакцій і дозволів на будівництво на території Львова та приміських сільрад; виділено трансакційні ціни на землю з визначенням їх змінення. Використовувалися ціни на земельні ділянки у Львові, частина з яких була опублікована в матеріалах конкурсів і торгів. Серед даних про дозволи на забудову відкинуто об'єкти, що розташовувалися у сформованій забудові поселень приміської зони та не обумовлювали територіального зростання.

Аналіз відбувався методом порівнянь і зводився до визначення співвідношень ціни землі з урахуванням просторових характеристик: комунікаційної доступності, близькості атракційних територій, інженерного оснащення тощо. Визначення вагового коефіцієнта складових ціноутворення на приміських землях, а також встановлення залежностей між ними виступатиме основою для окреслення системи показників і методики регулювання процесів субурбанізації. Це дозволить обґрунтувати території для забудови, тобто роз-

винути регульований підхід до субурбанізації, на відміну від стихійного «розливу міст».

Уточнення категоріально-понятійного апарату. Субурбанізація – процес децентралізації в міському регіоні, що полягає в переміщенні населення, господарської діяльності та інвестицій з центрального міста до приміської зони.

Розлив міст – одна з форм субурбанізації, яка проявляється через розповзання забудови послуг і місць праці, не поєднаних функціонально мережею доріг, а мешканці таких територій стають сильно залежними від власного автомобіля в переміщенні. З одного боку, це вираз пошуку кращих умов проживання міської спільноти, а з іншого – підвищення витрат функціонування міст і нових утворень супроводжується зростанням екологічних небезпек, зокрема для територій, які мають підлягати охороні природних елементів. Процес має стихійний характер, погано піддається регулюванню.

Земельна рента – прибуток (дохід), який отримує власник землі, використовуючи її для продукційної цілі. Величина ренти при постійній пропозиції залежить від попиту на землю.

Виклад основного матеріалу

1. Загальна характеристика Львова та трансакційних процесів у його приміській зоні. Місто Львів – найбільше місто на теренах західних областей України, центр моноцентричної агломерації. Обласний центр. Чисельність населення міста станом на 01.01.2012 становила 758,1 тис. осіб (40% населення Львівської області). Площа території міста – 11741,9 га [6].

Приміська зона Львова, прийнята для аналізу, охоплює територію сільських рад, що безпосередньо межують з містом: м. Дубляни, села Малехів, Муроване, Сороки Львівські, Кам'янопіль, Лисиничі, Підбірці, Бережани, Волиця, Соснівка, Пасіки Зубрицькі, Горішній, Зубра, Солонка, Сокольники, Скнилів, Лапаївка, Холодновідка, Зимна Вода, Рясна-Руська, Підрясне, Бірки, Збиранка. Означені території розміщені в межах 10 км поясу приміської зони Львова. Загальна площа приміської зони становить 274,7 кв. км, чисельність населення – 84,6 тис. осіб. Структуру земель становлять сільськогосподарські землі – 75% (орні – 47%), ліси – 11,5%, забудовані – 11% [2–3].

Просторова структура приміської зони складна й характеризується різноманітністю природно-ландшафтних умов, щільності населення, концентрації виробництва, інженерної і транспортної інфраструктур, динамічності економічних і соціальних процесів. Так, приміській зоні Львова порівняно з територією Львівської області притаманні підвищена частка забудови сільської місцевості, вища щільність населення, наявність «другого житла» львів'ян, зосередження в її межах понад двох третин маятникових мігрантів, розміщення інфраструктурних функцій, орієнтованих на потреби міста-центру [1–3].

Упродовж останніх двадцяти років спостерігається тенденція посилення урбанізації приміської зони, що знаходить своє відображення в показниках частки забудованих земель та частки земель промислового й комерційного використання (рис. 1, 2).

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Виділяються три типи територій, які різняться між собою рівнем активності процесів урбанізації:

I тип – території і поселення, які мають високий рівень активності процесів урбанізації та охоплюють сільські ради, розташовані від міста Львова в радіусі до 10 км, безпосередньо межують із містом; вирізняються найвищою кількістю урбанізованих територій у загальній структурі використаних земель – близько 30% від площі відповідних сільських рад. Пов'язано це з фактом, що такі території розташовані близько до міста, мають найбільшу кількість мешканців, які проживають тут постійно, зокрема і тих, хто переїхав зі Львова – велика частка їх поселилася тут після 1990 року.

II тип – із середнім рівнем активності процесів урбанізації. Частка забудованих земель – до 10% загальної площі. Характерним є використання земель для товарного сільськогосподарського виробництва, підсобного господарства, селянського фермерського господарства у більш віддалених сільських районах, які знаходяться на відстані до 15 км від Львова.

III тип – з низьким рівнем активності процесів урбанізації, що зумовлено значною віддаленістю від міста (до 20 км) та низьким напливом мігрантів зі Львова. Для цих територій характерним є високий рівень залісненості, значний відсоток сільськогосподарських угідь, нижча щільність населення. Житлова забудова переважає лише в містах, наприклад Жовква, Городок, смт Івано-Франкове, Щирець, Великий Любінь.

Субурбанізація зумовлює структурні зміни приміських територій у напрямі ущільнення забудови, впливає на змінення у земельних відносинах і способі життя мешканців. Головною

рушійною силою (чинником) цього процесу є люди, котрі хочуть змінити своє місце проживання, а також суб'єкти економічної діяльності, які намагаються використовувати для розміщення своїх об'єктів сприятливі умови приміської зони з огляду на можливу економію витрат. Функції, які традиційно виконували приміські території, поступово витісняються житловими, що не тільки спричиняє активізацію цього процесу, а й визначає напрямок подальшого розвитку міста. У результаті урбанізації приміських територій принципово змінюється їхня роль у системі розселення. Такий процес має як позитивні, так негативні наслідки. Позитивним, на нашу думку, є те, що мешканці міста отримали змогу самі вирішувати питання покращення житлових умов шляхом купівлі-продажу об'єктів нерухомості (будинки, земельна ділянка). Як негативне явище слід відзначити хаотичність і несистемність урбанізаційних процесів на приміських територіях.

Спостерігається наростаючий конфлікт між урбанізаційними процесами, що відбуваються в просторі прилеглих до міста територій, і майбутніми потребами самого міста Львова як засобу вирішення своїх проблем, а також можливостями інфраструктурного облаштування територій. Таким чином, оцінюючи процес субурбанізації в приміській зоні Львова, можна зазначити погано регульований характер розвитку міста й оточення.

Аналіз просторових характеристик ринку земель у місті та приміській зоні, цін на землю у приміській зоні показав високу залежність цін за всією сукупністю земельних ділянок від їхнього розташування відносно міської межі. Найбільший

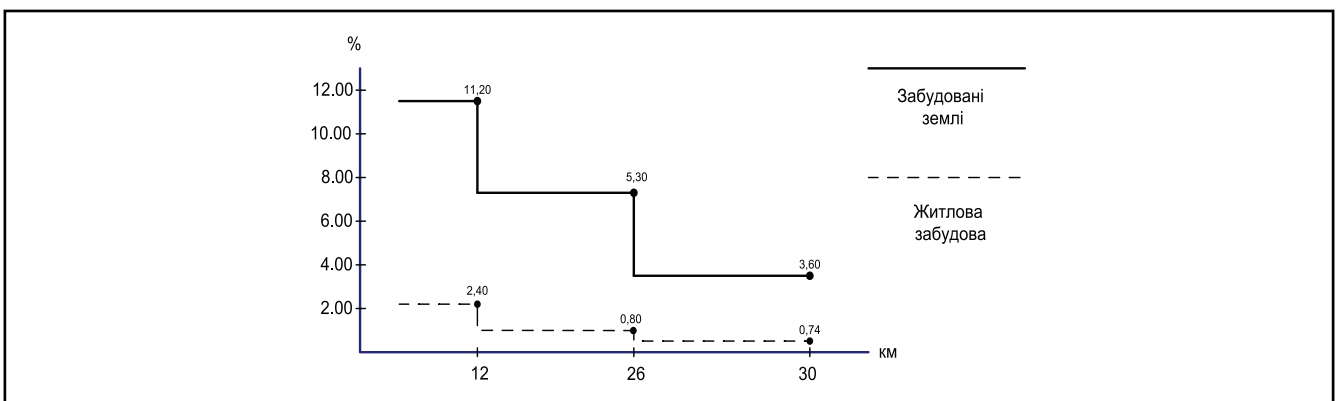


Рисунок 1. Зміна структури забудови приміської зони відносно віддалі від міста [2, 3]

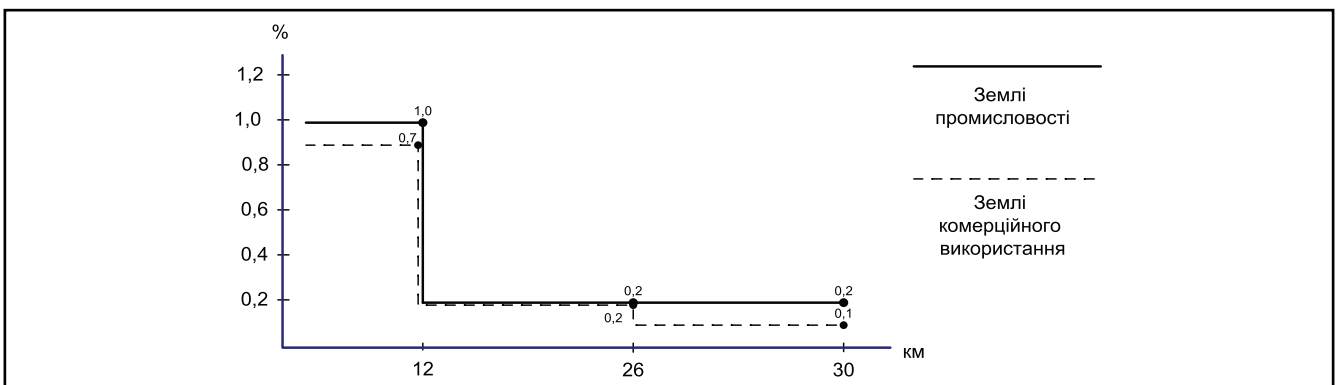


Рисунок 2. Зміна частки земель промисловості та комерційного використання відносно віддалі від міста [2, 3]

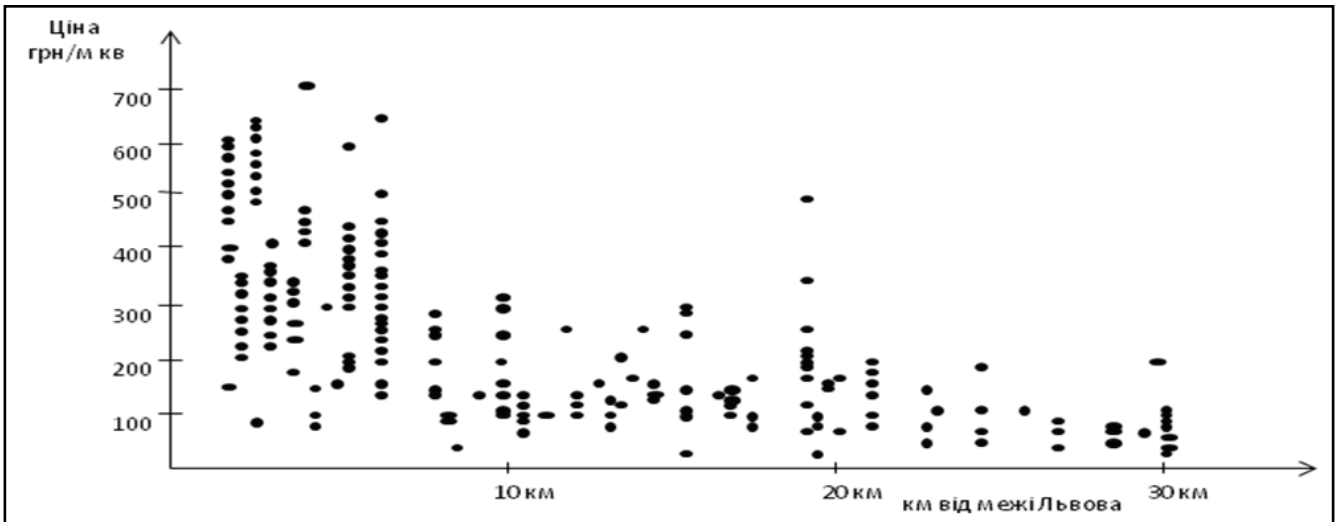


Рисунок 3. Динаміка зміни ринкової вартості земельних ділянок у приміській зоні Львова станом на 01.11.2013

* Розрахунки авторів за даними інформаційних джерел [6].

вплив міста на ціни земельних ділянок виявляється в межах 10–15 км зони, а далі він спадає (рис. 3).

Фактор близькості до міста зумовлює також варіацію цін (чим далі від міста, тим менша їх варіація) і впливає на кількість пропозицій і трансакцій із землею (зі збільшенням віддалі до міста зменшується їхня кількість). Найбільш запитуваними є ділянки в радіусі 5–10 км від межі міста: Брюховичі, Бірки, Сокольніки, Солонка, Зимна Вода, Рудно, Конопниця, Винники.

Аналіз трансакційних процесів із землею та нерухомістю вказує на відсутність об'єктивної оцінки земель приміської зони. Тут не придатні методи, які використовуються для оцінки землі й нерухомості в містах, водночас і оцінка земель як сільськогосподарських угідь також необ'єктивна. Причини зосереджені у спрощенні методик та недостатнього врахування просторових характеристик міста-центру і його оточення.

2. Характеристика існуючих методик оцінки землі та нерухомості. Залежно від призначення в Україні існує два види методик оцінки землі й нерухомості:

1. *Нормативна грошова оцінка* – використовується для визначення розміру земельного податку, величини орендної плати, відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва, економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель.

2. *Експертна грошова оцінка* застосовується для встановлення ціни продажу земельної ділянки; стартової ціни продажу ділянки на конкурентних засадах.

Розглянемо детальніше існуючі методики [5]. Нормативна грошова оцінка земель сільськогосподарського призначення визначається як добуток річного рентного доходу за економічною оцінкою по виробництву зернових культур, ціни на зерно й терміну його капіталізації за формулою:

$$\Gamma = P_{\text{здн}} \times \Pi \times T_{\text{к}}, \quad (1)$$

де Γ – нормативна грошова оцінка гектара с/г земель (у гривнях); $P_{\text{здн}}$ – загальний рентний дохід на орних землях, землях під багаторічними насадженнями, природними сіножатями й пасовищами по Україні (у центнерах); Π – ціна

центнера зерна (у гривнях); $T_{\text{к}}$ – термін капіталізації рентного доходу (в роках), який встановлюється на рівні 33 років.

Рентний дохід із земель сільськогосподарського призначення визначається за економічною оцінкою по виробництву зернових культур (у центнерах) за формулою:

$$P_{\text{дн}} = (Y \times \Pi - Z - 3 \times K_{\text{нр}}) : \Pi, \quad (2)$$

де $P_{\text{дн}}$ – диференціальний рентний дохід з гектара орних земель (у центнерах); Y – урожайність зернових з гектара (у центнерах); Π – ціна реалізації центнера зерна; Z – виробничі затрати на гектар; $K_{\text{нр}}$ – коефіцієнт норми рентабельності.

Нормативна грошова оцінка окремої земельної сільськогосподарської ділянки, що перебуває у власності чи користуванні юридичних та фізичних осіб, визначається за формулою:

$$\Gamma_{\text{агр}} = \frac{\Gamma \times B_{\text{агр}}}{B}, \quad (3)$$

де $\Gamma_{\text{агр}}$ – нормативна грошова оцінка агровиробничої групи ґрунтів (у гривнях); $B_{\text{агр}}$ – бал бонітету агровиробничої групи ґрунтів; B – бал бонітету гектара відповідних угідь по сільськогосподарському підприємству; Γ – нормативна грошова оцінка гектара відповідних угідь по сільськогосподарському підприємству (у гривнях).

Нормативна грошова оцінка земель населених пунктів передбачає встановлення вартості земельних ділянок і включає такі фактори, як місцезнаходження, екологічна якість, рівень інженерно-інфраструктурного забезпечення, соціально-містобудівна привабливість середовища тощо. Визначається за формулою:

$$\Pi_{\text{н}} = \frac{B \times H_{\text{п}}}{H_{\text{к}}} \times K_{\text{ф}} \times K_{\text{м}}, \quad (4)$$

де $\Pi_{\text{н}}$ – нормативна грошова оцінка квадратного метра земельної ділянки (у гривнях); B – витрати на освоєння та облаштування території в розрахунку на квадратний метр (у гривнях); $H_{\text{п}}$ – норма прибутку (6%); $H_{\text{к}}$ – норма капіталізації (3%); $K_{\text{ф}}$ – коефіцієнт, що характеризує функціональне використання земельної ділянки (під житлову та громадську забуду-

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

дову, для промисловості, транспорту тощо); K_M – коефіцієнт, який характеризує місцерозташування земельної ділянки.

Експертна грошова оцінка земельної ділянки здійснюється на основі методичних підходів: витратного, дохідного, порівняльного. *Витратний (майновий)* підхід передбачає врахування витрат на спорудження об'єктів нерухомого майна на земельній ділянці. Стосовно земельної ділянки витрати на земельні поліпшення розглядаються як зміна якісних характеристик ділянки внаслідок розташування в її межах будинків, будівель, споруд, об'єктів інженерної інфраструктури, меліоративних систем, багаторічних насаджень, лісової та іншої рослинності, а також господарської діяльності або проведення робіт (зміна рельєфу, поліпшення ґрунтів тощо). Вартість об'єкта нерухомості відповідно до цього методичного підходу визначається за формулою:

$$U_n = U_o - B_{oc}, \quad (5)$$

де U_n – вартість земельної ділянки, визначена шляхом урахування витрат на земельні поліпшення (у гривнях); U_o – очікуваний дохід від продажу поліпшеної земельної ділянки чи капіталізований чистий операційний або рентний дохід від її використання (у гривнях); B_{oc} – витрати на земельні поліпшення (у гривнях).

Оцінка *дохідним підходом* базується на капіталізації доходів виходячи з принципу залежності теперішньої вартості нерухомості від вартості всіх майбутніх доходів, які вона може принести. При цьому використовують два різновиди дохідного підходу: метод прямої капіталізації та метод дисконтування грошових потоків. *Метод прямої капіталізації* доходу застосовується для випадків прогнозування постійного за величиною й рівного за періодами чистого операційного доходу (грошового потоку), одержання якого не обмежене в часі. Вартість нерухомості розраховують за формулою:

$$B_n = \frac{D}{CK}, \quad (6)$$

де B_n – вартість нерухомості; D – середньорічний дохід від експлуатації нерухомості; CK – ставка капіталізації (коефіцієнт, що відображає взаємозв'язок прогнозованого чистого операційного доходу і вартості об'єкта).

