ISSN 2307-8030

НАУКОВИЙ ВІСНИК ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Економічні науки

Випуск
3/2013

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

НАУКОВИЙ ВІСНИК ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 3

Херсон-2013

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

***Шапошников Костянтин Сергійович**, доктор економічних наук, доцент (декан факультету економіки і менеджменту, професор кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).*

Заступник головного редактора:

***Соловйова Ніна Ігорівна**, доктор економічних наук (професор кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).*

Відповідальний секретар:

***Станкевич Юлія Юріївна**, кандидат економічних наук (доцент кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).*

Члени редакційної колегії:

***Мохненко Андрій Сергійович**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету).*

***Мармуль Лариса Олександрівна**, доктор економічних наук, професор (професор кафедри аграрного консалтингу та сервісу Національного університету біоресурсів та природокористування).*

***Стратонов Василь Миколайович**, доктор юридичних наук, професор (декан юридичнго факультету Херсонського державного університету).*

***Іртищева Інна Олександрівна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри міжнародної економіки та економічної теорії Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського).*

***Сарапіна Ольга Андріївна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри обліку та аудиту Херсонського національного технічного університету).*

***Хрущ Ніла Анатоліївна**, доктор економічних наук, професор (професор кафедри обліку та аудиту Хмельницького національного університету).*

***Князєва Олена Альбертівна**, доктор економічних наук, професор (професор кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова).*

***Скидан Олег Васильович**, доктор економічних наук, доцент (проректор з наукової роботи та інноваційного розвитку Житомирського національного агроекологічного університету).*

***Лозова Тамара Іллівна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри бухгалтерського обліку Бориспільського інституту муніципального менеджменту Міжрегіональної академії управління персоналом).*

***Грегорі Гарднер**, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.*

***Едвін Португал**, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.*

***Римантас Сташис**, Ph.D, професор економіки, завідувач кафедри менеджменту Клайпедського університету, Литва.*

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Херсонського державного університету
(Протокол № 4 від 25.11.2013 р.)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 19747-9547Р,
видане Державною реєстраційною службою України 15.03.2013 р.

ISSN 2307-8030

© Херсонський державний університет, 2013
© Оформлення «Видавничий дім «Гельветика», 2013

ЗМІСТ

Акименко Н.В., Добровольска І.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ СПІЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ 7

Богашко О.Л.
ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЯ» У НАУЦІ, ТЕХНІЦІ, ТЕХНОЛОГІЯХ ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ 11

Бодрецький М.В.
ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ: ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ 15

Бубенко П.Т., Покуца І.В., Ващенко В.А.
ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА 20

Верба В.А.
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ КОНСАЛТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ 24

Гаврикова А.О., Замула О.О.
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДОБОВОГО РОЗПОДІЛУ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ ПОБУТОВИМ СПОЖИВАЧЕМ ПАРТНЕРОМ-РЕГУЛЯТОРОМ 29

Голуб Т.І.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ 32

Грудзевич І.Т.
ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ 36

Демешок О.О.
МОДЕЛЮВАННЯ МАСШТАБІВ РОЗВИНЕНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ 39

Демченко О.Г.
КРЕДИТНО-ФІНАНСОВІ ЧИННИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 44

Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В.
ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 47

Іртищева І.О., Стройко Т.В.
ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОЛІБЕРАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 51

Кірей О.С.
ПЕРЕДУМОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧОГО КАПІТАЛУ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ 55

Копитко М.І.
АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ 59

Корзаченко О.В.
ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 64

Власенко В.В., Корчагіна Г.А.
СТАН ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ПОКАЗНИК ЗАГАЛЬНОГО РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ 69

Красноштан О.М.
ДЕЯКІ АСПЕКТИ МАКРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ШВИДКІСНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ 72

Лихолат С.М., Чабаренко Ю.О.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НЕФІНАНСОВОЇ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ 74

Мазур О.Є.
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОРГІВЛІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ КОМПЛЕКС НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ 77

Мельник К.М.
АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ 81

Мельникович О.М., Ортинська В.В.
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ 85

Никифорчин М.Д.
СУТЬ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ
В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 88

Пересадько Г.О., Тамайо-Флорес В.А.
ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ:
СУТНІСТЬ ТА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ 93

Сморжанюк Т.П.
ІСТОРІЯ ОБЛІКОВОЇ НАУКИ 97

Соловйова Н.І., Шимченко Н.О.
ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗНОЇ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ
В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ 101

Станкевич Ю.Ю.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ПРИРОДИ ДОМОГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ 104

Сюркало Б.І., Омардібірова П.Н.
ПІДХОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ
НА ОСНОВІ ПОРІВНЯННЯ ДОСВІДУ УКРАЇНИ ТА РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ 109

Темнюк Т.О.
ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ
КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ 113

Халіна О.В.
ВПЛИВ ДЕСТАБІЛІЗУЮЧИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОНОМІЧНУ
БЕЗПЕКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА 116

Хрущ Н.А., Корпан О.С.
ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОГО
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ 120

Шапошников К.С.
ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ПРОВІДНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ 126

CONTENTS

Akymenko N.V., Dobrovolska I.V.
THE RESEARCH OF EFFECTIVE ORGANIZATIONAL FORMS
OF JOINT VENTURING FOR ENTERING A FOREIGN MARKETS
BY COMPANIES ENGAGED IN MANUFACTURING WINE PRODUCTION..... 7

Bohashko O.L.
ECONOMIC MEANING OF «INNOVATION» IN SCIENCE, ENGINEERING,
TECHNOLOGY AND ORGANIZATION..... 11

Bodretskyi M.V.
ELECTRONIC MONEY: PROSPECTIVE AREAS OF DEVELOPMENT..... 15

Bubenko P.T., Pokutsa I.V., Vashchenko
TRANSFORMATION MANAGEMENT PROCESS OF COMMUNAL
ENTERPRISES BY DEVELOPMENT PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP..... 20

Verba V.A.
ORGANIZATIONAL PLANNING OF CONSULTING BASED ON A PROCESS APPROACH..... 24

Havrykova A.O., Zamula O.O.
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MODELING OF THE DISTRIBUTION
OF THE DAILY ENERGY CONSUMPTION OF RESIDENTIAL
CONSUMERS PARTNER REGULATOR..... 29

Holub T.I.
METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF STATE PROTECTIONISM
MECHANISM FORMATION IN THE AGRICULTURAL ECONOMICS SECTOR..... 32

Hrudzevych I.T.
INVESTMENT POTENTIAL OF PENSION REFORM IN UKRAINE..... 36

Demeshok O.O.
MODELING SCALE OF DEVELOPMENT SUSTAINABLE
DEVELOP-MENT POTENTIAL UKRAINE..... 39

Demchenko O.H.
CREDIT AND FINANCIAL FACTORS OF BUSINESS ACTIVITY REGULATION..... 44

Drachuk Yu.Z., Thushkina N.V.
LOGISTICS APPROACH TO INNOVATION STRATEGY
OF OPERATION COAL ENTERPRISES..... 47

Irtyshcheva I.O., Stroiko T.V.
FORMATION OF STATE INVESTMENT POLICY OF UKRAINE
IN CONDITIONS OF NEOLIBERAL MODEL GLOBALIZATION..... 51

Kirei O.S.
BACKGROUND PRODUCTION CAPITAL IMPROVEMENT
OF ACCOUNTING IN SMALL BUSINESS..... 55

Kopytko M.I.
ANALYSIS OF THEORETICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION
DEFINITION AND CONSTITUENTS SYSTEMS ECONOMIC SECURITY..... 59

Korzachenko O.V.
OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES UKRAINIAN COMPANIES:
PROBLEMS AND PROSPECTS..... 64

Vlasenko V.V., Korchahina H.A.
THE STATE OF INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES
OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AS AN INDICATOR OF THE GENERAL
LEVEL OF THE MANAGEMENTS' PROFESSIONAL CULTURE..... 69

Krasnoshtan O.M.
SOME ASPECTS OF MAKRKETING STRATEGY OF HIGH-SPEED RAIL TRANSPORTATION..... 72

Lykholat S.M., Chabarenko Yu.O.
CURRENT APPROACHES TO MATERIAL NON-FINANCIAL MOTIVATION OF EMPLOYEES..... 74

Mazur O.Ye.
MANAGEMENT OF TRADE DEVELOPMENT:
METHODOLOGI-CAL COMPLEX OF THE SCIENTIFIC RESEARCH PROCESS..... 77

Melnyk K.M.
ADAPTIVE MANAGEMENT OF ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF UNCERTAINTY..... 81

Melnykovych O.M., Ortynska V.V.
MARKETING RESEARCH IN UKRAINE: CONDITION
AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT..... 85

Nykyforchyn M.D.
NATURE AND BASIC CONCEPTS OPERATIONAL EFFICIENCY IN THE ENTERPRISE.....**88**

Peresadko H.O., Tamaio-Flores V.A.
INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS:
ESSENCE AND THE PROCESS OF FORMATION.....**93**

Smorzhaniuk T.P.
HISTORY OF ACCOUNTING SCIENCES.....**97**

Soloviova N.I., Shymchenko N.O.
FEATURES OF PREDICTED ASSESSMENT OF INVESTMENT RISKS
IN THE AGRICULTURAL SECTOR.....**101**

Stankevych Yu.Yu.
METHODOLOGICAL FEATURES OF THE STUDY ECONOMIC NATURE
OF THE HOUSEHOLD AT THE PRESENT TIME.....**104**

Siurkalo B.I., Omardibirova P.N.
APPROACHES DETERMINE THE FINANCIAL SUSTAINABILITY
OF LOCAL BUDGETS BY COMPARING THE EXPERIENCE
OF UKRAINE AND THE RUSSIAN FEDERATION.....**109**

Temniuk T.O.
DETERMINING THE STRUCTURE OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE
OF CORPORATE ENTERPRISES.....**113**

Khalina O.V.
INFLUENCE OF DESTABILIZING FACTORS ON THE ECONOMIC
SECURITY TRACKING COMPANIES.....**116**

Khrushch N.A., Korpan O.S.
FINANCIAL STRATEGY IN THE SYSTEM OF CORPORATE
MANAGEMENT OF ENTERPRISES.....**120**

Shaposhnykov K.S.
THE INNOVATION CULTURE AS A LEADING FACTOR
IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN NATIONAL ECONOMY.....**126**

УДК 339.94

Акименко Н.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет

Добровольська І.В.
студентка магістратури кафедри менеджменту зовнішньоекономічної
та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ СПІЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

THE RESEARCH OF EFFECTIVE ORGANIZATIONAL FORMS OF JOINT VENTURING FOR ENTERING A FOREIGN MARKETS BY COMPANIES ENGAGED IN MANUFACTURING WINE PRODUCTION

АНОТАЦІЯ

Розглянуто організаційні форми спільної підприємницької діяльності при виході на іноземний ринок. Обрано з них оптимальну для підприємств, що займаються виготовленням винної продукції.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, спільна підприємницька діяльність, зовнішні ринки.

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены организационные формы совместной предпринимательской деятельности при выходе на внешний рынок. Выбрана из них оптимальная для предприятий, занимающихся изготовлением винной продукции.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность предприятия, общая предпринимательская деятельность, внешние рынки.

ANNOTATION

Considered organizational forms of joint venturing for entering a foreign market. Optimal of them for companies engaged in manufacturing wine production is chosen.

Key words: foreign trade enterprises, joint entrepreneurial activity, foreign market.

Постановка проблеми. Проблемі вибору форм виходу на світові ринки в останні роки приділялася значна увага як зарубіжними, так і вітчизняними авторами, такими як Ф.Ф. Бутинець, О.П. Гребельник, Е.А. Зінь, Е.Ф. Прокушев, Б.М. Смітієнко, Л.Е. Стровський, В.С. Сухарський та ін. Однією з головних причин цього стали наростаючі темпи процесів глобалізації та інтернаціоналізації [1]. Посилена поряд з цим інтенсивність конкуренції як на ринку окремих країн, так і на загальносвітовому ринку стала вимагати від господарюючих суб'єктів відповідної реакції.

Крім того, закордонні ринки представляють нові можливості збуту продукції і стають все більш привабливими для українських компаній і підприємств. І щоб вижити в глобальній сутичці за панування на ринках, компанія повинна діяти сміливо і винахідливо при виборі засобу виходу на зарубіжні ринки.

Тому особливої актуальності набуває питання про правильний вибір методу виходу на зовнішній ринок, тому що від цього залежить ведення вдалої, ефективної діяльності компанії на іноземній території в сучасних умовах. Крім того, при ухваленні рішення про метод виходу на зовнішній ринок завдання компанії зводиться до оцінки релевантних факторів впливу, які говорять за чи проти відповідного методу.

Таким чином, компанії, що прагнуть вийти на закордонні ринки товарів і послуг, повинні оцінити альтернативні методи виходу і вибрати найбільш привабливий з точки зору витрат шлях, який гарантуватиме довгострокове перебування на цьому ринку.

Метою цієї статті є дослідження існуючих організаційних форм спільної підприємницької діяльності для вибору оптимальної з них для підприємств виноробної галузі, що планують вихід на зовнішні ринки для збуту своєї продукції.

Основний матеріал. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це підприємницькі ділові відносини з іноземними партнерами в галузі міжнародного обміну товарами, послугами, інформацією, результатами інтелектуальної діяльності.

Вихід на зовнішній ринок підприємства можуть здійснювати як самостійно, так і використовуючи послуги зовнішньоторгових організацій-посередників. До послуг останніх можуть відноситись як дрібні та середні, так і великі підприємства, що не мають власного відповідного підрозділу у своїй структурі. При цьому об'єктом взаємовідносин можуть бути не тільки продаж або купівля товарів, а й інші посередницькі послуги, наприклад: кредитування покупців, укладання договорів з транспортними та страховими компаніями, посередництво в платіжних операціях та інші [2].

Одним з найбільш важливих стратегічних рішень для підприємства виноробної галузі є вибір посередників. Про ефективність використання посередників свідчить той факт, що останнім часом більше половини світового това-

рообігу здійснюється через фірми-посередники.

При відборі посередників виробники повинні визначити, які характеристики властиві кращим з них. Слід враховувати тривалість операцій претендента на ринку, асортимент продукції, з яким він працював, темпи зростання його організації, її прибутки і збитки, платоспроможність, вміння взаємодіяти з іншими фірмами, репутацію. При відборі посередника з торгових агентств виробнику необхідно отримати інформацію про обсяг та асортимент інших товарів, які розподіляються, чисельність та кваліфікацію торгівельного персоналу [3].

Взаємовідносини між виробниками товарів і посередниками будуються на основі посередницьких угод. За структурою і змістом посередницькі угоди близькі до контрактів купівлі-продажу. Як правило, вони включають наступні розділи: визначення сторін, предмет угоди, договірна територія і товарна номенклатура, положення посередника на ринку, права та обов'язки посередника, права та обов'язки продавця, винагорода посередника, порядок пред'явлення та врегулювання претензій, санкції за неналежне виконання зобов'язань, форсмажорні обставини, порядок арбітражного розгляду спорів, термін дії, порядок продовження та розірвання угоди, юридичні адреси сторін, підписи сторін [4].

Ще одним загальним напрямком розвитку на зарубіжному ринку є об'єднання зусиль з комерційними підприємствами країни-партнера з метою створення виробничих і маркетингових потужностей. Спільна підприємницька діяльність відрізняється від експорту тим, що формується партнерство, у результаті якого за кордоном створюються виробничі потужності.

Для спільної підприємницької діяльності притаманні такі організаційні форми: контрактне виробництво, ліцензійне виробництво, міжнародний франчайзинг, спільне підприємство, управління за контрактом [5].

Контрактне виробництво полягає у тому, що закордонне підприємство приймає на себе зобов'язання виготовляти на власних виробничих потужностях продукцію, придбання якої гарантується вітчизняною фірмою договором на тривалий період. Це відбувається при дефіциті власних виробничих потужностей і при більш низьких витратах і рівнях заробітної плати в чужій країні.

Розглянемо переваги для ініціатора такого контракту: мінімальні капіталовкладення і відсутність політичного ризику, збереження повного контролю над ринком, поширенням товару, торгової маркою і т. ін., відсутність валютного ризику, пов'язаного зі зміною курсу валют, створення доброго імені на зарубіжному ринку, особливо у місцевого уряду і офіційних осіб, в силу створення нових робочих місць, можливе зниження вартості виробництва, якщо витрати в країні розміщення нижче, проникнення на ринок, захищений тарифними і нетарифними бар'єрами.

Також виробництво по контракту особливо вигідно в тих випадках, коли виріб не підлягає патентуванню і коли ринок занадто малий, щоб виправдати інвестиції в будівництво власного підприємства.

Недоліками для ініціатора контракту є те, що: нелегко знайти відповідного партнера, здатного зробити якісний продукт і забезпечити умови контракту; іноді можуть бути значні вкладення в навчання і підвищення кваліфікації інженерно-технічного і робочого персоналу для забезпечення належної технічної підготовки; після закінчення терміну контракту місцевий виробник, що володіє технологією і повним виробничим циклом, може виявитися конкурентом; утруднений контроль за якістю виробництва кінцевого продукту.

Ліцензійне виробництво – це один з найбільш простих, дешевих і безпечних способів для виробника вийти на зовнішній ринок. Звичайно застосовується невеликими компаніями, що працюють в області високих технологій. Суть ліцензійного виробництва полягає в тому, що вітчизняний оферент (ліцензіар) передає закордонному виробникові (ліцензіату) права використовувати ноу-хау на продукт і виготовляти цей продукт на умовах оплати певного ліцензійного збору чи ліцензійної винагороди [6].

Ліцензійне виробництво вигідно як тому, хто надає ліцензію, так і тому, кому ліцензія призначається.

Переваги ліцензійного виробництва для ліцензіара: можливість виходу на зовнішні ринки, коли інші способи здійснення цього взагалі неприйнятні або є менш бажаними; отримання прибутку як за рахунок ліцензійних платежів, так і завдяки постачанню необхідних ліцензіару товарів і комплектуючих виробів; можливість продовження життєвого циклу товару завдяки виведенню його на ринки країн, що розвиваються; зменшення ризиків здійснення підприємницької діяльності на зовнішніх ринках; можливість виходу на зовнішні ринки при обмежених фінансових, управлінських або маркетингових ресурсах, що особливо важливо для невеликих фірм; можливість сконцентрувати зусилля на розробці товару фірмі, яка на цьому спеціалізується і потім передати його виробництво і просування іншим підприємствам.

Переваги ліцензійного виробництва для ліцензіата: можливість досить швидкого розвитку ліцензіата завдяки отриманню ліцензій на нові технології; зменшення витрат, обумовлених розробкою і постановкою на масове виробництво нових для ліцензіата товарів; можливість збільшення грошових доходів ліцензіата.

Позитивним впливом зазначених вище факторів не завжди повною мірою користуються сторони, які уклали ліцензійну угоду. Більше того, недостатньо обґрунтоване використання міжнародного лізингу може створювати для

кожної зі сторін певні проблеми. Наприклад, покупець ліцензії на зарубіжному ринку є по суті конкурентом ліцензіара і, отримуючи доступ до ноу-хау виготовлення винної продукції, може посилити свої конкурентні позиції, стати після закінчення терміну дії ліцензії одним з основних конкурентів на цільовому ринку. У свою чергу, отримання фірмою ліцензії може в початковий період призвести до збільшення її доходів, однак у довгостроковій перспективі одержуваний фірмою прибуток зменшиться. Тому як ліцензіар, так і ліцензіат повинні відповідально підходити до вироблення та прийняття управлінських рішень, що дозволяють уникнути можливих вказаних або подібних негативних наслідків для кожної із сторін, забезпечуючи тим самим їх ефективну спільну підприємницьку діяльність [4].

В даний час одним з найбільш перспективних методів виходу на зовнішні ринки є франчайзинг. Суть франчайзингу – велика материнська фірма (франчайзер) надає право дрібному підприємству (франчайзі) протягом певного періоду часу і в певному місці вести підприємницьку діяльність з використанням її торгової марки, технологій виробництва, ноу-хау у формі, яка визначається умовами договору.

Розрізняють три види франчайзингу: товарний, виробничий і сервісний.

Товарний франчайзинг – це право на продаж товарів з торговою маркою франчайзера.

При виробничому франчайзингу підприємство, що має патент на технологію виробництва готового виробу, здійснює забезпечення кінцевого виробника необхідною сировиною і передає право користування технологією.

Суть сервісного франчайзингу полягає в тому, що франчайзі на договірних умовах купує право на розвиток певного виду послуг під торговою маркою франчайзера. Сервісний франчайзинг в Україні інтенсивно розвивається в туристичному бізнесі, в галузі нерухомості, освіті та ін. [7].

Розвиваючи франчайзингові відносини, франчайзі і франчайзер зацікавлені в забезпеченні для себе певних вигод. Такі вигоди вони отримують в результаті використання переваг, властивих франчайзингу.

Переваги для франчайзі такі: отримання можливості для швидкого розширення бізнесу на зовнішніх ринках без запозичення коштів і здійснення масштабних фінансових операцій; надання додаткових коштів для розвитку бізнесу (ці кошти надходять від продажу франшизи і регулярного одержання доходу у вигляді щорічних виплат франчайзера); можливість адаптуватися до місцевих умов кожного зовнішнього ринку, долаючи мовні, психологічні, культурні та інші відмінності завдяки використанню франчайзі місцевого управлінського персоналу; створення умов для посилення конкурентних переваг на внутрішньому ринку; можливість на більш високому рівні проводити дослідження зовнішніх ринків і ефективно використовувати результати таких досліджень в цілях подальшого розвитку бізнесу.

Переваги для франчайзера наступні: можливість створити свій бізнес, користуючись досвідом, знаннями і підтримкою франчайзі; отримання права використання широко відомого імені фірми чи торгової марки, що забезпечує досить швидке визнання в регіоні діяльності франчайзера; впевненість в ефективному здійсненні бізнесу завдяки постійній підтримці франчайзі, який має досвід і знання здійснення підприємницької діяльності на зовнішніх ринках і завоював високий імідж у світі бізнесу і у споживачів; можливість отримувати постійну підтримку в організації виробництва продукції, її реалізації, а також у забезпеченні високого рівня менеджменту та реалізації маркетингу; встановлення чітких територіальних меж здійснення бізнесу, що виключає загрозу суперництва з боку інших власників франшизи.

Поряд з перевагами франчайзера і франчайзі, які вони отримують від реалізації франчайзингу, певні переваги мають і споживачі відповідних товарів і послуг. Це досягається завдяки забезпеченню більш високого рівня міжнародного маркетингу та виведенню на зовнішні ринки необхідних товарів високої якості і організації більш високого рівня сервісних послуг.

Для франчайзингу, як і всякого іншого методу виходу на зовнішні ринки, притаманні і певні недоліки. Ці недоліки можуть зробити негативний вплив як на діяльність франчайзі, так і на роботу франчайзера.

Недоліки франчайзингу з точки зору франчайзера: невиконання франчайзі умов франшизи, що може призвести до окремих конфліктів у франшизной системі; стандартність умов провадження бізнесу, обумовлених у франшизі, що стримує можливості розвитку бізнесу франчайзером; відсутність тісної співпраці всіх франчайзерів, що порушує цілісність системи бізнесу в франчайзинговій системі; погане фінансове становище франчайзі, що може призвести до банкрутства і до анулювання або продажу франшизи.

Недоліки франчайзингу з точки зору франчайзі наступні: неможливість встановити фактичні результати діяльності франчайзера, що призводить до зменшення виплат; здійснення на досить низькому рівні підприємницької діяльності франчайзером; неможливість вивести погано працюючого франчайзера з франшизної системи, що негативно позначається на функціонуванні всієї системи; неможливість зберегти конфіденційність комерційної таємниці, яка належить франчайзі і часом порушується франчайзером; можливість виходу з франчайзингової системи добре працюючих франчайзерів, які можуть скласти певну конкуренцію іншим підприємствам цієї системи.

Кращою формою виходу підприємства, що займається виробництвом винної продукції

можна назвати франчайзинг. Приєднання до готового, надійного бізнесу, що успішно розвивається в роздрібній та оптовій торгівлі. Також миттєве придбання репутації серед споживачів за рахунок ведення бізнесу під впізнаним товарним знаком. Крім того – це гарантія наявності найширшого винного асортименту продукції в магазині. Франчайзер надає всебічну та оперативну підтримку як в процесі навчання персоналу та підготовки до відкриття, так і на протязі всього періоду функціонування магазину. Розвинені франчайзери дають можливість отримання винної продукції на кредитних умовах.

В якості факторів, що мотивують вихід фірми на зовнішні ринки шляхом створення спільного підприємства, зазвичай розглядаються такі можливості: прискорити вихід на привабливий ринок; знизити рівень політичного та економічного ризику завдяки залученню до спільної діяльності місцевого підприємства; скористатися ефектом синергізму, об'єднавши знання, ресурси і партнерів; скористатися пільгами, які надаються іноземним інвесторам у країні місцевого партнера; отримати доступ до каналів розподілу і ринкам продажу товарів партнерами; зменшити витрати на менеджмент і на міжнародний маркетинг.

Однак не всі зазначені мотиви створення спільних підприємств притаманні для окремих країн. Крім того, неправильний вибір партнера може створити ряд проблем в діяльності спільного підприємства. Серед таких проблем зазвичай виділяють: розбіжність цілей партнерів по мірі розвитку спільного підприємства; складність прийняття і реалізації обґрунтованих управлінських рішень, обумовлена подвійним управлінням спільного підприємства; розбіжність позицій партнерів щодо використання одержуваного прибутку; складність забезпечення високого рівня корпоративної культури, що обумовлено неоднозначним набором цінностей, переконань і традицій, що впливають на поведінку співробітників і визначають цілі їх діяльності; неадекватний розподіл обов'язків, викликаний неоднаковим володінням власністю.

Управління за контрактом – це метод виходу на зовнішній ринок з мінімальним ризиком і отриманням доходу з самого початку діяльності. Він знаходить широке застосування в країнах, що розвиваються, мають капітал і виконавчий персонал, але не мають в своєму розпорядженні ноу-хау та кваліфікованих працівників.

Управління за контрактом являє собою угоду на здійснення управлінських функцій і має обмежений термін дії.

Доцільність використання управління за контрактом як методу виходу на зовнішні ринки обумовлена низкою факторів: може використовуватися, коли інші способи виходу на зарубіжний ринок пов'язані з політичним або комерційним ризиком; створення сприятливих умов для вивчення зарубіжних ринків і отримання знань о міжнародних ринках; можливість поєднання управління за контрактом з іншими способами виходу на зовнішні ринки; можливість бути присутнім на обраному ринку і забезпечити кращі умови для виявлення і використання можливостей міжнародного маркетингу.

Поряд із зазначеними перевагами фірма при укладенні контрактних угод з управління може створити собі й низку проблем: навчання та підготовка майбутніх конкурентів; для передачі ноу-хау і навчання управлінського персоналу необхідна наявність значного числа висококваліфікованих фахівців, що не завжди можливо; обмежений контроль і можливості розвитку; вихід на окремий зовнішній ринок потребує значних зусиль для вирішення виникаючих комунікаційних проблем, подолання можливих конфліктів з органами державного управління окремих країн.

Щоб уникнути можливих проблем, слід обґрунтовано підходити як до вибору партнерів по бізнесу, так і до підготовки та укладення угод на управління за контрактом [8].

Висновки. З розглянутих організаційних форм спільної підприємницької діяльності для ефективного виходу на зовнішні ринки підприємствам виноробної галузі України найбільш доцільно на даному етапі використовувати товарний франчайзинг. Саме така форма дозволить не тільки збільшити обсяги збуту продукції виноробства, але й надасть можливість реалізувати продукцію в віддалених регіонах, а крім того, забезпечить управління матеріальними потоками з меншими витратами (логістична система). Також товарний франчайзинг сприятиме тому, що продукція виноробних підприємств стане більш впізнаною. Що стосується подальших досліджень у даному напрямку, доцільно розглянути необхідні умови для застосування інших організаційних форм спільної підприємницької діяльності для використання них підприємствами виноробства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чухрай Н. Інновації та логістика товарів : монографія / Н. Чухрай, Р. Патора. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2001. – 262 с.
2. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. – 315 с.
3. Линиченко Д. С. Логистические подходы к совершенствованию процессов формирования и реализации инновационного потенциала промышленного предприятия / Д. С. Линиченко // Российское предприни-мательство. – 2011. – № 12. – Вып. 2 (198). – С. 97-102.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2005. – 334 с.
5. Мних О. Б. Формувапння конкурентної стратегії підприємства на засадах маркетингу та логістики / О. Б. Мних, О. С. Костюк. – С. 52-61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua. – Назва з екрану.
6. Білопольський М. Г. Пріоритетні напрями управління інно-

ваційним потенціалом підприємств України в умовах глобалізації / М. Г. Білопольський // Науковий вісник. Фінанси, банки, інвестиції. – 2012. – № 6. – С. 126-129.
7. Ковтун О. І. інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О. І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – № 4. – С. 44-56.
8. Ковтун О. Інноваційні стратегії для вітчизняних підприємств / О. Ковтун // Економіст. – 2012. – № 11. – С. 31-38.
9. Захарченко В. І. Державна підтримка інноваційної діяльності промислових підприємств / В. І. Захарченко, М. М. Меркулов, Л. Д. Глущенко // Прометей. – 2013. – № 1. – С. 73-81.
10. Заречнєв А. М. Кластерний підхід в інноваційній стратегії розвитку вугільної галузі України / А. М. Заречнєв, В. О. Ланговой, Г. В. Обоянцева // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 15-18.

УДК 330.34

Богашко О.Л.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін,
Уманська філія Європейського університету

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЯ» У НАУЦІ, ТЕХНІЦІ, ТЕХНОЛОГІЯХ ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ

ECONOMIC MEANING OF «INNOVATION» IN SCIENCE, ENGINEERING, TECHNOLOGY AND ORGANIZATION

АНОТАЦІЯ
У статті узагальнено сутність і особливості економічної категорії «інновація» та розширено її зміст. Визначено типи інновацій та здійснено їх класифікацію.
Ключові слова: інновація, типи інновацій, модернізація, науково-технічний прогрес.

АННОТАЦИЯ
В статье обобщена сущность и особенности экономической категории «инновация» и расширено ее содержание. Определены типы инноваций и осуществлена их классификация.
Ключевые слова: инновация, типы инноваций, модернизация, научно-технический прогресс.

ANNOTATION
In the article essence and features of economic category are generalized «innovation» and her maintenance is extended. The types of innovations are certain and their classification is carried out.
Key words: innovation, types of innovations, modernisation, scientific and technical progress.

Постановка проблеми. Протягом першої половини XX ст. економічна думка щодо економічного розвитку концентрувалась навколо проблем накопичення капіталу, планування та індустріалізації, та згодом поступово усвідомлювалась роль людського капіталу. Розвиток інноваційної теорії відображає нові дослідження у науці, техніці, технологіях та організаціях. Сучасне суспільство живе в період, в якому управління знаннями стає основою інноваційного розвитку економіки. Таким чином, розвиток інноваційної теорії і практики – доволі складний процес.

Аналіз досліджень і публікацій. Наукова методологія дослідження інноваційного розвитку базується на класичній економічній теорії К. Маркса, М. Туган-Барановського, М. Кондратьєва. Розгляду теоретичної сутності та економічного змісту інновацій присвячені праці Й. Шумпетера, С. Кузнеця, К. Фрімена, Дж. Гелбрейта. Однак залишаються дискусійними та потребують продовження досліджень багато аспектів визначення інновації як економічної категорії і розгляду її як основного фактору розвитку нинішньої економіки.

Постановка завдання. Інноваційна модель економічного розвитку є найбільш ефективною та стає тією основою, яка моделює і визначає економічну могутність будь-якої країни. Визначення пріоритетних факторів конкурентоспроможності має вагоме значення для формування інноваційної моделі економіки. Тісний взаємозв'язок між інноваційним типом розвитку економіки і виробничими відносинами потребує чіткого визначення інновацій. А тому метою пропонованого дослідження є розгляд інновацій в умовах становлення перших теоретичних уявлень про них.

Виклад основного матеріалу дослідження. У період доринкової економіки перші спогади про інноваційний розвиток зустрічаються у філософських трактатах і збірках правил господарювання, що присвячувались питанням вдосконалення організації праці. В часи Стародавнього світу створення чогось унікального, невідомого розглядалось не як зміни виробничо-технологічного характеру, визначені часом, а як втручання божественної волі. Особливості світогляду в античний період вели до того, що виробнича діяльність людини здійснювалась в основному як стилізація природних процесів, наслідування природи, підлаштування під її ритми.

В епоху Відродження процес створення нового відобразився у наукових, літературних, художніх, філософських творах. Специфічною особливістю науки цієї епохи був її тісний зв'язок з мистецтвом. Епоха Відродження особливо відзначається великими науковими зсувами у сфері пізнання і створення нового. Цей розвиток пов'язаний із зародженням капіталіс-

тичного способу виробництва та успіхами нового світогляду.

Пізніше осмислення економічної творчості з позицій створення чогось нового спостерігаємо у представників Реформації. Реформація підштовхувала до економії, до розвитку промисловості, до відмови від дорогих розваг. Це сприяло нагромадженню капіталу, що вкладався в торгівлю й виробництво. У період первісного нагромадження капіталу виникає перше економічне системне вчення – меркантилізм. Його представники намагаються теоретично обґрунтувати необхідність нововведень і роблять перші спроби їх практичного впровадження в господарське життя суспільства.

Період економічних вчень і економічної теорії інновацій нерегульованих ринкових відносин розпочинається з появою класичної школи політичної економії, де джерелом аналізу стають не організаційні, а технологічні нововведення, що пов'язано з дослідженням сфери виробництва. Класична політична економія розвивалася як наука про багатство, тому як початковий пункт своїх доктрин представники цієї течії обрали суспільний поділ праці. Фундаментальне значення цього елемента представник класичної школи А. Сміт пояснював, по-перше, тим, що поділ праці є причиною, яка стимулює продуктивність, а розвиток виробництва визначає весь добробут країни. У першому розділі «Дослідження природи та причин багатства народів» А. Сміт стверджує, що найбільший прогрес у розвитку продуктивності праці виявився наслідком розподілу праці, що дав поштовх до винаходження машин, які полегшують і скорочують працю.

К. Маркс у праці «Капітал» називає зростання продуктивності праці першим економічним законом, що відображає найбільш загальну основу й внутрішню логіку економічного прогресу, є джерелом і способом підвищення ефективності виробництва. К. Маркс вважав розвиток продуктивних сил базисом, а науково-технічний прогрес надбудовою, тобто наслідком, а не причиною розвитку виробництва.

Поступово формуються теорії інновацій, які представлені різними напрямами. При цьому, залежно від особливостей і основних тенденцій розвитку ринкової економіки, акцент у дослідженнях ставиться на тому чи іншому комплексі проблем.