Джерелом доходу (D) від експлуатації, як правило, є орендна плата за ставками, які встановлюються у вигляді місячної плати за 1 кв. м нерухомості. Для земельних ділянок сільськогосподарського призначення середньорічний дохід (D) – це добуток нормального (типового) урожаю сільськогосподарських культур і цін його реалізації на ринку.

Метод непрямої капіталізації (дисконтування грошових потоків) використовується для випадків прогнозування неоднакових за величиною, нестабільних за періодами прогнозування (грошових потоків), а також коли отримання чистих операційних доходів обмежене в часі.

$$B = \frac{ГП_1}{(1+r)} + \frac{ГП_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{ГП_t}{(1+r)^t} + P, \quad (7)$$

де $ГП_1, ГП_2, \dots, ГП_t$ – чисті грошові потоки від використання об'єкта в 1, 2 ... роки; r – ставка дисконту; P – реверсія,

термінальна або теперішня вартість об'єкта у післяпрогнозованій період.

Порівняльний підхід базується на даних про угоди купівлі-продажу об'єктів, аналогічних оцінюваному. Формула визначення вартості землі та нерухомості згідно з цим підходом має вигляд:

$$B_n = U_i \pm K_i, \quad (8)$$

де U_i – ціна продажу i -го порівнюваного об'єкта; K_i – величина коригувань ціни продажу i -го порівнюваного об'єкта.

Виділяють такі основні елементи порівняння: права власності на оцінюваний об'єкт; умови продажу, місце розташування; характеристики фізичні характеристики; економічні умови й строки оренди; функціональні тощо. Проведений аналіз методик оцінки земель і нерухомості дозволив сформувати сукупність показників, що впливають на вартість землі та нерухомості (як сільськогосподарських угідь, так і земель населених пунктів).

Розглядаючи приміську зону великого міста та процеси із землею й нерухомістю, зосередимось на взаємозалежності ціни на землю і просторовими характеристиками міста й оточення. Вихідною є теза, що земельна рента найурожайніших земельних угідь нижче ренти земель приміської зони, які переосвоюються під нову функцію. А відповідно, тут діють інші складові, які визначають ціну землі та нерухомості. Іншою тезою вдосконалення методик служить вимога системного аналізу просторових ситуацій у місті та на приміських територіях, що дозволить встановити нову ієрархію чинників впливу на вартість землі й нерухомості та об'єктивно визначити вагові коефіцієнти чинників для міст і різних просторових ситуацій.

3. Удосконалення методики грошової оцінки приміських земель для регулювання процесів субурбанізації. На сьогодні практично не сформована методологія регулювання процесів розширення міст, яка б базувалася на закономірностях суміжного розгляду розвитку виробництва (діяльності), природи (середовища) та людини і дозволила б підвищити обґрунтованість рішень. Окремі складові таких характеристик враховані в існуючих методиках оцінки землі й нерухомості та наведені нами в табл. 1, проте вони погано структуровані й розглядаються відокремлено. Коригуючі коефіцієнти не завжди об'єктивно розкривають взаємодії між характеристиками. Пропонується використати обґрунтовану одним з авторів даної статті методику, яка базується на моделі багатовимірності простору [1].

Велике розмаїття завдань, а також чинників, які варто врахувати при їх вирішенні, потребує застосування різних методів і методик. Принципового значення набуває розробка прикладних методик узгодження просторових характеристик на цілісній методологічній основі. Для розробки системного методологічного регулювання процесів субурбанізації, їх нормативного та інформаційного забезпечення потрібно встановити певні координати та межі простору, в яких можна було б описати існуючі та передбачувані ситуації.

Таблиця 1. Показники впливу на вартість землі приміських територій

Показник	Значення показника (норматив)
Якісні характеристики земельної ділянки	
Конфігурація	
Площа, м кв	
геологічні параметри (експозиція та крутизна схилу, заболоченість, еродованість, рівень інженерно-меліоративного облаштування, режим ґрунтових вод та паводків), переважний напрямок повітряних потоків	
Склад земель	га
Урожайність, га/ц	У
Стан ґрунтів (бонітет), бал	Б
Рівень техногенного забруднення	
Місцерозташування	Км
1) коефіцієнти, що враховують місцерозташування земельної ділянки відносно населеного пункту	Км ₁
2) коефіцієнти, які враховують місцерозташування земельної ділянки в межах населеного пункту	Км ₂
3) коефіцієнти місцеположення земельної ділянки в межах економіко-планувальної зони	Км ₃
Для експертної оцінки коригуючі коефіцієнти, що враховують: особливості місця розташування (відмінності земельних ділянок, розміщених у різних мікрокліматичних зонах, масивах сільськогосподарських земель, транспортний фактор, доступність до ринків збуту продукції та мережі агротехсервісу, демографічна та соціально-економічна ситуація, умови використання прилеглої території тощо)	
Правовий статус	
Форма власності	
Форма користування	
Умови та обмеження щодо використання земельної ділянки	
Функціональне використання	К _ф
Землі комерційного використання	2,5
Землі промисловості, землі дослідження та розробок	1,20
Землі житлової забудови	1,00
Землі гірничої промисловості і гірничих розробок	1,00
Землі транспорту і зв'язку	1,00
Землі громадського призначення	0,70
Землі технічної інфраструктури	0,65
Інші землі	0,1–0,5
Землі змішаного використання	розрахунково
Економічні показники	
Витрати на освоєння та облаштування території, грн. на кв. м	В
Витрати на земельні поліпшення, грн.	В
Ставка орендної плати за землю, грн./кв. м	
Ставка капіталізації: % ставка банку Коефіцієнт ризиків (0–5) – ліквідність	СК
ціна реалізації центнера зерна	Ц
виробничі затрати на гектар, грн.	З

Є очевидним, що діяльність у просторі зорієнтована на-самперед на людину. Тобто певний набір кількісних і якісних характеристик *людського фактора* має бути присутнім практично у кожній задачі.

Територіальні об'єкти відносяться, як правило, до класу функціональних систем. Їх функції спрямовані на забезпечення певних матеріальних, культурних, духовних та інших потреб населення. Це означає, що *функціональна складова* також повинна бути відображена в умові задачі. *Геометричні характеристики* відносяться до найважливіших чинників просторової організації систем. Розмірні дані, форми, концентрація об'єктів та інші властивості, пов'язані з масштабом, розташуванням, оточенням об'єктів, мають враховуватись у задачах творення та розвитку систем.

Життєвий цикл територіальних систем, а також процеси, що відбуваються в них і в навколишньому середовищі, протікають у часі. *Фактор часу* може бути присутнім в історичному аспекті, тривалості функціонування систем та у перспективі. Отже, часовий аспект також виступає неодмінною складовою теорій та практики містобудування, зокрема проблем субурбанізації.

Кожна з перелічених вище п'яти складових (людина, функція, умови, геометрія і час) містить певну множину кількісних і якісних характеристик. Таким чином, сформульовано висновок у вигляді положення: діяльність реалізується у п'ятивимірному просторі, утвореному векторами «людина, функція, умови, геометрія, час». Для втілення цього положення в практику слід здійснити структуризацію простору, дослідити зміст і взаємодію основних його елементів.

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Авторами досліджується п'ятивимірний простір стосовно субурбанізації та економічних механізмів регулювання цього процесу. Охарактеризуємо спочатку основні поняття багатовимірного простору. Найбільш загальним можна вважати визначення: простір – це множина елементів (предметів, явищ, станів, змінних тощо), між якими існують просторово подібні відношення. Елементарним прикладом є відношення кількості населення до площі території, тобто щільність населення. Якщо до цих двох координат додати час, отримуємо динаміку густоти населення в часі.

Зупинимося стисло на узагальнених складових векторах містобудівного простору, виділивши на множині показників кожного виміру ті, що стосуються кількісних і якісних характеристик, а також показників використання. *Людський вимір* є узагальненою змінною простору. Населення може бути структурованим за різними ознаками: щодо статі, віку, кваліфікації та за іншими параметрами. Для будь-якої категорії людей характерні кількісні показники: зокрема, кількість людей, що проживає на території; якісні – характеристика душовності, освіченості; характеристики використання – зайнятість, професійна структура. Простір характеризують *умови*, тому їх доцільно прийняти як одну з узагальнених змінних і виділити наступні компоненти: природні умови, умови розміщення, вимоги. Характеристики ситуації та завдання можуть бути задані однозначно чи набором типових умов. Проте є ситуації невизначені, які виникають як наслідок неповноти інформації, а також дії непрогнозованих чинників. Вимоги – це директивна складова та нормативні обмеження. Природні умови – ті, які об'єктивно задані. Умови розміщення – які можуть змінюватись у процесі організації систем.

Функціональний вимір будь-яких територіальних систем включає зовнішні та внутрішні функції, а також функції узгодження. Зовнішні функції скеровані на задоволення потреб людей, а внутрішні – на потреби самої системи. Функції узгодження скеровані на структурно-параметричне та просторово-часове узгодження. Реально в системі існують сумісні й несумісні функції. Неузгодженість може відбуватися між параметрами або бути часовою. Функції узгодження да-

ють можливість гармонізувати систему. Прикладом реалізації функції узгодження в територіальних системах є наявність складів комплектуючих, майданчиків складування, території вантажно-розвантажувальних дворів тощо.

Геометричні характеристики простору належать до узагальнених змінних, які поділяються на компоненти: масштаб, конфігурація, освоєність простору. Територіальні системи динамічні, тому однією з узагальнених змінних їх простору є *часовий вимір*. Враховуючи специфіку містобудівної діяльності, в часовому векторі доцільно виділити ретроспективу, сучасність та перспективу. Основні компоненти простору наведені в табл. 2.

Запропонована модель багатовекторного простору дозволяє суттєво реформувати інформаційну базу економічного обґрунтування проектних рішень, структурувати її під конкретні завдання та орієнтувати на використання комп'ютерних технологій за аналогією з цифровими геоінформаційними картами. Побудова і дослідження обґрунтованої моделі передбачає:

- заповнення політопа інформацією;
- структурування містобудівних задач у багатовимірному просторі;
- виявлення внутрішніх і зовнішніх диспропорцій і суперечностей у містобудівному просторі;
- виявлення кількісних залежностей між характеристиками простору та показниками ефективності;
- окреслення просторових інваріант, тобто незмінних характеристик, які суттєво впливають на ефективність функціонування системи.

Встановлена множина з п'яти векторів є необхідною і достатньою, а також незмінною для різних сфер і рівнів простору. Виділені вектори включають увесь масив традиційних характеристик, що застосовуються в нормативно-методичній літературі, зокрема ДБН ЗБ0–92* «Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень» включає перелік та регламентацію показників, які концентруються навколо таких характеристик містобудівних систем – величина, ємність, границі, функціональна та роз-

Таблиця 2. Компоненти простору та їх змістова характеристика

Виміри	Змістова характеристика компонент
Людський вимір L	Кількісний вимір
	Якісний вимір
	Використання
Функціональний вимір F	Зовнішні
	Внутрішні
	Узгодження
Містобудівні умови X	Природні
	Розміщення
	Вимоги
Геометрична характеристика G	Масштаб
	Конфігурація
	Освоєність
Часовий вимір T	Ретроспективна
	Сучасність
	Перспективна

планувальна організація, доступність і місце елемента в системі вищої ієрархії, історичні особливості, містобудівні та природні умови [4].

У проектній практиці та економічній оцінці використовуються близько 50 показників, зокрема: кількість населення, його щільність, площа окремих функціональних зон, показники забезпечення населення об'єктами обслуговування, зайнятість людей, структура територій окремих зон. Проте їх структура і зміст недостатньо впорядковані з урахуванням вимог системності, ієрархії та цілісної методології. Охарактеризуємо основні елементи та поєднання п'ятивимірного простору (табл. 3), які впорядковують інформаційну базу економіко-містобудівної діяльності.

Розгляд усього масиву взаємодій (подвійних, потрійних тощо) вказує, що в таких поєднаннях усі комбінації мають відношення до задач економіко-містобудівних обґрунтувань процесів субурбанізації, існують комбінації, які відіграють провідну роль у містобудівному процесі, тобто наявні й пріоритетні поєднання. Відповідно, постає вимога виявлення ключових комірок у моделі багатовекторного простору та структуризації інформації під конкретні завдання, а також фіксації окремих векторів.

Впровадження моделі багатовекторного простору дозволяє не лише реформувати інформаційну базу, а й упорядкувати

безпосередньо завдання регулювання процесів субурбанізації. Беручи її за основу, відкриваються певні завдання, які наразі не знайшли належного розкриття в економічній та теорії містобудування, зокрема завдання системного аналізу простору життєдіяльності й управління розвитком територіальних систем. Вимагають суттєвого реформування та дослідження проблеми районного розпланування, що стосуються питань стратегічного розвитку територіальних систем. Усі ці завдання перебувають у різних координатах регіонального простору і описуються відповідними показниками для їх розв'язання. Виділяється група «площинних» завдань, які знаходяться в межах площин взаємодії двох векторів: об'ємні – з використанням інформації трьох вимірів, та багатогранних об'ємів (гіперкубів) – чотирьох і п'яти вимірів. Для їх вирішення використовуються відповідні показники, здійснюються конкретні інформаційні зрізи (стриати) в моделі багатовекторного простору.

Парні поєднання (їх у п'ятивекторному просторі десять) характеризують площини взаємодії двох векторів. Так, поєднання людського виміру (L) і регіональних умов (X) визначаються показниками умов життя людей та їх діяльності: комфортність, екологічний стан, забезпечення населення житловою площею; формуються завдання покращення умов.

Взаємопоєднання LF описує функціональні показники простору, що співвіднесені з людським вектором, описують-

Таблиця 3. Основні взаємодії векторів регіонального простору

Елементи політопа	Складові простору	Зміст вимірів та взаємодій регіонального простору (приклади)
Виміри простору	L	людський
	F	функціональний
	X	регіональних умов
	G	геометричних характеристик
	T	часовий
Парні взаємодії (площини)	LF	взаємодія людського і функціонального вимірів
	LX	умови життя та діяльності людей
	LG	щільність та розподіл населення
	LT	динаміка людського виміру
	FX	функціональні умови
	FT	функціональна продуктивність, динаміка функцій
	FG	функціональне освоєння території
	XG	розподіл умов по території
	XT	динаміка умов у часі
	GT	зміна геометричних характеристик у часі
Потрійні взаємодії	LFX	процесуальні характеристики на певний час
	LFG	типова структура простору
	LFT	динаміка зайнятості людей
	FXG	характеристика умов життєдіяльності
	FXT	динаміка функціональних умов
	XGT	динаміка розподіл умов
	LXG	стан ресурсів на певний момент часу
	LXT	динаміка умов життєдіяльності людей
	LGT	динаміка розселення людей
FGT	динаміка функцій у просторі	
Почетверні взаємодії	LFGX	просторова ситуація на певний момент часу
	LFXT	характеристика процесів (соціальних, виробничих, демографічних)
	LXGT	ресурси простору (людські, природні, ландшафтні)
	FXGT	умови життєдіяльності
Регіональний простір	LFGT	типовий простір містобудування
	LFXGT	повна множина основних характеристик регіонального простору

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

ся показниками забезпеченості рекреаційними об'єктами, зайнятістю населення на виробництві тощо.

Поєднання LT характеризує динамізм людського вектора – природний та механічний рух населення, міграцію; постають завдання демографічних прогнозів, аналізу напрямів та причин міграції тощо. Поєднання LG включає характеристику взаємодії людей і геометричного вектора – масштабу, конфігурації та освоєності простору, що виявляється у показниках щільності населення, розподілу населення по території та особливостях освоєння людьми простору життєдіяльності.

FG розкриває розподіл функцій на території і виявляється у показнику щільності функціональних об'єктів, поселень, розміщення рекреаційних та виробничих об'єктів та ін.; формуються завдання пошуку оптимальних масштабів для різних функцій на території. FX висвітлює використання умов (природних, розміщення, вимог) у функціональному відношенні та відображається показниками використання природних ресурсів під певні функції, їх розміщення тощо; постають завдання оптимізації цих поєднань шляхом покращення умов або вдосконалення функціональної організації.

XT характеризує зміну умов у часі, покращення чи погіршення екологічної ситуації, зміну ситуацій розміщення та трансформацію вимог до простору. XG – розподіл умов у геометричних характеристиках простору: різноманітність, концентрацію умов та ресурсів у просторі. GT – зміни геометричних характеристик в часі: масштабу, конфігурації та освоєності простору.

Потрійні поєднання векторів (їх десять) окреслюють тривимірний простір характеристик взаємодії трьох вимірів і їх компонентів; розкриваються ширші можливості аналізу їх взаємодії, структуризації завдань. Скажімо, в об'ємі взаємодії функціонального вектора, регіональних умов та геометричних характеристик окреслюється простір, що їх поєднує й встановлює умови життєдіяльності на певний момент часу (вектор людини і часовий в цьому випадку фіксовані). Поєднання векторів людського, регіональних умов та геометричних характеристик окреслюють властивості стану ресурсів середовища на певний момент часу та описують ресурсну ситуацію в регіоні (вектор функціональний та часовий в цьому випадку фіксовані).

Чотиривимірні поєднання передбачають фіксацію одного з векторів п'ятивимірного простору, завдяки чому відбувається зниження розмірності системи. Так, фіксуючи умови, формується клас завдань типового проектування. Вводячи вектор умов, відбувається приведення типового проекту до конкретних умов місцевості та вимог замовника. Фіксуючи вектор часу, формується клас завдань передпроектного аналізу, оцінюється стан системи на конкретний момент часу. Введення вектора часу формує задачі дослідження на перспективу – оптимізації систем та їх перспективного розвитку. Фіксація функцій окреслює простір спеціальних, естетичних, ландшафтних та інших завдань у містобудуванні. Зафіксувавши вектор геометричних характеристик простору, можемо звужувати задачі до об'єктного

проектування. Фіксація людського вектора зводить завдання містобудування до характеристик умов життєдіяльності.

Повна множина характеристик простору та містобудівних завдань формується у п'ятивимірному поєднанні. Для цієї множини інтегральною є характеристика ефективності простору, яка включає показники корисності, економічності, екологічності та естетики простору. Постають інтегральні завдання. Завдання найвищого ієрархічного рівня – підвищення ефективності та гармонізації територіальної системи, яка вимагає розгляду всього масиву характеристик п'ятивимірного простору.

Запропонована модель має методологічне значення, адже дає можливість формулювати завдання в їх динаміці для різного ієрархічного рівня – від теоретичних (з установленням системних закономірностей) до емпіричних (визначення кількісних співвідношень). Модель містить елементи цілеспрямованого саморозвитку завдяки присутності людського вектора у просторі, бо саме цей чинник є домінуючим у властивості саморозвитку. Вона дозволяє окреслювати нові завдання, які виникатимуть у просторі в майбутньому. Інформаційне заповнення моделі багатовекторного простору є неперервним процесом, а модель може включати велике число інформаційних показників і характеристик. Це означає, що, досліджуючи простір, слід передбачати можливість згортання інформації до необхідного та достатнього переліку показників.

4. Перевірка ефективності обґрунтованої моделі на прикладі Львова та його оточення. Багатовимірна модель простору розкриває нові можливості аналізу, оцінки й синтезу просторових ситуацій територіальних систем, дає змогу оцінити правильність і пропорційність побудови систем, розробити алгоритми їх розвитку. Застосування комп'ютерних технологій для аналізу й синтезу моделі дозволяє систематизувати та повніше використати наявні дані про простір, здійснити раціональне поєднання його параметрів, створити спеціальні карти в електронному варіанті. З окремих інформаційних перерізів можна будувати локальні моделі з урахуванням різноманітних цілей.

Простір Львова характеризується надкомпактністю та невпорядкованістю. Неузгодженість ресурсів, структури та процесів у місті обумовлює загострення, головним з яких є територіальне, що поділяється на проблему нових територій для міста та проблему функціонального переосвоєння й підвищення ефективності використання внутрішньоміських територій. Внутрішні ресурси міста вичерпані. Виділяються й інші проблеми: транспортна, збереження історичного середовища, розвитку інженерної інфраструктури, гуманізації середовища житлових районів, соціальні тощо.

Процеси у приміській зоні Львова мають цілком конкретний просторовий прояв. Північно-західний від Львова напрямком отримує промислово-прикордонний характер у зв'язку зі створенням тут вільної економічної зони «Яворів». Застосування обґрунтованої моделі дозволяє системно проаналізувати ситуацію і підтверджує ряд тенденцій, які визначатимуть процеси субурбанізації. Так:

– якщо функції, що витісняються з міста, мають «спадкову» пов'язаність до місць свого попереднього розміщення, вони концентруються навколо нього;

– якщо такої пов'язаності немає, але існує внутрішній взаємозв'язок між витісненими функціями, вони створюють компактні утворення;

– якщо відсутня об'єктивна потреба кооперування на новій території, об'єкти займають довільне положення, яке найбільше задовольняє кожного з них;

– об'єктивно більше концентрування відбувається вздовж головних транспортних променів і «губиться» у міжпроменевому просторі.

Проведений аналіз просторових ситуацій у місті та приміській зоні Львова дає можливість економічно обґрунтувати напрями поширення процесу урбанізації на приміську територію через установлення ієрархії чинників, що впливають на вартість землі й нерухомості, повніше враховувати їх взаємопов'язаності з використанням удосконаленої авторами методики.

Висновки

1. Межа між регульованою й стихійною субурбанізацією Львова нечітка і пов'язана з відсутністю містобудівної документації для всього оточення міста, а також локальних правил забудови і використання приміських територій. До чинників, що сприяють активному будівництву, слід віднести комунікаційну доступність до міських територій та близькість атракційних територій (лісів, річок, озер). Неприятливими чинниками є погана комунікаційна доступність до міста, природно-правові обмеження, природні перешкоди.

2. Ринок землі в місті і приміській зоні формується стихійно, не забезпечує ефективного розподілу використання земельного ресурсу приміської зони, що служить перешкодою до гармонізації відносин у цілому. Аналіз трансакцій земельних ділянок приміської зони Львова вказує на неефективний розподіл і використання земельного ресурсу приміської зони.

3. Ціна незабудованої території є інтегральним показником атрактивності території, надається для дослідження як планової субурбанізації, так і неконтрольованого «розливу» міст і покладена в основу методики багатовимірності простору, що інтегрує існуючі методи вже на початковій стадії оцінки та враховує специфіку простору приміської зони і міста.

4. Встановлено, що вся сукупність засобів регулювання явищ субурбанізації (економічно-фінансових, організаційно-господарських, юридично-правових просторових чинників) виступає як множина впливів на організацію систем для підвищення ефективності функціонування. Узгоджується модель п'ятивимірного простору. Вплив чинників проявляється на різних рівнях: системний комплекс регіону (агломерація), підсистема (урбанізована, аграрна, рекреаційна); елементи системи (населений пункт, рекреаційний вузол).

5. Запропонована модель багатовимірного простору включає п'ять вимірів: людський, функціональний, умов, геометричний і часовий. Структуризація простору у вигляді моделі дозволила виділити підмножини елементів простору, в яких формуються характеристики простору, а також задачі. Взаємне узгодження просторових характеристик є умовою гармонізації систем, у тому числі відносин міст і оточення.

6. Аналіз методів оцінки землі й нерухомості окремих характеристик, окремих вимірів та їх поєднань обумовили необхідність повнішого врахування просторових характеристик, поглиблення методів оцінки потенціалу взаємодій міста і оточення. Проведено характеристику та оцінку просторового потенціалу Львова і його приміської зони, який охоплює геометричні, функціональні, складові умов, часу та людину. Детально досліджено групу показників, які пов'язуються з субурбанізацією. Оцінка просторового потенціалу через оцінку землі й нерухомості розглядається як дійовий інструмент і вихідна методологічна умова оптимізації простору субурбанізації, ефективного та узгодженого його функціонування з містом.

Список використаних джерел

1. Габрель М.М. Просторова організація містобудівних систем: моногр. / М.М. Габрель [Інститут регіональних досліджень НАН України]. – К.: Видавничий дім А.С.С., 2004. – 400 с.

2. Габрель М.М. Підвищення ефективності містобудівних рішень в організації приміських територій: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.23.20 – містобудування та територіальне планування / М.М. Габрель. – К.: КНУБА, 2012. – 22 с.

3. Лисяк Н.М. Регулювання економічних відносин міста і приміської зони: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Н.М. Лисяк. – Львів: ІРД НАН України, 2009. – 20 с.

4. Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень [Електрон. ресурс]: ДБН 360-92*: [від 17.04.92 №44, зі змінами]. – Державний комітет України у справах містобудування і архітектури. – К.: Ліга-закон, 2007-2011. – 142 с. – Режим доступу: <http://kga.gov.ua/files/doc/normy-derjavny/dbn/Mistobuduvannja-Planuvannja-i-zabudova-miskyh-i-sil'skyh-poselen-DBN-360-92.pdf>

5. Про методику визначення грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів [Електрон. ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України; [від 23.03.95 №213]. – Законодавство України. – Режим доступу: http://www.svdevelopment.com/ru/info_guide/zakukr/resolutions/11/213/

6. Статистичний моніторинг соціально-економічного розвитку Львівщини [Електрон. ресурс]. – Львів, Головне управління статистики у Львівській області, 2006-2012. – Режим доступу: <http://www.stat-lviv.com>; <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/help/special>

Урбаністика: пріоритети та перспективи

У статті розглянуто підходи стосовно дослідження урбанізаційних процесів. Також виявлено, що різноманітність підходів до сутності самого поняття «урбанізація» привела до появи низки урбаністичних концепцій.

Ключові слова: урбанізація, глобалізація, урбаністика, мегаполіс, соціально-економічний розвиток.

В статье рассмотрены подходы к исследованию урбанизационных процессов. Также выявлено, что разнообразие подходов к сути самого понятия «урбанизация» привело к появлению ряда урбаністических концепций.

Ключевые слова: урбанизация, глобализация, урбаністика, мегаполіс, социально-экономическое развитие.

The article considers approaches to research urbanization processes. Also, found that diversity of approaches to the essence of the concept of «urbanization» has led to a series of urbanistic concepts.

Keywords: urbanization, globalization, urban planning, metropolis, socio-economic development.

Постановка проблеми. Урбанізація у загальному розумінні – це процес збільшення кількості міст, міського населення, а також посилення їхньої ролі в соціально-економічному розвитку регіонів, країн, світу як центрів розміщення продуктивних сил, концентрації ділової активності та соціокультурного простору. За даними Організації Об'єднаних Націй, більша частина населення планети проживає у містах.

Безперечно, такі процеси не могли залишитися без уваги з боку науковців. Паралельно із їхнім оформленням у стале світове явище – урбанізацію відокремленості набуває й галузь прикладних знань – урбаністика (або геоурбаністика), яка нараховує неповних сто років свого розвитку.

Урбаністика вважається розділом економічної географії, що займається вивченням і комплексним аналізом проблем, пов'язаних із функціонуванням і розвитком міських центрів. Незважаючи на свою молодість як окремої наукової галузі, вона вже пройшла кілька етапів змін парадигм.

Перша парадигма – концепт, що власне призвів до виникнення урбаністики, започаткований традицією розгляду міста як «великого заводу», в якому можна порахувати основні параметри життєдіяльності і, як наслідок, спрогнозувати розвиток і превентивну реакцію на системні проблеми.

Однак практика застосування такої парадигми у великих західних містах призвела до того, що урбаністика в 60–70 роки ХХ століття пережила дві хвилі критики і відповідні зміни методологічних основ, пов'язаних із введенням антипозитивістського принципу «неповної осяжності об'єкта» і принципу переведення частини елементів складного об'єкта в розряд автономних суб'єктів.

На даному етапі урбаністика потребує нових концепцій, пов'язаних із прискоренням урбанізації під впливом потужних факторів загальносвітового масштабу, детермінантою яких є економічна глобалізація.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Теоретичні та методологічні аспекти урбанізації розкриті в працях таких вчених, як М.Я. Мижега, В.П. Нагірна, Ю.І. Пітюренко, Г.В. Йоффе, Н.І. Блажко, Ф.Д. Заставний, О.І. Шаблій, Д.М. Стеченко, Т.Б. Заставацький, Л.М. Корецький, В.М. Кубішович, Г.М. Лаппо [4], Г.Г. Старостенко [5], М.І. Фащевський, Л.Т. Шевчук та ін. Найбільш інтенсивно вивчення процесів урбанізації, окремих міських поселень та їхніх систем припало на другу половину – кінець ХХ ст., що стало наслідком активізації процесів урбанізації та зростання ролі міст як основних форм розселення і соціально-економічних центрів.

Проте і до сьогодні внаслідок посилення впливу урбанізації на соціально-економічний розвиток країни та її регіонів зокрема ці питання залишаються актуальними, що зумовлює необхідність подальших досліджень у зазначеному напрямі.

Мета статті – розглянути підходи стосовно дослідження урбанізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Світовий процес урбанізації розпочався в Європі, саме там уперше почали формуватися міста завдяки концентрації засобів виробництва та великої промисловості. Становлення урбанізації почалося на перехресті ХVІІІ–ХІХ ст., коли міста в Західній Європі зосереджували найважливіші засоби виробництва, створювали додану вартість та займали ключові позиції у світовій економіці.

Уже сьогодні в багатьох країнах світу, особливо економічно розвинених, питома вага міського населення досягає 85–90% і більше в загальній його чисельності. За прогнозами Комісії ООН по народонаселенню, на початку ХХІ ст. у містах буде мешкати не менше 51% усього населення земної кулі, тоді як у 1970 році частка міського населення становила 38,6%. З'являються і зростають багатомільйонні міста-мегаполіси (Нью-Йорк, Лондон, Токіо та ін.), збільшується їхня кількість, розміри та проблеми [6].

Урбанізація досягла всеохоплюючого рівня, спричинила зростання «немов на дріжджах» мегаполісів, в яких концентрується ділова активність регіонів [1]. Крім того, у глобалізаційних процесах урбанізація набуває нових ознак. Цілий ряд міст перетворюється на категорію надпотужних, по відношенню до яких закріпилась поняття «світові», «глобальні» міста. Вони задають тон не тільки розвитку своїх регіонів і країн, а й відіграють зростаючу роль у вирішенні глобальних проблем людства, у діалозі культур та цивілізацій.

Великі міста виступають не тільки адміністративно-територіальною одиницею державного устрою, а й самостійними суб'єктами економічної та соціальної глобальної конкуренції.

На фоні різновекторного впливу глобалізації і регіоналізації трансформаційні реформи нині випробовують на міцність кожну країну та її каркасні територіальні одиниці – мегаполіси.

Нову концепцію для урбаністики, зокрема, запропонував П. Кругман. Для пояснення причин прискореної урбанізації у розвитку «нової економічної географії» він використовує поняття ефекту масштабу: перенаселені райони більш привабливі для людей в економічному плані, оскільки надають ширший вибір товарів та послуг. Фірми також схильні концентрувати виробництво в густонаселених точках, бо через збільшення локального ринку збуту і зниження транспортних витрат виграють на масштабах. Як результат – заробітна плата жителів мегаполіса підвищується, що прискорює подальшу міграцію з навколишніх територій.

Аналогічні закони діють на національних та глобальних рівнях. Одним із результатів досліджень П. Кругмана є висновок, що закриті від зовнішнього світу економіки більш схильні до централізації продуктивних сил і перенаселення міст. Відкриті ж для зовнішньої торгівлі країни менше страждають від негативних наслідків урбанізації, оскільки їхнім ринком збуту стає увесь світ.

Кінцевим результатом урбанізації є поділ регіонів на густонаселене «ядро» і менш розвинуту «периферію». Модель «ядро–периферія» виявилася особливо дієвою у ХХ ст. унаслідок суттєвого зниження транспортних витрат, що підвищило мобільність населення у напрямі міст, куди стікалися капітали і професіонали [1].

Аналізуючи глобальний формат сучасної урбанізації, фахівці Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) характеризують його як «урбаністичний парадокс», що є викликом для економіки й сталого розвитку на національному та глобальному рівні [2].

За даними цієї організації, станом ще на 2006 рік більш ніж половина (53 відсотки) населення країн – членів ОЕСР проживала переважно у міських районах. У цих країнах нараховувалося 78 мегаполісів із населенням 1,5 і більше мільйонів людей, в яких сконцентрована значна частка економічної діяльності. Так, на частку Будапешта, Сеула, Копенгагена, Дубліна, Гельсінкі, Рандстада (Голландія) та Брюсселя припадала майже половина ВВП відповідних країн, а на частку Осло, Окленда, Праги, Лондона, Стокгольма, Токіо і Парижа – близько третини. Більш вагомою тенденцією є те, що в країнах ОЕСР у більшості мегаполісів спостерігається вищий, ніж у середньому по країні, ВВП на душу населення (у 66 з 78 мегаполісів), а також вища продуктивність праці (у 65 з 78 мегаполісів). У багатьох з них темпи зростання вищі, ніж у відповідних країнах у цілому [2].

Переваги потужних міських агломерацій з погляду більш високих обсягів виробництва у розрахунку на душу населення та інших економічних показників пояснюються рядом факторів.

Передусім агломераційна економіка сприяє тому, що у великих мегаполісах відкриваються глобальні та регіональні штаб–квартири корпорацій. Також вона забезпечує бізнесу

більш широкий вибір з погляду ресурсів і створює умови для концентрації інфраструктури та спеціалізованих ділових послуг. Значення агломераційного ефекту підтверджується позитивною кореляцією між розміром та доходами мегаполісів, особливо в тих випадках, коли в них концентрується більш ніж 20% національного ВВП.

Як правило, до переваг мегаполісів відноситься спеціалізація та диверсифікація. Спеціалізація найбільше спостерігається у тих сферах діяльності, що характеризуються високою доданою вартістю (завдяки спрощенню доступу до інформації та знанням). Сприятливим фактором, що обумовлює більш високу ефективність мегаполісів, успішно поєднуючи в собі різні економічні сектори, є також концентрація в мегаполісах науково–дослідної та дослідно–конструкторської діяльності та їхня здатність генерувати інновації (в країнах ОЕСР більш ніж 81% патентів припадає на заявників, що мешкають у містах) [2].

Мегаполіси виграють і з погляду фізичного й людського капіталу. У більшості мегаполісів рівень кваліфікації персоналу вищий, аніж у середньому по країні, більш раціональною є й демографічна структура населення. В них також зосереджений значний фізичний капітал (обладнання, що належить компаніям, будівлі, інфраструктурні об'єкти), більш розвинута транспортна і телекомунікаційна інфраструктура.

Разом із тим не варто переоцінювати можливості зростання, що існують у мегаполісах. Слова «мегаполіс» та «успіх» – не завжди синоніми. Так, окремі мегаполіси відстають від середніх загальнонаціональних показників, наприклад Берлін (Німеччина), Фукуока (Японія), Лілль (Франція), Неаполь (Італія), Пітсбург (США). Більше того, щодо багатьох мегаполісів можна сказати, що з погляду обсягів виробництва, продуктивності праці та рівня зайнятості їхні показники насправді не так значно відрізняються від середніх по країні.

Що стосується інноваційного потенціалу великих міст, то тут також потрібно дотримуватися обережності в оцінках: дійсно, зазвичай патенти реєструються у великих містах, але розробки, що лежать в їхній основі, можуть створюватися в науково–дослідній центрах і в інших регіонах.

Іншим викликом стрімкої урбанізації є те, що мегаполіси стають великими та стійкими осередками безробіття. Так, за даними ОЕСР, у кожному третьому з 78 мегаполісів її рівень перевищує середній по відповідній країні.

Крім того, як це не дивно, мегаполіси часто мають нижчий рівень економічної активності в порівнянні із іншими регіонами. Наприклад, по досліджуваних у країнах ОЕСР мегаполісах у 2003 році він становив 44,3% проти 49,7% і 44,5% у напівміських та сільських районах, відповідно [2].

У більшості країн ОЕСР бідність й соціальна виключеність стали типовими явищами міського життя, причому це стосується не тільки менш успішних мегаполісів (як, приміром, Мехіко), а й міст, де відбувалася широкомасштабна реструктуризація промисловості (Роттердам, Лілль, Детройт), а також передмістя окремих найбагатших мегаполісів (Па–

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

риж, Лондон). Одна з найменш захищених груп населення мегаполісів – іммігранти та їхні нащадки, які найчастіше концентруються у великих містах. У багатьох з них не вистає професійної кваліфікації, але навіть і для тих, хто достатньо кваліфікований, інтегруватися в економічну систему аж ніяк не просто. Тож соціально–економічна нерівність і поляризація – вада, загальна для всіх мегаполісів.