Так, на початку XX ст. однією з ключових проблем була проблема циклів. До цього науково-технічний прогрес ще не розглядався більшістю вчених як основний фактор циклічного та інституціонального економічного розвитку. Одним з перших, хто пов'язав причину економічних криз з особливостями відтворення основного капіталу, був видатний український учений-економіст М. І. Туган-Барановський. У праці «Промислові кризи в сучасній Англії, їхні причини і вплив на народне життя» М. І. Туган-Барановський проаналізував різні підходи до пояснення циклічного характеру розвитку виробництва і дійшов висновку, що перешкодою для безперервного кумулятивного розвитку виробництва є не стільки зовнішні обмежувальні фактори, скільки внутрішні властивості економічної системи, які, власне, і породжують циклічність її розвитку.

Інноваційну проблематику розглядає і російський науковець того часу М. Кондратьєв. У теорії «довгих хвиль» він досліджує інновації як явище із складною неоднорідною структурою. Окрім цього, М. Кондратьєв ув'язує «довгі хвилі» з радикальними змінами в інших сферах суспільного життя: «...і війни, і соціальні потрясіння залучаються до ритмічного процесу розвитку великих циклів і стають не вихідними силами цього розвитку, а формою його прояву» [7, с. 23]. Розвиваючи основні положення свого вчителя М. І. Туган-Барановського, М. Кондратьєв суттєво просувається у формуванні теорії інновацій. Суть його внеску полягає в тому, що, розглядаючи циклічний характер розвитку суспільного виробництва, він більш широко пов'язує ці цикли з технічним прогресом.

Період економічних вчень інновацій комунікативної, соціально-орієнтованої економіки починається з досліджень представників ортодоксальної економічної науки, які сформували сучасний напрямок економічної думки, який об'єднав неокласичну, неокейнсіанську школи та школу неокласичного синтезу. Особливий внесок у формування цілісної інноваційної теорії економічного розвитку вніс Й. Шумпетер. Він завершив концептуальний напрям, започаткований М. І. Туган-Барановським, сконцентрував свою увагу на економічних інноваціях, високо оцінив роль підприємця-новатора в економічному прогресі: «функція підприємців полягає в тому, щоб реформувати або революціонізувати виробництво, використовуючи винаходи, або в більш загальному значенні, використовуючи нові технологічні рішення для випуску нових товарів або виробництва старих товарів новим способом, відкриваючи нові джерела сировини і матеріалів або нові ринки, трансформуючи галузь» [12, с. 183-184].

Проблемі взаємозв'язку інновацій та економічного зростання була присвячена нобелівська лекція Саймона Кузнеця, в якій він висловив нові підходи до теорії інновацій. С. Кузнець увів поняття епохальних нововведень, на яких базується перехід від однієї історичної епохи до іншої. Новим джерелом зростання вчений вважав прискорений розвиток науки. На його думку, соціальні наслідки нововведень можуть мати як позитивний, так і негативний характер, тому функція держави полягає у стимулюванні позитивних інновацій та попередженні виникнення негативних наслідків.

Вагомий внесок у становлення теорії інновацій зробив англійський дослідник К. Фрімен. Аналізуючи промислові цикли, перш за все

довгі хвилі економічного розвитку, він значно ширше, ніж Й. Шумпетер, розглядає причини довгих хвиль. К. Фрімен пов'язує їх не тільки з результатом впровадження радикальних нововведень, але і з процесом розширення, тобто дифузії технологічної парадигми від декількох лідируючих секторів до всієї економічної системи. Він акцентує увагу на тому, що широке розповсюдження технологій стає можливим у результаті соціальних та інституціональних змін: кооперації і конкуренції в підприємницькому секторі, організації науково-дослідної діяльності, національних і міжнародних режимів економічного регулювання.

Німецький вчений Г. Менш став найпослідовнішим продовжувачем теорії Й. Шумпетера і розвинув його концепцію на сучасному рівні наукових знань. В своїй монографії «Технологічний пат: інновації долають депресію» він дотримувався тієї точки зору, що нововведення є переворотом у виробництві, базисні інновації «приходять групами, або хвилями і перебувають у безпосередньому зв'язку з кризовими явищами або процвітанням економіки» [8]. Він також робить висновок про необхідність широкого залучення держави до інноваційних процесів, наголошує на необхідності регулювання з боку держави в напрямі створення економічних умов для розробки, реалізації та поширення інновацій.

Новий етап у розвитку теорії інновації в її поєднанні з інституціоналізмом здійснили такі вчені, як Дж. Гелбрейт, Г. Колм, Дж. Б'юнекен, Р. Коуз, Д. Норт, Г. Мюрдаль та ін. Їх наукові розробки суттєво розширили сферу економічного аналізу за рахунок досліджень наслідків впливу неекономічних факторів на господарське життя країни. Одним з цих напрямів є індустріально-технологічний інституціоналізм, засновником якого є Дж. Гелбрейт.

На думку сучасних науковців, економічний поступ характеризується не тільки інноваційною парадигмою, а послідовною зміною технологічних укладів, яка супроводжується структурною перебудовою суспільного виробництва. На думку С. Ю. Глазьєва, технологічний уклад – це макроекономічний відтворювальний контур, що охоплює всі стадії переробки ресурсів і відповідний тип невиробничого споживання. Тобто розвиток за рахунок упровадження інновацій кожного технологічного укладу супроводжується серйозними зсувами в міжнародному розподілі праці, зміною конкурентоспроможності країн та ін.

Існує велика кількість формулювань терміну «інновація». Для правильного розуміння ролі і сутності інновацій слід розглянути існуючі підходи до трактування даного поняття (табл. 1).

Розгляд таблиці 1 демонструє різні погляди науковців на розуміння суті інновацій: від самого широкого – запропонованого Й. Шумпетером, Б. Ф. Заболоцьким, до достатньо вузького – сформульованого А. Хартманом. І хоча у спрощеному трактуванні інновацію можна визначити досить чітко, однак доволі складно в повній мірі розкрити економічний зміст і внутрішню сутність даного поняття.

У сучасній теорії існують різноманітні підходи до класифікації інновацій. Залежно від сфери застосування виділяють управлінські, організаційні, соціальні, промислові інновації, технологічні, виробничі, торговельні, фінансові. За технологічними параметрами або формою виділяють продуктові і технологічні інновації. За рівнем новизни – інновації в світовому, національному, галузевому, внутрішньофірмовому масштабі.

У цілому проведений аналіз показав, що не існує як єдиного визначення інновацій, так і єдиного підходу до їх класифікації. Однак, якщо розрізняти інновації за сферою застосування, то доцільно виділяти виробничі і невиробничі інновації. Останні у свою чергу зачіпають чинники соціального, організаційного, економічного і управлінського характеру.

Серед невиробничих інновацій особливо важливе місце займають управлінські інновації, в основі яких лежать об'єктивні процеси зміни умов господарської діяльності підприємств і відповідно зміни змісту управлінської діяльності. Якщо підприємство є системою сфер діяльності, то управління здійснюється по відношенню до її елементів – виробництву, кадрам, фінансам, реалізації продукції, а також до всієї системи в цілому. Прояв управлінських інновацій та їх фактичне здійснення відбуваються на рівні методів, які використовуються керівниками організацій при рішенні завдань.

Неодмінними властивостями виробничих інновацій є науково-технічна новизна, виробнича застосовність і комерційна реалізація. Новизна інновацій оцінюється за технологічними параметрами, а також з ринкових позицій. Вона може обмежуватися як рамками окремого підприємства, так і розповсюджуватися в масштабах галузі, національної чи світової економіки.

Залежно від масштабів новизни інновації підрозділяються на веутрішньофірмові – необхідний ступінь новизни забезпечений порівняно з продукцією, що раніше випускається даним підприємством, або використовуваною технологією, і радикальні – випуск абсолютно нової, що не зустрічалася раніше на ринку (локальному, національному, або світовому) продукції або використання принципово нової технології. Інноваційна теорія сформулювала принципові ознаки радикальних інновацій: вони реалізують крупні науково-технічні розробки; стають основою формування нового сімейства виробництв (технологій); створюють принципово нові можливості і в перспективі міняють структуру ринку і виробництва; як правило характеризуються високою капітало-

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «інновація»

№ з/п	Автор, джерело	Формулювання інновацій
1	О.В.Василенко [1]	Нововведення, пов'язані із науково-технічним прогресом і передбачають відновлення основних фондів і технологій, вдосконалення управління економікою підприємства
2	П.Ф.Друкер [2]	Специфічний засіб підприємництва – діяльність, що надає ресурсам нові можливості для створення багатства
3	Б.Ф.Заблоцький [4]	Процес формування нового мислення, створення, розробки, впровадження у виробниче використання і розповсюдження нового технічного, товарного, системного, соціального, екологічного та іншого рішення (новації), яке задовольняє визначену виробничу, соціальну потребу чи національний інтерес
4	П.Н.Завлін [5]	Використання в тій чи іншій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, спрямованої на вдосконалення процесу діяльності чи його результату
5	Р.Т.Лапьєр [9]	Використання нових видів знарядь праці або нових принципів використання цих знарядь; впровадження нового процесу або нового порядку; використання нової сировини чи матеріалу; використання нової сировини чи матеріалів; використання нового місця і (або) території, раніше невідомих
6	І.А.Павленко [9]	Результат творчого процесу у вигляді створених (чи впроваджених) нових споживацьких цінностей
7	Л.Пасічний Я.Венковський [9]	Відкриття, які являються результатом діяльності винахідливих людей, які призводять до прогресивних змін у визначеному порядку речей
8	А.Хартман [9]	Впровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів чи виробничих процесів
9	Й.Шумпетер [13]	Комерційне впровадження нової продукції або нових методів виробництва: • введення нового товару (товару, з яким не знайомий споживач, або товару нового виду); • впровадження нового методу виробництва продукції (методу, який раніше не використовувався у цій галузі промисловості); • відкриття нового ринку, на якому цю галузь промисловості цієї країни не було представлено; • завоювання нового джерела сировини та напівфабрикатів; • впровадження нової організаційної структури в будь-якій галузі

ємністю і рівнем ризику, проте забезпечують високу капіталовіддачу.

Виділяють сім типів інновацій залежно від їх походження (виникнення, утворення, появи) [11, с. 103]:

- інновації, що базуються на фундаментальних наукових знаннях, результати яких широко застосовуються в народному господарстві;
- інновації, які базуються на наукових дослідженнях, але мають обмежену сферу використання;
- розроблені з використанням технічних знань, які вже існують і мають обмежену сферу використання;
- інновації, які входять до комбінації різних типів знань в одному виробі;
- використання нового продукту в різних сферах;
- технічно складні новинки;
- застосування вже відомої техніки чи методів у новій галузі.

Отже, поняття «інновація» можна трактувати в трьох аспектах: 1) у широкому значенні, це будь-яка зміна, що підвищує конкурентоспроможність суб'єктів господарювання; 2) у вузькому значенні, як процес трансформації наукових досягнень у виробництво; 3) інновація, яка впроваджена в господарську практику.

Згідно із законодавством України, інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентноздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [6].

На нашу думку, в тексті Закону України «Про інноваційну діяльність» необхідно вдосконалити існуюче трактування інновацій, оскільки більшість українських підприємств, здійснюючи звичайну модернізацію застарілої техніки, звітують про впровадження інновацій у виробничий процес.

У зв'язку з цим слід звернути увагу на те, що модернізація – це процес часткового оновлення, заміни застарілого устаткування, технології виробництва, технічного й технологічного переоснащення підприємств [3, с. 468], хоча беззаперечно – один із важливих напрямків підвищення техніко-економічних показників, посилення інтенсивного розвитку, зростання ефективності виробництва.

В сьогоднішніх умовах модернізація в Україні, принаймні, передбачає процес внутрішнього розвитку та самовдосконалення, однак є недостатньо дієвим фактором суттєвого економічного зростання та поліпшення суспільного

добробуту.

Україна вступила на шлях наздоганяючої модернізації ще в 40-60-х рр. XX століття. Це був неорганічно-мобілізаційний тип розвитку з характерними рисами:

- поява нових прогресивних явищ і процесів завдяки еволюції «знизу», а силовій модернізації – «революції згори»;

- вибіркове, а не систематичне запозичення та використання світових досягнень у галузі техніки, технології та організації виробництва;

- пріоритетність окремих галузей, яка в перспективі веде до деформації економічної структури держави;

- збереження на тривалий час багатоукладності; паралельне співіснування нового, що набирало силу укладу, та попередніх укладів, які не досягли піку свого розвитку та повністю не вичерпали свої можливості;

- порушення однорідності економічного простору, ускладнення соціальних і політичних проблем, зростання соціального напруження в суспільстві.

Висновки. Враховуючи накопичений світовий досвід та положення українського законодавства, вважаємо, що *інновації* слід сформулювати наступним чином: новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені, *відмінні від існуючої практики*, конкурентноздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, *виступають результатом досягнень науково-технічного прогресу та забезпечують його подальший розвиток*.

Отже, інновації можна виокремити в якості окремого фактору конкурентоспроможності в зв'язку з переходом світової економіки на якісно новий етап свого розвитку – на стадію, яка ґрунтується на знаннях. При цьому знання являються необхідною базою для інновацій, однак самі по собі не виступають фактором конкурентоспроможності. Інновації нарощують комерціалізацію знань та впливають на ефективність використання традиційних ресурсів. Відтак, конкурентоспроможність господарства держави в сучасній економіці формується головним чином під впливом інноваційного процесу, що визначає можливість країни конкурувати на глобальному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – К. : ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
2. Друкер П. Ф. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / П. Ф. Друкер: Пер. з англ. – К. : Україна, 1994. – 83 с.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах / Редкол., С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – Т. 2. – 848 с.
4. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посібник / Б. Ф. Заблоцький. – Львів : Новий Світ – 2007. – 456 с.
5. Завлин П. Н. Инновационный менеджмент : справочное пособие / П. Н. Завлин. – М. : ЦИСН, 1998. – 568 с.
6. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40 від 04.07.2002 // відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 882-892.
7. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев. – М., 2002. – 383 с.
8. Менш Г. Технологический пат: Инновации преодолевают депрессию / Г. Менш, 1975. – 115 с.
9. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посібник / І. А. Павленко. – К. : КНЕУ, 2006. – 204 с.
10. Федотов А. А. Основные концепции инновационного развития: исторический анализ / А. А. Федотов // Вісник Донецького національного університету, Серія В: Економіка і право. Вип. 2. – 2008. – № 2. – С. 203-208.
11. Федотова Ю. В. Формування технологічної квазіренти в умовах інноваційної діяльності / Ю. В. Федотова // Бизнесинформ. Т. 2. – 2009. – № 11. – С. 103-104.
12. Шумпетер Й. А. Капитализм, Социализм и Демократия: пер с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.
13. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 340 с.

УДК 336.741.2

Бодрецький М.В.
кандидат економічних наук,
Березанська філія Міжрегіональної академії управління персоналом

ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ: ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

ELECTRONIC MONEY: PROSPECTIVE AREAS OF DEVELOPMENT

АНОТАЦІЯ

Метою цієї статті є розробка рекомендацій щодо використання електронних грошей та розгляд перспективних напрямків розвитку даного напрямку. Розглянуто сутність механізму створення електронних грошей, інструментів управління та регулятивних правил, що застосовуються суб'єктами у процесі управління і спрямовуються на забезпечення максимальної роботи та принесення доходу.

Ключові слова: електронні гроші, механізм управління продуктом, банківська система, фінансовий продукт.

АННОТАЦИЯ

Целью этой статьи являются разработка рекомендаций по использованию электронных денег и рассмотрение перспективных направлений развития данного направления. Рассмотрены сущность механизма создания электронных денег, ин-

струментов управления и регулятивных правил, применяемых субъектами в процессе управления и направляются на обеспечение максимальной работы и принесения дохода.

Ключевые слова: электронные деньги, механизм управления продуктом, банковская система, финансовый продукт.

ANNOTATION

The purpose of this paper is to develop recommendations for the use of electronic money and the consideration of prospective areas of rest of this referral. The essence of the mechanism for the creation of electronic money management tools and regulatory rules applicable entities in the management and aimed at maximizing the work and bringing revenue.

Key words: electronic money, the mechanism of product management, banking, financial product.

Актуальність теми. Розвиток інформатики призвів до інтенсивного впровадження нових технологій в усі сфери людської діяльності. Для економіки одним з найбільш цікавих нововведень стали електронні гроші (ЕГ). Поява ЕГ широко обговорювалася і продовжує обговорюватися в зарубіжній і вітчизняній економічній літературі. Причина цього невгасаючого інтересу – в широкій поширеності. Дискусія, що розвивається навколо ЕГ, стосується в основному теоретичних аспектів ЕГ як нової форми грошей: їх визначення, класифікація, можливий вплив на грошовий обіг. Слід також відзначити і те, що поява ЕГ послужила підставою для відновлення дискусії про конкурентну грошову систему, одним з найбільш авторитетних прихильників якої виявився нобелівський лауреат Ф. А Хайєк. У даний час його роботи знову набувають актуальності. Велике значення надається також питанням законодавчого та адміністративного регулювання емітентів.

Як показав огляд економічної літератури, проблемам електронних грошей приділяли увагу такі вчені як: Д. А. Кочергін, А. С. Генкін, Ш. П. Єгіазарян, Є. В. Горюк, І. С. Сиротін, А. Н. Гаврилов, С. С. Станицький та ін. Цими вченими ретельно досліджується природа ЕГ на прикладі нині існуючих систем. На даний момент ними систематизований і проаналізовано досвід зарубіжних регулюючих і законодавчих органів у частині методики визначення ЕГ, виявлено властиві їм недоліки та протиріччя. Проте в їх роботах відсутня розробка проблем практичного характеру, а саме просування ЕГ як фінансового продукту.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз сучасного стану електронних грошей, визначення факторів, які впливають на здатність банків здійснювати фінансові розрахунки за допомогою електронних грошей, що надасть змоги підвищити ефективність діяльності банків та просування ЕГ як фінансового продукту.

Виклад основного матеріалу. За трактуванням Д. А Кочергіна, всі визначення ЕГ можна звести до трьох основних:

1) визначення ЕГ як фінансового продукту;

2) визначення ЕГ як електронного аналога традиційних грошей;

3) визначення ЕГ як засобу обміну.

Автор вказує на те, що дані формулювання не позбавлені недоліків. Основна помилка, на думку Д. А. Кочергіна, полягає у тому, що ЕГ обертаються в рамках закрито циркулюючих систем, ті їх намагаються подати просто аналогом закритої версії традиційного готівкового обігу. При цьому не проводиться принципової відмінності між відкрито циркулюючими системами та системами відкритого звернення, які лежать в основі емісії ЕГ [2].

Істотний інтерес викликає метод оцінки перспектив ЕГ, запропонований Д. А. Кочергіним. В основі даного методу лежить порівняльний аналіз трансакційних витрат з позицій платника, торгової точки і емітента. Порівняння велося між рівнем витрат при використанні різних способів платежу (готівкою, дебетовими та кредитними картами і електронними грошима). Аналіз показав, що найбільшої ефективності економічні агенти досягають при використанні в трансакціях дебетових і кредитних карт – на великі суми (50-100 дол. США), готівкових грошей – на невеликі суми (20-30 дол. США), ЕГ – на дуже низькі суми (менше 10-15 дол. США). Деяким недоліком методології Д. А. Кочергіна є те, що у своїх вишукуваннях автор в основному розглядає оплачені карткою продукти, приділяючи дуже мало уваги програмним мережевим продуктам. Даний клас ЕГ, як нам здається, представляє собою найбільш розвинений з технічної точки зору сегмент ринку. Крім того, схеми емісії та обороту таких продуктів постійно удосконалюються, що дозволяє їм виходити за рамки закрито циркулюючих систем, які були основним предметом аналізу Д. А. Кочергіна [1].

Велике коло суміжних питань складає вже згадана проблема часткової грошової емісії та ефективності грошової системи, заснованої на конкуренції емітентів. Багато авторів звертають увагу на позитивний досвід приватної емісії, що мав місце в історії деяких країн. Зокрема, К. Ріхард, М. Вайденміер і Б. Вайденміер наводять досвід штату Арканзас з організації звернення приватних процентних цінних паперів у якості платіжного засобу (Richard, Weidenmier, Weidenmier). Данні папери номіналом від 5 дол. США отримали широке поширення в період з 1861 по 1863 р. після того, як уряд визнав за ними статус законного засобу платежу і став приймати їх в якості сплати за податковими зобов'язаннями. Згодом обіг даних платіжних інструментів був примусово скасований державою [3].

У вітчизняній науці дані питання висвітлені в роботах А. С. Генкина, зокрема, ним розглядається відносно широке поширення по всьому світу досвіду впровадження систем місцевих валют (СМВ). У своїх дослідах автор спирається на праці таких відомих вчених, як Ф. А. Хайек, М. Ротбарт, Д. Селджін, С. Гезелл та ін. Як відомо, всіх цих вчених об'єднує

критика державної монополії в області емісії грошей, що склалася. Автор також наводить конкретні приклади впровадження в кризові періоди приватних локальних валют, відзначаючи їх позитивний вплив на грошовий обіг. До таких систем належать такі: LETS (Local Exchange Trading System), «Ітакскіе Годинник», «ROCS» та ін. Основною ідеєю даних систем є об'єднання людей, пов'язаних вузькими територіальними межами, з метою взаємообміну і торгівлі товарами за допомогою валюти, що відрізняється від національної і має обіг в рамках даної території.

А. С. Генкіним відзначається безпосередній зв'язок між СМВ і електронними грошима. На думку автора, ЕГ, по суті, є системами місцевих валют, але в дещо інших масштабах. Як найбільш яскравим прикладом, учений наводить систему «WebMoney», що є одним з лідерів на українському ринку електронних платіжних систем [5].

Можна стверджувати, що в сукупності зазначеними економістами розглянуті всі основні теоретичні проблеми. Проте в їх роботах відсутня розробка проблем практичного характеру, а саме просування ЕГ як фінансового продукту. Це коло питань ми постараємося висвітлити в даній статті.

Безумовні переваги, пропоновані новими технологіями, на практиці не є визначальним критерієм для користувачів, і вони воліють мати традиційні готівкові гроші. З часу появи перших систем електронних грошей (початок 1990-х рр.) пройшло близько двох десятиліть. За цей час був накопичений величезний досвід, який може бути покладений в основу досліджень, націлених на виявлення допущених помилок і розробку перспективних напрямів розвитку. Для такого дослідження з безлічі створених і здійснені за цей період проектів слід виділити найбільш успішні та життєздатні. Важливим критерієм при цьому виступає застосовувана технологія. До основних систем ЕГ, на наш погляд, слід віднести : E–Cash, компанії DigiCash; проекти Mondex, Proton, E-Gold, PayPal, а також WebMoney і PayCash, «Яндекс.Деньги», реалізація яких здійснюється на території нашої країни. Розглянемо коротко досвід і технології зазначених систем ЕГ.

E-Cash була основним продуктом компанії DigiCash, заснованої в 1990 р. криптографом Девідом Чаумом. Дана система була однією з найбільш розвинених систем ЕГ, обслуговуючих Інтернет-торгівлю. Вперше система E-Cash була випробувана в 1994 р., коли добровольцям пропонувалося програмне забезпечення і 100 кібербаксов (своєрідна ігрова валюта системи). За рік в експерименті взяло участь 6000 чоловік, а кібербакси приймали участь в 50 віртуальних магазинах. У грудні 1995 р. банк Mark Twain Bancshares прийняв нову систему і тут же запропонував послуги, які залучили близько 1000 клієнтів і 90 магазинів роздрібної торгівлі. Поширенням системи займається також Merita Bank у Фінляндії, Deutsche Bank в Германії, Advance Bank в Австралії, Шведська Sweden Post, найбільший роздрібний банк Австрії Bank Austria та ін. За посередництва цих кредитних інститутів в даний час можна проводити широкий спектр операцій, включаючи конвертацію в долари США або іншу валюту [4].

Система реалізується на основі програмних/мережевих ресурсів. У розробці системи основний акцент був поставлений на анонімності та безпеці, які досягаються за рахунок використання приватних ключів (private key), відомих тільки власникам, і публічних (public key) ключів, якими користується емітент (технологія сліпого підпису). У сукупності це дозволяє досягти високого рівня безпеки та анонімності.

Для здійснення платежів по E-Cash користувач відкриває спеціальний «прямий E-Cash рахунок» (directe – Cash account), на якому депонує грошові кошти для майбутніх розрахунків. Далі за допомогою приватного ключа платник створює платіжний документ необхідного номіналу (присвоює йому серійний номер, відомий тільки йому) і пересилає його в банк для перевірки та верифікації. Даний документ (купюра) містить також електронний підпис, що дозволяє банку його ідентифікувати. Не знаючи серійний номер, банк не може встановити, коли, де і ким була використана купюра. У той же час, знаючи серійний номер, платник завжди може довести факт платежу. Після перевірки банк підписує купюру за допомогою публічного ключа і пересилає її назад користувачеві системи. З цього моменту купюра може бути використана для оплати товарів і послуг.

Незважаючи на очевидні переваги, системі притаманний і ряд серйозних недоліків. Так, фахівці дослідницького центру Hitachi відзначають, що після того як гроші E-Cash випущені, номінал грошової одиниці не може бути розділений на більш дрібні суми, що обмежує можливості здійснення переказів. Стримуючим фактором безперервного обігу грошових знаків в системі є можливість копіювання купюр. Це змушує одержувача платежу відразу ж пред'являти отримані грошові знаки банку емітенту, що фактично робить застосування E-Cash аналогічним традиційній чековій формі розрахунків тільки за допомогою специфічного інструменту.

Аналогом E-Cash є система «Яндекс.Деньги», розроблена компанією PayCash. Електронна платіжна система PayPal є на даний момент однією з найпопулярніших і надійних. Чиста виручка PayPal в другому кварталі 2012 р. склала 454 млн. дол. США, що на 34% більше у порівнянні з 339 млн. дол. США, зароблених PayPal в другому кварталі 2011 р. Загальний обсяг проведених через PayPal платежів за даний період досяг 11690000000 дол. США. В даний час вона обслуговує користувачів з 55

країн, загальною чисельністю понад 100 млн. осіб (починаючи з 2007 р. послугами PayPal можуть користуватися і жителі країн СНД, а також України). Партнером в організації розрахунків виступає GE Money Bank. PayPal надає своїм користувачам можливість приймати і відправляти платежі за допомогою електронної пошти або мобільного телефону з доступом в Інтернет, а також оплачувати товари, придбані в Інтернет-магазинах. Для того щоб стати користувачем системи, необхідно заповнити стандартну реєстраційну форму і відкрити персональний рахунок в системі.

Існує кілька видів рахунків: Особистий рахунок, Особистий Прем'єр-рахунок та Бізнес-рахунок. Поповнити свій рахунок можна за допомогою кредитної картки або переказом з банківського рахунку. Безпека системи забезпечується застосуванням SSL (Secure sockets layer) протоколів. Вся інформація надходить на сервер, який захищений як від фізичного, так і від електронного злому. Крім того, всі грошові кошти застраховані компанією SafeWeb Insurance на суму 100 тис. дол. США.

E-gold. Електронна платіжна система E-gold заснована компанією Gold & Silver Reserve (G & SR) в 1996 р. Загальна схема організації системи склалася в Європі XIII -XVI ст., практику зберігання металевих грошей у золотих справ майстрів, які видавали квитанції, що засвідчують факт наявності вкладу, згодом використовувалися в якості грошей. Надійність даної системи платежів забезпечується гарантіями різних банків, розташованих на території Швейцарії і Сполучених Штатів. Особливістю E-gold можна вважати те, що всі фінансові кошти забезпечуються дорогоцінними металами: золотом, сріблом, платиною та іншими.

Валютою розрахунків є відповідно E-gold, E-silver і E-platinum, при цьому ціни виражаються у ваговому еквіваленті. Число активних клієнтів платіжної системи E-gold дуже швидко зростає. До 2011 р. кількість користувачів перевищила 3 200 000. До суттєвих переваг системи можна віднести можливість обміну валюти в E-gold в будь-яку національну валюту, а також перевести її в інші системи ЕГ, такі як webmoney та ін. Дані операції здійснюють на спеціальних біржах (в даний час їх близько десяти). Відсутність зв'язку з будь-якою національною валютою робить систему привабливою для міжнародних розрахунків. Аналогом E-gold є система «WebMoney», за тим винятком, що в якості основи виступають національні валюти (в основному рублі, долари США і євро). Ще одна особливість WebMoney в тому, що WebMoney Transfer не є платіжною системою або кредитною організацією. Це означає, що операції в системі не підпадають під банківське законодавство і обмеження. WebMoney Transfer – це облікова система майнових прав. В даний час користувачі системи можуть звернутися за послугами кредитування (за рахунок коштів банків партнерів), а також здійснювати платежі смарт-картами.

Всі описані вище системи відносяться до класу програмних/мережевих і реалізуються небанківськими установами. Їх загальним недоліком можна вважати відсутність універсальності. Всі вони в основному покликані обслуговувати платежі в мережі Інтернет і не здатні забезпечити повсякденні транзакційні потреби користувачів. Орієнтація на даний сегмент ринку була ключовим моментом іншого великого класу систем ЕГ, що реалізуються на базі смарт-карт. Даний клас представлений в основному банківськими проектами, організованими під егідою міжнародних платіжних систем «Visa International» і «MasterCard International». Організація такого роду систем здійснюються по одній моделі. Банк емітує смарт-карту, яка може бути або поповнюваною, або з фіксованим номіналом. Дані карти отримали також назву «збережена вартість».

Втрата або крадіжка такої карти фактично рівнозначна втраті збережених на ній грошей. До найбільш відомих проектів на основі смарт-карт можна віднести CLIP, Visa Cash, Proton GeldKarte, Mondex та ін. Крім того, міжнародні платіжні системи в даний момент ведуть роботу з впровадження технології NFC (near field communications), що дозволяє здійснювати безконтактні платежі за допомогою смарт-карт або мобільних телефонів.

Система PayPass компанії MasterCard International використовує дану технології для організації платежів в точках роздрібної торгівлі. Для оплати товарів і послуг необхідно всього лише піднести картку до терміналу і платіж буде здійснений без необхідності аутентифікації і введення PIN-коду, що, як вважають розробники, має позитивно відбитися на швидкості обслуговування клієнтів. Недоліком такого роду систем є необхідність модернізації інфраструктури, що пов'язане з істотними витратами, на які банки йдуть неохоче. Як загальний недолік систем ЕГ в цілому, слід зазначити відсутність інтероперабельності. На даний момент не можна здійснювати розрахунки між різними системами, не вдаючись до допомоги посередників, а це тягне за собою додаткові витрати і не сприяє розвитку ЕГ. Присутність на ринку широкого кола небанківських структур також негативно позначається на ефективності економічної структури галузі, що пояснюється його високим рівнем інтермедіації галузі. Саме цей показник ми пропонуємо використовувати для оцінки рівня завантаженості галузі або економіки в цілому посередницькими структурами. Доцільно виділяти загальну і ефективну інтермедіацію. Загальну інтермедіацію можна визначити як суму всіх витрат галузі, пов'язаних з оплатою і змістом посередницьких структур.

Ефективну інтермедіацію, як нам здається,

можна визначити як суму витрат на утримання посередницької мережі, необхідної для досягнення максимуму збуту. Крім того, даний показник повинен враховувати якісну оцінку ефективності структури посередницької мережі. Різниця між загальною і ефективною інтермедіаціями (у масштабі галузі або економіки) дозволяє отримати оцінку неефективно використовуваних ресурсів, тобто сум, за якими суспільство несе чисті збитки.

Висновок. Певним гальмом розвитку ЕГ є відсутність універсальності систем, що пов'язане з пошуком єдиної технологічної платформи. Дана платформа повинна володіти широкими можливостями зв'язку, а також поєднувати в собі такі характеристики, як компактність і достатні обчислювальні можливості.

Можливим вирішенням зазначених проблем, як нам здається, міг би бути мобільний телефон. Володіючи широкими можливостями щодо здійснення зв'язку, він міг би стати ідеальною платформою для платіжної системи. Прогрес в галузі мобільних технологій в даний момент дозволяє зв'язку зберігати й обробляти порівняно великі масиви інформації, а технологіям істотно розширює їхні обчислювальні можливості. На даний момент не представляє складності розробити програмне забезпечення для мобільного телефону, яке стало б повноцінним аналогом комп'ютерних програм «електронних гаманців». Цей програмний продукт зміг би усунути проблему інтероперабельності.

Істотно розширити трансакційні можливості мобільного телефону могло б просування на їх основі NFC (near field communications) технологій, що дозволяють здійснювати безконтактні платежі. Крім того, на сьогоднішній день все більше банків у співпраці з провайдерами стільникового зв'язку пропонують інтегровані sim-карти, які об'єднують в собі функції стандартної телефонної sim-карти і забезпечують зв'язок з картковим рахунком клієнта. У сукупності зазначені технології, об'єднані на базі мобільного телефону і керовані єдиним програмним забезпеченням, могли б повністю усунути зазначені вище проблеми. Крім того, така структура дала б користувачеві можливість вибору або «озброїла» б його платіжними опціями. Платник самостійно вибирав би платіжну операцію залежно від характеру трансакції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// bank.gov.ua.
2. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні, затверджена Постановою Правління НБУ від 28.08.2001р. № 368. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua.
3. Барановський О. І. Фінансові кризи: передумови, наслідки і шляхи запобігання : монографія / Барановський О. І. – К. : КНТУ, 2009. – 754 с.
4. Уразова С. Усточивость банковской системы: теоретические и методологические аспекты/ С. Уразова // Банковское дело. – 2006. – № 12. – С. 26-32.
5. 5.Банківські операції : підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – К.: КНЕУ, 2002. – 476 с.
6. Банківські операції : підручник / М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна [та ін.]; за ред. А. М. Мороз. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2008. –- 608 с.
7. Єпіфанов А. О. Операції комерційних банків : навч. посібник / А. О. Єпіфанов, Н. Г. Маслак, І. В. Сало. – Суми : Університетська книга, 2007. – 523 с.
8. Міщенко В. І. Банківські операції : підручник / В. І. Міщенко, Н. Г. Слав'янська, О. Г. Коренєва. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2007. – 796 с.

УДК 336.43

Бубенко П.Т.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедрою міської і регіональної економіки,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Покуца І.В.
асистент кафедри міської і регіональної економіки,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Ващенко В.А.
магістр кафедри міської і регіональної економіки,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

TRANSFORMATION MANAGEMENT PROCESS OF COMMUNAL ENTERPRISES BY DEVELOPMENT PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано основні форми партнерства державного і приватного секторів задля вирішення економічних проблем підприємств комунального господарства, визначені основні можливі напрямки співпраці, показано недоліки та переваги кожної з форм співробітництва з метою розвитку ринкових відносин у галузі.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, контракт на виконання робіт, оренда майнового комплексу, лізинг, приватизація майна, концесія, концесійні відносини

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы основные формы партнерства государственного и частного секторов ради решения экономических проблем предприятий коммунального хозяйства, определены основные возможные направления сотрудничества, показаны недостатки и преимущества каждой из форм сотрудничества с целью развития рыночных отношений в отрасли.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, контракт на выполнение работ, аренда имущественного комплекса, лизинг, приватизация имущества, концессия, концессионные отношения.