Бідність й соціальна виключеність обертаються для суспільства серйозними витратами, в тому числі високим рівнем злочинності (у містах, досліджуваних ОЕСР, він у середньому на 30% вищий від національного рівня), а також досить значною просторовою поляризацією (в десяти аналізованих ОЕСР країнах від 7 до 25% населення проживає у неблагополучних районах, що становить до 10% населення відповідної країни). Мешканці таких кварталів часто обмежені у доступі до інфраструктури та послуг. Інвестиції у розрахунку на душу населення тут нижчі, аніж у більш розвинутих районах [2].

Крім того, розглядаючи урбанізацію, необхідно згадати й ряд досить важливих негативних зовнішніх факторів. Насамперед це витрати, пов'язані із перенаселенням та перевантаженням транспортних систем (забруднення повітря та води, високий рівень шуму й деградація озелених територій).

У некерованій урбанізації вбачають одну з причин наростання глобальних техногенних та екологічних проблем. Її включають до переліку основних причин руйнування біосфери та екологічної кризи поряд з такими явищами, як демографічний вибух, збільшення обсягів використання енергії та транспортних засобів, інтенсифікація сільськогосподарського виробництва, екологічно нераціональне господарювання, аварії, катастрофи, військові навчання, випробування та війни.

Процес урбанізації відбувається одночасно з демографічним вибухом населення. Урбанізація населення має об'єктивний характер, оскільки сприяє підвищенню продуктивності діяльності, дозволяє розв'язати багато соціальних, культурно–просвітницьких проблем суспільства. Водночас створення мегаполісів, великих міст та промислових центрів практично повністю знищує в цих регіонах біосферу, перетворюючи її в техносферу. Техносферам міст притаманний великий рівень забруднення компонентів середовища існування.

Такі тенденції виразно помітні не тільки в тих мегаполісах, що почали активно розвиватися нещодавно (наприклад, у Сеулі та Стамбулі), а й у таких «старих» потужних містах, як Париж, Токіо, Лондон та навіть у певних районах Гельсінкі й Стокгольма, хоча ці два міста відрізняються відносно невисокою щільністю населення.

Низька якість інфраструктури також часто зустрічається в мегаполісах, що обумовлено надвисокою вартістю її обслуговування. Це найбільш характерно для районів, в яких сконцентровано соціальне житло, а також для територій, де економічна діяльність є джерелом шумового забруднення та інших небажаних екологічних наслідків.

Крім того, мегаміста можуть стикатися із негативними економічними наслідками агломераційного ефекту. Принцип

«більше – значить багатіше» діє лише до певної межі (близько семи мільйонів жителів), після чого кореляція між розміром мегаполісу та рівнем доходів стає від'ємною. Як показові приклади ОЕСР наводить Сеул, Мехіко, Стамбул та Токіо [2].

Висновки

Урбанізація – це багатогранний процес, що охоплює різноманітні аспекти розвитку міст: демогеографічні, соціально–економічні, етнографічні, геокультурні та ін. Для просторового розвитку урбанізації характерне перетворення мережі міських поселень у системі розселення, диференціація міського простору, залучення нових територій у сферу впливу міст та розширення ареалів урбанізованого середовища [6]. Таким чином, ряд суттєвих політичних, економічних, соціальних та інституційних чинників цивілізаційного масштабу обумовлюють нові явища у світовій урбанізації. Це вимагає змін і у відповідному науковому напрямі – урбаністиці, в розвитку якої слід констатувати новий, змістовно відмінний етап.

Крім самого процесу урбанізації, нова урбаністика починає ідентифікувати такі поняття, як агломераційна економіка, агломераційна рента та диверсифікація, агломераційний ефект та ін. Процеси урбанізації, що прискорюються досить динамічно, підвищують й функціональне значення великих міст – мегаполісів.

Вважаємо, що одним із науково–методологічних пріоритетів нової урбаністики має стати пошук оптимального компромісу на основі виявлення закономірностей та стійких залежностей та між такими складовими розвитку мегаполісів:

- економіка міста, в тому числі її невиробничий сектор;
- міські соціальні процеси та соціально–демографічна структура;
- інфраструктура (виробничо–економічна, ринкова, соціальна);
- просторовий розвиток агломераційного характеру;
- екологія та збереження рекреаційних зон;
- управлінська складова.

Список використаних джерел

1. Корнилюк Р. Нова теорія торгівлі Пола Кругмана [Текст] / Р. Корнилюк. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/poradnyk/108.htm
2. Конкурентоспособность городов в условиях глобальной экономики: территориальные обзоры ОЭСР [Текст] // ОЕСР, 2006 р. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org/bookshop/.
3. Верменич Я. В. Історична урбаністика в Україні: теорія містознавства і методика літочислення / НАН України. Інститут історії України; Сектор теоретико–методологічних проблем історичної регіоналістики. – К.: Інститут історії України, 2011. – 306 с.
4. Фашчевский Н. И. Эволюция взаимосвязей урбанизации и миграции населения. Миграция и урбанизация населения / Фашчевский Н.И., Старостенко А.Г., Немченко М.П. // АН Украины, Ин-т экономики; [Отв. ред. А.У. Хомра, П. Эберхардт]. – К.: Наук. думка, 1991. – С. 67–74.

5. Михуринская Е.А. Теоретические подходы к исследованию проблем урбанизации территорий / Е.А. Михуринская, Р.А. Мартиросова // Экономический форум. – 2011. – №2 [Электрон. ресурс]. – Доступ до ресурсу: <http://www.nbuu.gov.ua/por->

[tal/Soc_Gum/Ekfor/2011_2/22.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/por-tal/Soc_Gum/Ekfor/2011_2/22.pdf) 6. Заставацький Т.Б. Система міських поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства: монографія / Т. Заставацький. – Тернопіль: ВВ ТНПУ, 2005.

В.П. ЯЦЮТА,
к.е.н., доцент, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана,
А.В. ЯЦЮТА,
к.е.н., заступник голови правління, ПАТ «ВіЕйБі Банк»

Розвиток форм власності та удосконалення фінансових відносин на рівні місцевого господарства

У статті проведено дослідження відповідності існуючих форм власності з порядком формування та використання фондів грошових коштів на рівні місцевого самоврядування і показана можливість їх удосконалення.

Ключові слова: вартість, грошові кошти, власність, фінансові відносини.

В статье проводится исследование соответствия действующих форм собственности и порядка формирования и использования фондов денежных средств на уровне местного самоуправления и показана возможность их усовершенствования.

Ключевые слова: стоимость, денежные средства, собственность, финансовые отношения.

Results of the research of existent forms' of ownership compliance with the order of forming and usage of financial funds at the self-government level are adduced in the article the possibility of their perfection being also shown.

Keywords: cost, money facilities, propert, financial relations.

Постановка проблеми. Більш як двадцять років тому Україна перейшла від адміністративно-командного управління народним господарством до ринкових методів господарювання, що обумовило розвиток різних форм власності і зміну соціально-економічної формації країни. Як відомо, структура власності на засоби виробництва, обумовлює характер економічних відносин в державі. Тому зрозуміло, що зміна структури власності в суспільстві вимагає відповідних змін в формуванні економічних відносин на загальнодержавному та місцевому рівні, при цьому структура власності в регіонах обумовлює особливості цих змін на місцевому рівні.

Прийняття принципово нових рішень в механізмі формування економічних відносин держави вимагає першочергового удосконалення фінансових відносин, бо розвиток ринкової економіки неможливий без суттєвих змін формування і використання фондів грошових коштів, які створюються на загальнодержавному та місцевому рівні. Але серед вітчиз-

няних і зарубіжних вчених та практиків це питання вивчене недостатньо глибоко, тому слід провести аналіз діючої системи формування фондів грошових коштів та визначити напрями подальшого удосконалення фінансових відносин у відповідності до змін форм власності.

Як показує практика, розвиток форм власності на рівні місцевого господарства дійсно вимагає удосконалення фінансових відносин, і насамперед це стосується відносин, які виникають між місцевими органами самоуправління, територіальною громадою та підприємствами різних форм власності, що функціонують на місцевому рівні, бо це впливає на підвищення ефективності їх діяльності, дає можливість побачити фінансові проблеми, які виникають перед ними, покращує координацію дій між різними підрозділами місцевого самоуправління, збільшує можливості в забезпеченні підприємств необхідними фінансовими ресурсами, сприяє більш раціональному їх розподілу, покращує контроль за їх діяльністю, стимулює персонал управління до розробки та реалізації таких заходів, які б сприяли підвищенню капіталізації та прибутковості підприємств місцевого господарства.

У загальнодержавній програмі реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки вказується, що ситуація в житлово-комунальному господарстві продовжує ускладнюватися, відсутні позитивні зміни у становленні ринкових засад господарювання, розвитку конкуренції та залученні приватних інвестицій у підприємства галузі.

Інтегрування України в європейські структури зобов'язує її провести відповідні реформи, особливо це стосується сфери економіки та фінансів.

Сучасний етап соціально-економічного розвитку країни потребує поглибленого розуміння розвитку форм власності не тільки на державному, а й на місцевому рівні управління. Відповідність порядку формування та використання фондів грошових коштів формам власності на рівні місцевого господарства сприяє підвищенню якості надання житлово-комунальних послуг, які залежать як від обсягу реальних доходів місцевих бюджетів, так і від того, настільки ефективно місцеві

органи самоврядування зможуть залучити та використати кошти населення та підприємств інших форм власності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Більшість вчених та економістів – А.Є. Буряченко, Н.А. Гапонюк, В.В. Зайчикова, А.Г. Кабанець, О.П. Кириленко, В.І. Кравченко, І.О. Луніна, О.А. Музика, Ц.Г. Огонь, Х. Циммерманн, – досліджуючи проблеми місцевих фінансів, розглядають проблеми формування та використання місцевих бюджетів, фінансів підприємств комунального господарства, лишаючи поза увагою фінансові проблеми, які виникають у місцевих органів самоврядування з підприємствами інших форм власності, які функціонують на рівні місцевого господарства. Нині відсутні спеціальні роботи, присвячені комплексному дослідженню фінансових відносин підприємств різних форм власності, які функціонують на місцевому рівні. В Законі України «Про загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки», прийнятому 11 червня 2009 року, вказується, що впродовж останнього десятиліття проблеми, пов'язані з функціонуванням житлово-комунального комплексу, перебувають у фокусі пильної політичної уваги, проте серйозних позитивних зрушень у цій сфері досі не відбулося.

Недосконалість системи управління підприємствами житлово-комунального господарства, а також системи регулювання природних монополій призвела до того, що підприємства галузі неспроможні ефективно працювати в ринкових умовах і надавати споживачам послуги належної якості.

Нестача власних і бюджетних фінансових ресурсів, їх неефективне розміщення, відсутність дієвого механізму залучення позабюджетних коштів не сприяють вирішенню завдань технічного переоснащення житлово-комунальних підприємств та розвитку комунальної інфраструктури. Не налагоджена ефективна співпраця з приватними інвесторами, міжнародними фінансовими установами та донорськими організаціями, не створений сприятливий інвестиційний клімат.

Тому створення належних умов для забезпечення надійного і ефективного функціонування фінансових відносин на рівні місцевого господарства вимагає їх дослідження і створення надійного механізму управління цими відносинами.

Метою статті є аналіз діючої системи формування та використання фондів грошових коштів місцевих органів самоуправління та визначення основних напрямів подальшого їх удосконалення і приведення фінансових відносин у відповідність до змін форм власності.

Виклад основного матеріалу. Нині місцеве господарство в регіонах країни представлено підприємствами різних форм власності та напрямками їх діяльності. Форми власності та господарська діяльність підприємств місцевого господарства обумовлюють специфіку фінансових відносин і особливості їх прояву на місцевому рівні.

В основі формування цих фінансових відносин лежить Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні», який передбачає особливості формування відносин органів місце-

вого самоврядування з підприємствами, установами та організаціями, що перебувають та не перебувають у комунальній власності відповідних територіальних громад. Так, у ст. 17 цього закону вказується, що відносини органів місцевого самоврядування з підприємствами, установами та організаціями, що перебувають у комунальній власності відповідних територіальних громад, будуються на засадах їх підпорядкованості, підзвітності та підконтрольності органам місцевого самоврядування, а відносини органів місцевого самоврядування з підприємствами, установами та організаціями, що не перебувають у комунальній власності відповідних територіальних громад, ст. 18 будуються на договірній і податковій основі та на засадах підконтрольності у межах повноважень, наданих органам місцевого самоврядування законом.

Тому аналіз фінансових відносин слід проводити в розрізі кожної форми власності та напрямі діяльності, яка представлена на місцевому рівні. Але особливу увагу слід звернути на фінансові відносини, які сформувалися в водозабезпеченні та водовідведенні, бо вони посідають особливе місце в системі людських цінностей.

Дослідження системи фінансових відносин підприємств комунальної форми власності слід розпочати насамперед з їх взаємовідносин із бюджетом. Важливо зазначити, що за останні двадцять років фінансові відносини підприємств комунальної форми власності з бюджетом майже не змінилися, тому що механізм управління, розподілу і використання фінансовими ресурсами у регіонах, що розробляється центральною та місцевими органами самоврядування, принципово не змінювався. Ця система фінансових відносин за часів адміністративно-командних методів управління носила і нині носить односторонній характер, бо з місцевих бюджетів та державного бюджету на фінансування комунального господарства виділяються грошові кошти, а податки ці підприємства практично не сплачують. З іншого боку, підприємства комунального господарства при певних умовах могли б бути потенційними платниками податків до державного або місцевих бюджетів.

Слід підкреслити, що нині в цьому блоці фінансових відносин відбулися певні зміни, це пов'язано з тим, що звужуються межі фінансових відносин підприємств комунального господарства з державою, бо практично припинилося пряме фінансування з державного бюджету і значно розширюються межі фінансових відносин цих підприємств з місцевими органами самоуправління, бо обсяги фінансування з місцевих бюджетів значно зросли. Проте це не принесло очікуваних результатів у плані більш ефективного використання фінансових ресурсів та направлення їх на відновлення зношених основних засобів, придбання нової техніки, заміни зношених мереж. Це певною мірою пов'язано з тим, що в комунальних підприємствах відсутня мотивація заохочення працівників в економії бюджетних коштів, скоріше навпаки, чим більше бюджетних коштів використано в поточному році, тим більше сподівань на те, що в наступні періоди коштів буде виділено більше. Крім того, цим підприємствам бай-

дуже, з якого бюджету отримувати кошти для фінансування своєї виробничої діяльності. Варто зазначити, що в житлових та санітарно-технічних підприємствах комунальної форми власності бюджетних та власних коштів для нормальної виробничої діяльності недостатньо, що безумовно негативно впливає на формування фінансових відносин.

Так, наприклад, у місті Турка Львівської області в 2011–2012 роках на ремонт водогону, який декілька років не працює і майже повністю вийшов з ладу, виділялося 1,2 млн. грн. при потребі 20 млн. грн. Систематичне недофінансування з місцевого бюджету призвело до виникнення конфлікту між населенням та місцевими органами самоуправління. Для того щоб заспокоїти територіальну громаду, мерія міста заявила про те, що вона звертається до обласної державної адміністрації та Кабінету Міністрів України з проханням надання фінансової допомоги. Але це викликає негативне ставлення мешканців не тільки до місцевих органів самоуправління, а й до уряду країни, бо надати суттєву фінансову допомогу не обласна державна адміністрація ні Кабінет Міністрів України не в змозі, бо аналогічна ситуація склалася в усіх містах України; Львові, Новомиргороді Кіровоградської області, Євпаторії Кримської Автономної Республіки, Ровеньках Луганської області та в багатьох інших містах країни.

Технічний стан мереж і споруд, які експлуатуються підприємствами житлово-комунального господарства країни, дійшов критичної межі, бо в аварійному стані перебуває 30% водопровідних та 27% каналізаційних мереж, майже 14 тис. кілометрів теплових мереж. Повністю амортизовані основні фонди і обладнання теплоенергетики, водопостачання, водовідведення, міського електротранспорту, систем сміттєпереробки в 1,5–2 рази більші, ніж у будь-якій іншій галузі. При цьому варто зазначити, що рівень капітальних видатків місцевих бюджетів на фінансування місцевого господарства знаходиться на дуже низькому рівні. Так, у 2002–2010 роках рівень капітальних видатків місцевих бюджетів (як частка ВВП) змінювався від 1,23% у 2002 році до 3,09% у 2007-му, в тому числі капітальні трансферти з державного бюджету становили від 0,04% у 2009 році до 0,72% у 2007 році [4].

Крім того, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 07.02. 2007 №175 «Про порядок розподілу коштів державного бюджету, спрямованих на забезпечення розвитку житлового фонду соціального призначення» передбачається, що виділені незначні кошти розподіляти прямо пропорційно потребам регіонів. На наш погляд, незначна сума виділених грошових коштів на відновлення місцевого господарства та їхнє розпорощення не дає позитивних результатів. Тому ми пропонуємо: по-перше, окремо виділити трансферти з державного бюджету місцевим бюджетам на фінансування робіт по відновленню водозабезпечення та водовідведення в регіонах країни, що сприятиме розвитку місцевого господарства; по-друге, значно збільшити їхній обсяги; по-третє, виділяти їх не всім областям та містам України, а по одній області на заході, сході, півдні та півночі країни. Це дозволить зробити

більш об'ємними джерела фінансування розвитку місцевого господарства в регіонах, значно скоротити час на проведення відновлювальних робіт, підвищити якість їхнього виконання, що сприятиме ефективному використанню фінансових ресурсів і дозволить за 12–15 років відновити систему водозабезпечення та водовідведення країни.

Деяко по-іншому формувалася система фінансових відносин місцевих бюджетів з підприємствами приватної та колективної форми власності.

Законом України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004–2010 роки» передбачалося поглиблення демонополізації житлово-комунального господарства, створення конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг. У відповідності з цим законом були розроблені та затверджені регіональні та місцеві програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства, які передбачали, що експлуатація об'єктів комунальної теплоенергетики, централізованого водопостачання та водовідводу може здійснюватися підприємствами різних форм власності на основі контрактів на управління, договорів оренди, концесії. По суті, цей закон закладав підвалини формування ринку житлових послуг. Але структурні зміни в діяльності та управлінні природними монополіями в житлово-комунальному господарстві країни, своєю чергою, вимагали вирішення проблем фінансового забезпечення діяльності цих господарських формувань. Причому вирішення цих проблем покладалося в основному на місцеві органи самоуправління, які, не маючи значних фінансових ресурсів, виступили організаторами залучення коштів інвесторів до виконання регіональних та місцевих програм реформування та розвитку житлово-комунального господарства, що не завжди приносило позитивні результати.