ANNOTATION

In the article the basic forms of partnership between government and private sectors are analysed for solving economic problems of enterprises of communal economy, basic possible directions of collaboration are mentioned, failings and advantages of each form of collaboration are reflected with the purpose to develop market relations in industry.

Key words: public-private partnership, contract on works implementation, lease of property complex, leasing, privatization of property, concession, concession relations.

Постановка проблеми. В країнах з ринковою економікою досить універсальним заходом вирішення економічних проблем комунального сектору є залучення приватного капіталу у цю галузь. Цей варіант розглядається державою, коли операційна ефективність комунальних підприємств є досить низькою, постає необхідність в управлінських і технічних нововведеннях, впровадження передового технічного і управлінського досвіду, який в першу чергу мають приватні компанії. Варіант залучення приватного сектору у житлово-комунальне господарство розглядається і тоді, коли існує невідкладна потреба у капітальному ремонті житлово-комунальної інфраструктури, а держава і органи місцевого самоврядування постійно зазнають брак коштів або роблять спроби зменшення бюджетного навантаження і розглядають варіанти залучення додаткових фінансових ресурсів на капітальне інвестування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорії розвитку та практичним аспектам становлення державно-приватного партнерства в міському господарстві присвячено наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених: Д.М. Амунца, С.А. Безгодова, В.Г. Варнавського [1-3]; в наукових працях В.М. Забаштанського та В.П. Ніколаєва [4-5] було проведено дослідження фінансового стану та джерел формування фінансових ресурсів підприємств комунального господарства та можливу участь приватного сектору у цих процесах. Саме питання співпраці державного та приватного сектору у комунальній галузі та напрямки співробітництва є недостатньо висвітленими у вітчизняній науковій літературі.

Постановка завдання. Залучення приватного капіталу у житлово-комунальне господарство України досить проблематичне. Головними перешкодами тут виступають:

- відсутність достатнього нормативно-правого забезпечення;
- відсутність напрацьованого практичного досвіду та розроблених методик;
- з боку держави і органів місцевого самоврядування небажання залучати приватний сектор в житлово-комунальне господарство обґрунтовується сумнівами щодо ефективного використання комунального майна, побоювання «тіньової приватизації»;
- з боку приватних інвесторів небажання інвестувати кошти у малорентабельну галузь з багатьма проблемами, невизначеність і постійні

зміни у правовому регулюванні діяльності інвестора, недосконаліть податкової політики та ін.

Тобто при запропонованому самою ж державою курсі на реформування житлово-комунального господарства, через запровадження ринкових відносин спостерігається небажання приватного сектору і держави йти назустріч один одному.

У серпні 2013 р. разом з прийняттям Концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 рр. від 14.08.2013 р. № 739-р. [6] задля розвитку ринкових відносин знов постала необхідність проаналізувати всі форми залучення приватного капіталу у галузь житлово-комунального господарства, щоб знайти найбільш оптимальну форму співпраці держави з приватним сектором.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує декілька форм співпраці держави з приватним сектором, серед яких треба відмітити: контракти на виконання робіт, оренда, лізинг, концесія, приватизація, тощо. Вони різняться між собою головним чином по домінуючій ролі і формі власності державного чи приватного сектору.

1. При укладанні ***контракту на виконання робіт*** з приватним підприємством, підприємство житлово-комунального господарства несе всю відповідальність за якість наданих населенню послуг або виконаних робіт, воно тільки делегує частину своїх функцій виконувачу – приватній компанії. Такі контракти, як правило, укладаються на будівництво виробничих потужностей, експлуатацію та технічне обслуговування мереж, споруд, устаткування, прийом платежів від населення, тощо. Економічно вигідними такі контракти можуть бути якщо комунальне підприємство шукає шляхи зменшення своїх витрат, і виконання певних робіт власними силами обійдеться дорожче. Але головним недоліком цієї форми співпраці залишається те, що вона не вирішує основні проблеми житлово-комунальних підприємств, а дозволяє лише знизити витрати.

2. Закон України «Про оренду державного и комунального майна» № 2270-XII від 10.04.92 [7], з багатьма доповненнями і поправками, регулює відносини щодо оренди майна, яке перебуває у комунальній власності. Згідно з ним, орендою є засноване на договорі строкове платне користування майном, необхідним орендареві для здійснення підприємницької та іншої діяльності.

За ***договором оренди (або лізингу)*** приватна компанія за встановлену плату отримує ексклюзивне право на експлуатацію потужностей комунального підприємства, як правило, на тривалий період, який визначається договором. Приватний інвестор здійснює експлуатацію і технічне обслуговування системи, ремонт, реконструкцію, нарахування і збирання платежів, беручи на себе значний комерційний ризик, тому що за відсутності дотацій, прибуток можна отримати лише, якщо надходження від оплати послуг споживачами перевищуватимуть витрати й амортизаційні відрахування. Державна установа залишається власником підприємства, й у більшості випадків відповідає за здійснення капітальних інвестицій. За чинним українським законодавством у комунальному господарстві України можуть укладатися договори оренди і лізингу.

Відповідно до Законів України «Про оренду державного і комунального майна» та «Про лізинг» № 723 від 16 грудня 1997 року [8], комунальне підприємство може надати орендарю чи лізингоодержувачу в користування на встановлений термін майно, що є власністю підприємства. Об'єктом лізингу можуть бути тільки основні засоби (тобто окремо визначене майно), в той час як об'єктом оренди, відповідно до Закону України «Про оренду державного та комунального майна», може бути як окремо визначене майно, так і цілісний майновий комплекс – господарський об'єкт з завершеним циклом виробництва продукції (робіт, послуг), з наданою йому земельною ділянкою, на якій він розміщений, автономними інженерними комунікаціями, системою енергопостачання.

Чи вигідна така форма співпраці державного і приватного сектору обом сторонам? Для приватної компанії основним питанням постане забезпечення прибутковості своєї діяльності в житлово-комунальному секторі, досягнення рівня доходу, який би перевищував суму витрат і амортизаційних відрахувань. За рахунок яких заходів це можливе?

а) найскоріший: збільшення плати за послуги – це викличе протидію та соціальну напруженість з боку населення, і відповідні дії влади, яка повинна захищати інтереси населення;

б) тривалий: скорочення собівартості, в першу чергу за рахунок зниження енергоємності і матеріалоємності виробництва. Цей захід зумовить необхідність капітальних інвестицій у нове обладнання чи модернізацію основних фондів підприємства. Але чи зацікавлений орендар в здійсненні капітального інвестування, якщо це не передбачено договором оренди? Якщо орендар за рахунок власних коштів здійснив за згодою орендодавця поліпшення орендованого майна, які неможливо відокремити від майна без заподіяння йому шкоди, орендодавець зобов'язаний компенсувати йому зазначені кошти, якщо інше не визначено договором оренди. Тобто орендар, інвестуючи кошти в модернізацію основних фондів чи технічне переоснащення виробництва, після закінчення договору в кращому випадку отримає відшкодування за зроблені технічні нововведення (чи повне?) або «відокремить» їх від майна комунального підприємства. Безумовно, такі умови не влаштовують ні приватного інвестора, який налаштований на тривалу співпрацю, ні комунальне підприємство, коли постане питання про

розподіл майна. Отже, така форма співпраці приватного сектору і держави в галузі житлово-комунального господарства не є досконалою.

3. У випадку ***приватизації*** підприємства, державні органи можуть разом з приватними інвесторами створювати спільні підприємства (акціонерні компанії), це може дати можливість залучити зовнішній капітал, не приносячи в жертву державний контроль за експлуатацією підприємства і наданням послуг. Крім того, спільні підприємства дозволяють використовувати у державному секторі експертний потенціал приватного сектора. Але, відповідно до Закону України «Про приватизацію державного майна» № 2163 від 4 березня 1992 року [9], не підлягають приватизації «об'єкти інженерної інфраструктури та благоустрою міст, в тому числі мережі, споруди, устаткування, які пов'язані з постачанням споживачам води, газу, тепла, а також відведенням і очищенням стічних вод». Навіть при вузькому тлумаченні цього положення перелічені об'єкти охоплюють мережі водопостачання, насосні станції, водоочисні споруди тощо, що робить продаж систем комунальних послуг приватним підприємствам неможливим.

Безперечно, така форма залучення приватного інвестора як приватизація ще не скоро зможе застосовуватися в житлово-комунальному господарстві, багато умов та моментів повинні бути враховані, але головною умовою має бути становлення стабільної соціально орієнтованої економіки країни.

4. ***Концесія*** – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику (Закон України «Про концесії» від 16 липня 1999 року № 997-XIV).

Досвід багатьох країн світу з різними політичними і економічними системами та рівнем розвитку ринкових відносин, свідчить про те, що одним з найбільш ефективних шляхів забезпечення кількісних і якісних характеристик об'єктів комунальної власності, є залучення до фінансування і управління цими об'єктами приватного капіталу, однак не шляхом їхньої приватизації, а на засадах концесії. Сьогодні концесія використовується більше чим в 120 країнах світу і є головною альтернативою приватизації державної та комунальної власності. Господарське партнерство держави і приватного сектору (public-private partnership) являє собою своєрідне об'єднання заради спільного впровадження суспільно важливих проектів: від будівництва авто-, залізничних шляхів, аеропортів, до надання комунальних послуг. Держава відмовляється від неефективних форм ведення господарства, перекладаючи функції управління належною їй власністю на приватний сектор, який, у свою чергу, користуючись державними гарантіями, привносить із собою організаційний досвід, знання, ноу-хау, здійснює інвестиції, мінімізує ризики підприємницької діяльності. Економічний ефект для суспільства полягає в тому, що воно одержує більш якісні товари і високий рівень обслуговування при мінімальних витратах.

Відповідно до діючого законодавства України, у концесію можуть надаватися об'єкти права державної чи комунальної власності, які використовуються для здійснення діяльності у таких сферах господарської діяльності: водопостачання, відведення та очищення стічних вод; надання послуг міським громадським транспортом; збирання та утилізація сміття; надання послуг, пов'язаних з постачанням споживачам тепла; будівництво та експлуатація автомобільних доріг, об'єктів дорожнього господарства, інших дорожніх споруд; будівництво та експлуатація шляхів сполучення тощо.

Концесійний договір укладається на строк від 10 до 50 років з претендентами переважно на конкурсній основі, що дозволяє органам місцевого самоврядування обрати приватну компанію, яка запропонує найвигідніші умови, або візьме на себе певні зобов'язання щодо управління комунальним підприємством і досягнення бажаного фінансового стану, поліпшення майна, капітального інвестування, тощо. Тривалість договору налаштовує і приватну компанію тільки на довгострокову співпрацю, за якої можливе і капітальне інвестування і переоснащення виробництва. Концесія не зумовлює переходу права власності: право власності на все комунальне майно (і поліпшене у тому числі) залишається у територіальної громади, що дає певні гарантії. Переваги концесії:

• концесія дозволяє залучити інвестиції в малорентабельний сектор житлово-комунальних послуг. Найбільше, що ускладнює участь приватного капіталу, є непостійність законодавчої та податкової бази. Концесія дозволяє створити для інвестора умови, що дозволяють йому вкладати власні кошти в житлово-комунальне господарство. Концесія становить собою домовленість, крок на зустріч між місцевою владою та приватним інвестором: на кожного покладаються певні зобов'язання та права, пов'язані зі застосуванням та роботою концесії;

• концесія скорочує державні видатки на житлово-комунальну сферу. Очевидно, що, укладаючи договір концесії, держава і муніципалітети зокрема, знімають із себе обов'язок по управлінню найчастіше збитковими підприємствами житлово-комунального господарства, а

зекономлені кошти можуть бути направлені на соціальну сферу;

• перевагою концесії є і те, що вона дозволяє залучити до управління державною і муніципальною власністю ефективного керуючого. Приватний управлінець-концесіонер, що працює за цивільно-правовим договором за винагороду, прямо пов'язану з результатами його праці, буде ефективніше призначеного державного чиновника, що працює за одержувану з бюджету «платню», не пов'язану безпосередньо з результатами його праці.

• концесіонер, перетворивши комунальне підприємство водопостачання у беззбиткове, може користуватися визначеною договором концесії часткою прибутку підприємства. Тобто для приватного інвестора є безпосередня вмотивованість для створення прибутково-функціонуючого підприємства.

Слід зазначити, що необов'язково передавати у концесію всю систему надання житлово-комунальних послуг. На теперішній час перспективним є використання різновидів концесії: укладання контрактів з приватними компаніями за типами «будівництво-експлуатація-передача» (щодо будівництва нових потужностей на комунальному підприємстві), та «ремонт-експлуатація-передача» (наприклад, відокремлення та здача у концесію найбільш енергоємних потужностей, задля їх модернізації відповідно до вимог енергоефективності).

Впровадження концесійної форми співпраці державного і приватного сектору на Україні проте має свої труднощі: побоювання концесіонера щодо змін у нормативно-правовій базі, відсутність досвіду організації концесійної справи на практичному рівні, відсутність достатньої методичної бази, слаба поінформованість керівників, підприємців та населення.

Разом з тим, на думку авторів, концесія залишається однією з найперспективніших форм залучення приватного сектору у галузь житлово-комунальних послуг, але щоб зробити концесію практично дієвим механізмом створення ринкових відносин необхідні наступні кроки:

- достатня регулятивна нормативно-правова база, методичні розробки;

- чіткі критерії визначення ефективності концесії як для комунальних підприємств, так і для приватної компанії;

- залучення наукового, кадрового потенціалу, наявність високо кваліфікованих спеціалістів при органах місцевого самоврядування;

- чіткість та прозорість процедур, детальна розробка умов концесії, договору концесії, готовність обох сторін до тривалої співпраці, розробка програми дій;

- державна підтримка концесіонерів, які отримають в управління низькорентабельні підприємства;

- поінформованість населення, керівників, чиновників про переваги концесій.

Висновки з проведенного дослідження. Таким чином, обираючи концесію, як форму залучення приватного сектору у сферу житлово-комунальних послуг, у держави є шанс створити дієві ринкові механізми у галузі, разом з тим захистити свої інтереси і інтереси населення завдяки перевагам концесії перед приватизацією. До речі, в західній економічній науці концесію розглядають як напівприватизаційну форму роздержавлення (semi-privatization). Для країн з перехідною або транзитивною економікою, концесія – реальна нагода поступового переходу до ринкових відносин у сферах, які раніше відносилися лише до прерогативи держави, можливість апробації нових механізмів господарювання, форма співпраці держави і приватного сектору задля здійснення поставлених завдань реформування економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амунц Д. М. Государственно-частное партнерство. Концессионная модель совместного участия государства и частного сектора в реализации финансовоемких проектов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cultinfo.ru/cultura/2006-04/partnerstvo.htm#00.
2. Безгодов С. А. Формирование экономических механизмов в системе государственно-частного партнерства : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (макроэкономика)». – СПб., 2007. – 22 с.
3. Варнавский В. Г. Партнерство государства и частного сектора. – М. : Наука, 2005. – 260 с.
4. Забаштанський М. М. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств комунального господарства / М. М. Забаштанський // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 6(48). – С. 25-29.
5. Ніколаєв В. П. Зміцнення фінансового стану комунальної галузі // Фінанси України. – 2003. – № 6. – С. 75-81.
6. Про схвалення Концепції розвитку державно-приватного партнерства у житлово-комунальному господарстві : Розпорядження Кабінету Міністрів України (за станом на 14.08.2013 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/739-2013-р.
7. Закон України «Про оренду державного и комунального майна» № 2270-XII від 10.04.92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/go/411-18.
8. Закон України «Про лізинг» № 723 від 16.12.97 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1381-15.
9. Закон України «Про приватизацію державного майна» № 2163 від 04.03.92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/go/2163-12.

УДК 005.572: 338.45: 674

Верба В.А.
доктор економічних наук,
професор кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ КОНСАЛТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

ORGANIZATIONAL PLANNING OF CONSULTING BASED ON A PROCESS APPROACH

АНОТАЦІЯ

У статті узагальнено принципи та дослідницькі підходи щодо організаційного структурування консалтингових компаній, обґрунтувано доцільність використання процесного підходу при організаційному проектуванні консалтингової діяльності та розроблено управлінську матрицю, що базується на бізнес-моделі консалтингової фірми. Запропоновано модель основних і допоміжних бізнес-процесів консалтингової фірми.

Ключові слова: управлінське консультування, організаційне проектування, консалтингова фірма, бізнес-модель, бізнес-процеси.

АННОТАЦИЯ

В статье обощены принципы и исследовательские подходы к организационному структурированию консалтинговых компаний, обоснована целесообразность использования процессного подхода при организационном проектировании консалтинговой деятельности и разработана управленческая матрица, которая основана на бизнес-модели консалтинговой фирмы. Предложена модель основных и вспомогательных бизнес-процессов.

Ключевые слова: управленческое консультирование, организационное проектирование консалтинговая фирма, бизнес-модель, бизнес-процессы.

ANNOTATION

In the article the principles and research approaches for organizational structuring of consulting companies are summarized, suitability of process approach in organizational planning of consulting is proved, management matrix based on business model of consulting company is developed. The model of major and auxiliary business processes of consulting company is proposed.

Key words: Management consulting, organizational planning, consulting company, business model, business processes.

Постановка проблеми. Розвиток управлінського консультування переконливо доводить, що сьогодні цю сферу дільності по наданню професійних послуг необхідно розглядати як інфраструктурний елемент знаннєвий економіки, що генерує і поширює управлінські технології для забезпечення розвитку економічних систем макро і мікрорівнів, надає професійну допомогу підприємствам у процессі управління їх розвитком [1-5]. Така поліаспектність управлінського консультування об'єктивно спричинила винекнення розмаїття напрямів, форм, методів і моделей консультування, підходів до його організаційного проектування. Управління консалтинговими компаніями як знаннєвими організаціями, що надають професійні послуги, принципово відрізняється від управління виробничими підприємствами, що позначається на необхідності виявлення специфічних форм організації такої діяльності.

Дослідження сформованих теоретичних положень організаційної побудови консалтингового бізнесу дає нам можливість стверджувати, що традиційно при описі організаційних принципів побудови підприємств, що надають консалтингові послуги, розгядаються класичні організаційно-правові форми підприємницької діяльності та організаційні структури підприємства. Проте особливості організації виробничого процессу створення знаннєвих продуктів поребує формування специфічні вимоги до процесу організаційного проектування консалтингового підприємництва. З метою підвищення результативності надання професійних консалтингових послуг, адаптивності організаційно-структурних характеристик консалтингових фірм, вважаємо необхідним визначити ключові методологічні засади їх організаційного проектування.

Практика організаційного проектування консалтингового бізнесу свідчить про значну ідеологічну розбіжність концептуальних підходів, які застосовують науковці для обґрунтування принципів організаційної структуризації підприємств, процесу упорядкування організаційно-структуриних характеристик управлінських систем . Більшість наукових праць у цьому напрямі досліджень присвячена або організаційно-правовим особливостям функціонування консалтингового бізнесу (одиночні консультанти, партнерства й акціонерні товариства), або організаційно-управлінським принципам структурної побудови консалтингової організації (функціональні, матричні, дивізіональні організаційні структури). У контексті зазначеного уявляється доцільним запропонувати авторське концептуальне уявлення організаційно-управлінської матриці консалтингової компанії, що ґрунтується на принципах процесно-проектного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз праць останнього десятиліття, присвячених управлінському консультуванню, дає можливість виокремити кілька підходів до принципів організації консалтингового бізнесу та управління консалтинговою фірмою. Більшість дослідників [6-9] зводять управління консалтинговою компанією до управління консалтинговими проектами, фактично виключаючи

сферу знаннєво-компетенційного консультування (продукування та поширення нових знань у сфері управління організаціями) та управлінську діяльність, що спрямовані на формування сервісних і репутаційних складових консультування. За умов значних трансакційних витрат у консалтинговому бізнесі, коли витрати часу консультантів на розроблення методології консалтингових продуктів, комунікації з їх просування сягають понад 50% загального часу їх роботи, ігнорувати цю складову ділової активності, на наш погляд, неприпустимо.

Якісно відмітним підходом до організаційного проектування консалтингового бізнесу є пропозиція розглядати його як проектно-орієнтовний, і всі види діяльності консалтингової компанії (виробничу, розвитку бізнесу й організаційного розвитку) вважати проектами. У такому контексті її діяльність зводиться до виконання чотирьох груп проектів: комерційні (надання консалтингових послуг клієнтам), маркетингові (виявлення потреб, представлення продуктів на ринку, залучення потенціальних клієнтів), інвестиційні проекти (спрямовані на вдосконалення наявних і розроблення нових консалтингових продуктів, власний організаційний розвиток) та проекти продажу (підготовка пропозицій замовнику та укладання контрактів) [8]. Російські дослідники Д. Садков і Г. Ципес пропонують зазначені вище проекти об'єднати у три базові цикли діяльності консалтингової компанії – продуктовий, клієнтський і розвитку. Продуктовий цикл включає виробничу діяльність з розвитку продуктів, їх пропагування, роботу з надання консалтингових послуг клієнтам. Клієнтський цикл зорієнтований на підтримку процесів взаємовідносин з клієнтами і їх продажу. Цикл розвитку підтримує процеси виявлення і обґрунтування напрямів змін, реалізацію процесів поліпшення консалтингової компанії та оцінювання їх наслідків) [9]. Ця концептуальна модель підтверджує важливість забезпечення дослідницьких, маркетингових процесів на підприємстві, необхідність зосередження уваги на процесах комунікації і продажу. Проте виконувати таку діяльність як термінові унікальні разові роботи (а саме це є сутністю проектів) навряд чи раціонально.

Доречно звернути увагу на наукові ідеї російського науковця Д. Попова, який досліджує процесні принципи організації консалтингового бізнесу. Структуруючи бізнес-модель консалтингової компанії, він пропонує виокремити окрім основних бізнес-процесів (до яких віднесено пошук проектів, ініціацію, планування, реалізацію та закриття проектів) допоміжні процеси управління грошовими потоками та офіс-менеджмент і процеси розвитку (комплексне управління персоналом, знаннями, проектами і стратегічне управління) [10, с. 13]. Цей варіант бізнес-процесів, на думку Д. Попова, дає можливість сформувати ланцюжок створення цінності в консалтинговому бізнесі.

Уразливість запропонованої бізнес-моделі, на наш погляд, полягає в порушенні логіки формування ключових бізнес-процесів, яка ігнорує інноваційний принцип розвитку консалтингового бізнесу через нарощування доданої цінності для клієнта, а також конфігурації допоміжних бізнес-процесів, які мають сприяти ефективній реалізації основних процесів організації. Вважаємо, що концептуально бізнес-модель консалтингової компанії має відображати вектор формування доданої цінності для її клієнтів, розуміння, які саме результати бізнес-процесів забезпечують поліпшення і розвиток клієнтських організацій.

Найбільш наближеною до цієї вимоги, на наш погляд, є організаційна модель консалтингового бізнесу, яку запропонував К. Макхем [11]. Його бізнес-модель складається із таких ключових бізнес-процесів – визначення ринкового продукту, управління замовленням, управління продажем. Автор наголошує необхідність спрямування діяльності консалтингової компанії на ідентифікацію споживчої цінності, здійснення комунікацій із клієнтами, процеси продажу.

Постановка завдання. Враховуючи поліаспектність консалтингової діяльності у сфері управління, необхідність виявлення та розвитку знаннєвих активів консалтингових компанії у межах цієї статті зосередимось на обґрунтуванні доцільності використання процесного підходу при організаційному проектуванні консалтингових компаній та запропонуємо управлінську мартицю консалтингової діяльності, що базується на бізнес-моделі консалтингової фірми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процесна концепція розвитку консалтингової компанії має базуватися на принципах реалізації стратегічної ідеї через побудову й оптимізацію бізнес-процесів, які відображають сутнісне наповнення бізнесу та сфокусовані на створення доданої цінності як для зовнішніх, так і для внутрішніх клієнтів. Закономірним наслідком вибору процесної концепції розвитку має стати її стратегічна орієнтація та клієнтоорієнтованість. Зміна управлінської функціонально-вертикальної парадигми управління на процесну викликає серйозні трансформаційні зміни: 1) дотримання стратегічної формули компанії (місії, цінностей, візії, цілей та способів їх досягнення); 2) фокусування операційної діяльності компанії на створенні доданої споживчої цінності; 3) організаційну структуризацію, засновану на моделюванні бізнес-процесів; 4) систему мотивації, що базується на принципах результативності бізнес-процесів з позицій зовнішніх і внутрішніх клієнтів; 5) відкритість та прозорість компанії для її працівників різних рівнів [12].

У межах концепції процесного управління об'єктом планування, аналізу і контролю стає бізнес-процес та його результати. Тому одним

із вихідних питань методології процесного управління є трактування бізнес-процесів як головного об'єкта управління, визначення їх конфігурації та принципів формування. Саме конфігурація бізнес-процесів підприємства стає відмітною ознакою компанії, що визначає логіку прийняття управлінських рішень, встановлює межі відповідальності менеджменту за досягнуті результати.

Прихильники процесної концепції розвитку підприємства наголошують [13-15] на її потужному потенціалі, що ґрунтується на її ключових постулатах, а саме: 1) система управління спрямована на безперервне поліпшення результатів діяльності для основних клієнтів і стейкхолдерів; 2) створення і зростання доданої цінності для клієнтів, що призводить до пошуку шляхів оптимізації бізнес-процесів і спрямовує зусилля менеджменту та співробітників на досягнення встановлених стратегічних орієнтирів.

Звернемо увагу на основні можливості, що відкриваються перед підприємством у результаті впровадження процесного підходу:

• оптимізація системи загального корпоративного управління, що підсилює її прозорість для керівництва та персоналу, забезпечує гнучкість реагування на зміни зовнішнього середовища;

• формування раціональної та дієвої системи показників і критеріїв оцінки ефективності управління на кожному етапі створення цінності для споживача;

• побудова системи управління, що спрямована на безперервне поліпшення результатів діяльності для основних клієнтів і стейкхолдерів компанії (споживачів, акціонерів, персонал і партнери компанії, суспільство).

Виходячи з універсальності методології процесного управління, її застосування можливе на підприємствах різних масштабів, бізнес-профілів, напрямів діяльності. Сучасні дослідження у сфері процесного управління демонструють комплексність розробок системи управління, яка охоплює елементи структурної побудови компанії, системи мотивації, формування процесно-орієнтованого обліку та планування, інформаційне забезпечення з боку відповідних інтелектуальних бізнес-рішень [16]. Елементи процесного управління інтегровані з методологією стратегічного управління, збалансованої системи показників, системи управління клієнтами, бенчмаркінгом, створюючи потужний потенціал якісних покращень у компанії.

Розвиваючи ідеї процесного управління у проектно-орієнтовному бізнесі [17-18], спробуймо сформувати принципи і методичні засади формування бізнес-моделі консалтингової компанії як організаційної моделі управління та ідентифікації ключових бізнес-процесів, у яких створюється додана цінність клієнтам.

Вихідним пунктом у побудові такої моделі має бути розуміння вектора розвитку консалтингової компанії через її спрямованість на ефективне створення цінності для клієнтів. Тому бізнес-модель консультування не може бути подана як перелік видів діяльності, що описують звичайні дії щодо прийняття управлінських рішень, або складові консалтингового проекту. Відповідно до принципів процесно-орієнтованого управління при формуванні моделі консалтингової співпраці пропонуємо виокремити такі ключові бізнес-процеси (рис. 1): ідентифікація потреби клієнта з метою розвитку його організації, формування ціннісної пропозиції для клієнта, розроблення індивідуалізованого консалтингового продукту, формування механізму впровадження змін у клієнтській організації, створення передумов проведення в клієнтській організації якісних змін і супровід впровадження змін та моніторинг розвитку компанії.

Розглянемо детальніше зміст бізнес-процесів консалтингової співпраці з позицій створення доданої цінності.

Консалтингова співпраця має розпочинатися з бізнес-процесу «ідентифікації потреби клієнта з метою розвитку його організації». Зміст робіт за цим бізнес-процесом залежить від методології консалтингової компанії, бачення клієнтом проблемних зон функціонування і розвитку своєї компанії, типів консалтингових продуктів, потенційних можливостей і глибини взаємодії консультантів з клієнтами. Тому цей бізнес-процес може включати як тривалий за часом етап проведення глибокої діагностики клієнтської організації для формулювання потреб клієнта, так і короткостроковий етап експрес-аналізу певного напряму або проблемної зони клієнта. У деяких випадках консультанти можуть у перебігу переговорного діагностичного інтерв'ювання визначити потреби клієнта, що дає їм можливість сформулювати системне бачення потреб клієнта. Результатом цього бізнес-процесу має стати артикульоване спільне бачення проблемних зон та на-

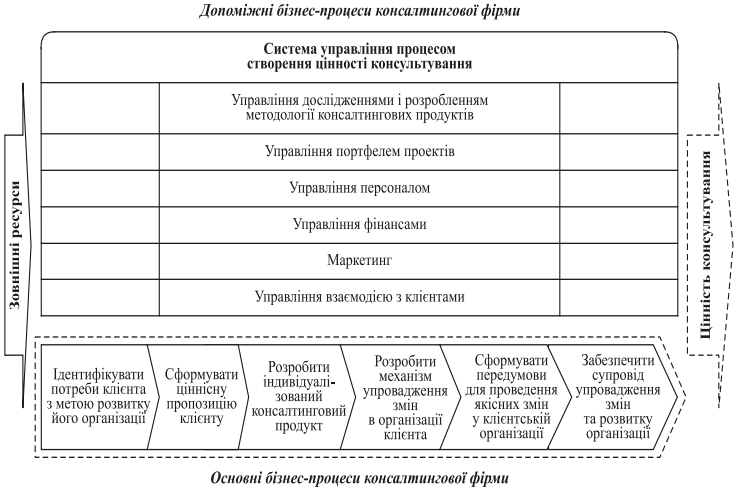


Рис. 1 Бізнес-модель консалтингової фірми

прямів якісних змін клієнтської компанії, що є підставою для визначення завдань і результатів консультування. У цьому бізнес-процесі учасники консалтингової співпраці мають зрозуміти мож-ливі цінності спільної роботи.

Другим бізнес-процесом є формування ціннісної пропозиції для клієнта, який фактично має зафіксувати ціннісні параметри і характеристики консалтингового продукту – тієї акцептованої цінності, яку прагнуть створити й отримати сторони. Ураховуючи стратегічне позиціонування (знаннєво-компетенційне або проблемно-орієнтоване консультування), належність до предметно-функціональної сфери, рівень інноваційності, консалтингова компанія у цьому процесі може як самостійно розробляти управлінські технології розвитку клієнтської організації, так і адаптувати відомі консалтингові концепції до умов і потреб клієнта. Зрозуміло, що вкрай важко визначити всі параметри змін, які мають відбутися в соціально-економічній системі клієнтської організації, проте базові результати мають бути зафіксовані у консалтингових пропозиціях та у контракті.

Бізнес-процес «розроблення індивідуалізованого консалтингового продукту» залежно від рівня унікальності завдань, що їх має вирішити консультант, рівня залучення до його розроблення персоналу, і ,передусім, керівництва клієнтської організації, може бути різним за тривалістю та масштабом ресурсів, які необхідні для розроблення консалтингового продукту. За умов типової проблемної ситуації, відсутності особливих вимог щодо результатів консультування та наявності у консалтингової компанії стандартного продукту, який пропонується клієнту, цей бізнес-процес може бути формальним. У випадках, коли клієнтська компанія потребує масштабних трансформацій у процесі розвитку, розвинення інноваційного потенціалу персоналу, широкомасштабних змін усіх складових системи, розроблення й узгодження елементів консалтингового продукту потребують значних зусиль та ресурсів як з боку консультантів, так і з боку клієнтської організації.

Залежно від типу консалтингових продуктів бізнес-процес «формування механізму впровадження змін у клієнтській організації» може бути як самостійним, так і частково об'єднаним з іншими бізнес-процесами. За умов пропозиції клієнту стандартного консалтингового продукту цей бізнес-процес є надзвичайно важливим унаслідок необхідності розроблення плану імплементації інноваційних змін, розподілу відповідальності та планування ресурсів для забезпечення сформованої у консалтинговій пропозиції цінності консалтингової співпраці. У процесі розроблення консалтингового продукту, рівень унікальності якого потребує обов'язкового дослідження та прогнозування на стадії формулювання механізмів взаємодії, розроблення плану впровадження, чіткого поетапного просування до встановлених параметрів і результатів, цей бізнес-процес може бути інтегрований з бізнес-процесом «розроблення консалтингового продукту».

Бізнес-процес, спрямований на створення передумов проведення якісних змін у клієнтській організації, має актуалізувати зусилля консультантів на проведення підготовчої роботи проекту управління змінами у клієнтській організації. Інформування персоналу клієнтської організації щодо цілей і завдань консультування, уточнення проектної команди консалтингового проекту, їх прав, відповідальності, затвердження бюджету проекту, мають забезпечити когнітивну підтримку впровадження змін у компанії.

Останній процес у представленій моделі – «супровід упровадження змін та моніторинг розвитку компанії». Відповідно до обраної моделі консультування він може бути як найвідповідальнішим, обов'язковим процесом консалтингової співпраці (при виборі моделі безпосередньої співпраці консультанта з клієнтом), так і необов'язковим (при виборі експертної моделі консультування). Процес упровадження якісних змін тривалий. За умов динамічного середовища більшість рішень, які спільно приймалися на етапі розроблення, потребують моніторингу і ревізії. Тому для більшості трансформаційних консалтингових продуктів, до яких ми відносимо розвиток, значну цінність становить активна співпраця з клієнтами в процесі здійснення змін.

Процесний підхід до управління консалтинговою компанією базується на принципах реалізації стратегічної ідеї її розвитку (незалежно від типу, спеціалізації, масштабу консалтингової діяльності) через побудову й оптимізацію бізнес-процесів, які відображають сутнісне наповнення бізнесу та сфокусовані на створення доданої цінності як для зовнішніх, так і внутрішніх клієнтів. Закономірним наслідком процесної моделі управління консалтинговим бізнесом є організаційне закріплення його стратегічної орієнтації і клієнтоорієнтовності. Така зміна управлінської парадигми і застосування управлінської матриці процесної організації викликає необхідність узгодження процесно-проектних засад управління взаємодією з клієнтом і посилення інноваційного підґрунтя розвитку консалтингової компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження виявило поліаспектність і багатогранність консалтингової діяльності, яка передусім виявляється в інноваційній природі консалтингових продуктів і послуг. Організаційне проектування консалтингової дільності на принципах процесного підходу дає можливість забезпечити інноваційну спрямованність розвитку, сфокусувати зусилля на проведення науково-дослідних робіт у сфері пошуку новітніх управлінських ідей розвитку економічних систем і створення організаційних механізмів комерціалізації управлінських інновацій через впровадження нових організаційних форм вза-

ємодії учасників консалтингового процесу. У контексті стратегічного позиціонування і напрямів консалтингової взаємодії з клієнтами профіль інноваційних зусиль консалтингових компаній може мати продуктову або реляційну спрямованість, підтримувати збереження власного конкурентного статусу або забезпечувати їх інтеграцію в мережі партнерства, фокусуватися на виконанні довгострокових проектів аутсорсингового характеру.