Так, наприклад, органи місцевого самоуправління міста Трускавця розробили проект з реконструкції міського водогону, що давало можливість цілодобово забезпечувати місто водою. Проектом передбачалося будівництво третьої станції підйому води вартістю 8 млн. грн. та прокладання декількох кілометрів водогону вартістю 12 млн. грн. При цьому роботи повинні були вестися паралельно. Органи місцевого самоврядування міста Трускавця залучили приватних інвесторів, і за їхній рахунок було збудовано третю станцію підйому води вартістю 8 млн. грн., але це не покращило забезпечення міста водою, тому що місцеві органи самоуправління не зуміли знайти інвесторів для будівництва водогону вартістю 12 млн. грн. Це створило напругу у взаємовідносинах між інвесторами і органами місцевого самоуправління, тому що вкладені 8 млн. грн., по суті, виявилися замороженими і не задовольнили потреби інвесторів.

У місті Самборі вийшла з ладу система водовідведення, що вимагає її нового будівництва, вартість проведення цих робіт – 25 млн. грн., при цьому місцеві органи самоуправління знайшли іноземного інвестора, який вимагає після проведення

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

робіт встановити занадто високі тарифи за користування системою водовідведення. Розуміючи, що високі тарифи на послугу водовідведення викличуть напругу у взаємовідносинах між населенням і місцевими органами самоуправління, останні не погоджуються з умовами інвестора. Тому роботи по відновленню водовідведення невідомо коли будуть проводитися. Тобто і в першому і в другому випадку місцеві органи самоуправління потрапили в глухий кут, звідки складно знайти вихід, бо коштів місцевих бюджетів та підприємств водозабезпечення та водовідведення недостатньо для відновлення цих систем і умови інвесторів неприйнятні.

На наш погляд, вихід з цієї складної ситуації все ж таки є. Вихідними позиціями при вирішенні цієї проблеми має бути те, що, по-перше, вирішення проблем водозабезпечення і водовідведення є життєво необхідним елементом забезпечення нормального санітарно-епідеміологічного стану міста; по-друге, в більшості міст власником систем водозабезпечення та водовідведення є територіальна громада, яка складається з мешканців міста, тобто кожен громадянин міста є співвласником майна територіальної громади і тому повинен брати участь в підтриманні її робочого стану; по-третє, основними користувачами послугами системи водозабезпечення та водовідведення також є мешканці міста, оскільки вода подається і відводиться з їхнього житла, яке в більшості за формою власності належить індивідуально кожному мешканцю міста.

Варто зазначити, що у приватних та кооперативних будинках будівництво систем водозабезпечення та водовідведення здійснюється за рахунок власників цього житла. При цьому власники приватизованого житла в містах ці робити намагаються проводити тільки за рахунок коштів місцевих бюджетів. Тобто виникає певна соціальна несправедливість, оскільки мешканці приватних та кооперативних будинків здійснюють витрати на будівництво та експлуатацію системи водозабезпечення та водовідведення за рахунок власних коштів, а мешканці приватизованих квартир у місті ці потреби намагаються задовольняти за рахунок бюджетних коштів. Тому логічно, що будівництво, відновлення й утримання систем водозабезпечення та водовідведення в містах має здійснюватися не тільки за рахунок коштів бюджету міста, а й за рахунок власних коштів його громадян. Для того щоб переконатися в можливості відновлення систем водопостачання та водовідведення в містах України за рахунок їхніх мешканців, зробимо приблизні розрахунки на прикладі міста Самбора Львівської області. Так, чисельність мешканців міста Самбора становить 35 тис. громадян, а для відновлення системи водовідведення необхідно 25 млн. грн., тож кожен мешканець міста мав би внести для відновлення системи водовідведення 714 грн. На перший погляд це дуже велика сума, але давайте порівняємо ці затрати на будівництво водовідведення в приватному будинку, де відсутня система централізованого водовідведення.

Для будівництва індивідуальної системи водовідведення, власником якої стане мешканець будівлі, щонайменше пот-

рібно два залізобетонних кільця вартістю по 650 грн. кожне, кришка для кільця – 400 грн., горловина кришки кільця – 200 грн., кришка горловини – 380 грн., труб – на 150 грн., і всього це становитиме 1780–2430 грн. Але тут підраховані тільки витратні матеріали, а ще необхідно врахувати затрати на копання ями та монтаж усієї системи, які становитимуть приблизно таку ж саму суму. Тобто вартість усіх робіт з водовідведення в індивідуальному будинку становитиме близько 5 тис. грн. Тому зрозуміло, що 714 грн. на кожного мешканця для відновлення централізованої системи водовідведення не така вже й велика сума, і такі внески можуть проводитися раз у 45–60 років, що відповідає терміну експлуатації та відновлення системи водозабезпечення та водовідведення.

Кошти з мешканців приватизованих квартир мають стягуватися за рішенням відповідної ради як разовий збір на відновлення системи водозабезпечення та водовідведення. Суму внесків на відновлення водозабезпечення та водовідведення можна розбити на три–чотири періоди, крім того, в місцевому бюджеті можна створити резерв грошових коштів для надання безпроцентної позички тим мешканцям міста, які відносяться до категорії малозабезпечених громадян.

Як відомо, в містах користувачами системи водозабезпечення та водовідведення є також бюджетні установи, підприємства та підприємці, які також повинні своїми коштами брати участь у відновленні цих систем. Суму коштів, які повинні внести організації, підприємства і підприємці на відновлення систем водозабезпечення та водовідведення, визначають місцеві органи самоуправління для кожного споживача індивідуально виходячи з обсягів споживання води. Тому кожен мешканець повинен буде внести на відновлення системи водовідведення міста значно менше, ніж 714 грн.

Крім того, такий підхід ліквідує соціальну несправедливість, яка на сьогодні склалася між мешканцями кооперативного, приватного та приватизованого житла.

Висновки

Приведення механізму формування та використання коштів на відновлення систем водопостачання та водовідведення на місцевому рівні у відповідність до розвитку форм власності вимагає:

- окремо виділити трансферти з державного бюджету місцевим бюджетам на фінансування робіт по відновленню водозабезпечення та водовідведення в регіонах країни, що сприятиме розвитку місцевого господарства;

- значно збільшити обсяги трансфертів на розвиток комунального господарства і виділяти їх не всім областям та містам України, а по одній області на заході, сході, півдні та півночі країни, що сприятиме концентрації та ефективному використанню фінансових ресурсів і дозволить за 12–15 років відновити систему водозабезпечення та водовідведення країни;

- кожен громадянин міста є співвласником систем водозабезпечення та водовідведення, бо вони належать терито-

ріальній громаді. Тому всі мешканці власними коштами повинні брати участь у відновленні систем водозабезпечення та водовідведення міста.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.97.

2. Закон України «Про загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки» від 11.06.2009.

3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок розподілу коштів державного бюджету, спрямованих на забезпечення розвитку житлового фонду соціального призначення» від 07.02.2007 №175.

4. Демків О.І. Вплив фінансової кризи на бюджети органів місцевого самоврядування / О.І. Демків // Фінанси України. – 2011. – №8. – С. 76–89.

5. Луніна І.О. Капітальні трансферти місцевим бюджетам: підходи до створення ефективної системи управління / І.О. Луніна // Фінанси України. – 2011. – №2. – С. 24–34.

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

УДК 323.11(477.53):365

Л.А. СВИСТУН,
к.е.н., доцент, Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка,
М.С. БІЛОГУБОВА,
Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка

Проблеми житлового забезпечення громадян у контексті соціально-економічної стабільності в Україні

У статті досліджено сучасний стан забезпечення громадян України житлом, умови надання громадянам державної підтримки, стан і проблеми реалізації державних житлових програм, визначено шляхи удосконалення житлової політики на державному рівні.

Ключові слова: житло, житлова політика, державні програми забезпечення громадян житлом.

В статье исследовано современное состояние обеспечения граждан Украины жильем, условия предоставления гражданам государственной поддержки, состояние и проблемы реализации государственных жилищных программ, определены пути совершенствования жилищной политики на государственном уровне.

Ключевые слова: жилье, жилищная политика, государственные программы обеспечения граждан жильем.

The article presents the current state providing housing for the citizens of Ukraine, terms of government support to the citizens, state and problems of implementation the government housing programs, and it shows the ways of improvement of housing policy at the state level.

Keywords: housing, housing policy, government programs providing housing to the citizens.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших соціальних проблем людського розвитку є забезпечення до-

ступності житла, оскільки право на житло входить до необхідного пакета основних прав людини, зобов'язання з реалізації яких бере на себе держава. Право громадян України на житло закріплено у ст. 47 Конституції України. Завдання забезпечення населення житлом, як і отримання освіти та працевлаштування, вважається одним із першочергових у суспільстві, оскільки відсутність можливості самостійного господарювання призводить до низки негативних наслідків соціально-економічного характеру та є найпершою причиною демографічної кризи. Саме тому реалізація програм державної підтримки є важливою складовою для забезпечення громадян житлом.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вагомий внесок у дослідження питань теоретичного характеру та вдосконалення практики реалізації житлової політики зробили такі вчені, як Г.С. Лопушняк, О.Г. Кучабський, П.І. Шестопалов, Н.І. Олійник [1, 2]. Зокрема, О.Г. Кучабський досліджує проблеми надання громадянам України житла в сільській місцевості та кредитування населення за програмою «Власний дім». Г.С. Лопушняк подає пропозиції щодо часткового поліпшення житлових умов населення України шляхом випуску житлових сертифікатів на частину суми знецінених заощаджень [2]. Водночас недостатньо дослідженими залишаються проблеми реалізації державних програм сприяння забезпеченню населення житлом.

Метою статті є розкриття змісту державного житлового забезпечення населення в Україні, аналіз стану виконання державних програм забезпечення населення житлом та визначення шляхів покращення житлової політики.

Виклад основного матеріалу. Завданням держави є створення умов, за яких кожен громадянин має можливість вирішити житлову проблему шляхом будівництва або купівлі житла у власність, взяття в оренду чи одержання соціального житла. Відсутність власної оселі для населення є на сьогодні чи не найбільш актуальною і найбільш складною проблемою.

З метою впорядкування квартирної обліку громадян, забезпечення прозорості його ведення, а також аналізу стану квартирної обліку населення України 1 жовтня 2013 року було завершено формування Єдиного державного реєстру громадян. Передбачається, що він також дозволить планувати витрати для виконання державних та місцевих програм з питань житлового будівництва. На сьогодні до реєстру внесено близько 250 тис. громадян, які перебували на квартирному обліку і які підтвердили, що потребують поліпшення житлових умов [3]. Виходячи з даних реєстру відповідні органи матимуть можливість чітко планувати, де саме і скільки необхідно споруджувати житла в рамках державних житлових програм.

Щоб краще зрозуміти, яка житлова ситуація в Україні, необхідно проаналізувати динаміку житлової черги за п'ять років (табл. 1).

За офіційними даними, на квартирному обліку на кінець 2012 року перебувало 1022 тис. сімей та однаків, що є найменшим значенням порівняно з аналізованими роками, тобто на 194 тис. менше, ніж у 2008 році.

Про незадовільний стан забезпечення державою житлом громадян, які перебувають на квартирному обліку, свідчить і негативна тенденція в його отриманні: частка сімей та однаків скоротилася з 1,4% у 2008 році до 0,68% у 2012 році.

Можна сказати, що протягом п'яти років погіршилася динаміка житлової черги, оскільки частка сімей та однаків, які отримали житло, в загальній кількості громадян, що перебувають на квартирному обліку, йде до зниження.

Найбільше число сімей та однаків, які прагнуть отримати житло, мешкає у м. Києві – 144 315, Донецькій – 74 029 та Львівській – 65 907 областях, а найбільший попит зафіксовано серед жителів того ж таки Києва – 5,1% та Сумської області – 4,6%. Найменша зацікавленість у жителів Закар-

патської та Херсонської областей, які показали 0,65 та 0,76% відповідно [4].

У 2012 році одержали житло та поліпшили свої житлові умови 7226 сімей та однаків, що майже не відрізняється від відповідного показника попереднього року. Найбільше абсолютне число сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку, отримали житло серед категорії мешканців гуртожитків – 1402 особи, а найменше – сім'ї загиблих військовослужбовців (35 чоловік). Найбільше квартир було надано в Донецькій області – 1329 та в Києві – 1169, найменше – у Тернопільській та Закарпатській областях – 23 та 24 шт. відповідно [3].

Варто зазначити, що в ефективність офіційних черг переважна частина українців уже давно не вірить. Осіб, які перебувають у черзі, меншає не завдяки забезпеченню їх житлом, а внаслідок викреслення з різних причин зі списку, а також через ускладнення процедури взяття претендентів на облік та втрати інтересу громадян до «довічного очікування».

Розглянемо детальніше обсяги введення в експлуатацію житла за 2012 рік (рис. 1). В аналізованому році було прийнято в експлуатацію 35 677 будівель загальною площею 10 749 508 кв. м, з них за рахунок коштів державного бюджету було профінансовано 68 396 кв. м, або 0,64%. Найбільша кількість житлових будівель, прийнятих в експлуатацію, спостерігалася в Київській області – 3343 шт. загальною площею 1 167 163 кв. м, АРК – 2832 шт., Львівській області – 2470 шт. Що все ще є недостатнім показником.

Прикладом позитивного досвіду реформування житлової сфери є Франція, де об'єднання громадського будівництва називаються «житло за низьку плату». Вони споруджують будинки тільки для того, щоб їх здавати в оренду, а квартплата є помірною тому, що держава та місцева влада надають певні пільги та підтримку. За рахунок цього на ринку житла з'являється більше квартир для людей із середнім достатком.

У Польщі, наприклад, для малозабезпечених громадян, які позбавлені можливості самостійно задовольняти свої житлові потреби і потребують поліпшення житлових умов, держава надає соціальне житло та комунальні послуги. У країні також діє програма здешевлення процентних ставок за іпотечними кредитами. Внесок держави в соціальне будівництво здійснюється частково за допомогою створення житлово-будівельних кооперативів. Джерелами фінансування житлового будівництва у польських гмінах (найменша адміністративна

Таблиця 1. Динаміка показників житлової черги в Україні за 2008–2012 роки*

Роки	Показник					Відхилення 2012/2008	
	2008	2009	2010	2011	2012	абсолютне (+,-)	відносне, %
Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку, тис.	1216	1174	1139	1084	1022	-194	84,05
Кількість сімей та однаків, які отримали житло протягом року, тис.	17	11	11	7	7	-10	41,18
Частка сімей та однаків, які отримали житло, у загальній кількості громадян, що перебувають на квартирному обліку, %	1,40	0,94	0,97	0,65	0,68	-0,71	-

* Складено автором за [4].

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

одиниця в Польщі) виступають прибутки від продажу земель та житла, а також низькопроцентні кредити Державного житлового фонду, які виділяються на ремонт будинків [7].

На сьогодні в Україні теж реалізується ряд державних програм щодо забезпечення громадян житлом. А саме: програми «Доступне житло 70 на 30», програма здешевлення вартості іпотечних кредитів, молодіжне кредитування, програма забезпечення житлом інвалідів війни та кредитування індивідуальних сільських забудовників «Власний дім». В основі реалізації всіх цих програм лежить надання громадянам, які потребують поліпшення житлових умов, державної підтримки у вигляді або пільгового кредиту, або

компенсації частини вартості житла, або ж відсоткової ставки за іпотечними кредитами.

Розглянемо основні державні програми детальніше (табл. 2).

Можна сказати, що програма доступного житла є більш комплексною порівняно з програмою підтримки молодіжного житлового будівництва.

Плюсом програми є відсутність обмежень за віком. Якщо, наприклад, програма здешевлення вартості кредитування передбачає повернення коштів упродовж 30 років, то «Доступне житло» – це надання безповоротної 30% державної субсидії. Це, безумовно, перевага.

Таблиця 2. Порівняння умов державних житлових програм

Назва державної житлової програми	Вік учасника програми	Термін, на який надається кредит	Власний внесок	Відсоткова ставка за користування кредитом	Пільги, компенсації	Нормативна площа
1. Програма здешевлення вартості іпотечних кредитів	Не обмежений	До 15 років	Не більше 25%	16%, з урахуванням компенсації – 13%	Компенсація 13%	40 кв. м на одного громадянина чи сім'ю з 3 осіб + 18 кв. м на кожного наступного члена сім'ї, але не більше 76 кв. м
2. Державна програма «Доступне житло 70 на 30»	Не обмежений	Безповоротна допомога	70% від нормативної вартості житла + вартість житла, що перевищує граничну вартість та нормативну площу (в разі участі в місцевій програмі може бути зменшений)	Не більше 16% річних	Надання без поворотної підтримки 30% від нормативної вартості житла (в разі участі в місцевій програмі може бути збільшено)	21 кв. м на кожного члена сім'ї + 10,5 кв. м на сім'ю
3. Програма кредитування індивідуальних сільських забудовників	До 35 років	До 20 років, а для молодих сімей – до 30 років	Сума кредиту визначається фондом з урахуванням платоспроможності позичальника і не може перевищувати граничний розмір кредиту: на будівництво нового житлового будинку – 100 тис. грн.; на добудову, реконструкцію та придбання житла – 50 тис. грн.; реконструкцію житла, придбаного за кредитні ресурси фонду, – до 50 тис. грн.	Під 3% річних	Багатодітним сім'ям – безвідсотково	–
4. Програма молодіжного кредитування	До 35 років	До 30 років	6%	Під 3%	Позичальник, який має одну дитину, звільняється від сплати відсотків за користування кредитом; якщо має двох дітей, за рахунок бюджетних коштів погашається 25% суми зобов'язань за кредитом; якщо троє і більше дітей – 50%	21 кв. м загальної площі житла на одного члена сім'ї та додатково 20 кв. м на сім'ю

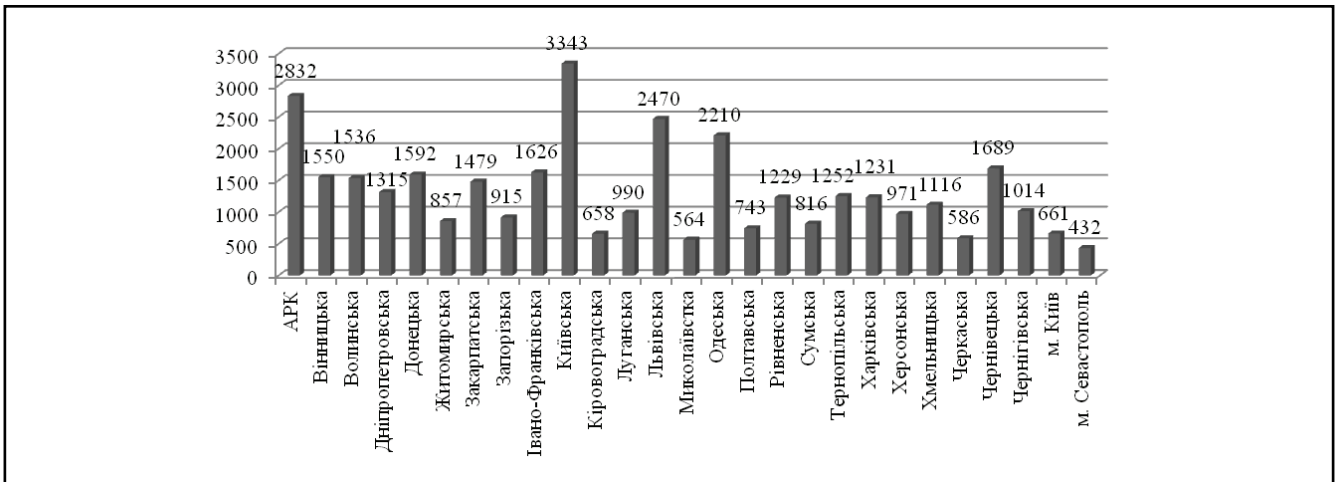


Рисунок 1. Кількість будівель прийнятого в експлуатацію житла за регіонами протягом 2012 року, шт.*

* Складено авторами за [5].