Позиціонування консалтингового бізнесу як процесно-орієнтованого зумовлює визначення механізму реалізації стратегічного розвитку, підтримки інноваційних процесів якісних змін у компанії. З метою забезпечення інноваційного розвитку консалтингової компанії й ефективного операційного управління вважаємо необхідним застосування системи управління, ґрунтованої на принципах гармонізації процесно-проектної методології, яка органічно поєднує переваги процесно-орієнтованого управління і методології проектного менеджменту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. McKenna Christopher D. The World's Newest Profession: Management Consulting in the Twentieth Century / McKenna Christopher D. – New York : Cambridge University Press, 2006.
2. Kipping M. Trapped in their wave: the evolution of management consulting/Kipping M. – T. Clark & R. Fincham (Eds.), Oxford: Blackwell, 2002. – P. 28-49.
3. Clark T. Management paradigms for the new millennium / T. Clark, S. Clegg // International Journal of Management Reviews. – 2000. – № 2. – P. 45-64.
4. Management Consulting Today and Tomorrow. Perspectives and Advice from 27 Leading World Experts/Edited by Larry E. Greiner, Flemming Poulfelt Paperback. 2009 Routledge. – 510 p.
5. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток : монографія / В. А. Верба ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2011. – 327 с.
6. Кубр М. Управленческое консультирование. Введение в профессию / Кубр М. – М. : Планум, 2004. – 976 с.
7. Уикхем Ф. Консалтинг в управлении проектами / Ф.Уикхем ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Дело и Сервис, 2006. – 368 с.
8. Ципес Г. Л. Менеджмент проектов в практике современной компании / Г. Л. Ципес, А. С. Товб. – М. : Олимп-бизнес, 2006. – 304 с.
9. Sadkov D. Basic project-oriented models of consulting company activities [Electronic resource] // D. Sadkov, G. Tsipes // PW world today : featured paper : July 2009 Published in PM World Today – July 2009 (Vol XI, Issue VII). – Mode of access : http://www.pmforum.org/library/papers/2009/PDFs/july/Sadkov-Tsipesg-ENG.pdf.
10. Попов Д. С. Управление консалтинговыми организациями в условиях становления экономики знаний : автореф. дис. … на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Д. С. Попов. – 2009. – 20 с.
11. Макхем К. Управленческий консалтинг / Макхем К. ; пер. с англ. – М. : Дело и сервис, 1999. – 288 с.
12. Верба В. А. Розвиток компанії на принципах процесного управління / В. А. Верба // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право) : наук. журн. ; вип. 1–2. – К. : Книж. вид-во НАУ, 2008. – С. 517-526.
13. Хаммер М. Бизнес в XXI веке: повестка дня / М. Хамер// Пер. с англ. – М. : ООО «Издательство «Добрая книга», 2005. – 336 с.
14. Харисон Дж. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация/ Дж. Харисон Дж., К. Еселинг, Х. Нимвеген// – СПб. : «Азбука», 2002. – 328 с.
15. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г Елиферов // – М. : Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 544с.
16. Управление эффективностью организации / Процессно-ориентированное управление [Електроний ресурс] / Офіційний сайт компанії SAS // Режим доступу : //www.sas.com/offices/europe/russia/software/solutions/abm.html.
17. Верба В. А. Передумови успішної реалізації проектів розвитку / В. А. Верба // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕ. – 2009. – № 3 (19). – С. 34-39.
18. Верба В. А. Гармонізація процесного та проектного підходу до управління розвитком компанії / В. А. Верба // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – 2009. – № 3 (31). – С. 14-22.

УДК 332.122

Гаврикова А.О.
викладач-стажист кафедри менеджменту,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Замула О.О.
кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДОБОВОГО РОЗПОДІЛУ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ ПОБУТОВИМ СПОЖИВАЧЕМ ПАРТНЕРОМ-РЕГУЛЯТОРОМ

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MODELING OF THE DISTRIBUTION OF THE DAILY ENERGY CONSUMPTION OF RESIDENTIAL CONSUMERS PARTNER REGULATOR

АНОТАЦІЯ

У статті запропоновано модель побутового обласного споживача, якого автор позиціонує, як споживача-регулятора. Показана організаційно-економічна модель переносу змінної навантаження з годин пікового споживання в нічні години дії диференційованого тарифу. Поставлено завдання для майбутніх досліджень у виді переведення даного споживача на «тариф управління енергоефективністю» з метою мотивації перенесення його навантаження без зниження обсягів споживання.

Ключові слова: енергосистема, побутовий споживач, тариф, перенесення енергетичного навантаження, диференційований тариф, модель споживача.

АННОТАЦИЯ

В статье предложена модель бытового областного потребителя, которого автор позиционирует, как потребителя-регулятора. Показана организационно-экономическая модель переноса переменной нагрузки с часов пикового потребления в ночные часы действия дифференцированного тарифа. Поставлена задача для будущих исследований в виде перевода данного потребителя на «тариф управления энергоэффективностью» в целях мотивации переноса его нагрузки без снижения объемов потребления.

Ключевые слова: энергосистема, бытовой потребитель, тариф, перенос энергетической нагрузки, дифференцированный тариф, модель потребителя.

ANNOTATION

The paper proposes a model of regional domestic consumer, which the author has positioned as a consumer control. Shows the organizational and economic model of the variable load transfer from the hours of peak consumption hours of the night action differential tariff. The task for future research in the form of transfer of the consumer on the «tariff Energy Management» in order to motivate the transfer of its load without reducing consumption.

Key words: energy system, domestic consumer, tariff, transfer of energy load, graduated tariff, consumer model.

На сьогодні гостро стоїть питання підвищення інвестиційної привабливості галузей економіки України. Однією з галузей, куди необхідно залучити зарубіжних інвесторів є енергетика України. Для підвищення інвестиційної привабливості енергетична система має вирішити ряд організаційно-технічних [1; 2] і економіко-математичних [3; 4] завдань. Зокрема, питання вирівнювання добового графіка навантаження на систему з метою підняття нічного провалу до вечірнього піку. Для здійснення поставленої мети було запропоновано надати побутовому споживачу статус партнера-регулятора та на основі його попиту реалізовувати таку ідею через концепцію комбінованого теплопостачання [5].

Ми пропонуємо розглянути модель домоволодіння обласного побутового споживача-регулятора, мета якої полягає в інтелектуалізації споживання електроенергії, а також розподілі навантаження таким чином, щоб покрити нічний провал в енергосистемі. Модель споживача являє собою приватне домоволодіння з високою енергооснащеністю побуту. Попит даного споживача був змодельований за трьома періодами року (сезонне моделювання), що дало змогу вичленити змінний попит на електроенергію, який представлений в табл. 1 для літнього и осінньо-весняного періоду та в табл. 2 для зимового періоду року, від базового, який відображений на графіку 1.

Таблиця 1

Модель змінної складової попиту домоволодіння в літній та осінньо-весняний період року

Змінне навантаження для літнього та осінньо-весняного періоду				
№	**Назва електроприладу**	**Ni, кВт**	**bi , Тривалість роботи, години**	**Попит за добу, кВт/година**
1	Пральна машина	2	1	2
2	Бойлер	1,8	3	5,4
3	Посудомийна машина	1	1	1
4	Телефон (4 шт.)	0,48	2	0,96
5	Акумулятор автомобіля (2 шт.)	3,0875	8	24,7 [6]
	Всього			34,06

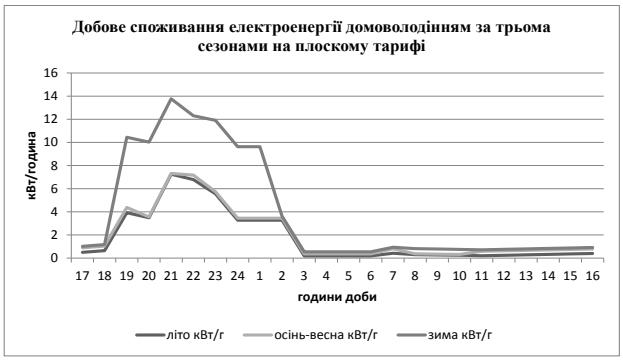
Таблиця 2

Модель змінної складової попиту модельованого домоволодіння в зимовий період року

Змінне навантаження для зимового періоду				
№	Назва електроприладу	Ni ,кВт	bi , Тривалість роботи, години	Попит за добу, кВт/година
1	Тепловий акумулятор електричного типу	6	7	42
2	Пральна машина	2	1	2
3	Бойлер	1,8	3	5,4
3	Посудомийна машина	1	1	1
5	Телефон (4 шт.)	0,48	2	0,96
6	Акумулятор автомобіля (2 шт.)	3,0875	8	24,7 [6]
	Всього			76,06

Графік 1. Модель базового добового споживання електроенергії домоволодінням за трьома сезонами року

Оскільки в модель було покладено принцип комбінованого теплопостачання на основі акумуляторів електричного типу, то моделювання попиту, зокрема в зимовий період, підтвердило припущення про необхідність накладення жорсткого обмеження на споживання електроенергії в години вечірнього піку (графік 2).



Графік 2. Модель добового споживання електроенергії домоволодінням за трьома сезонами на плоскому тарифу

Ми пропонуємо модель розподілу енергоспоживання в нічний період для домоволодіння. При цьому виділяємо наступні невідомі задачі:

x_{ij} – двійкові змінні, що відповідають споживанню i-м приладом в j-ту годину електроенергії при x_{ij} =1, при відсутності споживання x_{ij} =0.

Нічне споживання охоплює години з 23:00 по 07:00 [7]. У випадку крайньої необхідності передбачається можливість перенесення споживання на години, що є суміжними з нічним періодом споживання. Це години з 22:00 по 23:00. Таким чином, період, що розглядається, проіндексовано від 1 до 9 з робочою назвою «*умовно-нічне споживання*». Індексація годин починається з 22:00

Обмеження 1. Загальна номінальна потужність електроприладів кожної години не перевищує встановленої межі (в кВт):

$$\sum_{i=1}^{n} N_i x_{ij} \le a_j, \qquad j = 1..m$$

Де: m – кількість годин «*умовно-нічного споживання*» (у даній моделі m=9); n – кількість електроприладів, споживання електроенергії якими переноситься на ніч; a_j – верхня межа електроспоживання за j-ту годину; N_i – номінальна потужність i-го приладу.

Обмеження 2. Споживання електроенергії кожним електроприладом має бути визначеної тривалості (в годинах):

$$\sum_{j=1}^{m} x_{ij} = b_i, \qquad i = 1..n$$

Де: b_i – тривалість «*умовно-нічного споживання*» i-тим електроприладом.

Розподіл по годинах «*умовно-нічного споживання*» відбувається в першу чергу в години дії нічного тарифу. В інші години «*умовно-нічного споживання*» попит на електричну енергію відбувається у випадку повного завантаження нічних годин і з урахуванням обмежень 1 і 2.

За допомогою цільової функції можна мінімізувати споживання електричної енергії в години дії тарифу з коефіцієнтом 1 та перехід на споживання по тарифу з коефіцієнтом 0,4, який діє з 23:00 по 07:00:

$$Z = k_2 \sum_{i=1}^{n} N_i x_{i1} + k_3 \sum_{i=1}^{n} \sum_{j=2}^{9} N_i x_{ij} \to min, \;\; k_2 \gg k_3$$

Де: k_2 – коефіцієнт для денного споживання електроенергії; k_3 – коефіцієнт для нічного споживання електроенергії.

Якщо специфіка роботи деякого i-го електроприладу вимагає безперервної роботи (наприклад, один з режимів роботи пральної машини передбачає цикл загальної тривалості дві години), то до цих обмежень необхідно додати наступне:

$$\sum_{k=1}^{10-b_i} \prod_{j=k}^{k+b_i-1} x_{ij} = 1$$

де: b_i – кількість годин, протягом яких має безперервно працювати i-й електроприлад.

Дане обмеження є нелінійним, тому програмна реалізація моделі потребує особливого підходу. Проте дане обмеження можна лінеаризувати шляхом введення допоміжних змінних.

Модель споживання в рамках запропонованої концепції набуває наступного вигляду. Для літнього та осінньо-весняного періоду маємо наступні години роботи для приладів змінного попиту: пральна машина 00:00-01:00, бойлер 01:00-04:00: посудомийна машина 23:00-00:00; телефони 02:00-04:00; акумулятори для авто 22:00-07:00.

Графік 3. Модель добового споживання електроенергії домоволодінням в літній період на диференційному тарифі по трьох добових зонах

Графік 4. Модель добового споживання електроенергії домоволодінням в осіннє-весняний період на диференційному тарифі по трьох добових зонах

Графік 5. Модель добового споживання електроенергії домоволодінням в зимовий період на диференційному тарифі по трьох добових зонах

Для зимового періоду години роботи приладів змінного попиту будуть наступні: пральна машина 01:00-02:00, бойлер 02:00-05:00: посудомийна машина 00:00-01:00; телефони 02:00-04:00; акумулятори для авто 22:00-07:00; теплові акумулятори електричного типу 23:00-07:00. Різниця між попередніми сезонами та зимовим періодом (сезон опалення) обумовлюється тим, що додається додаткове навантаження у вигляді електротеплоакумуляторів.

Як показали розрахунки, беручи за основу запропоновану модель домоволодіння ми вирішуємо питання зниження навантаження на систему в години пік та підняття нічного провалу. Варто відзначити, що регулювання нічним споживанням буде здійснюватися безпосередньо енергосистемою за допомогою комплексної системи управління та контролю навантаження енергосистеми [8], де наш споживач буде виступати в якості партнера-регулятора, віддавши управління своїми потужностями системі.

Наступним кроком став аналіз економічних результатів від споживання електроенергії моделлю домоволодіння по різних ставках тарифу. Одержані результати дають право зробити висновок, що при відмові від споживання по плоскому тарифу наприклад, об'єми електроенергії нашого споживача в зимовий період складає 4123,65 кВт/місяць, що в гривнях по плоскому тарифу дорівнює 1504,30 грн./місяць. Економія при переході на диференційний тариф по двох ставках складає 286,9 грн./місяць, а по трьох ставках – 463,6 грн./місяць. Для споживача відсутня істотна різниця на якому з видів диференційного тарифу надалі здійснювати своє споживання, тому що економія при переході з двох на трьох ставковий тариф в зимовий період дорівнює 176,7 грн./місяць, що є низьким стимулом на наявних об'ємах споживання. Варто відзначити, що для системи питання реалізації даної концепції на тризонній тарифікації є принциповим, оскільки таким чином вона контролює пікове навантаження.

Дослідження показує, що для того, щоб зацікавити споживача в переході на нічне споживання, необхідно запропонувати йому так званий «тариф управління енергоефективністю», де нічний коефіцієнт тарифу буде стимулювати споживача до цього переходу без зниження об'ємів його споживання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гурцовцев А., Забелло Е. Электрическая нагрузка энергосистемы. Выравнивание графика [Электронный ресурс] // Новости электротехники: информационно-справочное издание № 6(64) 2008. – Режим доступа : http://www.news.elteh.ru/arh/2008/54/10.php (дата звернення: 25.10.2013).
2. Яндульський О. С. Моделювання системи автоматичного регулювання частоти та потужності об'єднаної енергосистеми з регулювальними енергоблоками теплових електростанцій / О. С. Яндульський, А. О. Стелюк, М. П. Лукаш // Технічна електродинаміка: Вип. Проблеми сучасної електротехніки. – 2010. – Ч. 3. – С. 48-52.
3. Добровольский В.К., Костюк В.О., Стогний А.В. Технико-экономические оценки в ядерной энергетике: моделирование и расчеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/em/2012_1/gur0112/Dobrov.pdf (дата звернення: 25.10.2013).

4. Электрические системы. Математические задачи электроэнергетики. Т. 1 / Под. ред. В. А. Веникова. – М. : Высшая школа, 1970.
5. Гаврикова А. О. Экономическая оценка интеграции бытового потребителя в статусе партнера-регулятора в энергетическую систему региона / Збірник наукових праць. Экономика в промышленности – М., 2013. – № 13. – 126 с. – С. 111-115.
6. Тиматков В. В. Серийное использование легкового электротранспорта в России: экономическая и энергетическая перспектива [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.energystrategy.ru/ab_ins/source/Timatkov_5.09.11.doc. (дата звернення: 25.10.2013).
7. Постанова НКРЕ України № 497 від 23.04.2012 р. / Офіційний вісник України – 04.05.2012 р., № 32, ст. 1224.
8. Дубовский С. В., Ленчевський Є. А. Розроблення нової комплексної системи автоматичного управління електричним навантаженням ОЕС України на основі електротермічних споживачів-регуляторів [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/pze/2012_31/02ua_Dubovsky.pdf (дата звернення: 25.10.2013).

УДК 351:338.43

Голуб Т.І.
аспірант,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF STATE PROTECTIONISM MECHANISM FORMATION IN THE AGRICULTURAL ECONOMICS SECTOR

АНОТАЦІЯ

У статті визначено зміст аграрного протекціонізму, об'єкти та важелі впливу. Виокремлено роль держави. Проаналізовано методологічні підходи до формування напрямів державної підтримки аграрного сектору на основі визначення основних принципів розробки і функціонування механізму державного протекціонізму. Перелічені у статті заходи підтримки повинні доповнювати один одного та сприяти забезпеченню ефективного функціонування сільської економіки.

Ключові слова: державні підтримка, аграрний сектор, протекціонізм.

АННОТАЦИЯ

В статье определено содержание аграрного протекционизма, объекты и рычаги влияния. Выделена роль государства. Проанализированы методологические подходы к формированию направлений государственной поддержки аграрного сектора на основе определения основных принципов разработки и функционирования механизма государственного протекционизма. Перечисленные в статье мероприятия поддержки должны дополнять друг друга и оказывать содействие обеспечению эффективного функционирования сельской экономики.

Ключевые слова: государственная поддержка, аграрный сектор, протекционизм.

ANNOTATION

The article defines the content of agricultural protectionism, objects and leverage. Singled out the role of the state. Analysis of methodological approaches to areas of state support to the agricultural sector by identifying the basic principles of the development and functioning of state protectionism. Listed in the paper support measures should complement each other and contribute to the effective functioning of the rural economy.

Key words: government support, the agricultural sector, protectionism.

Постановка проблеми. Аграрний сектор економіки України є на сьогодні профілюючим напрямом розвитку всієї економіки країни, оскільки забезпечує до 20% валового доходу та до 30% робочих місць у країні. З іншого боку, це найменш захищений сектор національної економіки. Подолання наслідків соціально-економічної кризи, яка охопила усі країни світу та ускладнила умови функціонування аграрного сектора економіки, об'єктивно потребує ефективного механізму державного регулювання, особлива роль у якому відводиться аграрному протекціонізму.

Саме тому занадто актуальними в даний час постають питання вибору інструментів підтримки сільськогосподарських товаровиробників та шляхів виходу аграрної галузі із затяжної кризи через застосування заходів державного протекціонізму.

Аналіз попередніх досліджень. Багато відомих зарубіжних та вітчизняних учених-економістів присвячують свої праці вивченню проблеми державної підтримки діяльності підприємств аграрного сектору та її поліпшенню. Важливими серед них є наукові розробки Артюшина В., Бетлій М., Горбика А., Дем'яненка М., Дієсперова В., Зінченко А., Кобути І., Назаренко В., Чапко І., Шайкина В., Шевцова О. та інших дослідників. Проте, наявний досвід свідчить про цілу низку невирішених проблем. Недостатня глибина вивчення проблеми та необхідність пошуку ефективних шляхів її розв'язку зумовили актуальність теми дослідження та слугували основою її вибору.

Мета дослідження. Метою написання даної статті є аналіз та синтез методів створення механізму державної підтримки товаровиробників аграрного сектору на основі протекціонізму.

Виклад основного матеріалу. Державна підтримка аграрного сектора економіки полягає у тому, що держава шляхом застосування правових, адміністративних та економічних важелів регулює поведінку сільськогосподарського товаровиробника, визначає перспективи розви-

тку агарного сектора економіки, виконує спрямовуючу роль щодо реалізації довготривалих програм розвитку. Перехідний період в аграрній економіці вимагає оптимального поєднання державного захисту та ринкових важелів.

Крім того, в умовах трансформаційної економіки значне місце слід приділити індикативному плануванню, розробці й реалізації цільових програм регіонального розвитку, контролю за умовами праці, прямому регулюванню цін. Але, на жаль, механізм державного протекціонізму аграрного сектора залишається недосконалим. У цьому визначну роль відіграє створення нормативно-правової бази, на що вказує значна кількість нормативно-правових актів, прийнятих останніми роками з метою підвищення ефективності функціонування сільського господарства.

Державна підтримка аграрного сектора характеризується зростанням бюджетних витрат у номінальному вираженні. Проте, хоча бюджетні витрати й чималі, рівень сукупної підтримки, яку фактично дістає сільськогосподарське виробництво, практично дуже низький [1].

Існують різні методи державної підтримки ринкової економіки, які можна об'єднати в дві групи: адміністративні (прямі) та економічні (непрямі). Застосування цих методів залежить від соціальних, економічних, історичних, політичних умов, стану розвитку та структури економіки країни [2]. Тому механізм державного регулювання економіки в кожній країні має свої особливості (рис. 1).

За визначенням В. Норта, зміст протекціонізму полягає у створенні державних законодавчих актів або ринкових стимулів, що використовуються для контролю за рішеннями підприємств в області ціноутворення, збутової політики або методів і обсягів виробництва [3].

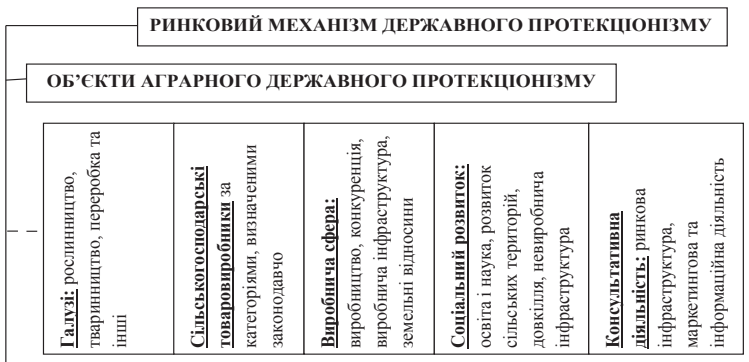
Аналіз трансформації аграрної політики в зарубіжних країнах дозволяє зробити висновок, що використання в Україні в останні роки таких інструментів державного протекціонізму як : дорогий кредит, фіксований сільськогосподарський податок, скорочення фінансування багатьох аграрних програм не могло забезпечити відновлення технологічного базису галузі, що позбавляє підприємств можливості нарощувати конкурентні переваги.

Держава, роль якої в забезпеченні продовольчої безпеки зростає, не може дозволити розорення аграрних товаровиробників через їх суттєву залежність не лише від природних ресурсів, а й від коливань кон'юнктури ринку та конкуренції. До того ж нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію призводить до парадоксального явища: в урожайні роки селяни через здешевлення продукції можуть втрачати більше доходу, ніж у роки з несприятливими погодними умовами.

Саме тому особливості державного протекціонізму аграрного сектора економіки регіону формує механізм розвитку сільського господарства, який передбачає наявність взаємоузгоджених елементів, таких як: нормативно-правові важелі; бюджетно-фінансове регулювання та цільова підтримка окремих регіонів – лідерів та регіонів середнього і депресивного розвитку; державні регіональні програми розвитку; створення та розвиток спеціальних економічних зон у певних регіонах; розвиток міжрегіонального та прикордонного співробітництва [5; 6].

Державні регіональні програми розробляються з метою активізації господарської діяльності та розвитку державних ринкових відносин у регіонах; забезпечення структурної перебудови агропромислових комплексів; вирішення проблем соціального характеру, пов'язаних із зайнятістю сільського населення, розвитком соціальної інфраструктури; ліквідації локальних соціально-економічних криз; створення умов для екологічної безпеки в регіоні тощо [7].

Тож, підсумовуючи зазначене вище, можна сказати, що методологічну підтримку заходів державного протекціонізму формують основні нормативні акти, що визначають цілі і завдання державної підтримки аграрної галузі. Тут, можна погодитися з думкою академіка НААН Дем'яненка Н.Я., який визначив першочергові



Адміністративні	*Економічні*
Постанови, накази, розпорядження, інструкції	У ціновій політиці: встановлення закупівельних цін, фінансові інтервенції
Економічні, екологічні та соціальні стандарти	У податковій політиці: фіксований сільськогосподарський податок, податкові пільги та канікули
Ліцензії, сертифікати, патенти	У грошово-кредитній політиці: часткова компенсація відсотків по кредиту, відстрочки виплат
Ветеринарний, санітарний та фітосанітарний контроль	У зовнішньоекономічній політиці: мито, акциз, ПДВ, квоти
Бар'єри між регіональними та локальними ринками аграрної продукції	У фінансово-бюджетній політиці: субсидії, субвенції, дотації

Рис. 1. Формування механізму державного аграрного протекціонізму

Джерело: [4], розробка автора

питання державного протекціонізму, що вимагають негайного вирішення:

1. Першочерговим залишається створення механізму та пошук інструментів підтримки сільськогосподарських підприємств. Для цього слід забезпечити конкурентоздатне виробництво продукції рослинництва та тваринництва, що в першу чергу забезпечують продовольчу безпеку країни.

2. Забезпечення притоку іноземних інвестицій задля відновлення ресурсного потенціалу підприємств, створення сучасної виробничої та ринкової інфраструктури, створення інтеграційних формувань із залученням банківського капіталу та наукових установ, створення інноваційних виробництв.

3. Інноваційний розвиток, що буде забезпечуватись виробництвом новітніх товарів, залученням висококваліфікованих кадрів, розвитком сільських територій [8].

Тому навіть після вступу до СОТ Україні слід вжити першочергових заходів щодо наступних позицій:

• правове закріплення і забезпечення принципу своєчасності та достатності обсягів фінансування прийнятих державних і регіональних програм;

• встановлення чітких нормативів по окремих, визначених державою, пріоритетних напрямків розвитку та розробка заходів покарання за їх невиконання;

• запровадження в дію систему моніторингу, звітності та аудиту за витрачанням бюджетних коштів на всіх рівнях;

Але основним заходом відродження аграрної сфери економіки є посилення антимонопольного захисту сільськогосподарських товаровиробників. Вирішити цю проблему допомогло б, перегрупування сільськогосподарських підприємств щодо розподілу коштів бюджетної підтримки зі встановленням жорстких критеріїв і форм підтвердження монопольних дій щодо внесених до переліку товаровиробників. Так, наприклад, в країнах ЄС при бюджетному фінансуванні сільського господарства приділяється саме програмному плануванню та звітуванню щодо використання наданих коштів.

Отже, проаналізувавши способи державного захисту сільськогосподарських товаровиробників, можемо визначити основні принципи розробки і функціонування механізму державного протекціонізму:

• ухвалення і розробка науково обґрунтованих програм, заздалегідь обраних державою по їхній пріоритетності щодо розвитку аграрного сектору;

• цілеспрямованість і обов'язкова гарантованість державної підтримки із забезпеченням зворотнього зв'язку у вигляді своєчасної звітності;

• рівнозначність всіх форм власності сільськогосподарських товаровиробників щодо отримання державної допомоги;

• основними принципами державного регулювання економіки мають бути: по-перше, мінімальне втручання державних органів у економічні процеси (їм доцільно делегувати лише ті функції, які не можуть бути забезпечені суб'єктами ринкових відносин); по-друге, вплив відповідних владних структур на розвиток соціально-економічних процесів здійснюється за допомогою встановлюваних державою економічних регуляторів і нормативів.

• захист інтересів вітчизняних товаровиробників шляхом:

- стимулювання експорту конкурентоспроможної продукції, перш за все переробних галузей промисловості;

- здійснення політики захисту внутрішнього ринку від імпорту продовольства і матеріально-технічних ресурсів, для виробництва яких Україна має можливості, запроваджуючи тарифи на її відповідні вітчизняні різновиди. Тариф є доцільнішим порівняно з квотою, адже він підвищує ціну на внутрішньому ринку порівняно зі світовою тільки на розмір власне тарифу і ніколи не перевищує цього рівня. У той час при квоті будь-яке збільшення внутрішнього попиту спричинятиме необмежене зростання внутрішньої ціни, оскільки задоволення цього попиту за рахунок імпорту неможливе [9].

• активне сприяння держави охороні та підвищенню родючості ґрунтів, захисту довкілля; розвитку селекції, племінної справи і насінництва; здійсненню протиерозійних заходів, розвитку науки і здійсненню наукової діяльності у сфері агропромислового виробництва.

• розвиток соціальної сфери села, поліпшення умов життя на селі. Доцільно суттєво збільшити обсяги державних капітальних вкладень у будівництво житла, дитячих дошкільних закладів, загальноосвітніх шкіл, шляхів з твердим покриттям, газових мереж [8].

• регулювання процесів придбання землі і майна в агропромисловому комплексі.

• сприяння реформуванню організаційних форм господарювання, що відповідають ринковим умовам.

Одним з ефективних заходів державного протекціонізму, що забезпечить створення можливостей для розв'язання багатьох проблем, ми вважаємо, є розробка експортоорієнтованої стратегії розвитку аграрного ринку. Це забезпечить, по-перше, спрямування коштів від експорту на закупівлю технологічного обладнання для виробництва засобів виробництва нового рівня. Це сприятиме імпортозаміщенню у сфері технологічного оснащення сільськогосподарського виробництва, створенню нових робочих місць, а отже, і підвищенню попиту, здешевленню ресурсів.

- по-друге, промислове виробництво по можливості доцільно розміщувати в сільській місцевості, що позитивно вплине на соціально-економічне становище селян.

- по-третє, конкуренція на зовнішніх ринках та існуючі вимоги міжнародних організацій, зокрема СОТ, до умов виробництва, сприятимуть поліпшенню якості аграрної продукції і продуктів харчування.

Для країн, які своє майбутнє пов'язують із інтеграційними процесами, зокрема входженням до ЄС, у тому числі і для України, цей процес також передбачає постійне коригування протекціоністської політики як на національному, так і міждержавному рівні. Йдеться про формування нового ринкового простору та агропродовольчого регіону, що функціонують на єдиних правилах та нормах ЄС. За таких умов удосконалення політики аграрного протекціонізму повинно відбуватися: по-перше, у бік підвищення конкурентоспроможності суб'єктів вітчизняного аграрного ринку, внаслідок досягнення позитивних змін балансу експортно-імпортних операцій. При цьому логіка дій уряду повинна бути спрямована на кардинально нові заходи, серед яких важливе місце повинна займати система квотування і субсидування виробництва стратегічно важливих видів продукції сільського господарства та, по-друге, враховуючи багатофункціональну роль сільського господарства, сприймання його не тільки з позиції виконання функції виробництва продовольчих продуктів, але й виробника суспільних благ, базового інституту сільського розвитку, фундаменту історичних традицій та способу життя певного соціального прошарку населення, що є основним носієм духовних цінностей сучасного суспільства [1].

Саме останній аспект слід особливо підкреслити, оскільки він вимагає особливого пріоритету протекціоністської підтримки державою шляхом, наприклад, використання фінансових ресурсів спеціально створених у ЄС фондів, зокрема Європейського сільськогосподарського фонду сільського розвитку. У зв'язку з наведеним аргументом «на різних рівнях державного управління заходи підтримки повинні доповнювати один одного та сприяти забезпеченню ефективного функціонування сільської економіки, реалізації соціально-демографічній і соціальній політиці на селі» [5].

Насамперед, акцентується на ряді протекціоністських заходів нетарифного характеру (ембарго, квотування, добровільні обмеження тощо), шляхом яких, наприклад, обмежується імпорт генетично модифікованої продукції в країни-члени інтеграційного об'єднання, або продукції, що за екологічними, санітарними, фітосанітарними чи ветеринарними нормами не відповідає європейським та світовим стандартам і несе у собі певні ризики для споживачів.

Висновки. Таким чином, за розглянутими вище напрямами, в країнах світу, з врахуванням їх національних інтересів відбувається протекціоністська підтримка сільського господарства як ключової галузі економіки, що не заперечується світовим співтовариством, однак, коригується у бік зміни її класичних аргументів. Серед великої сукупності передумов ефективного розвитку національної аграрної політики, де мають закладатися нові принципи аграрного протекціонізму, що не суперечать умовам ринкової інтеграційної економіки, одне з найважливіших місць посідає правове забезпечення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державні програми підтримки аграрного сектора: проект «Реформа у галузі сільського господарства, вдосконалення нормативно-правової бази». – К. : USAID, 2007. – 44 с.
2. Аграрний сектор України на шляху до євро інтеграції : монографія / Авт. кол.: Бетлій М. та ін. – Ужгород : ІВА, 2006. – 496 с.
3. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт: [пер.з англ. І. Дзюб] – К. : Основи, 2000. – 198 с.
4. Дієсперов В. Відродження сільського господарства – загальнонаціональна справа [Електронний ресурс] / Дієсперов В. – Режим доступу : http://komukr.kpu.net.ua.
5. Аграрный протекционизм: научные основы и механизмы осуществления в условиях рыночных отношений (Науч. тр. ВИАПИ им. А. А. Никонова ; Вып. 17). – М. : ВИАПИ, ЭРД, 2007. – 472 с.
6. 6.Горбик А. О. Аграрна реформа в Україні XVI-XX ст. / Горбик А. О. – К. : Інститут історії України НАН України, 1997. – 63 с.
7. Аграрна політика України: огляд та перспективи [Артюшин В., Чапко І, Кобута І та ін.] //Актуальні питання аграрної політики : зб. робіт 1999-2002; [упоряд.: В. Дем'янчук, О. Шевцов, В. Артюшин]. – К., 2002. – С. 100-174.
8. Дем'яненко М. Я. Фінансові проблеми формування та розвитку аграрного ринку : доповідь на Дев'ятих річних зборах Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників 26-27 квітня 2007 р. / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 4-13.
9. Денисенко А. А. Забезпечення ефективної системи державного регулювання аграрного виробництва / А. А. Денисенко // Економіка АПК. – 2003. – № 8. – С. 89-96.

УДК 336.76.368

Грудзевич І.Т.
кандидат економічних наук, доцент,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

INVESTMENT POTENTIAL OF PENSION REFORM IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ
Проведено аналіз фінансових інструментів та напрямів інвестування пенсійних коштів через існуючі фінансові інститути. Визначено об'єм інвестиційних ресурсів після проведення пенсійної реформи. Описано та проаналізовано діючі фінансові інструменти пенсійного інвестування та можливість запровадження нових.
Ключові слова: пенсійна система, пенсійна реформа, недержавний пенсійний фонд, пенсійні активи, інвестиційний потенціал, фінансові інструменти.