Можна констатувати, що найбільш дієвою є програма здешевлення вартості іпотечних кредитів. Завдяки їй 1233 родини з 4039 сімей отримали власне житло. За програмою будівництва доступного житла за принципом «30% на 70%» придбали власне помешкання 1222 сім'ї, що є теж позитивним. Третьою програмою, яка поступається двом попереднім, є кредитування індивідуальних сільських забудовників, за якою введено в експлуатацію 998 житлових будинків (рис. 2).

Але їхня ефективність залишається напроход низькою, оскільки показники є малими порівняно з кількістю населення, які потребують житла. Водночас привабливими ці програми є лише на перший погляд, оскільки існують фактори, що погіршують їхню реалізацію:

- у державному бюджеті постійно не вистачає коштів для стабільного щорічного прогнозованого фінансування всіх бюджетних програм, що обумовлює високі ризики для учасників програм пільгового отримання житла;

- зростання державної підтримки на реалізацію таких житлових програм з року в рік внаслідок необхідності виконання взятих у певному році зобов'язань протягом тривалого періоду (10–15 років) створює загрозу фінансовій стабільності і є нереальним за сучасних умов розвитку України;

- занадто великим ризиком у виконанні програм доступного житла є умова щодо купівлі житла у недобудованих будинках через відсутність відповідальності забудовників перед інвесторами за своєчасне введення будинку в експлуатацію.

Наприклад, відповідно до постанови «Про затвердження Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла на 2010–2017 роки» у 2010 році планувалося виділити на реалізацію її положень 1087,2 млн. грн., у тому числі з державного бюджету України – 1028,15 млн. грн., з місцевих бюджетів – 5,2 млн. грн. Але у державному бюджеті України на 2010 рік було заплановано лише 332,7 млн. грн., що становило 32,4% від запланованих показників потреби. Реально ж профінансовано 72,4 млн. грн., або 7,05% прогнозних. У 2011 році спостерігається ще гірша ситуація, тобто на 1050,55 млн. грн. менше, ніж передбачено постановою [6]. Можна сказати, що постійно спостерігається невиконання її положень.

Доступ до відповідних програм має бути рівний для всіх людей, незалежно від таких чинників, як місце реєстрації, перебування чи непереванання в тій чи тій черзі тощо, і містити єдине обмеження, тобто заборону на повторну участь у програмі.

Для кращого розуміння механізму реалізації державних програм і реальності їх використання на сьогодні у порівнянні

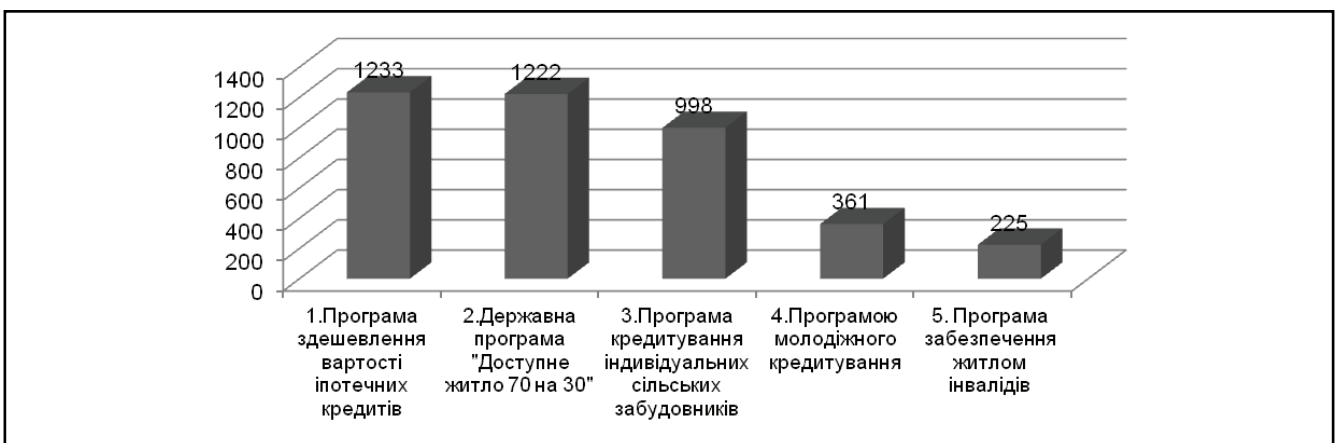


Рисунок 2. Обсяги наданих квартир за програмами державної підтримки у 2012 році, шт. [3]

Таблиця 3. Обґрунтування варіанту державної житлової підтримки для молоді сім'ї*

	Державні житлові програми		
	здешевлення вартості іпотечних кредитів	«Доступне житло 70 на 30»	молодіжне кредитування
Загальна площа квартири, кв. м	65	65	65
Нормативна площа квартири, кв. м	58	73,5	83
Перевищення розрахункової площі, кв. м	43225	0	0
Вартість 1 кв. м житла в будівельній організації, грн.	6175	6175	6175
Гранична вартість 1 кв. м з урахуванням місця проживання громадянина, грн.	4000	4290	4696
Розмір оплати між нормативною вартістю та вартістю в будівельній організації, грн.	126150	122525	96135
Загальна вартість квартири в будівельній організації, грн.	401375	401375	401375
Вартість квартири, на яку надається часткова компенсація, грн.	232000	278850	305240
Перший внесок, грн.	100343,75 (25%)	–	18314,4 (6%)
Сума по кредиту, грн.	391 806,10	317 720,00	286925,6
Розмір державної підтримки, грн.	152 056,92	83 655	звільняється від сплати відсотків
Обов'язкові щомісячні виплати кредиту, грн.	3265,05	3071,29	2391,05

* Розроблено авторами.

з доходами сімей проаналізуємо таку ситуацію: молода сім'я, яка має дитину віком 7 років, здійснює інвестування в будівництво квартири в м. Полтаві загальною площею 65 кв. м. Вартість 1 кв. м за ціною забудовника становить 6175 грн. Термін погашення кредиту – десять років. Середній сукупний дохід сім'ї становить: 5590 грн. (середня заробітна плата чоловіка і дружини) плюс 1147 грн. (допомога по догляду за дитиною). Всього – 6737 грн. на місяць.

Проаналізуємо, якою державною житловою програмою доцільно скористатися і чи це взагалі є реальним (табл. 3). Для аналізу візьмемо основні програми і розрахуємо розмір державної підтримки та суму витрат по кредиту. Такий обчислення проводимо за допомогою кредитного калькулятора, який розміщений на сайті Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву.

Отже, можна сказати, що найвигіднішою пропозицією є програма молодіжного кредитування, оскільки позичальник, який має одну дитину, звільняється від сплати відсотків за користування кредитом і щомісячні виплати становлять 2391,05 грн., а сума першого внеску – 18 314,4 грн. Щоб сплатити, наприклад, таку суму внеску, родині потрібно майже три роки працювати, це якщо дохід сім'ї візьмемо повністю. Потрібно врахувати також те, що близько 70% заробітної плати – це витрати на харчування.

Отже, сім'я не має змоги здійснити інвестування в будівництво квартири і погашати обов'язкові щомісячні платежі, оскільки дохід сім'ї є низьким.

Потрібно зазначити, що для громадян із рівнем доходів, який не дає їм змоги брати участь у державних програмах придбання доступного житла, доцільнішим було б надання помешкання у власність не безоплатно, що вимагає великих безповоротних витрат бюджетних коштів, а із застосуванням досвіду європейських країн, які виробили ефективну модель забезпечення таких категорій соціальним житлом (квартири та кімнати в гуртожитках) на умовах пільгової оренди з можливістю дальшого викупу. Така система відзначається гнуч-

кістю і містить елементи самоокупності. Наприклад, у Великій Британії соціальне житло надають в оренду, надходження від якої відразу ж інвестують у будівництво нових помешкання, і цикл повторюється. У Франції після спливання певного терміну проживання в соціальному житлі люди дістають право викупити його зі значною знижкою [7].

На забезпеченість житлом громадян України також впливає потужність будівельних організацій. Невідповідність між потребою в будівельних послугах і пропозицією на них у таких масштабах може призвести до того, що український ринок будівельних послуг отримають іноземні фірми, що частково вже відбувається і зараз.

Наразі житлова проблема залишається невирішеною, а соціальне становище лише погіршується і в країні формується покоління громадян, у яких немає помешкання. Щоб вирішити частково житлову проблему, в країні потрібно застосовувати механізми, що різко збільшать обсяги будівництва. При цьому бюджетні та позабюджетні вливання та удосконалення іпотечних програм не повинні призводити до великого зростання цін. Високу конкурентність ринку бажано поєднати з допуском на нього іноземних фірм. Водночас потрібно посилити кримінальну відповідальність за хабарництво. Інакше результатом державних житлових програм та витрачених коштів платників податків стане лише чергове зростання цін на нерухомість, як це вже було у 2005–2008 роках.

Отже, механізм розв'язання житлової проблеми, який діяв раніше і продовжує застосовуватися дотепер, є неефективним і не дозволяє не тільки повністю забезпечити громадян житлом, а хоча б суттєво зменшити черги на одержання житла в Україні.

Висновки

Таким чином, можемо зробити такі висновки. Житлова політика є однією з основних складових соціальної політики України, оскільки забезпечення населення житлом є конституційним обов'язком держави; жодна з державних програм не є досконалою, має безліч недоліків, які необхідно ліквідувати,

щоб інтереси і держави, і населення були задоволені повною мірою, оскільки перша зацікавлена в тому, щоб реалізувати збудовані нею житлові об'єкти, а друга бажає мати власне житло; придбання житла для української сім'ї із середньостатистичними доходами стане більш доступнішим, якщо державні кошти спрямувати на будівництво певної кількості квартир. Житло доцільніше надавати не на безоплатній основі, а в оренду з можливістю подальшої його приватизації після сплати повної вартості у вигляді щомісячної орендної плати. Це сприятиме збільшенню фонду державного житла в Україні і позитивно вплинуло б як на діяльність будівельної галузі, так і на зниження рівня безробіття.

Список використаних джерел

1. Кучабський О.Г. Державна політика забезпечення житлом у сільській місцевості в Україні / О.Г. Кучабський // Публічне управління: теорія та практика. – 2011. – № 4. – С. 115–121.

2. Лопушняк Г. Житлова політика як складова державної соціальної політики України: практика і проблеми реалізації / Г. Лопушняк // Економіка України. – 2012. – № 1. – С. 79–90.

3. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://minregion.gov.ua>

4. Державна служба статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Державна служба статистики України. Статистичний бюлетень прийняття в експлуатацію житла в Україні за 2012 рік [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Офіційний сайт Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://molod-kredit.gov.ua/>

7. Ковалевська О.П. Світовий досвід розвитку державної житлової політики / О.П. Ковалевська // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2013. – № 2. – С. 56–67.

УДК 316.7:174.4(045)

О.І. СИНИЦЬКА,
к.е.н., докторант, Хмельницький національний університет

Чинники запровадження та сталості корпоративної культури

У статті розглядаються питання взаємозв'язку чинників запровадження та сталості корпоративної культури та їхнього впливу на управління соціально-трудовими відносинами.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, чинники запровадження та сталості корпоративної культури, соціально-трудові відносини.

В статье рассматриваются вопросы взаимосвязи факторов внедрения и устойчивости корпоративной культуры и их влияния на управление социально-трудовыми отношениями.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, факторы внедрения и устойчивости корпоративной культуры, социально-трудовые отношения.

This paper deals with the implementation of relationship factors and sustainability of corporate culture and its impact on the management of social and labor relations.

Keywords: corporate culture, organizational culture, implementation and sustainability factors of corporate culture, Labor Relations.

Постановка проблеми. Становлення та розвиток корпоративного сектору України привели до необхідності формування вітчизняної корпоративної культури, що значною мірою регулює діяльність акціонерних товариств. Рівень її розвитку є індикатором збалансованості корпоративних

відносин, що формуються в межах корпоративного сектору. Корпоративна культура являє собою внутрішню мотивацію діяльності акціонерного товариства, а також є результатом культурного розвитку як суспільства в цілому, так і окремих індивідів зокрема. Розвиток корпоративної культури є досить складним процесом, який поєднує в собі вплив та взаємодію різних факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Категорія «корпоративна культура» також має свою структуру, яка умовно поділяється на декілька рівнів, кожен з яких є результатом розвитку господарською діяльністю, а також результатом впливу людського фактору. Одним з найважливіших завдань для України на сьогодні є пошук шляхів вдосконалення вітчизняної корпоративної культури, зокрема її інноваційних складових.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Найбільший внесок у розробку проблематики як організаційної, так і корпоративної культур зробили зарубіжні та вітчизняні дослідники М. Бурке, О. Грішнова, М. Елвессон, К. Камерон, А. Колот, Р. Куїнн, А. Ліпенцев, Н. Могутнова, Г. Назарова, Р. Рюттінгер, В. Співак, Г. Хофштеде, Е. Шейн та інші.

Теорії і підходи дослідників К. Камерона і Р. Куїнна, О.С. Віханського, О.Г. Тіхомірової і багатьох інших підкреслюють високу значущість корпоративної культури як ефективного інструменту управління компанією. Дослідники проблеми, як теоретики, так і практики, відзначають стійкий зв'язок між успішністю компаній і мірою розвиненості їхніх корпоративних культур.

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

Пошуки сучасних вчених-економістів України, таких як О.І. Амоша, С.І. Бандур, Д.П. Богиня, М.П. Войнаренко, О.А. Грішнова, Г.А. Дмитренко, Д.В. Задихайло, В.О. Євтушевський, М.І. Карлін, О.Р. Кібенко, А.М. Колот, В.М. Новіков, Ю.І. Палеха, В.В. Стадник, М.А. Йохна, О.Л. Єськов, С.В. Ковалевський, М.В. Семикіна, І.В. Сорока, О.Г. Солодухова, Г.Л. Хаєт, істотно збагатили наукові уявлення про соціальні та економічні чинники корпоративного управління підприємствами й формування ціннісних мотиваційних механізмів як елементів управління людськими ресурсами.

Вітчизняні вчені М.М. Баб'як, Е.Н. Коренев, І.В. Мажура, О.Є. Кузьмін, Г.Л. Хаєт, Є.В. Рудинська, С.А. Яромич досліджували корпоративну культуру в різних сферах економічної діяльності в Україні, але проблема формування ефективної корпоративної культури у процесі становлення сучасного типу суспільного устрою в Україні викликає підвищений інтерес з боку представників національного бізнесу, громадських і державних організацій.

Мета статті. Вважаємо, що питання формування корпоративної культури в управлінні соціально-трудовими відносинами є новачним і дискусійним, що обумовлює проблему співвідношення чинників запровадження та сталості корпоративної культури в економічних системах.

Виклад основного матеріалу. Аналіз впливу культури на економіку, зокрема на особливості організації виробництва, дозволяє відповісти на запитання: чому буває так, що країни, які мають найбагатші природні ресурси, живуть бідно, а інші, обділені природними багатствами, процвітають? Здавалося б, вигідне географічне положення, достаток природних ресурсів – що ще потрібно для процвітання і збагачення держави. Тоді чому Україна, природним багатством якої могли б позаздрити багато високорозвинених країн, ніяк не може досягти таких самих темпів економічного розвитку, як, наприклад, Японія, яка обділена природними ресурсами.

Виявляється, в лідируючих країнах є більш могутній, ніж нафта, газ, інші корисні копалини, ресурс – певний тип ділової культури, що дозволяє більш ефективно використовувати наявні природні багатства, забезпечуючи тим самим стабільність економічного і громадського життя в країні. Звідси можна зробити висновок, що бідність буває не тільки матеріальна, а й соціальна, тобто недолік у суспільстві деяких традицій, навичок, цінностей, що визначають ефективну або неефективну роботу людей. Соціальна бідність визначає матеріальну не в меншій, а може навіть у більшій мірі, ніж навпаки. Отже, якби ми могли якісно змінити ділову культуру більшості наших співвітчизників – їхнє ставлення до праці, до себе, один до одного, – ми могли б більш ефективно вирішувати наші матеріальні проблеми.

Розвиток культури є тривалим історичним процесом, і хоча глобалізація прискорює його, зміни відбуваються дуже повільно. І якщо неможливо швидко змінити загальну або ділову культуру країни, цілком можна почати зі змін у корпоративній культурі роботи підприємств і установ і через ці

зміни впливати на культуру міжорганізаційних відносин (культуру ведення переговорів, культуру партнерства, конкурентну культуру тощо), а отже впливати і на всю ділову культуру, а через неї й на загальну культуру й економіку.

Господарські процеси завжди мають певну «культурну» складову. На думку М. Грановеттера, визнаного лідера в галузі нової економічної соціології, економічна поведінка «укорінена в мережах міжособистісних стосунків» [2, с. 292]. Відомий соціолог культури Пол Дімаджіо вважає, що існують й інші види укоріненості, і насамперед укоріненість економічних дій у культурі, тобто культурна укоріненість. На думку Дімаджіо, культура впливає на господарські процеси за допомогою «вірувань та ідеологій, переконань, що визнаються більшістю, або формальних систем правил» [3, с. 30].