АННОТАЦИЯ
Проведен анализ финансовых инструментов и направлений инвестирования пенсионных средств через существующие финансовые институты. Определен объем инвестиционных ресурсов после проведения пенсионной реформы . Описаны и проанализированы действующие финансовые инструменты пенсионного инвестирования и возможность ввода новых.
Ключевые слова: пенсионная система, пенсионная реформа, негосударственный пенсионный фонд, пенсионные активы, инвестиционный потенциал, финансовые инструменты.

ANNOTATION
The analysis of financial instruments and directions of investing of pension money is conducted through existent financial institutes. The volume of investment resources is certain after realization of pension reform. The operating financial instruments of the pension investing and possibility of input of new are described and analysed.
Key words: pension system, pension reform, non-state pension fund, pension assets investment potential, financial instruments.

Постановка проблеми. Подальший розвиток і реформування Пенсійної системи України, що на сьогоднішній день функціонує на двох рівнях, а саме на рівні солідарної системи та на рівні добровільного недержавного пенсійного забезпечення передбачає введення накопичувальної системи обов'язкового загальнодержавного пенсійного забезпечення. в силу цілого ряду причин відкладається на невизначений термін. Вивчення інвестиційної діяльності недержавних пенсійних фондів, що функціонують на вже діючому третьому рівні добровільного накопичувального пенсійного страхування, дає змогу спрогнозувати розподіл фінансових потоків після повномасштабного проведення пенсійної реформи. Визначення розмірів та інвестиційного потенціалу пенсійних коштів в майбутньому можна визначити враховуючи прирости працюючого населення та рівня заробітної праці при законодавчо визначених нормативах. Перед директивним введенням обов'язкового пенсійного накопичення (другого рівня) повинні бути вивчені, розроблені, апробовані та законодавчо регламентовані напрями використання та фінансові інструменти реалізації інвестиційних пенсійних коштів. Тільки через їх відсутність або недосконаліть наявних говорити про пенсійну реформу, на нашу думку, передчасно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інвестиційної складової пенсійного забезпечення займаються вітчизняні фахівці і науковці, серед них: С. Брагін, А. Бахмач, Б. Надточий, В. Мельничук, В. Новікова, Е. Лібанова, А. Федоренко. Реформування пенсійної системи та розвиток недержавних пенсійних фондів у світі висвітлені у працях зарубіжних дослідників: В. Роїк, Е. Джеймс, Л. Сичова, М. Рутковські, М. Вінер, П. Болле, Р. Гольцман, Р. Геммінг.

Постановка цілей. Мета роботи – здійснити аналіз інвестиційної діяльності недержавних пенсійних фондів та візначити їх інвестиційний страхових компаній по страхуванню життя та комерційних банків з потенціал та напрями інвестування після проведення повномасштабної пенсійної реформи.

Виклад основного матеріалу. Пенсійна реформа, що розпочалася в Україні, покликана, запровадивши три рівні пенсійного забезпечення, вирішити одне з найважливіших завдань – суттєве покращення пенсійного забезпечення громадян. Суттєвою відмінністю від існуючого пенсійного забезпечення у новоствореній пенсійній системі буде наявність, крім існуючої системи солідарного пенсійного забезпечення буде функціонування ще двох рівнів. Другий рівень – накопичувальна система загальнообов'язкового пенсійного страхування, яка ґрунтується на засадах нагромадження коштів на персональних рахунках застрахованих осіб у Накопичувальному фонді. У 2009 р. Уряд України затвердив концепцію проведення реформи, згідно з якою у 2010-2014 рр. будуть реалізовані заходи з підготовки впровадження другого рівня пенсійної системи, а 2014-2017 рр. – безпосереднє його запровадження. Третій рівень – система недержавного пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі громадян України, роботодавців та їх об'єднань у формуванні пенсійних нагромаджень з метою отримання одноразових, довічних чи розстрочених на визначений договором термін пенсійних виплат, які доповнюватимуть пенсії I та II рівнів. Спільною ознакою для рівнів, що планується запровадити в результаті пенсійних перетворень є їх накопичувальний характер. Спільним фінан-

совим інститутом виступають недержавні пенсійні фонди. Недержавні пенсійні фонди (НПФ) створюються відповідно до законодавства та мають статус неприбуткової організації (непідприємницького товариства). Вони функціонують та провадять діяльність виключно з метою накопичення пенсійних внесків на користь учасників пенсійного фонду з подальшим управлінням пенсійними активами та пенсійними виплатами своїм учасникам.

Недержавні пенсійні фонди, акумулюючи грошові кошти юридичних і фізичних осіб у вигляді пенсійних внесків і зобов'язуючись збільшити їх шляхом інвестування в різноманітні фінансові інструменти. Тобто, крім соціально-пенсійної функції з метою збереження купівельної спроможності пенсійних накопичень НПФ повинні виконувати інвестиційну функцію. Кошти, що накопичуються на їх рахунках мають дуже важливу ознаку для стабільного розвитку економіки, а саме довготерміновість. Саме тому пенсійна реформа буде успішною при успішному розвитку фондового ринку. Розвиток повинен торкатись як ємності ринку (можливості освоїти зачні накопичені кошти реформованої пенсійної системи), так і розширення набору фінансових інструментів. Отже, пенсійна реформа вже з самого початку свого впровадження, на нашу думку, вимагає вирішення наступних питань: визначення складу і законодавче регулювання діяльності суб'єктів фінансового ринку, що будуть акумулювати, управляти на зберігати накопичені пенсійні активи; забезпечення достатньо високої «пропускної здатності» фінансового ринку; розширення набору фінансових інструментів з метою кращої дохідності та диверсифікації пенсійних активів. З іншого боку сама наявність у фінансовій системі України значних інвестиційних ресурсів дозволить створити ефективний механізм для розвитку ринку цінних паперів, його стабілізації та виходу на світові ринки. Водночас постійно зростаючі пенсійні інвестиційні ресурси приведуть до виникнення нових та значного зростання дохідності існуючих фінансових інструментів. Що відіграє стимулюючу роль для збільшення кількості учасників НПФ за рахунок третього рівня пенсійної системи [Федоренко].

Отриманий прибуток від ефективного інвестування пенсійних активів повинен зберегти купівельну спроможність пенсійних внесків на період накопичень, забезпечити певний приріст зарезервованих пенсійних коштів для своїх учасників та профінансувати поточну діяльність суб'єктів пенсійної системи. Динаміку розвитку НПФ можна показати у вигляді графіків (див. рис. 1).

Аналіз свідчить про те, що ринок послуг недержавних пенсійних фондів хоч є динамічним по основних показниках, але його потенціал на фінансовому ринку незначний. Так при обсязі ВВП в 2012 році в 176,3 млрд. грн активи НПФ становили 1,66 млрд. грн., що становить лише

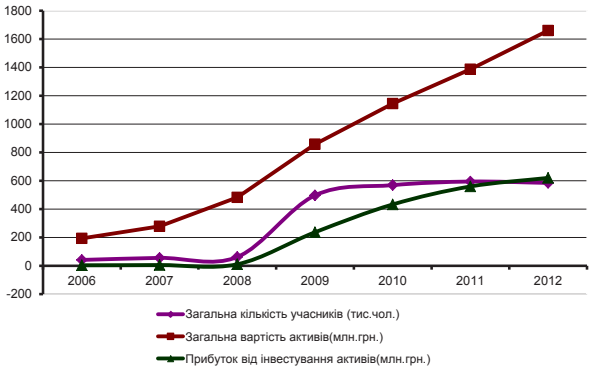


Рис. 1. Динаміка розвитку НПФ по основних показниках

0,9 відсотка. Щоб зрозуміти про який розмір інвестиційних пенсійних ресурсів йдеться проведемо розрахунки , взявши за початок введення другого рівня 2014 рік, кількість населення працездатного віку, що буде брати участь у накопичувальній системі пенсійного страхування та середню заробітну плату на рівні 2013 року, нормативи відрахування – із Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення».

Таблиця 1

Очікуваний розмір пенсійних накопичень другого рівня пенсійного забезпечення

Рік	Ставка внеску,%	Кількість учасників,осіб	Середньомісячна заробітна плата. грн	Сума внесків за місяць, млрд..грн	Сума внесків за рік, млрд.. грн
2014	2	7000000	2500	0.350	4.2
2015	3	7000000	2500	0.525	6.3
2016	4	7000000	2500	0.7	8.4
1017	5	7000000	2500	0.875	10.5
2018	6	7000000	2500	1.05	12.6
2019	7	7000000	2500	12.25	14.7
ВСЬОГО		56.7			

Наші розрахунки не претендують на абсолютну точність, оскільки кількість учасників щорічно буде збільшуватись, навіть при несприятливих демографічних показниках, за рахунок щорічного приросту кількості працездатних. Середньорічна заробітна плата теж, без сумніву, буде зростати. Враховуючи це, ми можемо стверджувати, що одержана сума 56,7 млрд. грн. – це мінімальний інвестиційний ресурс на який може сподіватись фінансовий ринок України тільки на етапі запровадження пенсійної реформи. Крім того, в розрахунках не взято до уваги суму щорічного інвестиційного прибутку. За розрахунками проекту USAID (FINREP – проект розвитку фінансового сектору), у яких враховано ріст кількості учасників і розміру середньої заробітної плати пенсійні накопичення оцінюються у 25.5 млрд грн. щорічно. Такі обсяги інвестиційних ресурсів пови-

нні мати для своєї реалізації набір напрямів інвестування та активів куди будуть розміщатись пенсійні накопичення. Це важлива проблема і вона активно обговорюється в ході підготовки до впровадження пенсійної реформи. І хоч на початок реформи відповідні фінансові інструменти відсутні, можна підтримати думку тих вчених-економістів, які вважають, що з появою на фінансовому ринку значних інвестиційних ресурсів ринкові механізми, і в першу чергу конкуренція змусить емітентів розробити і запропонувати якісні та надійні інвестиційні продукти та фінансові інструменти [3]. Набір фінансових інструментів для пенсійних активів, що строго регламентований Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення» можна представити у вигляді таблиці.

Таблиця 2

Напрями та структура інвестування активів НПФ [закон]

Фінансовий інструмент	Максимальна частка в загальній вартості активів фонду, %
банківські депозитні рахунки та ощадні сертифікати банків	40, але не більше, 10 в одному банку
банківські метали	10
цінні папери, погашення за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України	50
цінні папери, погашення за якими гарантовано Радою міністрів Автономної Республіки Крим, і облігації місцевих запозичень	20
облігації українських емітентів	40
акції українських емітентів	40
цінні папери іноземних емітентів	20
іпотечні цінні папери	40
об'єкти нерухомості	10
цінні папери одного емітента (крім цінних паперів, погашення яких гарантовано Кабінетом міністрів України)	5

Для вивчення поставленої проблеми цікавим може бути дослідження існуючої структури консолідованого пенсійного інвестиційного портфеля, що наведений у наступній таблиці. Приведений аналіз свідчить, що українські НПФ притримуються консервативної стратегії інвестування. Більшість інвестицій носять короткотерміновий характер з можливим постійним контролем рівня риску і надійності вкладень (див. табл. 3).

Пояснюється це, в першу чергу, нестабільною політичною та економічною обстановкою, при якій обмежуються можливості здійснення достатньо ефективних, але низько ризикових інвестицій. Риски знижуються, в основному за рахунок диверсифікації, тобто розміщення «по різних кошиках» інвестиційних ресурсів, вкладання їх в різні фінансові активи, залученням до управління пенсійними активами різні компанії. Інвестування, як і всяка фінансова діяльність супроводжується певною ризиковістю. Питання не може стояти у плані повного її подолання, оскільки це нереально. Тому інвестиційні вкладення реформованої пенсійної системи не можуть бути вільними від ризиків. Проблема полягає у знаходженні оптимального співвідношення між надійністю і прибутковістю пенсійних вкладень. Важливим є і розподіл рисків між суб'єктами пенсійних інвестицій – вкладниками, НПФ, компаніями з управління активами і державою. Причому, роль держави повинна проявлятись не у фінансових гарантіях чи державних фінансових активах, а у нормативно-правовому регулюванні і нагляді за розміщенням активів НПФ.

Таблиця 3

Структура і динаміка пенсійних інвестицій[3]

№	Фінансовий інструмент	Роки			
		2009	2010	2011	2012
1.	Депозитні рахунки	46,1	34,7	29,5	34,5
2.	Корпоративні облігації	18,3	15,4	25,0	31,2
3.	Цінні папери КМУ	11,7	14,9	15,1	11,9
4.	Акції український емітентів	7,9	18,1	18,4	15,5
5.	Інші активи	6,1	5,0	3,4	0,8
6.	Кошти на поточному рахунку	4,9	3,1	2,7	0,6
7.	Банківські метали	2,7	2,8	1,9	1,1
8.	Об'єкти нерухомості	1.2	5,6	3,5	2,9
9.	Цінні папери місцевих рад	1,1	0,4	0,5	0,2

Вкладення пенсійних коштів в державні цінні папери несе в собі обов'язковий інвестиційний риск. Досвід розвинутих країн свідчить, що державні цінні папери, навіть при бездефіцитному бюджеті і відсутності потужних дестабілізуючих факторів (фарс-мажор, дефолт і інші), в довготерміновому відрізку часу не можуть приносити стабільно вищий за інфляцію дохід. Не може рахуватись нормальною ситуація, коли держава залучає ресурси на свої потреби під відсотки вищі за інфляцію. Крім того, державні цінні папери відображають державний борг величина якого встановлюється щорічно бюджетним законодавством. Хоча, акції державних стратегічних підприємств та депозитні вкладення в державні комерційні банки можуть цілком справедливо розглядатись як один з багатьох інвестиційних напрямів. В цьому випадку пенсійні накопичення дійдуть до реальної економіки прямі інвестиції чи через кредитування державними банками і не будуть спожиті бюджетом.

Як видно з таблиці 3, банківські депозити займають стабільно високий відсоток у використанні пенсійних накопичень. Прихід «довгих» пенсійних грошей на фінансовий ринок дасть змогу банківській системі України формувати

довготермінові пасиви, а отже, брати участь у довготерміновому кредитуванні інвестиційних проектів, що позитивно вплине на економіку. Крім того, вивченню підлягає участь банків в пенсійних інвестиціях через використання такого напряму вкладень як сек'юритизовані активи та продаж банківських металів.

Довготерміновість дозволяє НПФ чи компаніям по управлінню активами вкладати кошти у високодохідні активи і не звертати увагу на можливі коливання їх вартості на проміжних етапах. Тут важливо дотриматись вимоги захисту від інфляції. Можна погодитись, що найкраще захищеними від інфляції в довготривалій перспективі будуть кошти вкладені в акції. Фондовий ринок України в останні роки демонструє позитивну динаміку зростання і більшість його показників є прогнозованими. Однак, ріст фондового ринку повинен підкріплюватись ростом економіки(ВВП), оскільки він сам не «продукує» грошей, а є тільки механізмом перерозподілу. Якщо фондовий ринок росте при незмінних макроекономічних показниках це свідчить про його спекулятивний характер і, як наслідок, веде до підвищення рисків для інвесторів.

Висновки. Фінансові інститути добровільної накопичувальної системи, що сьогодні функціонують в Україні мають задовільну динаміку розвитку та набір фінансових інструментів. Це створює передумови для проведення повномасштабної пенсійної реформи із запровадженням накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування. Проте таке запровадження є передчасним і вимагає стабільності основних макроекономічних показників та великої підготовчої роботи в законодавчому плані щодо створення умов для розвитку існуючих та створенню нових фінансових інструментів для реалізації інвестиційних можливостей пенсійних активів. Процес інвестування пенсійних коштів повинен бути зрозумілим і прозорим для учасників пенсійних накопичень. Вони повинні знати інвестиційну стратегію вибраного ними фонду. Основним пріоритетом в діяльності НПФ повинна бути не висока прибутковість, а збереженість і приріст пенсійних активів при мінімізації інвестиційних рисків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Брагін С. Недержавні пенсійні фонди на неефективному фондовому ринку: приклад України / С. Брагін, О. Макаренко // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 1. – С. 18-24.
2. Пенсійна реформа в Україні : напрями реалізації [колективна монографія] / за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Інститут демографії та соціальних досліджень імені В. М. Птухи НАН України, 2010. – 270 с.
3. Федоренко А. В. Економічна складова накопичувальної пенсійної системи // «Фінанси України». – 2011. – № 3.
4. Аналіз пропонованої обов'язкової накопичувальної системи // Проект розвитку фінансового сектору / USAID. – Лютий, 2011. – С. 4 [Електр. ресурс]. – Режим доступу : http://pension.kiev.ua/files/pillar2paper_feb2011_ua.pdf.
5. Інформація про стан і розвиток недержавного пенсійного забезпечення України / Офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: // www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/dpn/ npf_pdf.

УДК 338.79.7

Демешок О.О.
кандидат економічних наук,
науковий співробітник відділу соціального прогнозу,
Центр перспективних соціальних досліджень
Міністерства соціальної політики України та НАН України

МОДЕЛЮВАННЯ МАСШТАБІВ РОЗВИНЕНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

MODELING SCALE OF DEVELOPMENT SUSTAINABLE DEVELOP-MENT POTENTIAL UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Запропоновано до використання прикладний інструментарій добору елементарного складу потенціалу сталого розвитку, формалізація якого передбачена домінантами Концепції формування системи його оцінювання процесно-замкненого типу. Розв'язане науково-прикладне завдання щодо побудови архітектури потенціалу сталого розвитку, що базується на використанні методу побудови фрактальних багатошарових підграфів.

Ключові слова: концепція процесно-замкненого циклу, потенціал сталого розвитку, масштаби розвиненості, багатошарові підграфи.

АННОТАЦИЯ

Предложен к использованию прикладной инструментарий отбора элементарного состава потенциала устойчивого развития, формализация которого предусмотрена доминантами Концепции формирования системы его оценки процессно-замкнутого типа. Решена научно-прикладная задача по построению архитектуры потенциала устойчивого развития, основанного на использовании метода построения фрактальных много-слойных подграфов.

Ключевые слова: концепция процессно-замкнутого цикла, потенциал устойчивого развития, масштабы развитости, многослойные подграфы.

ANNOTATION
Proposed to use the selection tools applied elemental composition sustainable development potential, which provides a formalization dominant Concept of evaluation of its process-closed type. Solved scientific and applied tasks of building architecture building sustainable development based on the use of the method of construction of multi-fractal sub graphs.

Key words: concept of process-locked loop, the potential for sustainable development, the scale of development, multi--fractal sub graph.

Постановка проблеми. Розв'язання науково-прикладної проблеми щодо генерування ознак загальноекономічного прискорення в державі за рахунок формування, нарощення та використання потенціалу сталого розвитку України є новим напрямом економічних досліджень. Оскільки передбачає авторське трактування і побудову, за результатами наукового пізнання теоретико-методологічних, методичних та прикладних основ формування адекватної реальним соціально-економічним, технологічним та виробничо-господарським процесам, системи оцінювання потенціалу сталого розвитку. Зазначене, певним чином, формує передумови для розроблення структури і визначення засобів реалізації дії алокаційно-інверсійного механізму управління сталим розвитком в контексті досягнення національним господарством системних ознак резистентності до зовнішніх загроз і внутрішніх ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на приведене ви-ще, зазначимо: у даній роботі автор посилатиметься на доробок вчених-економістів, за яким формалізовано: мультирівневу систему порівняльних показників ідентифікації масштабів розвиненості потенціалу сталого України [1]; вихідні поняття в межах парадигми сталого розвитку задля розширення категоріального поля теорії оцінювання потенціалу сталого розвитку [2]; структуру стратегічного потенціалу держави [3]; структурно-динамічні виміри функціонування національної економічної системи [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Поряд з цим автор статті ставить за необхідність: а) побудови замкненого циклу добору системно-універсальних процедур із розробки та забезпечення органічності використання системи оцінювання потенціалу сталого розвитку (СОПСР) України, що формалізовано за п'ятьма блоками; б) деталізації архітектури п'ятирівневої системи показників масштабів розвиненості потенціалу сталого розвитку (ПСР) та її прийнятності для застосування; в) розбудови понятійно-категоріального апарату теорії оцінювання ПСР; г) обґрунтування Концепції формування системи оцінювання ПСР процесно-замкненого типу; д) розробки методологічних засад розв'язання проблем об'єктивного оцінювання ПСР та його нарощення в умовах ресурсних обмежень .

Постановка завдання. Метою статті є розробка і обґрунтування методологічних засад формування системи добору елементарного складу ПСР та оцінювання масштабів його розвиненості при інкорпорації до усталених економетричних рішень методів, передбачених в межах структурно-інформаційної теорії надійності систем та геометричної економетрики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практика запровадження і реалізації різного роду модернізаційних реформ в Україні протягом останніх років та оптимізація системи сучасного державотворення виявила закономірності, які базуються на застосуванні в межах економічного механізму політичних важелів, що обумовлює досягнення ефемерного й оманливого результату щодо генерування в державі ознак до сталого розвитку [5]. Поряд з цим відмітимо, що за результатами структурно-динамічного аналізу результативності управління сталим розвитком [1] визнано необхідність розроблення методичних підходів задля об'єктивізації прикладного інструментарію оцінки масштабів розвиненості ПСР України. З цією метою було: 1) побудовано замкнений п'ятирівневий цикл використання організаційно-економічних і кваліметричних процедур в контексті формування СОПСР; 2) сформовано мультирівневу систему показників-індикаторів, обґрунтовано їхню сутність та прийнятність для застосування, та розроблено методи розрахунку кожного з них задля обчислення їхніх порогових значень; 3) уточнено сутність та зміст понятійно-категоріального апарату теорії оцінювання ПСР, що передбачає чітке розмежування потенціалів зі складу стратегічного потенціалу (СП) задля залучення до оптимізаційного комплексу резервів, ресурсів і можливостей; 4) запроваджено у практику стратегічного управління сталим розвитком домінанти Концепції процесно-замкненого типу, яка передбачає формалізацію відповідного типу механізму із інкорпорованим до його важелів комплексом системоутворюючих регуляторів та інструментарію оцінки; 5) формалі-зовано алгоритм добору найвагоміших регресорів впливу на резерви, ресурси і можливості, сукупність яких, наразі, формує ПСР.

Відмітимо, що розв'язання цих науково-прикладних завдань здійснювалося шляхом формалізації змісту й структури цільового функціоналу ПСР за рахунок використання і запровадження у практику когнітивно-інформаційних технологій задля формалізації простору його реалізації. Саме застосування методів варіаційного числення дозволило імплементувати домінанти Концепції формування системи оцінювання ПСР процесно-замкненого типу як на першому, так і на останньому етапі її запровадження, що уможливило підвищення вимог до об'єктивності ідентифікації масштабів розвиненості ПСР. Оскільки, лише з урахуванням реальних умов функціонування усіх елементів національної економічної системи та сукупних резерві, ресурсів і можливостей елементарних потенціалів різної природи можна передбачити

оціночні виміри та імовірнісну трансформацію ПСР України [6].

Об'єктивним слід визнати авторське твердження, що базується на наступному обґрунтуванні: задля ідентифікації елементарного складу ПСР слід визнати пріоритетним певний клас потенціалів із сукупності стратегічного потенціалу України [3] – репрезентуємо їх в якості сукупних резервів, ресурсів і можливостей різної природи класу D: матеріальної основи (x_{m1}), глобальної основи (x_{m2}), факторної основи (y_{m1}), системно-універсального функціонування (y_{m2}). Звідси, використовуючи методи варіаційного числення для постановки і розв'язання науково-прикладного завдання щодо моделювання процесів формування елементарного складу ПСР можна стверджувати про наступне: якщо кожному із приведених зі складу стратегічного потенціалу (СП) України елементарних потенціалів $y(x)$ із класу D згідно з існуючими закономірностями формування економіки інноваційно-інформаційного типу поставити у відповідність кількісний вимір певної сукупності резервів, ресурсів і можливостей – тобто ПСР (задля ідентифікації характеристик досліджуваної групи процесів), то отримаємо числове значення змінної I – тобто у кількісному вимірі значення масштабів розвиненості ПСР України. Таким чином, остання змінна (I) і може репрезентувати функціонали змінних $y(x)$. Це позначається автором дослідження за формулою (1)

$$I = I\left[y_1, y_2, y_3, y_4\right] = I\left[y\left(x_1, x_2, x_3, x_4\right)\right] \qquad (1)$$

Зазначимо, визначений клас D елементарних потенціалів, що інкорпорується до архітектури ПСР $y(x)$, за якими охарактеризовано єдиний простір реалізації функціоналу ПСР відтворюється шляхом приєднання структурно-динамічних вимірів семи цільових складових зі складу СП держави. З огляду на вищезазначене, відмітимо, ПСР служить аргументом надійності та органічності функціонування держави та є, одночасно, і його цільовим функціоналом, і вихідною детермінантою убезпечення сталого розвитку. Тоді, кожен із елементарних потенціалів $y(x)$, який належить до області визначення D цільового функціоналу ПСР $(I[y])$, можна розглядати як точку певної множини функцій, реалізація яких і убезпечує генерування системних ознак до сталого розвитку. При цьому простори реалізації дії цільового функціоналу, елементами яких служать окремі елементарні потенціали зі складу стратегічного потенціалу України, – можна трактувати в якості функціональних просторів розбудови стандартизованого вигляду ПСР.

Отже, підсумуємо про таке: а) цільовий функціонал ПСР – це поєднана певним чином сукупність елементарних ресурсів, резервів і можливостей різної природи, освоєння та нарощення масштабів розвиненості яких убезпечує: органічність функціонування національного господарства та загальноекономічне прискорення в Україні за рахунок алокаційного ефекту і набуття рис надійності та стійкості при ущільненні взаємозв'язків в межах тріади: економіка – екологія – соціум; б) цільовим орієнтиром сталого розвитку, визначеним за цією незалежною змінною $y(x)$ є точка перетину елементів функціонального простору елементарних функціоналів, які репрезентовані в якості складових ПСР; в) кількісними значеннями незалежної змінної I – є числа, що ідентифікують масштаби розвиненості ПСР; г) сутнісний зміст дефініції «потенціал сталого розвитку» – це поєднані у певну сукупність, зі складу чотирьох груп стратегічного потенціалу України, різні за природою ресурси, резерви і можливості, залучення яких при раціональному їхньому поділі/перерозподілі за пріоритетними об'єктами локалізації зусиль генеруватимуть у економічної системи держави визначальні ознаки до її сталого розвитку; д) обчислення масштабів розвиненості ПСР можна здійснити лише за умов обґрунтування єдиного критерію його оцінювання.

Розглядаючи елементарні потенціали від чотирьох незалежних функціональних змінних, слід передбачати, що варіативний їхній набір може бути обмеженим – тобто імовірнісним є скінченний набір їхнього складу $y_1(x), y_2(x), \ldots, y_n(x)$, що обумовлено визначеним класом функції D. Лише у цьому випадку можна поставити у відповідність даного виміру цільовому функціоналу формалізованої архітектури ПСР порогову числову межу кількісно-якісного значення ідентифікованої змінної I. При цьому I репрезентуватиме цільовий функціонал від певної сукупності (n) функціональних змінних. Тоді масштаби ПСР можна обрахувати за формулою вигляду (2):

$$I = I\left[y_1, y_2, \ldots, y_n\right] = \text{ або } {}^{2} = I\left[y_1(x), y_2(x), \ldots, y_n(x)\right] \quad (2)$$

Звідси, задля убезпечення об'єктивності розрахунку масштабів розвиненості ПСР та побудови системи його оцінювання слід здійснити розмежування його призначення за базовими компонентами/ елементами зі складу СП України. За результатами добору найвагоміших регресорів впливу на темпи загальноекономічного прискорення та умови генерування ознак до сталого розвитку імовірним є і об'єктивний вимір масштабу розвиненості ПСР. Архітектурне вирішення ПСР України автором реалізовано за використання методу побудови фрактальних графів із вилученням не раціональних взаємозв'язків між елементарними потенціалами. Не інформативні та незначущі зв'язки (ребра) визначено за можливістю отримання відповідної бази даних, а незначущі – елімінованні шляхом розширення логістичних каналів між елементарними потенціалами різних класів зі складу СП, що уможливлює спрощення комунікаційної структури управління формуванням, нарощенням і використанням. Зазначене дозволило здійснити об'єктивізацію і векторний опис удосконаленої структури СП України з метою формалізації оптимального вигляду типового набору ПСР у загальному виді. Побудову остан-

нього реалізовано при формуванні багатошарових модельних рішень ідентифікації певного переліку елементарних потенціалів матеріальної групи, глобальної та факторної з виокремлення трьох похідних за групою потенціалів системно-універсального функціонування.

За результатами інтерпретації визначено комбінації варіативних компонент ПСР для трьох варіантів розвитку подій в Україні, а в їхніх межах, ідентифіковано стратегічні набори для чотирьох класів потенціалів, які ре-презентують найвагоміші зміни у структурно-динамічних вимірах національного господарства в контексті забезпечення сталого розвитку держави, у цілому. Таким чином, було встановлено, що раціональна сукупність різних

Таблиця 1

Базові структурно-динамічні виміри функціонування національної економічної системи *

Вимір	Визначення вихідних характеристик
Технологічна	Визначається за розподілом обсягів використання виробничих ресурсів за принципово новими та традиційними і застарілими виробничими технологіями
Функціональна	Визначається за співвідношеннями між: а) платоспроможним попитом і пропозицією на створений ВДВ і ВВП; б) платоспроможним попитом і пропозицією на окремих ринках ресурсів і продуктів; в) продуктивністю праці і зарплатою; г) доходами і витратами; д) інвестиціями і заощадженнями; ж) пропорціями, обчисленими за вимірами кредитно-грошові пропорції; з) обсягом імпорту та експорту промислової продукції.
Територіальна	Ідентифікує структуру національної економіки та певної регіональної соціально-економічної системи, зокрема, з урахуванням: - розвиненості сучасних економічних районів, територіальних господарських комплексів і спеціальних економічних зон держави; - існуючої в Україні адміністративно-територіальної.
Галузева	Розподіл різної природи резервів та ресурсів праці і капіталу між сферами та видами економічної діяльності, які функціонують в межах національного господарства.
Інституційна	Співвідношення між державним та приватним секторами національної економічної системи; рівень розвитку малого та середнього бізнесу; ступінь економічної концентрації на галузевих ринках.
Інноваційна **	Співвідношення між результатами реалізації інноваційної діяльності в межах національного господарства та наслідками від запровадження у практику інноваційних процесів до витрат на сформування, забезпечення функціонування та виконання цільових функцій інноваційними інституціями, упорядкування яких має місце в державі.
Відтворювальна	Визначається за розподілом: валового випуску продукції усіма секторами національного господарства із урахуванням їхнього впливу на проміжне споживання і ВДВ; ВРП із урахуванням вагомості його впливу на споживання та інвестиції.
Зовнішньоекономічна	Співвідношення між зовнішнім та внутрішнім секторами національної економіки, за якими оцінюється якість зовнішньоекономічних зв'язків країни у цілому та певного регіону зокрема.
Організаційна структура управління (ОСУ)	Визначаються характеристики сучасних ОСУ за наступними показниками: а) структурним коефіцієнтом централізації; б) коефіцієнтом централізації управління та окремих функцій корелянтів; в) коефіцієнтом структурної напруженості; г) коефіцієнтом збереження норм керованості ОСУ; д) швидкістю реагування ОСУ на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування національного господарства.
Каскадна	Визначається за співвідношеннями між обсягами випуску продукції національним господарством та певної природи кластерних округів.
Корпоративна	Визначається за співвідношеннями між обсягами випуску інноваційної продукції різними видами економічної діяльності, які функціонують в межах національної економічної системи. Вони можуть належати до корпоративного сек-тору та інкорпоровані до національної інноваційної системи, виконуючи функції щодо: створення технологій на основі власних наукових досліджень і розробок; забезпечення ринкового освоєння інновацій.
Комунікаційна **	Раціональність комунікаційної структури – це співвідношення між результатами функціонування національної економічної системи чи певної регіональної виробничо-економічної системи та витратами, спрямованими на виконання специфічних функцій територіально розподіленими державними і корпоративними інформаційними системами управління (за двома рівнями: глобальним; локальним); Дієвість комунікаційної структури може визначатися – за структурними коефіцієнтами: централізації: співвідношення між кількістю галузей і загальною кількістю каналів зв'язків, які мають місце в їхніх межах; централізації інформаційних функцій: співвідношення витрат на апарат управління з певної інформаційної функції до сумарних витрат праці в люд.-днях тощо.
Соціальна	Співвідношення між: організаційно-правовими формами підприємництва, які існують в межах національної економічної системи з урахуванням рівнів концентрації та централізації виробництва й капіталу (між великими, середніми і малими підприємствами) і режиму власності (між приватними, колективними та державними підприємствами); певними верствами (працівниками, апаратом управління тощо), диференційованими за рівнем доходів.

*Джерело * Визначено і систематизовано автором за результатами узагальнення доробку, представленого у наукових працях [7-9].*

за природою елементарних потенціалів може бути утвореною/ формалізованою шляхом накладення на неї цільової спрямованості зв'язків із об'єктивними між потенціальними, між факторними, між функціональними залежностями.

Приведене трактування базується на аналізі цільової орієнтації найбільш значимих для процесів забезпечення сталого розвитку зв'язків і взаємозалежностей між структурно-динамічні зрушенням (їх визнано у кількості тринадцяти – приведено у табл. 1).

Таким чином, задля побудови оптимальної архітектури ПСР було вилучено не значимі та не інформативні взаємозв'язки, а також введено до формалізованих модельних рішень (1) і (2) обмеження, які: а) убезпечать об'єктивне розв'язання задачі пошуку і розбудови нової архітектури підграфів мінімальної ваги задля формалізації певного вигляду ПСР (деталізація кваліметричних процедур викладена у роботі [2]); б) дозволять комплексувати обмежений склад елементів в межах ПСР, взаємозв'язки і взаємозалежності між якими можна описати за використання багатошарового графу мінімальної ваги, побудованого за трьома варіантами його інтерпретації. А саме:

1) з найбільш ущільненими в межах національної економіки міжгалузевими і міжрегіональними зв'язками. Однак, отримані за результатами інтерпретації проектні виміри дозволяють стверджувати, що структура враховує мінімальну відстань спроектованих ребер;

2) зв'язаний багатошаровий підграф, який сформований за урахуванням імовірності інкорпорації до його архітектури окремих із формалізованих вершин чотирьох рівневого вихідного багатошарового графа елементарних потенціалів різних груп;

3) при використанні методу побудови фрактальних графів відтвореного за принципами побудови мінімального дерева Штейнера, сформовано багатошаровий граф із оптимальною кількістю зв'язків між елементарними потенціалами різної природи.

Запропонований до використання і обґрунтований у статті метод розв'язання науково-прикладного завдання щодо побудови архітектури ПСР України, на сучасному етапі розвитку національного господарства, базується на принципах розв'язку двох просторових задач: ідентифікації цільового функціоналу ПСР; визначення оптимального складу ПСР за використання методу побудови фрактальних графів. При зустрічній перевірці адекватності сформованого комплексу елементарних потенціалів доведено доцільність формалізації сучасного ПСР із залученням: промислового та енергетичного потенціалів – зі складу потенціалів матеріальної основи; інноваційного – із комплексу факторних потенціалів; інформаційного – із потенціалів системно-універсального функціонування; трьох похідних потенціалів: економічної безпеки; енергоефективності; структурних змін.

Приведений стратегічний набір ПСР має вигляд шару взаємо- перехрещених зв'язків між сформованим, нарощеним і використовуваними елементарними потенціалами і, при цьому, його склад дозволяє сформувати релевантну інформаційно-методичну базу задля розробки і обґрунтування технології оцінювання масштабів розвиненості ПСР. При цьому визнаємо, що склад ПСР, у певній мірі, є його синтетичним відтворенням реального стану справ у сфері управління сталим розвитком в державі за формою «Real-Time». Оскільки наразі, як встановлено автором статті, необхідним є залучення трьох з перерахованих вище елементарних потенціалів (які є похідними від певної сукупності матеріальних, глобальних, факторних потенціалів, реалізація функціоналів яких є не можливою без освоєння потенціалів системно-універсального функціонування), то майбутні умови й обмеження можуть обумовити потребу у формалізації іншого складу ПСР. Таким чином, було ідентифіковано обмежений перелік елементарних потенціалів, оціночні значення масштабів розвиненості яких будуть використані автором задля розбудови модельних вирішень, що передбачатимуть еволюцію ПСР.

Висновки з проведеного дослідження. Відмітимо, що результати розв'язання проблем формування об'єктивної системи оцінювання потенціал сталого розвитку, які провадяться в провідних наукових установах НАН України [1], передбачають побудову оригінального комплексу модельних рішень структурного типу вигляду *ПЕ³СІ²- структура – тобто ідентифікація масштабів розвиненості потенціалів: промислового; енергетичного; економічної безпеки; енергоефективності; структурних змін; інноваційного; інформаційного*, формалізованого при інкорпорації до його архітектури моделей ідентифікації обмеженої кількості найвагоміших для забезпечення сталого розвитку елементарних потенціалів. При цьому інкорпорація до методичного підходу (що наведено у [2; 3]) авторської інтерпретації процедур добору оптимізаційного складу ПСР за використання методів варіаційного числення та побудови фрактальних графів дозволить за єдиним критерієм оцінки (агрегованим інтегральним показником-індикатором масштабів розвиненості ПСР): а) репрезентувати різноспрямовані фактори впливу на темпи генерування системних ознак в межах держави до її сталого розвитку; б) зменшити вихідні виміри (до п'яти) для моделювання і здійснення розрахунків шляхом формалізації обмеженої кількості похідних елементарних потенціалів.

Таким чином, запропонований у цій статті прикладний інструментарій добору елементарного складу потенціалу сталого розвитку та кількісної оцінки вагомості впливу конститутивно-ключових, на сучасному історичному етапі розвитку національного господарства,

регресорів (зі складу стратегічного потенціалу України) дозволить:

а) обґрунтувати перелік об'єктів локалізації зусиль задля генерування ознак до сталого розвитку;

б) побудувати адекватну систему оцінювання – прогнозування потенціалу сталого розвитку, в межах якої передбачити інкорпорацію до узагальненої моделі розв'язок задач щодо залучення до управління сталим розвитком чинників: макросистемної еволюції національної економічної системи; забезпечення надійності та органічності функціонування української економіки та її резистентності до загроз і ризиків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Національна парадигма сталого розвитку України: Препринт [Текст] / [О. М. Алимов, І. К.. Бистряков, В. В. Микитенко, М. А. Хвесик та ін.] / За заг. ред. д.т.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К. : Державна установа «Інститут природокористування та сталого розвитку НАН України», 2012. – 72 с.
2. Микитенко В. В. Формування багаторівневої системи показників-індикаторів ідентифікації сталого розвитку [Текст] / В. В. Микитенко // Український соціум: наука-освіта-виробництво : збірник наукових праць. / [О. М. Алимов, В. Ю. Бугай, С. М. Шкарлет, В. Ю. Худолей та ін.] ; за ред. д.е.н., проф. В. В. Микитенко. – Вип. 1. – Київ, МНТУ ім. ак. Ю. Бугая, Асоціація ТЕКУ, Вид-во ПП Вишемирський В. С., 2012. – 344 с. – С. 30-36.
3. Алимов О. М. Стратегічний потенціал – сукупні можливості національної економіки по досягненню цілей збалансованого розвитку [Текст] / В. В. Микитенко, О. М. Алимов // Продуктивні сили України. науково-теоретичний економічний журнал. – К. : Вид-во РВПС НАН України, 2006. – № 1. – С. 135-151.
4. Микитенко В. В. Макросистемна еволюція української економіки : монографія [Текст] / Данилишин Б. М., Микитенко В. В. – У 2 т. – Т. 2. – К. : РВПС України НАН України, Вид-во ЗАТ «Нічлава», 2008. – 210 с.
5. Демешок О. О. Економічна безпека промисловості: цільовий функціонал та технології управління : монографія / В. В. Микитенко, О. О. Демешок; за наук. ред. д. е. н., проф. Микитенко В. В. – К. : ДУ ІЕПСР НАН України, МНТУ ім. Ю. Бугая, 2012. – 650 с.
6. Институциональная архитектоника и динамика экономических преобразований : монография [Текст]/ Под ред. доктора экон. наук А. А. Гриценко. – Ин-т экономики и прогнозирования НАН Украины. – Харьков : Издательство «Форт», 2008. – 928 с.
7. Милованов В. П. Неравновесные социально-экономоческие системы: синергетика и самоорганизация : монография. [Текст]/ В. П. Милованов. – М. : Изд-во УРСС, 2006. – 264 с.
8. Грущанский В. А. Эффективность проектируемых элементов сложных сис-тем : монография [Текст] / Ильичев А. В., Волков В. Д., Грущанский В. А. – М. : Изд-во Высшая школа, 1992. – 457 с. – С. 82-86.
9. Сергеева Л. Н. Нелинейная экономика: модели и методы : монография [Текст] / Л. Н. Сергеева. – Запорожье : Изд-во Полиграф, 2007. – 218 с.

УДК 658.14:332.1

Демченко О.Г.
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економічної теорії,
Херсонський державний університет

КРЕДИТНО-ФІНАНСОВІ ЧИННИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

CREDIT AND FINANCIAL FACTORS OF BUSINESS ACTIVITY REGULATION

АНОТАЦІЯ

Фінанси підприємницьких структур відіграють важливу роль у структурі фінансових взаємозв'язків ринкового господарства. Одним із пріоритетних завдань державної політики є розробка та подальше вдосконалення механізмів сприяння ефективному формуванню та використанню фінансів малого підприємництва.

Ключові слова: ринкове господарство, підприємництво, фінанси підприємницьких структур, фінанси малого підприємництва.

АННОТАЦИЯ

Финансы предпринимательских структур играют важную роль в структуре финансовых взаимосвязей рыночного хозяйства. Одним из приоритетных заданий государственной политики является разработка и дальнейшее совершенствование механизмов содействия эффективному формированию и использованию финансов малого предпринимательства.

Ключевые слова: рыночное хозяйство, предпринимательство, финансы предпринимательских структур, финансы малого предпринимательства.

ANNOTATION

The finance of enterprises plays the important role in the structure of market connections. One of the main goals of state policy is development and modernization of assistant mechanisms of effective formation and using small enterprise finance.

Key words: market enterprise, entrepreneurship, finance of enterprise, small enterprise finance.

Постановка проблеми. Створення умов розвитку та подальше вдосконалення регулювання підприємницької діяльності неможливе без поглибленого вивчення теоретичних та методичних аспектів і особливостей формування й використання його фінансових ресурсів. Особливо актуальною і недостатньо опрацьованою ця проблема є в умовах пошуків сучасних важелів регулювання малого підприємництва на Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В наукових працях О. М. Бандури, М. Я. Коробова, П. І. Орлова, К. Я. Петрова [1], І. В. Зятковського [2], В. О. Меца [3] та інших розроблено теоретико-методологічні засади аналізу суті та особливостей формування і використан-

ня фінансових ресурсів підприємств. Проблеми дослідження фінансової стійкості та ліквідності підприємств опрацьовувалися, зокрема Н. В. Бучасом [4], Ю. Журавльовою [5], А. Бондарєвою [6], О. В. Мицаком [7]. Підходи, запропоновані В. Г. Федоренко, С. В. Проходою, В. І. Чепіногою [8], А. П. Пахомовим [9], Е. Мнихом [10] та іншими, адаптовані до рівня оцінки фінансового-економічного стану підприємства.

Постановка завдання. Дослідити суть та особливості, фінансів підприємницьких структур, здійснити класифікацію фінансів малого підприємництва відповідно до джерел їхнього формування, визначити сукупність форм і методів їх формування та використання в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Подальший динамічний розвиток малого підприємництва значно сприяє загальноекономічному зростанню. Однак його активність стримується фінансовими бар'єрами. Основним джерелом інвестицій поки що залишаються власні фінансові ресурси суб'єктів малого підприємництва та сімейні позики. Банківські кредити використовуються обмежено через великі процентні ставки, а також через те, що немає гарантій для банків (у вигляді застав або високоліквідних активів).

У країнах з ринковою економікою фінанси є головним економічним інструментом втручання у процеси розширеного відтворення, розподілу й перерозподілу сукупного суспільного продукту. Вони є специфічною формою руху виробничих відносин, підсистемою економічного базису. Фінанси як система економічних відносин об'єктивно поділяються на дві сфери: державні фінанси і фінанси підприємств (підприємницьких структур).

Фінанси підприємницьких структур виступають складовою економічних відносин і пов'язані з формуванням, розподілом та використанням грошових доходів та фондів. Вони тісно корелюють із державними фінансами: чим вища продуктивність праці, тим більші розміри продукту, що виробляється фірмою, тим більшу його частину можна залучити до державної скарбниці. І, навпаки, чим більший обсяг прибутку, тим більш значну його частину можна спрямувати до бюджету й на розширення виробництва, тим вищою буде ефективність виробництва і врешті-решт маса самого прибутку.

Фінанси суб'єктів малого підприємництва мають важливе значення для формування фінансів держави. Виникають різноманітні прямі та зворотні зв'язки між макрорівнем та численними мікрорівнями фінансів господарських одиниць. Суб'єкти малого підприємництва сплачують державі та місцевим органам влади податки, у свою чергу, держава надає їм прямі та непрямі субсидії, здійснює непрямі заходи, що сприяють розвитку підприємництва.

У структурі фінансових взаємозв'язків ринкового господарства фінанси підприємницьких структур, зокрема малого підприємництва, відіграють важливу роль, тому що вони обслуговують головну ланку суспільного виробництва, де створюються матеріальні та нематеріальні блага і формується визначальна маса фінансових ресурсів країни, їм властиві, з одного боку, риси, що характеризують економічну природу фінансів у цілому, а з іншого – особливості, зумовлені функціонуванням фінансів у підприємницьких структурах.

Незважаючи на відмінності у видах діяльності, фінанси суб'єктів малого підприємництва мають однакові принципи організації:

- жорстка централізація фінансових ресурсів, що забезпечує швидку маневреність ними, їхню концентрацію на головних напрямах підприємницької діяльності;

- фінансове планування, що визначає на перспективу всі надходження грошових коштів суб'єктів господарювання та основні напрями використання їх;

- формування фінансових резервів, що забезпечують сталу (стійку) роботу в умовах можливих коливань ринкової кон'юнктури;

- безумовне використання фінансових зобов'язань перед партнерами [11].

Початкове формування ресурсів малого підприємництва відбувається під час заснування підприємств, коли утворюється статутний фонд. Його джерелами, залежно від організаційно-правових форм господарювання, є: пайові внески, акціонерний капітал, надходження від асоціацій. Статутний фонд характеризує обсяг грошових коштів (основних і оборотних), інвестованих у процес виробництва, де функціонують основні й оборотні фонди.

У 2011 році вартість основних виробничих фондів малих підприємств становила 5,8% від загальної вартості виробничих основних засобів, тоді як у 2010 році цей показник досягав лише 2,2%. Вартість оборотних коштів у запасах товарно-матеріальних цінностей у 2011 році становила 4,2% від загальної вартості оборотних коштів [12].

Організація фінансових відносин суб'єктів малого підприємництва базується на формуванні й русі фінансових ресурсів цих суб'єктів, ефективному використанні їх. На жаль, вітчизняна економічна наука до цього часу ще не має загальноприйнятої позиції щодо визначення понять «фінанси підприємницьких структур»; «фінансові ресурси». О. Д. Василик зазначає, що «…фінанси підприємницьких структур – це різноманітні фонди фінансових ресурсів, які створюються і використовуються на цілі здійснення виробництва і реалізації продукції, робіт і послуг в різних галузях економіки» [13]. За визначенням М. Я. Коробова, «…фінансові ресурси підприємств – це грошові фонди цільового призначення, які формуються у процесі розподілу і перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту, національного доходу й використовуються у статутних цілях підприємств» [14].

На нашу думку, фінансові ресурси підприємницьких структур – це грошові доходи та надходження, що перебувають у розпорядженні суб'єктів господарювання і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат на розширене відтворення й економічне стимулювання працівників. Формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок власних та прирівняних до них коштів, мобілізації ресурсів на фінансовому ринку й надходження грошових коштів від фінансово-банківської системи у порядку перерозподілу.

Таким чином, фінансові ресурси підприємницьких структур можна поділити на три групи відповідно до джерел їхнього формування. До першої групи слід віднести доходи та надходження, які утворюються за рахунок власних та прирівняних до них коштів. Доходи: прибуток від основної діяльності; прибуток від виконаних науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт та інші цільові доходи; прибуток від фінансових операцій; прибуток від будівельно-монтажних робіт, які виконуються господарським способом; інші види доходів. Надходження: амортизаційні відрахування; виручка від майна, що вибуло; непоточні пасиви; цільові надходження (плата за утримання дітей тощо); мобілізація внутрішніх ресурсів у будівництві; пайові та інші внески членів трудового колективу; інші види надходжень.

До другої групи належать кошти, які мобілізуються на фінансовому ринку, а саме: продаж власних акцій, облігацій та інших видів цінних паперів, а також кредитні інвестиції.

До третьої групи слід віднести надходження коштів від фінансово-банківської системи в порядку перерозподілу. До таких джерел належать: фінансові ресурси, що формуються на пайових засадах; страхове відшкодування ризиків; фінансові ресурси, що надійшли від концернів, асоціацій тощо; дивіденди та проценти за цінні папери інших емітентів; бюджетні субсидії; інші види ресурсів.

У 2012 році фінансові ресурси малих підприємств порівняно з попереднім роком збільшились майже на 40%.

Якщо розглянути роль фінансів малого підприємництва в народному господарстві, зокрема за балансовим прибутком, то видно, що питома вага балансового прибутку малих підприємств у 2012 році в торгівлі та громадському харчуванні становить 44,1%, у побутовому обслуговуванні населення – 40,3%, в постачанні та збуті – 19,7%, в будівництві – 16,4%. У цілому балансовий прибуток малих підприємств становить лише 7,8% від загального балансового прибутку галузей народного господарства4. У 2012 році балансовий прибуток малих підприємств значно зріс. Разом з тим частка фінансових ресурсів малих підприємств у валовому внутрішньому продукті щороку скорочується. Скорочується також частка фінансових ресурсів малих підприємств у загальних фінансових ресурсах держави [12, с. 55].

Така динаміка співвідношення цих показників надзвичайно деструктивно впливає на розвиток суб'єктів малого підприємництва, спричинює механічне руйнування фінансових пропорцій, що сформувалися між господарськими суб'єктами в попередній період, створює кризу платежів, а також призводить до подальшої тінізації економіки.

У ринкових відносинах суб'єкти малого підприємництва мусять грамотно оцінювати фінансовий стан свого підприємства, фінансову ситуацію в народному господарстві країни в цілому. Інакше вони не зможуть прийняти правильних управлінських рішень у цій сфері, і їхні шанси на успіх у конкурентній ринковій боротьбі залишатимуться мінімальними.

Основними напрямами державної політики щодо кредитно-фінансових чинників регулювання малого підприємництва на найближчу перспективу, на нашу думку, мають бути: створення відповідної нормативно-правової бази, яка б забезпечувала ефективний розвиток підприємницької діяльності, сприяла ефективному формуванню та використанню фінансів малого підприємництва; подальший розвиток мережі фінансово-кредитних установ, інвестиційних та інноваційних фондів, страхових організацій; удосконалення механізмів оподаткування, кредитування та страхування малого підприємництва; забезпечення умов для розвитку перспективних форм фінансування малого підприємництва; розробка та впровадження механізму стимулювання комерційних банків, щодо кредитування малих підприємств, які здійснюють свою діяльність у пріоритетних напрямах; удосконалення та спрощення системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств.

Реалізація цих та інших заходів сприятиме розвитку малого підприємництва, прискоренню процесу формування та ефективного використання фінансових ресурсів цього сектору економіки.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновок про те, що, оскільки в структурі фінансових взаємозв'язків ринкового господарства фінанси підприємницьких структур, зокрема малого підприємництва, відіграють важливу роль, одним із пріоритетних завдань державної політики є розробка та подальше вдосконалення механізмів сприяння ефективному формуванню та використанню фінансів малого підприємництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бандура О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства. – К. : Либідь, 2002. – 526 с.
2. Зятковський І. В. Фінанси підприємств. – К. : Кондор, 2003. – 478 с.
3. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. – К. : Вища школа, 2009. – 397 с.
4. Бучас Н. В. Фінансова стійкість підприємств як передумова їх ефективного функціонування і розвитку // Економіка та держава. – 2005. – № 6. – С. 27–31.

5. Журавльова Ю. Класифікація зовнішніх факторів впливу та платоспроможності підприємства // Вісник КНТЕУ. – 2005. – № 4. – С. 60–68.
6. Бондарєва А. Кількісно-якісна оцінка ліквідності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. – С. 50–56.
7. Мицак О. В. Ліквідність як елемент фінансового управління діяльністю підприємства // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 62–66.
8. Федоренко В. Г., Прохода С. В., Чепінога В. І. Показники фінансової стабільності й інтенсивності використання капіталу підприємства // Фондовий ринок. – 2009. – № 19. – С. 18–22.
9. Пахомов А. П. Некоторые методы оценки фининсово-экономического состояния предприятия // Экономика и математические методы. – 2012. – № 1. – С. 57–66.
10. Мних Е., Біленька Н. Оцінка фінансового стану підприємства за умов застосування методів точкової статистичної експертизи // Бух. Облік і аудит. – 2008. – № 2. – С. 27–31.
11. Киселев А. П. Теория и практика современного бизнеса. – К. : ЛИБРА, 2010. – С. 91.
12. Козацький В. П. Окремі питання зростання доходів держави і підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 11. – С. 50–56.
13. Василик О. Д. Державні фінанси України. – К. : Вища школа, 2009. – С. 322.
14. Коробов М. Я. Фінанси промислового підприємства. – К. : Либідь, 2011. – С. 15.

УДК 330.341.1:336(77)

Драчук Ю.З.
доктор економічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу, Інститут економіки промисловості НАН України

Трушкіна Н.В.
молодший науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу, Інститут економіки промисловості НАН України

ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

LOGISTICS APPROACH TO INNOVATION STRATEGY OF OPERATION COAL ENTERPRISES

Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи Інституту економіки промисловості НАН України «Розвиток інституціонального середовища промислового виробництва з урахуванням галузевої специфіки» (№ держреєстрації 0113U004371).

АНОТАЦІЯ

Запропоновано логістичні підходи до формування та реалізації інноваційної стратегії функціонування підприємств вугільної промисловості. Визначено механізми логістичного забезпечення формування інноваційної стратегії вугільних підприємств, які відповідатимуть сучасним умовам господарювання.

Ключові слова: інноваційна стратегія, логістичний підхід, логістичне забезпечення, вугільне підприємство.

АННОТАЦИЯ

Предложены логистические подходы к формированию и реализации инновационной стратегии функционирования предприятий угольной промышленности. Определены механизмы логистического обеспечения формирования инновационной стратегии угольных предприятий, которые соответствуют современным условиям хозяйствования.

Ключевые слова: инновационная стратегия, логистический подход, логистическое обеспечение, угольное предприятие.

ANNOTATION

The paper logistical approaches to creating and implementing innovative strategies for functioning of the coal industry. The mechanisms of logistical support to the formation of an innovation strategy of coal enterprises that corresponds to modern economic conditions have been identified.

Key words: innovation strategy, logistical approach, logistical support, coal enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання вугільних підприємств актуальною залишається проблема формування та реалізації інноваційної стратегії їх розвитку з використанням маркетингових і логістичних інструментів. Це обумовлено необхідністю забезпечення зростання рівня конкурентоспроможності підприємств вугільної промисловості на основі реалізації інноваційних стратегій.

На думку вчених Національного університету «Львівська політехніка», «домінування технічного та технологічного підходів в управлінні інноваційним потенціалом промислових підприємств спричиняє недовикористання потенціалу організаційно-управлінських інновацій у стратегічному розвитку підприємства. Це обумовлює потребу в застосуванні положень і процедур системного підходу до формування інноваційного потенціалу промислових підприємств, розширенні поля досліджень інноватики сферами дистрибуції та просування інновації, розробки маркетингово-логістичної концепції інноваційного розвитку промислового підприємства» [1, с. 121; 2, с. 37].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування ефективної інноваційної стратегії розвитку вугільної промисловості знаходяться в центрі уваги науковців. Дослідження провідних учених є науковим підґрун-

тям для розробки пропозицій щодо підвищення рівня інноваційного потенціалу, формування та впровадження інноваційної стратегії модернізації вугільного виробництва. У зв'язку з цим необхідність пошуку нових підходів до формування інноваційної стратегії функціонування підприємств вугільної промисловості із застосуванням логістичного інструментарію є об'єктивною реальністю.

Постановка завдання. Таким чином, зростаюче значення здійснення інноваційної діяльності вугільних підприємств зумовили необхідність проведення подальших досліджень щодо формування та реалізації інноваційної стратегії на основі інтеграції маркетингових і логістичних підходів, які відповідатимуть сучасним умовам господарювання, що стало і метою даного дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звісно, що логістичний продукт, як відзначається в [2, с. 57], розглядається як «предмет переміщення в логістичному каналі».

Головним завданням логістичної діяльності вугільних підприємств на інноваційній основі є забезпечення їх конкурентоспроможності в інституціональному середовищі за допомогою управління потоковими процесами. Логістика є універсальним інструментом управління ланцюжком створення вартості [3, с. 98]. Це дозволяє скоординувати та оптимізувати матеріальні та інформаційні потоки таким чином, щоб, проходячи весь шлях, починаючи від первинного джерела сировини і закінчуючи доставкою кінцевого продукту споживачу, мати найменшу кількість втрат і збитків, які заважають створенню нової цінності. Використання логістичного підходу дозволяє матеріальні та інформаційні потоки побудувати таким чином, щоб усі функції підприємства виконувалися злагоджено, як єдине ціле.

Формування та реалізація інноваційної стратегії промислових підприємств у значній мірі залежить від розвитку інноваційного середовища, яке формується вибірково в певних географічних регіонах, тому доцільно говорити про існування і розвиток певних осередків інноваційного середовища. Особливістю інноваційного середовища є його здатність генерувати синергію, тобто додана вартість отримується не тільки з кумулятивного ефекту від діяльності суб'єктів, які функціонують у середовищі, а й з їх взаємодії між собою [4, с. 103-104].

Як зазначають О.Б. Мних та О.С. Костюк, «стосовно стратегії інновацій необхідно виходити з того, що формулювання стратегії підприємства – це насамперед пошуки інновацій. Оскільки логістика є однією із сфер діяльності підприємства, то концентрація уваги на ній може принести певні переваги на ринку у формі тимчасової чи часткової монополістичної позиції: логістичні рішення стосовно нових виробів (нові логістичні продукти), географічних ринків, постачальників... Стратегія логістичного (інтегрованого) ланцюга поставок як концепція сучасного логістичного управління дозволяє досягнути інтеграції і кооперації учасників ланцюга поставок, скоротити загальний цикл та загальні витрати» [5, с. 60].

На думку М.Г. Білопольського, «основна увага в інноваційному управлінні підприємством повинна приділятися виробленню стратегії інновації та заходів, спрямованих на їх реалізацію. Розробка і поширення інновацій є пріоритетним напрямом стратегії підприємства, оскільки визначає всі інші напрями її розвитку. Особливістю сучасного етапу розвитку інноваційної діяльності підприємств є створення підрозділів, які поєднують процес дослідження і виробництва. Це припускає наявність тісного зв'язку всіх етапів циклу «наука – виробництво». Створення цілісних науково-виробничо-збутових систем об'єктивно закономірно обумовлено науково-технологічним прогресом і потребами ринкової орієнтації підприємств» [6, с. 127].

Інноваційна стратегія – це «суперстратегія (надстратегія), яка визначає зміст усіх інших стратегій підприємства. Вона має орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації на підприємстві та навколо нього, а також стосуватися прийняття рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій» [7, с. 46].

Згідно з цією парадигмою, стратегія інновацій – це «логічна система орієнтації підприємства на пропонування інновацій (а на більш глибинному рівні – на інвестиції в інновації) за різними факторами... Вона визначає напрями, сприятливі умови і можливості для інноваційного процесу та інноваційної діяльності на підприємстві з метою сприяння розвитку та отримання ефективного результату» [7, с. 47].

Інноваційна стратегія підприємства має такі складові [8, с. 37]:

- ринкова, яка визначає ринкову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (ринкову спрямованість інновацій на підприємстві), – спрямування інновацій щодо новизни, географічного аспекту, масштабу ринку, позицій на ринку, можливостей впливу підприємства на ринку;

продуктова (товарна), що визначає продуктову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (продуктову спрямованість здійснення інновацій на підприємстві), – стратегія вдосконалення традиційного продукту, стратегія розробки та виготовлення нових видів продукції;

процесова, яка визначає процесову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (спосіб здійснення інноваційного розвитку підприємства), – стратегія розробки новацій та їх упровадження на підприємстві; стратегія розробки новацій, їх упровадження на підприємстві з одночасного продажу права на їх використання іншим суб'єктам господарювання; стратегія розробки новацій підприємством та

видачі ліцензій іншим підприємствам на їх використання без власного використання; стратегія продажу патентів іншим підприємствам на певні види інноваційної продукції;

конкурентна, що визначає спрямованість інноваційного розвитку (забезпечення) конкурентоспроможності підприємства, – інноваційна стратегія орієнтації на диференціацію; стратегія першочергової орієнтації на мінімізацію витрат на виготовлення продукції за рахунок впровадження певних технологічних інновацій; інноваційна стратегія орієнтації на оптимізацію витрат; інноваційна стратегія орієнтації на інше співвідношення рівня собівартості, якості та асортименту продукції;

ресурсна, яка визначає спрямованість інноваційного ресурсного забезпечення конкурентоспроможності підприємства, – стратегія орієнтування на інноваційні матеріальні, трудові ресурси, інноваційні технології, використання комбінації інноваційних ресурсів.

Основу вироблення інноваційної стратегії становлять теорія життєвого циклу продукції, ринкова позиція підприємства та науково-технологічна політика. Виділяють такі типи інноваційних стратегій [9, с. 76]:

- наступальна – характерна для підприємств, які ґрунтують свою діяльність на принципах підприємницької конкуренції; вона властива малим інноваційним підприємствам;

- оборонна – спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції підприємства на вже наявних ринках; її головна функція полягає в активізації співвідношення «витрати / результат» в інноваційному процесі, що вимагає значних НДДКР;

- імітаційна – використовується підприємствами, що мають сильні ринкові та технологічні позиції, а також які є піонерами у випуску на ринок тих чи інших нововведень.

Головне завдання інноваційної діяльності вугільних підприємств на основі використання маркетингових і логістичних інструментів пов'язано з забезпеченням їх конкурентоспроможності в інституціональному середовищі за допомогою управління потоковими процесами. При формуванні інноваційної стратегії розвитку вугільного підприємства має використовуватися науково обґрунтована концепція модернізації підприємства, яка враховує особливості інноваційної діяльності підприємства, його положення на ринку та вплив чинників зовнішнього середовища.

Рядом науковців запропоновано застосування кластерного підходу до формування інноваційної стратегії розвитку вугільної галузі. Вони стверджують, що «кластерний підхід як альтернатива традиційній галузевій, промисловій політиці є ефективним інструментом підвищення конкуренто-спроможності та інвестиційної привабливості території. Міжнародний досвід формування й розвитку регіональних кластерів демонструє ефективність такого підходу. Наприклад, частка ВВП США, виробленого в кластерах, складає 61% » [10, с. 15].

До переваг створення вугільного кластеру можна віднести [10, с. 18]:

- забезпечення збалансованості попиту і пропозиції за рахунок реалізації цільової програми діяльності, що охоплює споживачів, виробників і постачальників;

- зниження собівартості вугілля за рахунок збільшення видобутку шляхом оновлення основних фондів (модернізація і заміна застарілого устаткування, механізація лав), а також закупівлі устаткування напряму у виробників;

- можливість придбання устаткування в лізинг через банки;

- поліпшення якості вугілля за умови співпраці зі збагачувальними фабриками;

- зниження витрат на електроенергію на умовах бартеру;

- збільшення прибутку внаслідок підвищення цін на вугілля, за умови невтручання держави в цінову політику;

- реалізація інтеграційних бізнес-можливостей і масштабних, і малих підприємств та фірм різних форм власності, що працюють для досягнення єдиної мети – виробництво та збут у необхідній кількості якісного вугілля для споживачів;

- можливість злагодженої роботи в межах економічного компромісу та взаємодії конкуруючих суб'єктів господарської діяльності;

самофінансування учасників кластеру та створення стабільних робочих місць тощо.

Оскільки ключовим елементом концепції інноваційного розвитку є ланцюг створення вартості як для споживача, так і для самого підприємства, активне застосування маркетингових і логістичних підходів, які розширюють можливості створення споживчої цінності інновації, дозволяє отримувати конкурентні переваги та формувати сегмент лояльних споживачів інноваційної продукції.

Маркетингове забезпечення формування інноваційної стратегії розвитку вугільних підприємств дозволяє налагодити необхідний рівень комунікації із споживачами вугільної продукції, виявляти їхні потреби ще на етапі створення інновації, що сприяє виходу на ринок саме з тією інновацією, на яку існує або може бути сформований попит відповідного рівня якості та обслуговування.

Маркетингові дослідження ринків вугільної продукції дають можливість виявити незадоволені потреби споживачів і генерувати ідею інновації. Добір відповідних складових комплексу маркетингу сприятиме адаптації розробленої інновації до потреб ринку.

Формування ринкового попиту на нововведення обумовлює необхідність застосування таких маркетингових прийомів, як активна збутова діяльність вугільних підприємств та просування нововведення на етапі виходу на ринок.

Роль логістичного забезпечення формування інноваційного потенціалу вугільного підприємства полягає у забезпеченні логістичної придатності інновації, а саме: відповідності вимогам логістичного управління, забезпеченні ефективності інноваційної діяльності підприємства на основі мінімізації витрат ресурсів і часу, формуванні партнерських стосунків з постачальниками матеріальних ресурсів і споживачами на основі логістичних ланцюгів.

Логістична концепція розширює корисні властивості інновацій логістичною придатністю, що дозволяє значно скоротити витрати на придбання матеріальних ресурсів, опрацювання замовлень, обслуговування споживачів інноваційної продукції.

Логістичний підхід дає змогу розробити чітку інноваційну стратегію розвитку вугільного підприємства, яка має відповідати головній меті їх функціонування, за такими основними етапами (рис.):

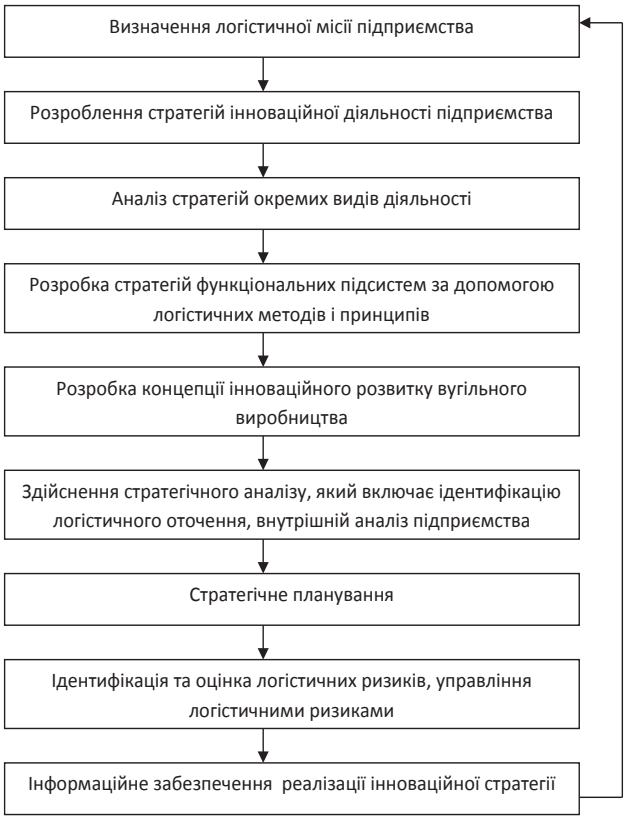


Рис. Логістичний підхід до формування інноваційної стратегії розвитку вугільного підприємства

Логістичне забезпечення формування інноваційної стратегії підприємств вугільної промисловості можливе при реалізації таких механізмів: зосередження значних ресурсів у стратегічно важливих видах інноваційної діяльності; реінжиніринг бізнес-процесів для логістичного забезпечення реалізації інноваційної стратегії; удосконалення інформаційної системи забезпечення логістичних бізнес-процесів; бюджетування та економічна оцінка інноваційної стратегії; формування корпоративної культури відповідно до обраної інноваційної стратегії; ув'язування системи мотивації та стимулювання з досягненням стратегічних цілей; інтеграція діяльності вугільних підприємств з іншими підприємствами у кластери; диверсифікація виду діяльності; адаптація структури управління вугільними підприємствами з орієнтацією на логістичні бізнес-процеси.

Висновки. Доведено існування зв'язку між впровадженням технологічних інновацій на вугільних підприємствах та розміром логістичних витрат, а також необхідність участі менеджерів з логістики в розробці інновацій. Фахівці з логістики мають забезпечувати виробничий відділ вугільного підприємства даними щодо логістичних витрат, які будуть виникати при дистрибуції кожного з альтернативних варіантів інновації, а також витрат на матеріально-технічне забезпечення впровадження цих інновацій та їх обслуговування. Використання логістичних підходів і принципів на кожному з етапів розробки та створення інновацій дозволяє створювати логістично придатні інновації з високою споживчою цінністю.