Вивченням проблем розвитку корпоративної культури займається ряд вчених, зокрема В. Співак, Н. Тесакова, Є. Катасонова, Л. Хайет, І. Драб та інші. Проте варто зазначити, що обсяги дослідження корпоративної культури не є достатніми, оскільки остання характеризується значною динамікою розвитку, особливо у країнах з нестабільною економічною ситуацією, зокрема в Україні. Недостатньо дослідженим є питання інноваційних складових корпоративної культури, які впливають на розвиток вітчизняної системи корпоративної культури в цілому.

У цілому вчені здебільшого досліджують сутність та структуру корпоративної культури. Зокрема, у [1, с. 332] аналізується сутність корпоративної культури, чинники, що впливають на її розвиток, а також формування вітчизняної системи корпоративної культури. В [2, с. 159] досліджуються основні типи корпоративної, які характерні для країн із різним рівнем розвитку, зокрема надається їх детальна класифікація в залежності від різних критеріїв дослідження. В [3, с. 44] аналізується філософський підхід стосовно проблеми розвитку корпоративної культури. Можна сказати, що дослідження проблеми інноваційних складових корпоративної культури в Україні потребує поглибленого та всеохоплюючого дослідження.

Як вже зазначалося, недостатньо висвітленим є питання формування інноваційних складових у вітчизняній корпоративній культурі, зокрема дослідження сутності інноваційних складових корпоративної культури в Україні. Крім того, необхідно здійснити визначення причин та передумов їх появи, а також виявити можливості створення інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури. До основних завдань також належить висвітлення основних проблем у її формуванні. Варто зазначити, що для формування інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури необхідно розробити ряд рекомендацій, які дозволили б наблизитися до цієї мети.

Корпоративну культуру можна визначити як сукупність думок, еталонів, поведінки, настроїв, символів, відносин та способів ведення бізнесу [4, с. 332]. Характерним для неї є те, що вона майже не отримує нормативного закріплення в законодавстві і базується швидше на моральних якостях суб'єктів господарювання та на культурному рівні працівни-

ків підприємства. Динамічний розвиток ринкової економіки призвів до формування інноваційних складових вітчизняної корпоративної культури, які відіграють важливу роль у функціонуванні акціонерних товариств в Україні. Формування інноваційних складових корпоративної культури є результатом розвитку вітчизняного корпоративного сектору, що характеризується рядом особливостей, а також впливом загальної економічної та політичної ситуації в країні. Корпоративна культура є досить складним явищем, яке є результатом історичного, культурного, релігійного та економічного розвитку країни. Саме тому вона характеризується різними проявами, зокрема зовнішніми (манера поведінки, стиль одягу, архітектура приміщення тощо) цінностями та віруваннями, а також базовими концепціями та відносинами, які формуються внаслідок ментальних особливостей нації. Під корпоративною культурою також розуміють сукупність правил, звичаїв та сталої практики в галузі корпоративного управління, яка не отримала нормативного закріплення в законодавстві та базується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці тощо. Остання є поєднанням домінування економічних пріоритетів та внутрішньої потреби індивіда до визначених правил поведінки та самоорганізації. Крім того, корпоративна культура умовно розділяється на декілька видів, кожен з яких характерний для того чи іншого стилю управління компанією [2, с. 161]. Стосовно різних видів корпоративної культури можна сказати, що вони є відображенням відносин між різними

групами економічних агентів всередині корпорації і по-різному впливають на трудову атмосферу в колективі.

Головною метою корпоративної культури, при її правильній побудові і розвитку, є максимальне згуртування колективу, об'єднання його в одне ціле. У результаті компанія отримує шанси підвищити власну привабливість як брэнда, зможе якісно різнитися від конкурентів [5, с. 29]. Крім того, люди починають ефективніше працювати, що допомагає компанії вижити, особливо в умовах кризи. Їм цікаво, їм комфортно, кожен відчуває, що він потрібен і саме тут його місце. Все це відображається на загальній атмосфері колективу, він починає жити і працювати із задоволенням, бачити перспективу гідного майбутнього, бо об'єднаний спільною метою, що є запорукою успіху фінансово–економічної діяльності системи.

Побудова якісної корпоративної культури має власну специфіку і власні особливості. Тому єдиного рецепта немає. Унікальність корпоративної культури може полягати в будь-чому. Є фірми, що дозволяють своїм співробітникам приходити на роботу в будь-який час, проте при цьому денний обсяг роботи має бути виконаний. Є фірми, що практикують у колективі традиції благодійності, дехто влаштує суботники. Ми, наприклад, щороку проводимо корпоративний турнір з футболу. Всі ці заходи спрямовано на зміцнення дружніх стосунків і створення здорового командного духу.

Організація свят і власне святкування також є частиною корпоративної культури, але при цьому неправильно вважати, що лише на цьому остання і базується. Корпоративна

Чинники запровадження та сталості корпоративної культури

Чинник	Фактор запровадження КК	Фактор сталості КК
1	2	3
Структура	Взаємодія органів і осіб, діючих правил, прямого керівництва та контролю	Управлінська структура оптимізується відповідно поставлених завдань і цілей
Напрямок	Ступінь формування цілей та перспектив діяльності організації	Дослідження напрямів діяльності відбувається на підставі конкурентних засад
Інтеграція	Ступінь, в якій частини (суб'єкти) в рамках організації користуються підтримкою на користь здійснення скоординованої діяльності	Професійна діяльність, за якої індивідуальні характеристики впливають на формування та досягнення колективних цілей
Управлінське забезпечення	Ступінь, за якого менеджери забезпечують чіткі комунікаційні зв'язки, допомогу і підтримку своїм підлеглим	Професійна діяльність, за якої виконання обов'язків, дотримання субординації не чинить опору досягнення колективних цілей
Підтримка	Рівень допомоги, яка надається керівниками своїм підлеглим	Відчуття підтримки сприймається як елемент підвищення кваліфікації з метою ефективізації соціально–трудова відносин та набуття конкурентних переваг працівниками
Стимулювання	ступінь залежності винагороди від результатів роботи	Стан матеріального і нематеріального мотиваційного стимулювання збалансований відповідно індивідуальних мотиваційних карт працівників
Ідентифікація	Ступінь отождолення працівників з організацією в цілому	Сприйняття працівником єдності з організацією і організації з працівниками прагне до єдності
Управління конфліктами	Ступінь вирішуваності конфліктів	Конструктивні конфлікти вирішуються у встановленому порядку, причини виникнення деструктивних конфліктів мінімізуються у зародку
Управління ризиками	Ступінь, в якому працівники заохочуються в інноваціях	Інноваційна діяльність заохочується на всіх ланках управління, підтримуються раціоналізаторські пропозиції працівників усіх рівнів
Індивідуальна автономність	Ступінь відповідальності, незалежності та можливостей вираження ініціативи в організації	Відсутність одного з працівників відділу або ланки не впливає на досягнення результатів господарської діяльності

* Розроблено автором.

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

культура розпочинається від того моменту, коли людина вперше приходиться до компанії, коли вона її пізнає, спілкується з майбутніми колегами, вивчає ситуацію, збирає якусь інформацію. Так людина з часом стає частиною колективу, приймаючи вже існуючі в ньому традиції та вносячи власні.

В умовах фінансової кризи формування корпоративної культури особливо важливе. Більше того, в такій ситуації правильно побудована корпоративна культура може відіграти вирішальну роль у житті компанії. Якщо колектив відчуває себе спільнотою, якщо все це підкріплено правилами функціонування культури, люди, об'єднуючись, можуть гідно протистояти скрутні і намагатимуться в її рамках досягти максимально позитивних результатів у роботі. Адже вони розумітимуть, що їхня компанія – це їхнє майбутнє. До речі, інколи достатньо лише однієї чутки для того, щоб команда або навіть компанія вщент розвалилася. Таких прикладів – безліч. Тому я б рекомендувала, перш ніж скорочувати певні статті витрат, дуже уважно проаналізувати ситуацію. На корпоративній культурі не можна економити – вона може стати запорукою ефективності бізнесу і комфортного життя всіх співробітників. У такий спосіб компанія набуде сили, що дасть їй змогу втриматися в умовах кризи.

Відповідно до особливостей усіх видів чинники, що впливають на формування корпоративної культури, можна систематизувати таким чином (див. табл.).

Досліджуючи вплив характеру українців на формування корпоративної культури, варто враховувати, що для нашого народу характерне надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства, які базуються на принципах індивідуальності й людяності, гармонії з природою. У національному характері українців, ментальності, вкорінена низка рис, пов'язаних із властивим для значної частини населення економічним нігілізмом.

За твердженням В. Соловйова: «Царина матеріальних відносин (найбільшим чином економічних) має право на те, щоб стати предметом моральної дії людини...» [6, с. 704]. Ця думка підтверджується широким розвитком корпоративної культури в межах акціонерних секторів різних країн.

Висновки

На динаміку розвитку інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури впливає ряд чинників, зокрема історичних, релігійних, культурних та економічних. Передусім до них можна віднести історичні особливості розвитку країни.

Другим суттєвим чинником формування корпоративної культури в багатьох країнах є релігійні переконання нації. Зокрема, корпоративна культура США та країн Західної Європи традиційно пов'язується з протестантською етикою, а культура Японії – з етикою буддизму. Деякі дослідники вва-

жають, що на корпоративну культуру в Україні впливає православна етика, проте, на жаль, роки атеїстичної пропаганди послабили її вплив на всі сфери діяльності суспільства, тому вплив релігійної етики не є відчутним.

На розвиток корпоративної культури також впливають ментальні особливості народу. Їхній вплив особливо відчутний у країнах Західної Європи, США та Японії. В Україні, за умов активізації глобалізаційних процесів, та система корпоративних цінностей, яка нав'язується нам з боку Заходу досить часто не відповідає ментальним особливостям українців. Передусім зі становленням у нашій країні корпоративного сектору в найманих працівниках намагаються розвивати такі якості, як прагматизм, індивідуалізм, раціональність. Проте далеко не всі з цих рис відповідають менталітету українців, крім того, такий підхід призводить до «споживацького» ставлення до життя. В цілому бездумне копіювання західного зразка корпоративної культури без врахування національних особливостей може призвести до послаблення позицій національної культури народу.

Крім того, на розвиток корпоративної культури впливають також економічні, політичні та ідеологічні передумови, проте їхній вплив швидше простежується в зовнішніх проявах корпоративних цінностей. Також, формуючи певний тип корпоративної культури, важливо враховувати особливості національного менталітету, суспільної свідомості і психології населення країни. Адже сліпо впроваджені зарубіжні організаційні технології часто не приживаються, основні їх принципи спотворюються, і це може призвести до болючих наслідків. Отже, можна сказати, що тип корпоративної культури, який формується на підприємстві, визначається саме загальною культурою країни.

Список використаних джерел

1. Корпоративна культура: Навчальний посібник. Під заг. ред. Г.Л. Хаєта. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
2. Рудинская Е.В. Корпоративный менеджмент: Учеб. пособие / Рудинская Е.В., Яромич С.А. Корпоративный менеджмент [Текст] – К.: КНТ. Эльга–Н. – 2008. – 416 с.
3. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: построение, эволюция, совершенствование / Пер. с англ. под ред В.А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.
4. Deal T.E., & Kennedy A.E. Corporate culture: The rites and rituals of corporate life. Reading, MA: Addison–Wesley, 1982.
5. DiMaggio P. Culture and Economy // N.Spelmer, R. Swedberg (eds.). The Handbook of Economic Sociology. Princeton: Princeton University Press, 1994. – P. 27–57.
6. Соловьев В.С. Критика отвлеченных начал / Соловьев В.С. Сочинения в 2 т. – М., Мысль, 1988. – Т. 1. – С. 691–709.

Проблеми формування конкурентних переваг професійного ринку праці

У статті розглянуті основні компоненти конкурентних переваг на професійному ринку праці, а саме попит і пропозиція. Досліджені проблеми формування конкурентного середовища країн із ринковою економікою та основою економічних відносин на світових ринках товарів і послуг в умовах глобалізації. Проаналізовано соціальні складові конкурентних переваг професійного ринку праці.

Ключові слова: попит, пропозиція, конкурентоспроможність робочої сили, конкурентне середовище, соціальні складові конкурентних переваг.

В статье рассмотрены основные компоненты конкурентных преимуществ на профессиональном рынке труда, а именно спрос и предложение. Исследованы проблемы формирования конкурентной среды стран с рыночной экономикой и основой экономических отношений на мировых рынках товаров и услуг в условиях глобализации. Проанализированы социальные составляющие конкурентных преимуществ профессионального рынка труда.

Ключевые слова: спрос, предложение, конкурентоспособность рабочей силы, конкурентная среда, социальные составляющие конкурентных преимуществ.

The article describes the main components of competitive advantage in the professional labor market, namely supply and demand. The problems of creating a competitive environment in market economies and economic relations on the basis of world markets for goods and services in the context of globalization. Analyzed social components of competitive advantage of professional labor market.

Keywords: demand, supply, competitive workforce, competitive environment and social components of competitive advantage.

Постановка проблеми. Існує взаємозв'язок між економічним зростанням і збільшенням рівня зайнятості. Економічне зростання сприяє створенню нових робочих місць і таким чином збільшенню обсягів зайнятості та зниженню безробіття, що, своєю чергою, має наслідком підвищення рівня життя населення. Результатом цих процесів є формування конкурентних переваг професійного ринку праці, зростання попиту на робочу силу за відповідними професіями, підвищення рівня оплати праці, зайнятості тощо.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблеми досліджень формування конкурентного середовища країн із ринковою економікою та основою економічних відносин на світових ринках товарів і послуг присвячені наукові праці вчених: І.К. Бондар, Д.Б. Богині, В.І. Герсимчука,

О.А. Гришнєвої, В.М. Дацюка, О.Ю. Рудченка, Т.А. Заяць, А.М. Колота, Г.І. Купалової, Е.М. Лібанової, О.В. Макарової, В.В. Онікієнка, І.Л. Петрової, В.М. Петюха, М.В. Семикіної, В.О. Покрищука, В.А. Савченка, О. Г. Пазюк та інших.

Мета статті – дослідити проблеми формування конкурентного середовища країн із ринковою економікою та основою економічних відносин на світових ринках товарів і послуг в умовах глобалізації. Проаналізувати соціальні складові конкурентних переваг професійного ринку праці.

Виклад основного матеріалу. Поняття конкуренції є складним та багатограним атрибутом ринкової системи. Провідна роль конкуренції за умов ринкової економіки була доведена ще у XVII ст. А. Смітом. Він стверджував, що конкуренція, урівноважуючи норми прибутку, призводить до оптимального розміру праці і капіталу, регулюючи відповідність між власними та громадськими інтересами. Під конкуренцією А. Сміт розумів «невидиму руку» ринку, що координує діяльність усіх його учасників. Іншими словами, конкуренція – це тип ринкової поведінки щодо найвигідніших умов купівлі-продажу товарів та послуг [1, с. 5; 25, с. 6; 54, с. 188–189; 4, с. 11].

Конкуренція – це елемент ринкового механізму, що дає можливість врівноважити попит та пропозицію товарів та послуг на ринку. В результаті взаємодії (суперництва) покупців і продавців устанавлюється ціна на товари та послуги, тобто конкуренція забезпечує функціонування ринкового механізму ціноутворення (Т. Мен, А. Монкретьєн, Е. Міс-сельден та ін.) [2, с. 6; 3, с. 34].

Попит і пропозиція на професійному ринку праці є важливим компонентом ринку, що визначають, з одного боку, суспільну потребу всіх сфер економіки в робочій силі, а з іншого – контингент працездатного населення, що пропонує власну робочу силу роботодавцю певної професії і кваліфікації. Співвідношення попиту і пропозиції за професіями і кваліфікацією характеризує навантаження на одне вільне робоче місце, що значною мірою показує конкурентні переваги професійного ринку праці, оскільки свідчить про реальність працевлаштування на даному робочому місці з певною професією і кваліфікацією. Слід зауважити, що навантаження розраховується за розділами класифікації професій (керівники, службовці, професіонали, фахівці, робітники окремих професій і т. ін.), оскільки кожне конкретне робоче місце потребує працівників відповідної професії та кваліфікації; через те рівень навантаження коливається в залежності від спроможності робочої сили задовольнити потреби професійного ринку праці.

Формування конкурентного середовища є характерною рисою функціонування країн із ринковою економікою та основою

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

економічних відносин на світових ринках товарів і послуг в умовах глобалізації. Проте поряд із конкурентною боротьбою між товаровиробниками і покупцями товарів (послуг) існує також конкурентна боротьба між роботодавцями за висококваліфіковану робочу силу, також серед працівників – за високооплачувані і престижні робочі місця на професійному ринку праці. За умов високого рівня безробіття у країні в цілому або її окремих регіонах та низької мобільності робочої сили конкуренція між працівниками існує також і за робочі місця з відносно невисокою оплатою і незадовільними умовами праці.

Як відомо, зовнішній (професійний) ринок праці складається з окремих сегментів, що часто не пов'язані між собою. Конкуренція можлива усередині кожного сегмента – серед працівників одного кваліфікаційного рівня (внутріфірмова і міжфірмова) або серед робітників, що пропонують однакові робочі місця. Як і на інших ринках, на ринках праці розрізняють цінову і нецінову конкуренцію. Перша безпосередньо пов'язана з рівнем винагороди за працю (заробітної плати); нецінова конкуренція між працівниками пов'язана з їх неоднаковою продуктивністю і досвідом, між роботодавцями – з різними умовами праці, тобто різною якістю запропонованих робочих місць.

Роботодавець пред'являє попит не тільки на робочу силу, що не зайнята, а й на працюючих, тобто найманих працівників, пропонуючи їм більш вигідні умови. Одночасно наймані працівники під впливом конкурентної боротьби за престижні робочі місця постійно знаходяться під загрозою звільнення. Намагаючись зберегти власне робоче місце, вони систематично прагнуть до підвищення кваліфікації та продуктивності праці; їхня робота залежить від рівня їх конкурентоспроможності. Таким чином, «конкуренція на професійному ринку праці (з позиції попиту) являє собою відносини суперництва між роботодавцями з приводу володіння та розпорядження робочою силою працівників певного професійно-кваліфікаційного рівня за умов відповідної оплати їх праці. Конкуренція на професійному ринку праці (з позиції пропозиції) являє собою відносини суперництва між найманими працівниками з приводу збереження за собою робочого місця, яке відповідає їх вимогам до рівня оплати праці та можливостями професійної реалізації [5, с. 57]. Конкуренція між роботодавцями стимулюють їх збільшувати заробітну плату, покращувати умови праці, в більшому ступені задовольняти соціальні потреби працюючих; конкуренція між працівниками є стимулом для підвищення кваліфікації, фізичного, інтелектуального та духовного розвитку, тобто досягнення вищого рівня власної конкурентоспроможності.