На сучасному етапі важливою є орієнтація господарської діяльності вугільних підприємств на інноваційний тип розвитку, формування та використання інноваційного потенціалу підприємств. Ефективне рішення даної проблеми для досягнення стійких конкурентних переваг, максимізації показників прибутковості та підвищення рівня обслуговування споживачів потребує наявності дієвого логістичного забезпечення ринкових можливостей, технологічної модернізації підприємства.

Впровадження логістичних підходів до формування та реалізації інноваційної стратегії функціонування вугільних підприємств сприятиме підвищенню динаміки обсягу реалізації інноваційної продукції; скороченню частки виробничої собівартості до чистого доходу за рахунок зниження витрат при впровадженні інноваційних технологій; оптимізація витрат на інноваційне забезпечення; збільшення частки ринку та рівня задоволеності споживачів; зростання кількості постійних споживачів за рахунок збільшення довгострокових договорів; підвищення рівня мотивації працівників, що залучаються в інноваційну діяльність підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чухрай Н. Інновації та логістика товарів : монографія / Н. Чухрай, Р. Патора. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2001. – 262 с.
2. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. – 315 с.
3. Линиченко Д. С. Логистические подходы к совершенствованию процессов формирования и реализации инновационного потенциала промышленного предприятия / Д. С. Линиченко // Российское предпринимательство. –

2011. – № 12. – Вып. 2 (198). – С. 97-102.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2005. – 334 с.
5. Мних О. Б. Формувапння конкурентної стратегії підприємства на засадах маркетингу та логістики / О. Б. Мних, О. С. Костюк. – С. 52-61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua. – Назва з екрану.
6. Білопольський М. Г. Пріоритетні напрями управління інноваційним потенціалом підприємств України в умовах глобалізації / М. Г. Білопольський // Науковий вісник. Фінанси, банки, інвестиції. – 2012. – № 6. – С. 126-129.
7. Ковтун О. І. інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О. І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – № 4. – С. 44-56.
8. Ковтун О. Інноваційні стратегії для вітчизняних підприємств / О. Ковтун // Економіст. – 2012. – № 11. – С. 31-38.
9. Захарченко В. І. Державна підтримка інноваційної діяльності промислових підприємств / В. І. Захарченко, М. М. Меркулов, Л. Д. Глущенко // Прометей. – 2013. – № 1. – С. 73-81.
10. Заречнєв А. М. Кластерний підхід в інноваційній стратегії розвитку вугільної галузі України / А. М. Заречнєв, В. О. Ланговой, Г. В. Обоянцева // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 15-18.

УДК 332.14

Іртищева І.О.
доктор економічних наук, професор,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Стройко Т.В.
кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОЛІБЕРАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

FORMATION OF STATE INVESTMENT POLICY OF UKRAINE IN CONDITIONS OF NEOLIBERAL MODEL GLOBALIZATION

АНОТАЦІЯ

У статті розроблено основні концептуальні засади формування державної інвестиційної політики України в умовах неоліберальної моделі глобалізації. Досліджено основні проблеми сучасної інвестиційної політики, розроблено напрями удосконалення концепції державної інвестиційної політики з урахуванням глобальних викликів та загроз.

Ключові слова: державна інвестиційна політика, глобалізація, концепція, інвестиції.

АННОТАЦИЯ

В статье разработаны основные концептуальные основы формирования государственной инвестиционной политики Украины в условиях неолиберальной модели глобализации. Исследованы основные проблемы современной инвестиционной политики, разработаны направления совершенствования концепции государственной инвестиционной политики с учетом глобальных вызовов и угроз.

Ключевые слова: государственная инвестиционная политика, глобализация, концепция, инвестиции.

ANNOTATION

In the article the basic are worked out conceptual principles of forming of public investment policy of Ukraine in the conditions of neoliberal model of globalization. The basic problems of modern investment policy are investigational, directions of improvement of conception of public investment policy are worked out taking into account global calls and threats.

Key words: public investment policy, globalization, conception, investments.

Постановка проблеми. Прагнення України до інтеграції у світову ринкову економіку вимагає підвищення інвестиційної активності на підприємствах усіх галузей національної економіки. Внаслідок глобалізації процесів інвестування сьогодні реалізуються фінансово-інвестиційні схеми, у яких задіяні практично всі учасники ринку – фізичні особи, корпорації, уряди, міжнародні організації. В результаті не тільки істотно коригується інвестиційна практика, а й певним чином дискредитується традиційна інвестиційна теорія. Посилення глобалізаційних процесів, тенденції інтернаціоналізації виробництва, лібералізації зовнішньої торгівлі роблять інвестиційне забезпечення головною рушійною силою світового економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок в дослідженнями даної проблеми внесли такі вітчизняні вчені економісти, що досліджували проблеми інвестиційного розвитку в умовах глобалізації, серед них О. Білорус, А. Гальчинський, Т. Козлова, Ю. Пахомов, С. Циганов, А. Філіпенко та інші. Ними обґрунтовано основні теоретико-методологічних та практичних аспектів формування та розвитку соціальної інфраструктури.

Метою статті є розробка основних концептуальних положень державної інвестиційної політики України в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційний потенціал України характеризується високою неоднорідністю, тому інвестиційну політику необхідно проводити виходячи з можливостей потреб розвитку кожного регіону, обов'язково враховуючи сучасні виклики глобалізації. Зокрема, Т. Козлова виокремлює такі прояви глобалізації: інтелектуалізація господарської діяльності з різким зростанням ролі людського капіталу; зміна технологічного укладу з домінуванням в інфраструктурі господарської

діяльності та виробничих процесах інформаційно-комунікаційних систем; руйнування приватної власності через посилення значущості нематеріальних факторів виробництва; відносне знецінювання традиційних технологій та індустріальних комплексів; формування верхнього наднаціонального поверху економічної піраміди глобальної економіки, де ключовими гравцями є розвинуті країни, ТНК і МФО [1, с. 370-376].

Найбільш актуальним, на сьогодні вважаємо підходи А. Гальчинського, який розглядає глобалізацію як планетарний механізм, що органічно поєднує в собі комунікаційний інструментарій взаємодії, з одного боку, Людини з Людиною, а з другого – Людини і людства взагалі з природою і біосферою [2, с. 17].

В Україні існує ряд найперспективніших галузей економіки, зокрема гірничодобувна галузь, сільське господарство, хімічна промисловість та металургія, які є найперспективнішими для залучення капіталовкладень в умовах глобалізації. Пріоритетними напрямами для залучення й підтримки стратегічних інвесторів можуть бути ті, де Україна має традиційні виробництва, володіє необхідним ресурсним потенціалом і формує значну потребу ринку у відповідній продукції: тракторо-, комбайно-, авіа- та ракетобудування, нафто-, газовидобування, замкнений цикл виробництва для АЕС, розвиток енергогенеруючих потужностей, переробка сільськогосподарської продукції, транспортна інфраструктура, виробництво легкових та вантажних автомобілів, запровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій.

Для обґрунтування концептуальних основ формування державної інвестиційної політики розвитку аграрної сфери слід навести аналіз інвестиційної значущості галузей України (табл. 1).

Сьогодні глобалізація сприяє прискореному розвитку продуктивних сил, науково-технічному прогресу, зростанню інтенсивності у взаємовідносинах між економіками країн. Глобалізація дає комплексний ефект в сучасних умовах, комбінуючи такі фактори, як іноземний капітал, нові технології, інтеграційні можливості і вихід на світові ринки, а саме світовий ринок технологій.

Оцінюючи ефективність інвестиційного забезпечення виробництва в умовах посилення глобалізаційних процесів, слід зазначити, що, в свою чергу, це сприяє розвитку міжнародних відносин, стабільності зовнішньоекономічних та зовнішньополітичних зв'язків, зміцненню внутрішнього виробничого потенціалу країни, що є необхідною умовою розвитку будь-якої економіки.

Найбільш привабливими для іноземних інвесторів були високодохідні види економічної діяльності: фінансова діяльність (особливо в умовах швидких темпів розвитку кредитного ринку), переробна промисловість, операції з нерухомістю, торгівля та будівництво. При цьому, розглядаючи вплив прямих іноземних інвестицій, варто звернути увагу, що значна частина іноземного капіталу в останні роки була спрямована на придбання вже існуючих активів, а не на створення нових виробництв, які могли б виробляти конкурентоспроможну продукцію на вітчизняних підприємствах.

З метою поліпшення економічної ситуації та створення сприятливого інвестиційного клімату було б доцільно створити в Україні єдину базу даних щодо всіх підприємств (включаючи сферу середнього та малого бізнесу), яка б надавала конкретну інформацію про можливості інвестування в Україні разом з пропозиціями конкретних проектів і пошуком потенційних партнерів.

Таблиця 1

Аналіз інвестиційної значущості галузей України

		Довгострокова привабливість	
		Висока	**Між низькою та середньою**
Відносна конкурентна перевага	Висока	Перспективні галузі, які потребують інвестицій для модернізації вітчизняних виробничих потужностей	Галузі з високим рівнем зрілості, що генерують значні ресурси для економічного розвитку і національного інвестування
		Металургія, переробка с.-г. продукції, машинобудування	Добувна галузь (нафта, газ, мінерали), хімічна промисловість
		Інвестиційна стратегія: досягнення провідних позицій на ринках, що розвиваються	Інвестиційна стратегія: запровадження новітніх технологій із забезпеченням тривалих капіталовкладень
	Між низькою та середньою	Перспективні галузі, що діють в умовах жорсткої конкуренції інших великих ринків	Галузі з низькою конкурентною перевагою, що потребують постійних субсидій для отримання доходів
		Фінанси, аграрний сектор, харчова промисловість, транспорт, логістика, електроенергетика	Туризм, фармацевтична індустрія та медицина, нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації
		Інвестиційна стратегія: зниження залежності від альтернативного імпорту	Інвестиційна стратегія: надання державної підтримки, модернізація виробництва для покращення конкурентних переваг

Джерело: [3]

При цьому слід пам'ятати, що приплив іноземних інвестицій у країну означає прискорення довгострокового економічного зростання лише за умови їх раціонального використання. Тому перед урядом постає короткострокове макроекономічне завдання – управління інтенсивними надходженнями іноземної валюти. Різке збільшення її обсягів може призвести до швидкого зростання обсягів кредитів, підвищення цін на внутрішні активи і надалі – стимулювання інфляційних процесів, що підтверджуються кризами на глобальних фінансових ринках.

Іноземні інвестиції, що були вкладені в економіку України, головним чином були спрямовані на підтримку та розширення вже існуючих виробництв, а не в інноваційне оновлення технологічних процесів. Про це свідчить розподіл інвестицій згідно із структурою промислового потенціалу України за технологічними укладами (табл. 2).

Близько 75% усіх інвестиційних коштів спрямовується на виробництва із низьким технологічним рівнем (III уклад), при цьому на їх модернізацію та технічне переозброєння було спрямовано більше 80% загального обсягу інвестицій цього типу. Лише менше 0,5% інвестицій були освоєні підприємствами, що належать до VI технологічного укладу та використовують найсучасніші технології виробництва.

Таблиця 2

Відтворювальна структура промислового потенціалу України за технологічними укладами

(у % до загального обсягу)

Технологічний уклад	Промислова продукція	Фінансування НТР	Інноваційні витрати	Інвестиції	Інвестиції у модернізацію та технічне переозброєння
III	57,59	6,86	29,55	74,67	82,51
IV	38,18	69,47	61,16	20,38	10,88
V	4,19	23,55	8,64	4,52	6,56
VI	0,04	0,12	0,64	0,43	0,04

Джерело: [4, с. 69]

Відсутність інвестицій у нове високотехнологічне виробництво (у виробництво V та VI технологічного укладу в Україні було спрямовано менше 5% загального обсягу інвестицій) також зумовила неспроможність вітчизняного виробника адекватно відповісти на зростання внутрішнього споживчого попиту населення. Наслідком цього стало стрімке зростання імпорту споживчих товарів.

Економічне зростання в Україні є переважно відновлюваним та екстенсивним. Для виробництва продукції використовувалися існуючі виробничі потужності традиційних секторів економіки, тоді як нові високотехнологічні виробництва не створювалися. Це пояснюється переважанням у структурі джерел інвестування власних коштів підприємств, тоді як кредити, незважаючи на поступове зростання їх частки у структурі джерел інвестицій, так і не змогли забезпечити створення нових видів виробництва, а фондовий ринок як потенційне джерело капіталу для новостворених підприємств так і залишався нерозвиненим.

Основними напрямами реалізації конкурентних переваг внутрішнього ринку України могли б стати наступні:

- «зелене» сільське господарство;
- інтелектуальне виробництво;
- транзитна функція.

Стимулювання розвитку за цими напрямами дозволить не лише реалізувати конкурентні переваги внутрішнього ринку України, але й матиме суттєвий кумулятивний ефект для розвитку інших секторів економіки, які дозволять реалізувати конкурентні переваги нашої країни на зовнішньому ринку.

Державна інвестиційна політика України повинна спрямовуватись на сталий розвиток галузей народного господарства на інвестиційно-інноваційній основі, забезпечення продовольчої безпеки країни, нарощування експортного потенціалу, застосування узгоджених з нормами СОТ механізмів захисту вітчизняного ринку, створення умов для повноцінного розвитку інфраструктурних елементів. Прикметою сучасної національної економіки є нестача інвестиційних ресурсів, необхідних для проведення структурної перебудови галузі, існують проблеми залучення зовнішніх джерел фінансування, особливо іноземних інвестицій. Відповідно, сьогоднішній стан справ в економіці вимагає системного підходу, основою якого повинні стати обґрунтування та розробка концепції формування державної інвестиційної політики розвитку галузі.

В умовах нестабільності та безсистемності макроекономічних перетворень особливого значення набуває оптимально обраний концептуальний підхід до обґрунтування напрямів розвитку державної інвестиційної політики. Концепція повинна враховувати правила, які диктують державні органи, визначати основні напрями перетворень в рамках нормативно-законодавчого забезпечення країни. У загальній структурі концепції визначаються цілі, завдання щодо їх досягнення, механізм виконання і обсяги реального фінансування. Таким чином, метою створення концепції державної інвестиційної політики повинна стати розробка системних механізмів управління, які можуть швидко реагувати на можливі зміни ситуації у суспільстві. Зокрема, вчений С. Раєвський вважає, що розробка і реалізація концепції базується на таких аспектах, як оцінка досягнутого рівня і особливостей соціально-економічного розвитку, розробці сценаріїв структурної перебудови господарства, а також стратегії адаптації до нової системи міжрегіональних зв'язків і взаємозалежності; виборі і обґрунтуванні напрямів перспективного розвитку регіонів та галузей, що

залежать від розроблених сценаріїв, які враховують спеціалізацію регіонального виробництва [5, с. 18].

Концепція інвестиційного розвитку повинна включати загальне уявлення про стратегічні цілі та пріоритети, економічну політику держави та її найважливіші напрями, засоби реалізації визначених цілей. Тому Концепція державної інвестиційної політики повинна цілеспрямовуватися на формування якісно нової структури економіки, яка б забезпечувала ефективні методи мобілізації загальнодержавної інвестиційної політики. Це забезпечило б структурно-технологічну збалансованість виробництва, що допоможе подолати диспропорції у розвитку міжгалузевих і міжрегіональних господарських комплексів та окремих галузей.

Стратегічне планування повинно стати системним процесом, який ініціюється і підтримується, насамперед, політичною владою і економічними товариствами. Стратегічне планування сьогодні виступає як функція стратегічного проектного менеджменту і стає одним з головних інструментів державного управління. Також стратегія розвитку держави та регіонів не повинна бути адміністративним регламентом, директивою, яка доводиться зверху. Вона повинна узгоджуватися між органами виконавчої влади, комерційними структурами і різними громадськими організаціями та являти собою багатовекторну домовленість на здійснення конкретних заходів щодо підвищення ефективності спільної діяльності у різних сферах соціально-економічного розвитку регіонів. Зазначені у стратегії цілі і завдання повинні бути стратегічно важливими більшою мірою для населення регіону, ніж для органів влади.

Сьогодні Міністерство економіки концентрує свою діяльність у двох напрямах: на підтримці сприятливого середовища для інвестицій, яка передбачає мінімізацію ризиків та напрацювання законодавчих норм для забезпечення стабільної роботи як національних, так і іноземних інвесторів; на аналізі, прогнозуванні та акумулюванні інвестиційних ресурсів з усіх реально можливих джерел.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В умовах глобалізації та динамічної швидкості поширення інформації необхідно досліджувати, як здійснювати інформаційне забезпечення процесу інвестування. Інформація, яка може бути доступною, повинна сприяти визначенню проблем, удосконаленню методів роботи, впровадженню нової техніки, зменшенню витрат і підтримці потужностей, ефективному позиціонуванню, вдалій співпраці з іншими суб'єктами економіки та створенню інвестиційно-привабливого середовища на підприємствах. Оскільки цей чинник впливу сьогодні сформульований переважно лише у комплексі з іншими, то перспективою для подальшого дослідження є формування інформаційного забезпечення джерел фінансових ресурсів та договірних відносин, що потребує аналізу сучасного стану підприємств та їх оточення.

Таким чином, до концептуальних пріоритетів розвитку інвестиційного забезпечення національної економіки слід віднести:

- розробку державної інвестиційно-інноваційної політики та стратегії на загальнодержавному і регіональному рівнях, націлених на становлення прогресивних технологічних укладів;
- формування організаційно-економічного механізму функціонування галузей економіки на інвестиційно-інноваційній основі;
- посилення ролі державних організацій в активізації інвестиційно-інноваційної діяльності;
- вдосконалення системи підготовки кадрів в галузі інвестиційно-інноваційної діяльності, що забезпечить підвищення інвестиційної активності організацій і комерціалізацію результатів наукових досліджень.

Вважаємо, що саме на державному рівні стає можливим забезпечення комплексного, довгострокового, динамічного планування розвитку інвестиційної забезпечення розвитку національної економіки в умовах глобалізації. Такий підхід надасть комплексного та системного характеру процесу створення сприятливих умов для діяльності іноземних та вітчизняних інвесторів, сприятиме вирішенню завдання збільшення обсягу інвестицій в національну економіку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Козлова Т. Л. Глобалізація економіки та сучасні трансформаційні процеси світового господарства // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – 2009. – № 15. – С. 370–376.
2. Гальчинський А. Принципи ноогенези в контексті вчення В. Вернадського // Економіка України. – 2010. – № 5. – С. 16–29.
3. Beaumont P. H. Financial Engineering Principles: a unified theory for financial product analysis and valuation. – New Jersey, John Wiley & Sons Inc. Hoboken, 2009. – 320 p.
4. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи / Жаліло Я. А., Бабанін О. С., Белінська Я. В. та ін. / за заг. ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2009. – 142 с.
5. Раевский С. В. Концептуальные основы управления процессом стабилизации и развития экономики крупного региона / С. В. Раевский. – М. : СОПС, 2004. – 112 с.

УДК 657

Кірей О.С.
кандидат економічних наук, асистент,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПЕРЕДУМОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧОГО КАПІТАЛУ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

BACKGROUND PRODUCTION CAPITAL IMPROVEMENT OF ACCOUNTING IN SMALL BUSINESS

АНОТАЦІЯ
Досліджено передумови удосконалення обліку активів малого бізнесу. Зокрема, звернуто увагу на такі аспекти фінансового обліку, як амортизація, облік нематеріальних активів, визнання в якості капіталу результатів інтелектуальної праці.
Ключові слова: бухгалтерський облік, малий бізнес, нематеріальні активи, інтелектуальний капітал, реструктуризація активів.

АННОТАЦИЯ
Исследованы предпосылки усовершенствования учета активов в малом бизнесе. В частности, обращено внимание на такие аспекты финансового учета, как амортизация и учет нематериальных активов, признание в качестве необоротных активов результатов интеллектуального труда.
Ключевые слова: бухгалтерский учет, малый бизнес, нематериальные активы, интеллектуальный капитал, реструктуризация активов.

ANNOTATION
This paper is devoted to grounding conditions improve accounting in small business. In particular, pay attention to aspects such as amortization, accounting for intangible assets, valuation of intellectual labor.
Key words: accounting, small business, intangible assets, intellectual capital, restructuring of assets.

Постановка проблеми. В умовах погіршення соціально-економічного становища в країні зростає необхідність розробки шляхів, засобів та умов для стимулювання економічної активності населення в сфері малого підприємництва. Спрямування ресурсів на розвиток малого бізнесу, забезпечення його підтримки на всіх рівнях державної влади та управління переслідує соціально-значущу мету – сформувати передумови для набуття приватною власністю якостей основного фактору політичної та соціально-економічної стабільності внутрішнього життя держави.

Створення вигідних та прозорих умов для ведення підприємницької діяльності виявило себе ефективним засобом підвищення добробуту економічно активного населення в практиці багатьох країн світу. Проте шлях розвитку вітчизняного бізнесу є нелегким у зв'язку з впливом ряду факторів, які можна розподілити на дві групи – економічні та суспільні. До числа перших відносяться: посилення фіскального тиску на підприємців та роботодавців, завищення вартості позикового капіталу для капітальних інвестицій та фінансування операційної діяльності, залежність від цін на імпортовану сировину, товари (послуги). До числа других факторів відносяться: пасивності, невпевненості у власних силах, відсутність базових економічних та правових знань, які є необхідними для ведення підприємницької діяльності, а також відсутність бажання їх здобувати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню загальних проблем обліку та формування фінансової звітності підприємств малого бізнесу присвячено праці: Бабич В.В., Баланди А.Л., Бланка А.І., Бризгаліна О.В., Вербецької Л.В., Вишневського В.П., Дем'яненка М.Я., Кірейцева Г.Г., Кіндрацької Л.М., Коцупатрого М.М., Михайлова М.Г., Полятикіної М.С., Славкової О.П., Сопко В.В., Швець В.Г. та інші. Характерною рисою сучасного облікового дискурсу є дослідження проблем диференціації методології обліку на підприємствах різних масштабів бізнесу: особливостям обліку саме в малому підприємництві присвячено дослідження таких науковців як Андрющенко Г.О., Герасим П.М., Хмелюк А.В., Пожидаєва М.А. та інші.

Мета статті полягає в оцінці потреби та визначенні шляхів удосконалення окремих елементів обліку необоротних активів малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах ринкова діяльність підприємств пов'язана з певним рівнем невизначеності, ризику, турбулентністю факторів маркетингового середовища. Успіх підприємств у таких умовах залежить не тільки від удосконалення внутрішньогосподарської діяльності але, насамперед від того, як вони зуміють пристосуватися до динамічного зовнішнього маркетингового середовища [1, с. 7]. Підприємство у своїй діяльності може бути зорієнтованим на різні об'єкти, використовувати різні засоби досягнення мети. Залежно від цього розрізняють збутовий та маркетинговий підходи до управління підприємством [2, с. 6]. Тому необхідність активного використання підприємствами малого бізнесу інструментів маркетингу зумовлена сучасними характеристиками конкурентного середовища, які влучно характеризує Корж М.В.: «В сучасних умовах випуск високоякісної продукції є необхідною, але недостатньою умовою для досягнення підприємством успі-

ху на ринку. Для оптимізації вищезазначеної мети необхідно проробити такі питання, як визначення вимог потенційних споживачів, вибір часу, місця й умов здійснення угоди, тобто продавець повинний запропонувати покупцю в конкретний момент тільки той товар, який щонайкраще задовольнить існуючу потребу останнього. Цим можна пояснити причину, з якої запропонований покупцям високоякісний товар не знаходить збуту» [3, с. 15-16].

На сьогодні розвиток інформаційних мережевих технологій дозволяє забезпечити виконання зазначених Корж М.В. вимог малим підприємством, а також здійснювати пошук та приваблення споживачів продукції, долаючи, в першу чергу, територіальні та соціокультурні перешкоди. Тому для підприємства підвищується функціональне значення нематеріальних активів [4] та інтелектуального капіталу – сукупності знань, інформації, досвіду, кваліфікації і мотивації персоналу, організаційних можливостей, каналів і технологій комунікації, здатних створювати додаткову вартість і сприяти забезпеченню конкурентних переваг комерційної організації на ринку [5, с. 6], які відіграють все більшу роль в процесі приваблення та обслуговування споживачів – а у випадку з невиробничою сферою і в процесі надання послуг – основоположне значення. Складається ситуація в якій використовувані суб'єктами господарювання засоби електронної комерції, призначені для взаємодії з бізнесом (B2B) та споживачами (B2C або C2B) [6, 7] формують інформаційний механізм збуту продукції, результати функціонування якого безпосередньо впливають на ефективність комерційної діяльності суб'єкта господарювання. Ефективна система збуту відіграє одну з визначальних ролей для результату оцінки ринкової вартості бізнесу.

Проте, на практиці нерідко трапляється ситуація коли суб'єкти малого бізнесу (зокрема, фізичні особи-підприємці) не зазначають в активі балансу всіх засобів виробництва, що регулярно використовуються ними в процесі ведення господарської діяльності, наприклад: власні засоби електронної комерції (веб-сайт, інтернет-магазин), створювані для їх наповнення об'єкти інтелектуальної власності – графіка (фото продукції) та тексти (інформаційного та рекламного змісту), бази даних (інформації про клієнтів, постачальників, партнерів), методологічні матеріали. Описана ситуація характерна для малих підприємств сфери юридичних послуг. Під час аналізу фінансової звітності кількох вітчизняних юридичних агенцій встановлено недостатність інформації для реальної оцінки вартості активів підприємства. Так, одним із них у активі балансу вказуються лише кошти, які перебувають на розрахунковому рахунку, а в пасиві балансу – така ж сума в рядку 350 («Нерозподілений прибуток»), поточні зобов'язання за розрахунками з бюджетом та з оплати праці. При цьому, у звіті про фінансові результати сума усіх витрат (рядок 125), практично дорівнює доходу від реалізації продукції (рядок 010).

За результатами аналізу умов операційної діяльності встановлено, що:

- основними статтями витрат є орендна плата та фонд заробітної платні;
- частина витрат спрямовується на придбання платних інформаційних продуктів;
- підприємство забезпечене необхідною оргтехнікою: комп'ютерами, що підключені до мережі Інтернет (програмне забезпечення – є ліцензійним), принтерами, сканерами, засобами цифрового та мобільного зв'язку (телефони, відеокамери, мікрофони, гучномовці);
- окрім безпосередньо надання разових юридичних послуг, агенція здійснює абонентське обслуговування місцевих підприємств. Надані послуги полягають не лише у супроводі договірної роботи чи представництві в судах, але й у створенні методичних матеріалів (рекомендацій) для працівників фінансово-економічних підрозділів підприємств;
- в мережі Інтернет функціонує корпоративний сайт за допомогою якого про послуги юридичної агенції взнають потенційні клієнти-користувачі пошукових систем Google, Yandex, Мета та ін. За допомогою електронної пошти відбувається взаємодія з потенційними клієнтами, поширення розроблених юристами інформаційних продуктів тощо;
- працівники агенції залучаються до створенні інформаційних матеріалів для розміщення на корпоративному сайті в мережі Інтернет, метою яких є зацікавлення потенційних клієнтів в послугах підприємства, підвищується рейтинг корпоративного сайту в пошукових системах.

Порівняння всіх вищенаведених даних свідчить про те, що керівництво юридичної агенції є незацікавленим у формуванні достовірної фінансової звітності, яка б сповна відтворювала рух грошових коштів та примноження виробничого капіталу підприємства. Під час проведеного дослідження нами встановлено, що причиною низького рівня облікової культури є:

- невиразне прагнення приховати активи підприємства (як було встановлено воно сформоване в більшому ступені на основі стереотипів, а не конкретних матеріальних мотивів);
- не усвідомлення поняття приріст капіталу як одного з критеріїв ефективності роботи агенції;
- не усвідомлення прямого зв'язку між власним матеріальним благополуччям та вартістю капіталу власного підприємства.

Необхідно відмітити також, що керівництво агенції з розумінням ставиться до поняття «вартість бізнесу», а також вважає пропозицію купівлі «бізнесу під ключ» – привабливою. Це свідчить про те, що формування облікової культури починається з усвідомлення того, що бухгалтерський облік – це не обтяжливий вантаж, а один з інструментів підвищення ефективності управління.

В переліку «поза облікових» активів також досить часто опиняються придбані за власний кошт нерухомість, транспортні засоби, обладнання та матеріали тощо. Наприклад, окремими фізичними особами-підприємцями, які працюють в сфері сільського господарства до управління статистики подається фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва, який складається з балансу та звіту про фінансові результати [8] та зазвичай містить лише мінімально необхідний обсяг інформації: в структурі активів – основні засоби, насіння, обладнання, придбане за рахунок субсидованих державою коштів (у разі якщо підприємець отримав допомогу на відкриття власної справи) або ж за рахунок позикових коштів; в структурі пасивів – поточні зобов'язання перед бюджетом та трудовим колективом, зобов'язання за кредитами. У звіті про фінансові результати вказуються обсяги реалізованої продукції, а також витрати (які походять, наприклад, із фонду оплати праці, розрахунків за відвантажену продукцію тощо).

Таким чином, значна частина господарської системи малого підприємства (мікропідприємства) – акумульовані активи, налагоджені механізми виробництва та обслуговування, управління та збуту, а також праця підприємця, спрямована на її створення – залишаються неврахованими. Подібна практика є неприпустимою, оскільки саме ці складові є наглядною формою для ознайомлення зовнішніх користувачів інформації з фінансово-економічним станом підприємства, а також вартісною оцінкою зусиль фізичної особи-підприємця (власників чи керівництва малого підприємства), яка визначає ринкову вартість створеного бізнесу.

Описана ситуація має негативні наслідки не лише для ефективного державного регулювання економіки, розвитку стратегічних галузей та підтримки вітчизняного виробника в цілому, але й для розвитку малого бізнесу. Розглянемо втрати яких безпосередньо зазнаватиме мале підприємництво внаслідок недостовірного відображення в фінансовій звітності інформації про структуру виробничого капіталу:

• мінімізується можливість отримання вигідних пропозицій від кредиторів, постачальників, потенційних замовників чи партнерів, оскільки вони змушені йти на вищий ризик, приймаючи рішення в умовах недостатності представленої інформації;

• ускладнюється пошук потенційних клієнтів, постачальників, партнерів, оскільки в умовах відсутності достовірної інформації про активи один одного, тяжче виробити умови рівноправного та взаємовигідного партнерства;

• ускладнюється достовірна оцінка та вигідний продаж бізнесу;

• недооцінюється господарський потенціал створеного бізнесу самим підприємцем та зовнішніми користувачами звітності.

Крім того, все вищенаведене також зумовлює перешкоди для розвитку регіонального бізнес-середовища. Якими ж можуть бути шляхи подолання несумлінного ставлення до формування фінансової звітності?

Згідно з діючим законодавством, підприємництво визначається як безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [9]. Наведені норми визначають засади економічної відповідальності учасників договірних відносин, проте не створюють будь-яких обмежень для господарської діяльності малого бізнесу. Тому цілеспрямоване приховування використовуваних активів є, практично, позбавленим змісту в разі сумлінного дотримання суб'єктом підприємницької діяльності вимог законодавства, оскільки будь-які зовнішні фінансові зобов'язання завжди гарантуються заставою, а відсутність достатнього обсягу ліквідних активів-гарантій, як зазначалося вище, може стати підставою відмови в кредитуванні.

Подібним ставленням до формування фінансової звітності демонструється низький рівень облікової та економічної культури підприємців. Цим ігнорується значимість фундаментальних засад ведення економічної діяльності: капітал становить матеріальну основу для початку та продовження підприємницької діяльності будь-якого підприємства; його розмір використовується як основа при визначенні фінансово-економічного становища підприємницьких структур, автономності бізнесу [12, с. 201]; з його допомогою створюється новий продукт; він є продуктом, що створений людською працею; він не споживається в процесі виробництва.

Вищенаведені приклади з практики свідчать, про те що популяризаторська діяльність органів державної податкової служби та статистики є неефективною з точки зору формування облікової культури. Курс бухгалтерського обліку, що викладається в межах підготовчих програм Державної служби зайнятості та взаємодія підприємців з податковою інспекцією та службою статистики, в основному, спрямовані на виконання необхідного мінімуму даних у фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

Очевидно, що такі кроки потрібні, проте недостатні, оскільки формування облікової культури в малих підприємців залежить від власної мотивації. Тому при умові збереження діючого законодавчого регулювання в даній сфері, удосконалення обліку виробничого капіталу в практиці суб'єктів малого бізнесу, на нашу думку, є можливим лише у разі підвищення економічної, правової та суспільної свідомості суб'єктів підприємницької діяльності до якісно нового рівня. Цього можна досягнути вдавшись до стимулювання підприємницької активності шляхом зменшення податкового навантаження на діяльність новозареєстрова-

них підприємств, а також зменшенням розміру відрахувань до соціальних фондів для новостворених робочих місць.

Принципово новим рішенням є створення відкритого реєстру суб'єктів малого підприємництва у форматі інтернет-майданчика електронної комерції з широкими можливостями користувацького інтерфейсу. Зокрема, необхідно забезпечити можливість пошуку інформації та отримання користувачами витягів у розрізі наступних даних:

• видів економічної (промислової) діяльності;

• адреси та розміщення виробничих потужностей;

• вартості та структури активів;

• пропонованих умов постачання та використовуваних логістичних схем;

• основних видів продукції (послуг), що виробляються.

Оновлення даних реєстру необхідно здійснювати на основі статистичної та фінансової звітності, а сам реєстр необхідно позиціонувати на ринку аналогічних інформаційних продуктів, тоді його конкурентні переваги засновувалися б на актуальності регулярно обновлюваних баз даних про малий бізнес в державі. При цьому введення вказаних даних має здійснюватися опціонально: мотивація підприємця вносити до реєстру якнайповнішу інформацію (через фінансову та податкову звітність) засновуватиметься на прагненні привабити потенційних клієнтів, інвесторів та партнерів.

Запропоновані рішення мають загальний характер відносно предмету бухгалтерського обліку. Проте роль останнього в даному нововведенні важко переоцінити, оскільки необхідно запропонувати таку методологію обліку виробничого капіталу, котра б забезпечувала оцінку та облік руху активів суб'єкта господарювання з огляду на специфіку малого бізнесу та тенденцій розвитку бізнес-середовища. Вважаємо, що особливо актуальними на сьогодні є наступні напрямки удосконалення обліку:

• вартісна оцінка та облік нематеріальних активів (засобів електронної комерції, баз даних, об'єктів інтелектуальної власності);

• оприбуткування та облік необоротних активів, які перебували у приватній власності підприємця до започаткування бізнесу;

• вартісна оцінка та облік фізичної та інтелектуальної праці, спрямованої на примноження виробничого капіталу;

• оцінка (переоцінка) та нарахування амортизації окремих видів необоротних активів;

• методологія оцінки достовірності наведених у фінансовій звітності активів малого підприємства.