Соціальні складові конкурентних переваг професійного ринку праці. На сучасному етапі глобалізації міграція значною мірою впливає на стан національних ринків праці, визначаючи їх конкурентоспроможність. За наявності конкурентних переваг спостерігається збільшення чисельності іммігрантів, особливо високої кваліфікації; значний рівень безробіття, низька заробітна плата, відсутність внутрішнього попиту на

кваліфіковану робочу силу внаслідок економічних проблем спонукають працівників до еміграції, тобто пошуку робочих місць за кордоном з метою самореалізації або забезпечення необхідного рівня заробітку для утримання сім'ї.

Аналіз трудової міграції як фактора, що формує конкурентні переваги професійного ринку праці, потребує врахування сегментації міжнародного ринку робочої сили з метою визначення місця і ролі вітчизняної робочої сили у кожному сегменті та використання її конкурентних переваг.

Перший сегмент складає робоча сила, що має високий рівень кваліфікації, стабільні трудові навички, постійну зайнятість і високий рівень оплати праці. Причиною міграції зазначених спеціалістів з України є недостатня матеріальна винагорода або відсутність перспектив працевлаштування та професійного зростання. Лише за умов підвищення конкурентоспроможності економіки України, її інтеграції у світову економічну систему можливе забезпечення конкурентних переваг національної робочої сили в цьому сегменті світового ринку праці.

Другий сегмент складають висококваліфіковані фахівці (науковці, інженери, аналітики, програмісти), пов'язані зі сферою науки та послуг. Їх конкурентні переваги в тому, що вони володіють, здатні освоювати і виробляти значні обсяги нової інформації, знань. У цьому сегменті конкурентоспроможність українських спеціалістів є досить високою. Завданням держави є цілеспрямоване закріплення і легалізація вітчизняних фахівців на світових ринках праці, у секторах світової економіки, створення сприятливих умов для забезпечення їх зв'язку з національною економікою з метою подальшого використання їх знань на вітчизняному ринку праці.

До третього сегмента входить робоча сила, що має досить високий рівень кваліфікації, але не має стабільного досвіду роботи на світовому ринку праці. Їхні конкурентні переваги мають бути реалізовані шляхом легалізації міжнародних потоків робочої сили, що становить передумову формування конкурентних відносин у цьому сегменті світового ринку праці. Для цього необхідно на державному рівні складання і затвердження пакету двосторонніх і багатосторонніх договорів про міграцію робочої сили, інформаційно-консультативне забезпечення пошуку роботи і переміщення в країну міграції.

Четвертий сегмент формує нелегальна робоча сила. В цю групу входять суб'єкти ринку праці, що розрізняються причинами міграції, професією та рівнем кваліфікації; поєднує їх нелегальне становище у країні перебування, відсутність юридичних і політичних прав, відносна низька заробітна плата; місцем їх працевлаштування є переважно дрібні підприємства з низьким рівнем застосування сучасних технологій та сфера послуг. Конкуренція цієї групи – в низькому рівні оплати праці порівняно із робочою силою країни перебування.

П'ятий сегмент складають фахівці у галузі інформації і програмування, які мають доступ до засобів обміну інформацією і виконують роботу за місцем проживання, пропонують свій продукт через електронні засоби зв'язку. За міжнародними

рахунками, щорічний обсяг послуг, що надається в цьому сегменті світового ринку праці, дорівнює десяткам мільярдів доларів і швидко розширюється. Забезпечення конкурентних переваг вітчизняних спеціалістів у цьому сегменті можливе за умов юридичної та інформаційної підтримки з боку держави, сприяння на державному рівні у просуванні і закріпленні національних виробників на цих ринках, забезпечення відкритих і прозорих розрахунків, зваженої податкової системи.

Шостий сегмент – так звана транснаціональна робоча сила, яку складають високо мобільні групи фахівців, що мають досвід роботи в міжнародному бізнесі, високу конкурентоспроможність. Поява в Україні відповідних спеціалістів пов'язана з її активною інтеграцією у світову економічну систему, посилення міграційних процесів і можливістю вільного легального працевлаштування цієї категорії працівників за заявкою роботодавця будь-якої країні світу. Закріплення наших спеціалістів в цьому сегменті світового ринку праці є реальним підтвердженням їх конкурентних переваг.

Таким чином, конкурентні переваги зовнішнього (професійного) ринку праці можуть бути реалізовані в межах світового ринку, що підвищує рейтинг України у світовій економічній системі і є важливим фактором зростання її конкурентоспроможності. Проблеми інтеграції національної робочої сили у світовий економічний простір, розвиток міжнародного співробітництва у сфері праці має позитивні наслідки як для працівників, так і країни в цілому. Ці питання можуть вирішуватися шляхом формування відповідної державної стратегії, забезпечення ринкових засад регулювання соціально-економічних процесів, вдосконалення механізмів регулювання професійного ринку праці і мобільності робочої сили, що спрямовані на використання конкурентних переваг національної робочої сили як на вітчизняному, так і на світових ринках.

Економічна природа конкурентоспроможності робочої сили професійного ринку праці визначає сукупність знань і навичок працівників, які відповідають умовам сучасної економічної кон'юнктури і дозволяють задовольнити попит на професійному ринку праці, реалізувати власний трудовий потенціал, виконувати певну роботу з меншими витратами всіх видів ресурсів. Оскільки зміст категорії конкурентоспроможності робочої сили включає широкий спектр економічних, демографічних і соціально-політичних відносин, та конкурентоспроможність робочої сили можна вважати однією з основних категорій соціально-трудова відносин, що обумовлює рівень конкурентних переваг професійного ринку праці і конкурентоспроможності економіки в цілому.

До важливих чинників конкурентоспроможності робочої сили відносяться:

- соціально-демографічний статус і загальний фізичний стан працівника: стать, вік, сімейний стан, фізичне здоров'я, місце проживання, забезпеченість житлом, наявність особистого транспорту;
- соціально-психологічні якості життєво-цільові установки, схильності і звички, ступінь політичної зрілості, релі-

гійності, комунікабельності, менталітету, самодисципліни, знання іноземної мови;

- творчі здібності – спеціальність, освіта, рівень кваліфікації, володіння суміжними професіями, здатність до освоєння нових знань, економіко-правова інформованість, ініціативність, ділові якості, неординарність у прийнятті рішень, прагнення до підтримки трудової дисципліни у колективі, мобільність.

На міжнародному ринку праці до визначальних факторів конкурентоспроможності робочої сили належить: здатність до виконання трудових функцій на рівні міжнародних стандартів, знання мови країни працевлаштування. Фізичний стан працівника, дефіцитність його професії, наявність родичів у країні працевлаштування, участь країни-експортера робочої сили у міжнародних угодах з питань використання найманої робочої сили.

Важливою умовою забезпечення конкурентних переваг професійного ринку праці є подальший розвиток професійно-технічної освіти з метою задоволення потреб економіки в кваліфікованих кадрах, підвищення мобільності робочої сили, забезпечення участі роботодавців у формуванні трудового потенціалу країни. Реалізація конкурентних переваг професійного ринку праці можлива лише за умов ефективного функціонування економіки, її реструктуризації, що призводить до якісних змін у професійно-кваліфікаційній структурі робочої сили відповідно до зміни попиту на професійному ринку праці. Зокрема, відбувається збільшення попиту фахівців у галузях інформаційних технологій; зростають масштаби вивільнення працівників зі сфери матеріального виробництва; збільшується попит на працівників у сфері обслуговування, культури, освіти, охорони здоров'я; зменшується потреба у низько кваліфікованій ручній праці внаслідок науково-технічного прогресу, що впливає на структуру і чисельність окремих категорій промислово-виробничого персоналу.

В цих умовах важливе значення має формування Національної системи кваліфікації, яка поєднує освіту і навчання за певними професіями з ринком праці і суспільством.

Висновки

Таким чином, конкурентні переваги професійного ринку праці можуть бути реалізовані в межах світового ринку, які будуть підвищувати рейтинг України у світовій економіці і можуть стати важливим фактором зростання її конкурентоспроможності. Питання інтеграції національної робочої сили у світовий економічний простір, розвиток міжнародного співробітництва у сфері праці буде мати позитивні наслідки як для людей, так і держави в цілому.

Вважаємо, що подальший розвиток професійно-технічної освіти з метою задоволення потреб економіки в кваліфікованих кадрах буде важливою умовою для забезпечення конкурентних переваг професійного ринку праці, для підвищення мобільності робочої сили, забезпечення участі

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

роботодавців у формуванні трудового потенціалу країни. Така реалізація конкурентних переваг професійного ринку праці буде можлива лише за умов ефективного функціонування економіки, її реструктуризації, що призведе до позитивних змін у професійно-кваліфікаційній структурі робочої сили відповідно до зміни попиту на професійному ринку праці.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 208 с.

2. Ковальська Л.Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення: монографія / Л.Л. Ковальська. – Луцьк: ЛДТУ, 2007. – 385 с.

3. Михайлушкин А.И. Международная экономика / А.И. Михайлушкин, П.Д. Шимко. – Издательство: Питер, 2008. – 464 с.

4. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: Изд-во «АКАЛИС», 1996. – 272 с.

5. Мотиваційний механізм формування конкурентоспроможності робочої сили [Текст]: зб. наук. пр. Вип. II / НАН України; відп. ред. Богиня Д.П. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2002. – 188 с. – (Серія: Економіка праці та соціальної сфери; Вип. II).

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

РУДЧЕНКО О.Ю., СІНГАЄВСЬКИЙ І.П. Стратегічне планування в державному секторі	3
КАБАЦІ Б.І. Перспективи економічного зростання України з урахуванням фактора впливу фінансово-кредитного механізму державного регулювання	6
КУСТОВСЬКА О.В., ЖУКОВА М.С. Справляння державного мита за посвідчення договорів відчуження та договорів оренди земельних ділянок	11
УРВАНЦЄВА С.В., ВЕРБНЯК Т.М. Детермінанти формування відсоткової ставки по банківських кредитах в Україні	15
ТАРАЩЕНКО В.А. Пільгове оподаткування в Україні: новації Податкового кодексу	20
ГЕРЕГА Г.Ф. Теоретико-прикладні засади результативності діяльності сучасних суб'єктів економіки	23
ГОРДІЙЧУК І.С. Державно-приватне партнерство як форма інституціональної взаємодії органів влади з бізнесом	27
ДЯНКОВ І.І. Управління державним сектором економіки України: сучасний стан та перспективи розвитку	31
ШУТ С.О. Державне стимулювання зовнішніх капітальних інвестицій	35

Інноваційно-інвестиційна політика

ГРАБОВЕЦЬКИЙ Б.Є. Проблеми створення та ринку технічних нововведень	39
ВЛАСОВА І.В. Інвестиційна складова місцевих бюджетів і важелі її активізації	44
КРАВЧЕНКО А.В., МЕРЖА Н.В., ГВОЗДЬ В.С. Проблеми та перспективи залучення іноземних інвестицій в Україну	48
КАЗАК О.О. Сутність та класифікаційні ознаки інвестиційної діяльності підприємств	52
ПЕТРОВСЬКА І.П. Застосування матричного методу для оцінки стану інноваційного розвитку машинобудівної галузі України	55

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

БІЛИК М.Д. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва та напрями її вдосконалення	60
МАРЧЕНКО В.М. Галузеві особливості злиттів та поглинань в Україні	65
КАРИМ ДХЕЯБ АХМЕД Набор, отбор и адаптация персонала туристических предприятий Ирака	69
БУРОВА Т.А. Стратегія забезпечення економічної стійкості підприємства	73
БУЖИН О.А. Алгоритм визначення показника рентабельності підрозділів цивільного захисту в залежності від коливання цін на засоби виробництва	76
КАЛЬНА-ДУБІНЮК Т.П. Сучасний стан розвитку екстеншн сервісу у світі та його перспективи в Україні	79
ЛЕВИЦЬКА І.В. Формування системи управління якістю готельних послуг	83
БАЖЕРІНА К.В. Застосування теорії порогових значень при вимірі лояльності споживачів	88
БЛИЗНЮК О.В. Облікове забезпечення процесу калькулювання в системі управління витратами виробництва	94
БОДЮК А.В. Геологічні треби як об'єкти економічної геології	98
ГЕЄЦЬ І.О. Аналіз стратегічного розвитку авіакомпанії AirOnix на міжнародному ринку повітряних перевезень	102
БУЛЬБА С.А. Сучасні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі	108
КОВБАТЮК М.В., КАРПОВА Д.В. Сутність креативного потенціалу та його роль в ефективному управлінні підприємством	111
КОЦЕРУБА Н.В. Організація управлінського обліку в умовах ринкової економіки	118
КРАВЧЕНКО А.В. Оцінка та аналіз ефективності менеджменту капіталу підприємства	122
ЛИСЕНКО О.В. Методика прогнозування прибутковості банків	126
СКРИГУН Н.П., ПЕХОТА І.С., СЛІВІНСЬКА В.В. Організація маркетингової політики комунікацій в умовах обмеженості бюджету	130
РАМАЗАНОВ В.А. Видобуток сланцевого газу як додаткове джерело наповнення газового кошика країни	134
ЛЕВИЦЬКА А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації	138
ПАРАНДІЙ О.В. Еволюція центральних контрагентів	142
ТРУШ Ю.Л. Обґрунтування мотиваційного процесу для удосконалення управління якістю продукції	148
ХЛІВНИЙ В.К. Особливості франчайзингу як виду підприємницької діяльності та вплив на нього різних чинників	152
ПЕРУНОВ М.М. Системний підхід до розробки управлінських рішень стосовно індексів промислової продукції за видом діяльності легка промисловість	159
МОЛЧАНОВА І.В. Сучасний стан та основні напрями розвитку нафтогазового комплексу України	162
СЕЛІВЕРСТОВА Л.С. Фінансова політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності корпоративного управління	169

Розвиток регіональної економіки

ГАБРЕЛЬ М.М., ХРОМ'ЯК Й.Я., ЛИСЯК Н.М. Ціна землі й нерухомості як інтегральний чинник нової методології регулювання явищ субурбанізації	173
КРАМАРЕНКО Р.М. Урбаністика: пріоритети та перспективи	183
ЯЦЮТА В.П., ЯЦЮТА А.В. Розвиток форм власності та удосконалення фінансових відносин на рівні місцевого господарства	186

Соціально-трудова проблеми

СВИСТУН Л.А., БІЛОГУБОВА М.С. Проблеми житлового забезпечення громадян у контексті соціально-економічної стабільності в Україні	191
СИНИЦЬКА О.І. Чинники запровадження та сталості корпоративної культури	196
ДОБРЕНКО О.О. Проблеми формування конкурентних переваг професійного ринку праці	200

До авторів збірника

Шановні автори!

Науково-дослідний економічний інститут Міністерство економічного розвитку і торгівлі України приймає до друку у періодичному збірнику «Формування ринкових відносин в Україні» статті з економічної тематики

1. Стаття має відповідати тематичній спрямованості збірника.
2. **Обов'язковими є рецензія фахівця у відповідній галузі науки.**
3. У статті відповідно до нових вимог ВАК від 15.01.2003 р. № 7-05/1 необхідні такі елементи:
 - анотація на трьох мовах (українська, російська, англійська), де чітко сформульовано головну ідею статті та обґрунтовано її актуальність;
 - ключові слова на трьох мовах (українська, російська, англійська);
 - постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими чи практичними завданнями;
 - аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;
 - формування цілей статті (постановка завдання);
 - виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
 - висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.
4. Обсяг – не більше 1 друкованого аркуша (до 16 сторінок) формату А4 через інтервал 1,5. Поля: верхнє, нижнє, лівє, правє – 2 см. Абзац – 5 знаків. Шрифт: Arial, розмір – 12. Мова – українська.
5. Прізвище, ініціали, науковий ступінь розміщуються у правій верхній частині аркуша.
6. Відомості про автора: адреса, контактний телефон (домашній, робочий).
7. Статті, таблиці та формули мають виконуватися у редакторі Microsoft Word, якщо стаття містить формули, то вони мають набиратися у редакторі формул Microsoft Equation, який вбудований в усі версії програми Word.
8. Якщо стаття містить графіки чи діаграми, виконані в інших програмах (такі як Excel, Corel Draw та ін.), то ці файли також додаються до статті в оригіналі програм, в яких вони виконані.
9. Графіки та діаграми можуть бути передані в графічних форматах: векторний – EPS, AI (шрифти переконвертовані в криві); растровий – TIF, 300 dpi, 256 кольорів сірого.
10. Зноски в документі мають бути оформлені за допомогою вбудованих функцій програми Word.
11. Назви файлів мають відповідати прізвищам авторів.
12. Статті надаються на диску, до диска обов'язково додаються роздруковані статті (діаграми, графіки, схеми) в якісному вигляді для можливості подальшого сканування (1 прим.). Текст у електронному вигляді повинен відповідати тексту в надрукованому вигляді.
13. Статті не повинні містити приміток від руки та помарок, кожен лист статті підписується автором.
14. Посилання на джерела інформації є обов'язковими. Джерела подаються в кінці статті з основними вимогами до бібліографічних описів. Нумерація джерел вздовж тексту.
15. *У разі невиконання вищевказаних вимог редакція не приймає статей до друку.*

Редакція наукового збірника не несе відповідальності за авторські права статей, що подаються до друку.

Довідки за телефонами: (044) 239-10-49

e-mail: zbornik@ukr.net

Редакційна колегія

**Науково–дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України**

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№1 (152) 2014 р.
Періодичність – щомісячник**

Редактори: І.Г. Манцуров, А.О. Сігайов
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк А.В.

Науково–дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України
Свідоцтво про державну реєстрацію: Серія ДК №1488 від 08.09.2003 р.
Адреса редакції: 01103, Київ–103, бул. Дружби Народів, 28

Підписано до друку 23.01.2014 р.
Формат 60x84 ¹/₈. Папір офсетний
Ум. друк. аркушів 23,95.
Гарнітура Еurore. Наклад 300 прим.