Порушені проблеми є не новими та піднімалися науковцями раніше. Тому ми вважаємо, що їх вирішення має значення не лише для запропонованого способу формування облікової культури вітчизняних підприємців, але й для подальшого розвитку та модернізації бухгалтерського обліку як науки, сфери діяльності та функції управління. В контексті вважаємо за потрібне уточнити виявлені в процесі даного дослідження передумови удосконалення методології обліку виробничого капіталу малих підприємств:

• зростання ролі інформаційних технологій в організації виробництва та збуту продукції підприємств;

• зростанні ролі інтелектуальних ресурсів у функціональній структурі активів суб'єкта господарювання;

• відсутність загальновизнаних методів оцінки праці, що використовується для примноження інформаційного капіталу;

• значна частка повторно використовуваних засобів виробництва;

• потреба розвитку методів та засобів оцінки вартості підприємств малого бізнесу.

Висновки і пропозиції. Отже, здійснено спробу обґрунтування передумови розвитку малого підприємництва з точки зору тих проблем та шляхів їх вирішення, які перебувають або ж торкаються площини методології бухгалтерського обліку. Сприйняття підприємцями обов'язку з формування фінансової звітності можна охарактеризувати як «додатковий обтяжуючий елемент фіскального тиску». Таке розуміння спричинене:

а) податковим навантаженням; б) низьким рівнем економічного світогляду;

в) стереотипами щодо взаємодії з органами державного контролю;

г) відсутністю безпосередньої користі від ведення обліку.

На нашу думку, вирішенням даної проблеми з боку держави є впровадження дієвих методів матеріального заохочення підприємців до відповідального обліку господарських операцій. З боку науки необхідним є надання для малого бізнесу необхідних для цього облікових інструментів, які б відповідали сучасним тенденціям розвитку бізнес-середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Бутенко. – К. : Атіка, 2008. – 300 с.
3. Корж М. В. Маркетинг : навчальний посібник / М. В. Корж. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт] / Законодавство України. – 2012. – Режим доступу : http://zakon4.rada. gov.ua/laws/ show/z0750-99 (13.07.2013). – Назва з екрану.
5. Пожуєв В. І. Інтелектуальний капітал як стратегічний потенціал організації // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – № 37. – С. 4-15.
6. Юдін О.М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.
7. Литовченко Н. М. Інтернет-магазин як інноваційний інстру-

мент для малого поліграфічного підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Литовченко, К. В. Шелехов // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2011. – № 5. – Режим доступу : http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011_28.pdf (13.07.2013). – Назва з екрану.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт] / Законодавство України. – 2012. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00 (16.07.2013). – Назва з екрану.
9. Закон України «Про підприємництво» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт] / Законодавство України. – 2012. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12 (16.07.2013). – Назва з екрану.
10. Господарський кодекс України. Станом на 1 вересня 2012 р. [Текст] : відповідає офіційному текстові. – Х. : Одіссей, 2012. – 184 с.
11. Цивільний кодекс України [Текст] : із змінами та доп. станом на 05 жовт. 2012 р. : (відповідає офіц. тексту). – К. : Правова єдність, 2012. – 344 с.

УДК 343.13; 336.227.1

Копитко М.І.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та економічної безпеки,
Львівський державний університет внутрішніх справ

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS OF THEORETICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION DEFINITION AND CONSTITUENTS SYSTEMS ECONOMIC SECURITY

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено особливості трактування поняття «система економічної безпеки підприємства» представниками вітчизняної та іноземної економічних шкіл. При цьому наголос зроблено на аналізі складових елементів системи економічної безпеки підприємств з метою визначення її оптимальної структури, що дозволить сформувати таку систему на промислових підприємствах України.

Ключові слова: економічна безпека, система економічної безпеки, елементи системи економічної безпеки підприємств.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы особенности трактовки понятия «система экономической безопасности предприятия» представителями отечественной и иностранной экономических школ. При этом акцент сделан на анализе составляющих элементов системы экономической безопасности предприятий с целью определения ее оптимальной структуры, что позволит сформировать такую систему на промышленных предприятиях Украины.

Ключевые слова: экономическая безопасность, система экономической безопасности, элементы системы экономической безопасности предприятий.

ANNOTATION

In this paper features of the interpretation of «system of economic security» by the representatives of domestic and foreign economic schools were investigated. This emphasis on the analysis of components of economic security of companies to determine its optimal structure that allows to implement similar system in industrial enterprises in Ukraine.

Key words: economic security, economic security system, elements of the economic security.

Постановка проблеми. З кожним роком щораз більше ускладнюється процес діяльності підприємств та стають жорсткішими умови ринку, що негативно позначається на прибутковості суб'єктів господарювання. Одним із шляхів втримання позицій є створення ефективної системи гарантування економічної безпеки на підприємствах. Саме такі дії дозволять попередити настання та реалізацію ризиків і загроз, а також мінімізувати наслідки реалізації небезпек. Тому особливої актуальності набуває вирішення питань зі створення ефективної системи економічної безпеки, в тому числі і промислових підприємств.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Дослідження сфери гарантування економічної безпеки є досить поширеними у працях вітчизняних [1; 2; 4-10; 12; 14-21] та іноземних [3; 11; 13] науковців, але у зв'язку неоднозначністю понять і різними підходами до визначення елементів системи економічної безпеки, постає завдання уніфікації таких елементів економічної безпеки промислових підприємств, що дозволить удосконалити процес гарантування економічної безпеки.

Метою статті є детальний аналіз існуючих тверджень щодо розуміння сутності та структури системи економічної безпеки, що є вихідним фактором у системі гарантування економічної безпеки промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу. Промисловим підприємствам доцільно формувати повноцінну систему економічної безпеки з власною службою та потужним ресурсним забезпеченням, такою є думка Коробчинського О.Л. [1], а от представникам малого бізнесу варто залучати спеціалізовані приватні підприємства, тобто сферу безпеки передавати в аутсорсинг, щодо підприємств середніх розмірів, то їм варто залучати зовнішніх експертів у тих сферах, де їм бракує власних ресурсів чи потенціалу.

На думку Шевченка І. [2], основне значення системи економічної безпеки підприємства відображається в тому, що вона повинна мати

превентивний характер, а основними критеріями оцінки її надійності та ефективності є: забезпечення стабільної роботи підприємства, збереження і примноження фінансів і матеріальних цінностей; попередження кризових ситуацій, у тому числі різних надзвичайних подій, пов'язаних з діяльністю «зовнішніх» або «внутрішніх супротивників». Як зазначено у праці [3], співвідношення витрат, здійснених у сфері превентивних заходів з мінімізації впливу загроз та небезпек і витрат на ліквідацію наслідків їх настання становить 1:15.

Встановивши необхідність створення системи економічної безпеки промисловим підприємствам, Коробчинський О.Л. рекомендує методику для її побудови, що складається з семи етапів та дозволяє комплексно підійти до її формування:

- етап 1: ознайомлення зі специфікою ведення діяльності підприємством, його конкурентних позицій, ресурсним забезпеченням;
- етап 2: дослідження особливостей впливу зовнішнього середовища та характеристика внутрішнього середовища, що дозволить визначити потенційні та реальні загрози;
- етап 3: аудит засобів гарантування безпеки та аналіз їх відповідності виявленим загрозам;
- етап 4: моделювання системи економічної безпеки з врахуванням виявлених загроз, оцінкою наявного стану ресурсів та цілей розвитку;
- етап 5: затвердження керівництвом структури системи економічної безпеки та бюджету її реалізації;
- етап 6: формування системи економічної безпеки підприємства;
- етап 7: оцінювання та внесення коректив до системи економічної безпеки підприємства [1].

Аналізуючи запропоновану методику можна виявити неточність, зокрема, чому наголошується виключно на аудиті засобів безпеки і не вказано про функції даної системи, її організаційне забезпечення тощо. У зв'язку з цим першочерговим постає питання дослідження поняття та складових елементів системи економічної безпеки підприємства.

Науковці Троц І.В., Косянчук Т.Ф., Приходько С.В [4; 5; 6] дотримуються схожої думки, яка полягає в тому, що систему економічної безпеки варто розглядати з позиції невід'ємної складової комплексної системи управління промисловим підприємством в структурі промисловості України, завданням якої є протидія зовнішнім і внутрішнім загрозам функціонування.

Більш уточнене визначення системи економічної безпеки підприємства пропонують Філіппова С.В, Міщенко С.П., Коробчинський О.Л. [7; 8; 1]: «це сукупність взаємопов'язаних елементів (спеціальних структур, засобів, методів і заходів), здатних забезпечити безпеку ведення бізнесу від внутрішніх і зовнішніх загроз. У цьому контексті систему можна охарактеризувати комплексом управлінських, страхових, правових, економічних, охоронних, режимних, судово-правових та інших заходів із захисту бізнесу від незаконних посягань, мінімізації або уникнення матеріальних та інших втрат». Доповнення комплексу заходів такими їх видами як технічні, технологічні, профілактичні та маркетингові, що направлені на захист інтересів підприємства, розглядають у своїх дослідженнях Нікітіна А.В., Лисенко Ю.Г., [9; 10].

Локотецька О.В. [21] дещо під іншим кутом розглядає систему економічної безпеки підприємства і вважає, що це «комплекс пов'язаних між собою заходів, які за допомогою спеціальних органів та підрозділів, забезпечують захист всіх функціональних складових підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз, що можуть призвести до істотних економічних втрат». Тобто, в системі повинен бути, крім розроблених заходів, ще й ґрунтовний організаційний механізм їх здійснення. Дану неточність щодо організаційного забезпечення враховує Ярочкін В.І. [11, с. 12], який пропонує універсальне визначення системи економічної безпеки для суб'єктів різних рівнів: «організована сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів, заходів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства, держави від внутрішніх і зовнішніх загроз».

Варто відзначити визначення, що подане у праці [12, с. 231], де під системою безпеки організації розуміється сукупність об'єктів, суб'єктів безпеки і механізму реалізації безпеки, об'єднаних спільною метою і завданнями щодо протидії загрозам та сприяння організації в реалізації інтересів на ринку. Таке пояснення складових системи безпеки на підприємстві є об'єктивним і відображає комплексний підхід до поняття, адже враховує те, на що спрямовані дії з гарантування безпеки (об'єкти), тих, хто спрямовує (суб'єкти), яким чином (механізм) та з якою метою.

Зі стратегічної точки зору та з позиції орієнтації на зовнішнє середовище систему економічної безпеки підприємства розуміє російський науковець Мак-Мак В.П. [13, с. 8], який пропонує визначати її як наукову теорію безпеки, політику і стратегію безпеки засобу, методи забезпечення безпеки, концепцію безпеки підприємства. Досить схожою, зорієнтованою на досягнення стратегічних цілей, є думка Шульги І.П. [14], розглядаючи дану категорію як сукупність економічних відносин, пов'язаних з управлінням діяльністю підприємством шляхом мінімізації впливу на нього внутрішніх і зовнішніх загроз з метою досягнення стратегічних цілей.

Зважаючи на розбіжності у поглядах науковців щодо поняття системи економічної безпеки підприємств, постає питання вивчення структури даної категорії. Дослідження теоретичних підходів до визначення складових елементів системи економічної безпеки суб'єктів господарювання наведено у табл. 1.

Структурні елементи системи економічної безпеки підприємств варто проаналізувати окремо за різними науковими підходами. Так, щодо цілей та завдань, під якими розуміють забезпечення фінансової стійкості та незалежності, досягнення лідерства у технологіях, забезпечення високого конкурентного статусу, підвищення ефективності менеджменту, оптимізація використання потенціалу підприємства, мінімізація руйнівного впливу зовнішнього середовища, забезпечення функціонування підприємства у межах правового поля, захист власної комерційної таємниці тощо, то невід'ємними складовими системи економічної безпеки їх вважають Троц І.В. [4], Нікітіна А.В. [9], Франчук В.І. [12, 16].

Варто не погодитися з їхнім твердженням, адже цілі та завдання є комплексними для підприємства в цілому та відображають бажані результати та пріоритетні напрями діяльності, в тому числі результативність створеної системи безпеки.

Виокремлення функцій можна знайти у працях Троц І.В. [4], Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15], при чому всі автори притримується схожої думки, що до функцій повинні належати: прогнозування, виявлення, попередження, послаблення небезпек та загроз, забезпечення захищеності діяльності підприємства та його персоналу, збереження його майна, створення сприятливого конкурентного середовища, ліквідація наслідків нанесеної шкоди тощо. Варто зауважити, що вказані функції можна розподілити між цілями/завданнями та конкретними заходами гарантування економічної безпеки.

Принципи є однією із найпоширеніших складових, адже їх визначають Троц І.В. [4], Іванова Н.С. [18], Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15], Шульга І.П. [14], Локотецька О.В. [21], Міщенко С.П. [8], Камлик М.І. [20], Мак-Мак В.П. [13], Ярочкін В.І. [11], Франчук В.І. [16], Живко З.Б. [17]. Більшість з авторів [4, 8, 15, 17, 19-21] притримуються думки, що для гарантування економічної безпеки і формуван-

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення складових елементів системи економічної безпеки підприємств

Автори Елементи системи	Троц І.В. [4]	Іванова Н.С. [15]	Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19]	Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15]	Шульга І.П. [14]	Локотецька О.В. [21]	Коробчинський О.Л. [1]	Міщенко С.П. [8]	Філіппова С.В. [7]	Нікітіна А.В. [9]	Камлик М.І. [20]	Мак-Мак В.П. [13]	Ярочкін В.І. [11]	Франчук В.І. [16]	Живко З.Б. [17]
Цілі	+									+				+	
Завдання	+													+	
Функції	+		+	+											
Принципи	+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+
Функціональні складові (підсистеми)	+				+							+			+
Механізм		+	+	+							+			+	
Заходи			+					+	+	+			+		
Об'єкти			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+
Суб'єкти			+	+	+	+					+	+		+	+
Політика ЕБП			+	+											
Стратегія ЕБП			+	+				+							
Загрози					+					+				+	
Індикатори оцінки					+										
Засоби						+	+		+			+	+	+	+
Практичні дії співробітників із забезпечення ЕБП											+				
Методи													+	+	
Органи													+		
Служби													+		
Конкурентна розвідка															+
Контррозвідка															+
Режим функціонування														+	

Джерело: розроблено автором на основі [1, 4, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21]

ня її системи на вітчизняних підприємствах варто притримуватися таких принципів як комплексність, своєчасність, безперервність, законність, плановість, оптимальність, взаємодія, поєднання гласності та конфіденційності, компетентність, економність, контроль, системність. Погоджуються з поданими принципами Мак-Мак В.П. [13], який доповнює цей перелік принципами комплексного використання сил і засобів, взаємодії усередині та поза підприємством, поєднання гласності з конспірацією, та Ярочкін В.І. [11], який вважає необхідним обов'язково дотримуватися принципу економічної доцільності зі співставленням до можливих втрат та витрат на забезпечення безпеки. Свою точку зору щодо принципів демонструє Іванова Н.С. [18] і пропонує їх наступний перелік: законності прав і свобод громадян, централізованого керівництва, компетентності, конфіденційності, комплексного застосування ресурсів і коштів, самостійності та відповідальності за забезпечення економічної безпеки підприємства, передової матеріально-технічної оснащеності, корпоративної етики, координації та взаємодії з органами влади й керівництва.

Функціональні складові економічної безпеки (підсистеми) – фінансова, техніко-технологічна, кадрова, інтелектуальна, силова, екологічна, політико-правова, інформаційна, є суперечливим моментом у зв'язку з тим, що ряд науковців (Троц І.В. [4], Шульга І.П. [14], Мак-Мак В.П. [13], Живко З.Б. [17]) враховують їх до структури системи економічної безпеки підприємства. Переважна більшість дослідників притримується позиції, що вони відображають сфери діяльності суб'єкта господарювання і тому їх недоцільно включати до системи, яка повинна мати універсальний характер, тобто створювати умови для гарантування економічної безпеки об'єкта в цілому.

Іванова Н.С. [18], Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15], Камлик М.І. [20], Франчук В.І. [16] у своїх дослідженнях до системи економічної безпеки підприємств пропонують включати механізм її гарантування. Іванова Н.С. [18] до механізму відносить сукупність законодавчих актів, правових норм, мотивів і стимулів, методів, заходів. Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15] доповнюють перелік силами та засобами гарантування безпеки. Дещо іншої позиції притримується Франчук В.І. [16] розуміючи механізм як сукупність принципів, методів, сил і засобів.

Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Міщенко С.П. [8], Філіппова С.В. [7], Нікітіна А.В. [9], Ярочкін В.І. [11] до елементів структури системи відносять заходи, за допомогою яких повинен відбувати процес гарантування економічної безпеки. При цьому їх перелік суттєво відрізняється в різних авторів, так Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19] пропонують виключно організаційно-правові заходи, Міщенко С.П. [8] – кадрові, інформаційно-аналітичні, фінансово-економічні, правові, техніко-технологічні, ресурсні, Філіппова С.В. [7] – управлінські, страхові, правові, охоронні, режимні, судово-правові, Нікітіна А.В. [9] – організаційно-управлінські, технологічні, технічні, профілактичні, маркетингові.

Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15], Шульга І.П. [14], Локотецька О.В. [21], Коробчинський О.Л. [1], Міщенко С.П. [8], Філіппова С.В. [7], Нікітіна А.В. [9], Камлик М.І. [20], Мак-Мак В.П. [13], Франчук В.І. [16], Живко З.Б. [17] невід'ємним елементом системи економічної безпеки вважають об'єкти, до яких відносять види діяльності підприємства, майно та його ресурси, персонал, організаційну структуру, продукцію, інформаційні потоки, основні та оборотні виробничі фонди, ноу-хау, імідж підприємства. Щодо суб'єктів, то думки про їх приналежність до системи відрізняються у представників різних наукових шкіл. Про необхідність їх віднесення до системи стверджують Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15], Шульга І.П. [14], Локотецька О.В. [21], Камлик М.І. [20], Мак-Мак В.П. [13], Франчук В.І. [16], Живко З.Б. [17] з умовою врахування до їх складу двох груп суб'єктів: зовнішніх (державні органи, що створюють умови забезпечення безпеки підприємництва – законодавчі, виконавчі та судові органи влади, державні інститути, що здійснюють охорону кордону, митний, валютно-експортний, податковий контроль, правоохоронні органи, система науково-дослідних та науково-освітніх закладів, недержавні охоронні агентства, аналітичні центри та інформаційні служби) та внутрішніх (особи, служби, відділи підприємства, які безпосередньо залучені до процесу гарантування економічної безпеки).

Іващенко О.В., Четверіков П.М. [19], Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. [15] політику та стратегію економічної безпеки вважають компонентами системи її гарантування. При цьому політику ЕБП трактують як систему поглядів, заходів, рішень, дій у галузі безпеки, що створюють умови, сприятливе середовище для досягнення цілей бізнесу, а стратегію ЕБП – як економічну систему забезпечення економічної безпеки підприємства в довгостроковому періоді. Погоджується із врахуванням стратегії ЕБП до складу системи і Міщенко С.П. [8], який деталізує її компоненти: перша – характеристика зовнішніх і внутрішніх загроз, друга – чинники, що негативно впливають на діяльність підприємства у середньо- та довгостроковій перспективі, третя – економічна політика у сфері безпеки.

Шульга І.П. [14], Нікітіна А.В. [9], Франчук В.І. [16] за авторським підходом доповнюють систему економічної безпеки підприємства загрозами. З таким твердженням можна не погодитися, адже з кожним днем перелік загроз має

тенденцію до зміни, а крім того неможливо точно визначити всі потенційні чи реальні загрози. Також варто наголосити на тому, що загрози – це елемент впливу зовнішнього чи внутрішнього середовищ і не можуть бути складовими системи, а лише факторами, які система повинна попередити, мінімізувати вплив чи ліквідувати наслідки внаслідок їх реалізації.

Шульга І.П. [14] акцентує увагу на важливості включення до системи компоненти, яка відповідатиме за оцінювання її ефективності та стану економічної безпеки підприємства загалом.

Локотецька О.В. [21], Коробчинський О.Л. [1], Філіппова С.В. [7], Мак-Мак В.П. [13], Ярочкін В.І. [11], Живко З.Б. [17] пропонують такі засоби системи економічної безпеки підприємства: правові, фінансово-економічні, екологічні, інформаційні, законодавчі, технологічні, інноваційні, силові, кадрові, інтелектуальні, ресурсні. Дещо іншу позицію займає Франчук В.І. [16, с. 155], який засоби безпеки розглядає як елемент охоронної діяльності і виділяє серед них фізичні (пропускний режим, фізична охорона осіб, патрулювання, візуальне спостереження, протипожежні заходи, вартова служба) та технічні (інженерні засоби охорони, технічні засоби охорони, засоби управління доступом, зброя і засоби індивідуального захисту, засоби пожежної безпеки, засоби відеоспостереження).

Спірним є питання віднесення практичних дій співробітників із забезпечення ЕБП до системи, запропоноване Камликом М.І. [20], та органів і служб, запропонованих Ярочкіним В.І. [11]. На нашу думку, це типові управлінські заходи з гарантування економічної безпеки і їх не варто виділяти в окрему складову.

Ярочкін В.І. [11] та Франчук В.І. [16] у запропонованих системах економічної безпеки підприємств виокремлюють як складову методи, за допомогою яких здійснюється цей вид діяльності. Зокрема, Франчук В.І. [16, с. 210-211] пропонує наступний перелік методів:

- адміністративно-організаційні – передбачають створення відповідного механізму забезпечення безпеки, певної організаційної структури підприємства та системи контролю за діяльністю її ланок, організації процесу співробітників сфери безпеки;

- інформаційно-аналітичні – передбачають механізм збору та оброблення інформації (детективна діяльність та аналітико-пошукова діяльність);

- економічні – моніторинг, контроль та аналіз виробничих, фінансових та інших показників діяльності підприємства, що мають прямий чи опосередкований вплив на рівень економічної безпеки, аналіз та управління економічними ризиками, визначення та розрахунок індикаторів економічної безпеки;

- правові – внутрішні нормативно-правові документи, алгоритм юридичного та судового захисту, взаємовідносин з контрольними і правоохоронними органами;

- технічні – технічні способи захисту інформації та комп'ютерної техніки, використання систем контролю доступу, сертифікація засобів захисту інформації, використання технічних засобів детективної діяльності;

- соціально-психологічні – способи психологічного впливу на цільові аудиторії та працівників, а також у процесі здійснення детективної діяльності.

Живко З.Б. [17] акцентує увагу на важливості визначення конкурентної розвідки та контррозвідки у структурі системи економічної безпеки. Зокрема, здійснення конкурентної розвідки повинне передбачати вивчення конкурентного середовища, ідентифікацію зовнішніх загроз і ризиків, прогнозування зміни зовнішнього середовища, розроблення превентивних заходів захисту, протидію недружньому злиттю та поглинанню, а контррозвідки – виявлення слабких місць у внутрішньому середовищі, перекриття каналів витоку цінної інформації, забезпечення збереження комерційної таємниці, передбачення моменту виникнення та тенденцій розвитку кризових процесів [17, с. 212].

Франчук В.І. у монографічному дослідженні [16, с. 369] зазначає, що система економічної безпеки залежно від ситуації та її розвитку може функціонувати в трьох режимах: повсякденному, підвищеної готовності і надзвичайного стану.

Висновки. Таким чином, у зв'язку з наявністю суттєвих відмінностей позицій науковців щодо структури системи економічної безпеки, виникає завдання формування такої системи і адаптація її структури до потреб та особливостей діяльності вітчизняних промислових підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О. Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 41-45.
2. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – № 10. – С. 178-181.
3. Вишняков Я. Д., Марченко С. А. Управление обеспечением безопасности предприятий : экономические подходы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mevriz.ru.
4. Троц І. В. Забезпечення економічної безпеки на підприємстві з метою попередження банкрутства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eztuir.ztu.edu.ua/2485/1/%D0%A2%D1%80%D0%BE%D1%86_%D0%86..pdf.
5. Косянчук Т. Ф. Економічна діагностика : навч. посібник / За заг. ред. Т. Ф. Косянчук – Львів : Новий Світ – 2000, 2007. – 452 с.
6. Приходько С. В. Формування адекватного реальним виробничо-господарським процесам комплексу заходів реагування на загрози економічній безпеці / С. В. Приходько // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 4. – С. 52-55.
7. Філіппова С. В., Дашковський О. С. Система формування і забезпечення економічної безпеки підприємства / С. В. Філіппова, О. С. Дашковський // Економіка: реалії часу. – 2012. – № 2(3). – С. 17-21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economics.opu.ua/n3.html.

8. Міщенко С. П. Концептуальні аспекти економічної безпеки підприємств у ринковій економіці / С. П. Міщенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 190-195.
9. Нікітіна А. В. Система управління економічною безпекою підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpen/2012_8/25SUE.pdf.
10. Лысенко Ю. Г. Механизмы управления экономической безопасностью / Ю. Г. Лысенко, С. Г. Мищенко, Р. А. Руденский. – Донецк : ДонНУ, 2002. – 178 с.
11. Ярочкин В. И. Система безопасности фирмы. – М. : Изд-во «Ось-89». – 2003. – 352 с.
12. Економічна безпека : навчальний посібник / В. І. Франчук, Л.В. Герасименко, В.О Гончарова, З.Б. Живко та ін.; за ред. В.І. Франчука. – Львів : ЛьвДУВС, 2010. – 348 с., с. 231.
13. Мак-Мак В. П. Служба безопасности предприятия как субъект частной правоохранительной деятельности : монография / В. П. Мак-Мак. – М. : Компания «Спутник+», 2003. – 220 с.
14. Шульга І. П. Сучасні підходи до формування системи економічної безпеки акціонерного товариства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=366.
15. Іванюта Т. М., Заїчковський А. О. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
16. Франчук В. І. Особливості організації системи економічної безпеки вітчизняних акціонерних товариств в умовах трансформаційної економіки : монографія / В. І. Франчук. – Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2010. – 440 с.
17. Живко З. Б. Економічна безпека підприємства: сутність, механізм забезпечення та управління : монографія / З. Б. Живко. – Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. – 260 с.
18. Іванова Н. С. Сучасні принципи забезпечення ефективної системи економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/ ....pdf.
19. Іващенко О. В., Четвєріков П. М. Система фінансово-економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sworld.com.ua/konfer28/51.pdf.
20. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Еко-номіко-правовий аспект : навч. посібник / М. І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.
21. Локотецька О. В. Використання системного підходу при дослідженні економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kpi.kharkov.ua/archive... pdf.

УДК 005-044.337

Корзаченко О.В.
старший викладач кафедри інформаційного менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES UKRAINIAN COMPANIES: PROBLEMS AND PROSPECTS

АНОТАЦІЯ

Досліджуються питання оптимізації бізнес-процесів. Визначаються основні принципи та критерії удосконалення бізнес-процесів, методи оптимізації та запропоновано їх класифікацію. Аналізуються переваги оптимізації в контексті підвищення ефективності діяльності українських підприємств.

Ключові слова: оптимізація, поліпшення, реінжиніринг, бізнес-процес.

АННОТАЦИЯ

Исследуются вопросы оптимизации бизнес-процессов. Определяются основные принципы и критерии совершенствования бизнес-процессов, методы оптимизации и предложена их классификация. Анализируются преимущества оптимизации в контексте повышения эффективности деятельности украинских предприятий.

Ключевые слова: оптимизация, улучшение, реинжиниринг, бизнес-процесс.

ANNOTATION

The questions of business process optimization are studied. The basic principles and criteria of business processes improvement, optimization techniques and their classification are determined. The advantages of optimization in the context of Ukrainian companies' efficiency improving are analysed.

Key words: optimization, improvement, reengineering, business process.

Постановка проблеми. Діяльність підприємств, яка націлена на отримання прибутку та високоякісне виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг), не може здійснюватися ізольованими елементами функціональної ієрархії, а має реалізовуватися сукупністю взаємопов'язаних бізнес-процесів. Основна мета процесного управління полягає в суттєвому підвищенні клієнтоорієнтованості та в безперервній оптимізації наскрізних бізнес-процесів підприємства, що дозволить підвищити конкурентоздатність та забезпечити економічне зростання.

З метою забезпечення успішності діяльності українським підприємствам необхідно постійно розвиватися та змінювати, вдосконалювати свої бізнес-процеси у відповідності до ринкових умов та потреб споживачів. Оптимізація бізнес-процесів – це комплекс взаємопов'язаних управлінських, організаційних та інформаційних заходів, об'єднаних певною технологією, спрямований на поліпшення показників як окремих процесів, так і показників діяльності підприємства в цілому з метою задоволення потреб та очікувань зацікавлених сторін.

Дослідження стану впровадження процесного підходу до управління показало певну відсутність зацікавленості в оптимізації на українських підприємствах. За результатами

опитувань IDS Scheer Software AG в 2013 році лише 2% вітчизняних підприємств досягли 5 рівня зрілості за методикою Gartner, а саме створили адаптивну бізнес-структуру та здійснюють безперервне вдосконалення (оптимізацію) й моніторинг бізнес-процесів. Серед підприємств, які моделюють свої бізнес-процеси, 59% здійснюють його з метою оптимізації.

Така тенденція обумовлена широким колом проблем, які виникають на всіх етапах впровадження процесного управління на підприємствах, а саме: відсутністю єдиного підходу до формування понятійно-категоріального апарату, а також науково-обґрунтованих досліджень переваг та недоліків оптимізації бізнес-процесів; відмовою від оптимізації через формальне впровадження процесного управління; нерозумінням мети оптимізації бізнес-процесів та відсутністю практичних навичок її проведення; складністю вибору ефективних методів та інструментів вдосконалення бізнес-процесів.

Отже, українським підприємствам з метою підвищення ефективності діяльності та досягнення стратегічних цілей необхідно реорганізувати систему управління на основі процесного підходу та приділяти особливу увагу вирішенню питань оптимізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження слугують наукові дослідження та практичні розробки закордонних та вітчизняних вчених, присвячені проблемам процесного управління, аналізу, оптимізації бізнес-процесів: Дж. Харрінгтона, С. Кук, Б. Андерсена, К.С. Еселінга, Х.В. Німвегена, А.В. Шеєра, В.Г. Єліферова, В.В. Репіна, В.В. Єфімова, І.Н. Ткаченко, І.В. Кізікова. Вагомий внесок у розвиток концепції процесного управління здійснив Дж. Харрінгтон, вперше ввівши поняття «поліпшення бізнес-процесів» та надавши практичні рекомендації щодо застосування прийомів та методів зміни та перепроектування бізнес-процесів. Дослідженню питань реінжинірингу бізнес-процесів присвячені праці Т. Давенпорта, Е.Г. Ойхмана, М. Робсона, Ф. Уллах, Ф.В. Тейлора, М. Хаммера, Дж. Чампі та інших.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних та практичних засад оптимізації бізнес-процесів українських підприємств та окреслення перспектив оптимізації в контексті підвищення ефективності діяльності господарюючих суб'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. При всій зрозумілості терміну оптимізація, існують деякі розбіжності у сприйнятті його сутності залежно від мети її застосування. У першу чергу необхідно чітко визначити сутність понять «оптимізація» та «оптимізація бізнес-процесів» (табл. 1).

Аналіз наведених в табл. 1. визначень показав деяку розбіжність у застосуванні терміну «оптимізація». За своєю математичною суттю оптимізація передбачає знаходження екстремуму цільової функції із врахуванням певних обмежень. У такому випадку увага акцентується на оптимізації кількісних показників діяльності. Зазначимо, що з точки зору математичної оптимізації розв'язується проблема раціоналізації діяльності, тобто розподілу обмежених ресурсів для досягнення поставлених цілей [4, с. 45]. Натомість, коли говорять про оптимізацію бізнес-процесів мають на увазі більш гнучкий термін «поліпшення» та досягнення позитивного ефекту в зміні якісних показників діяльності підприємства. В такому разі, оптимізація націлена на підвищення результативності, ефективності й адаптованості бізнес-процесів [14]. Отже, термін оптимізація бізнес-процесів має розглядатися у контексті поліпшення, вдосконалення діяльності підприємства.

Таблиця 1

Сутність оптимізації

№	Визначення
	Оптимізація
1	Визначення значень економічних показників, при яких досягається оптимум, тобто найкращий стан системи
2	Процес знаходження найкращого чи оптимального розв'язку будь-якої задачі при заданих критеріях
	Оптимізація математична
3	Визначення таких значень деяких змінних величин, що задовольняють обмеженням, за яких досягається максимум певної функції
4	Процес знаходження екстремуму (глобального максимуму або мінімуму), певної функції або вибору найкращого варіанту з безлічі можливих
	Оптимізація бізнес-процесів
5	Один з інструментів і прийомів інтенсивного шляху розвитку підприємства, що дозволяє організувати діяльність суб'єкту господарювання з максимально ефективним використанням його внутрішніх резервів
6	Безпосереднє розроблення та реалізація заходів щодо вдосконалення (реорганізації) бізнес-процесів підприємства
7	Комплекс заходів, що забезпечує взаємозв'язок бізнес-процесів
8	Спосіб зниження собівартості бізнес-процесів
9	Процес забезпечення досягнення бізнес-цілей підприємства, що сформульовані в термінах кількісних показників, які використовуються в якості критеріїв оптимальності
10	Робота з постійного поліпшення діяльності підприємства

Джерело: Розроблено автором на основі [4; 7; 10-12]

Поліпшення бізнес-процесів (Business process improvement, BPI) – системний підхід, що дозволяє підприємствам оптимізувати свої бізнес-процеси для досягнення більш ефективних результатів діяльності [14]. BPI забезпечує скорочення витрат та циклу бізнес-процесу на 90% при одночасному підвищенні його якості більш ніж на 60%.

Оптимізація бізнес-процесів є одним з аспектів організаційного розвитку, за якого ряд

дій приймається власником процесу для виявлення, аналізу та покращення існуючих бізнес-процесів на підприємстві у відповідності з поставленими цілями і завданнями, таких як збільшення прибутку і продуктивність, зниження витрат тощо. Також BPI є таким способом зміни існуючих бізнес-процесів, за якого досягається поліпшення якості продукту або послуги, з метою їх відповідності потребам клієнтів і споживачів [1].

Серед основних принципів оптимізації бізнес-процесів слід виділити такі: (1) відповідність поліпшення бізнес-процесів стратегічним цілям підприємства; (2) орієнтація на внутрішніх та зовнішніх споживачів; (3) наявність критеріїв оптимізації бізнес-процесів; (4) наявність власників бізнес-процесів, які відповідальні за їх оптимізацію.

Аналізуючи критерії оптимізації бізнес-процесів, зазначимо, що зазвичай оптимальність процесу оцінюється за такими параметрами: (1) якість кінцевого результату бізнес-процесу; (2) якість і зміст проміжних результатів (по кожній операції); (3) змістовність дій виконавців при виконанні операцій; (4) компактність і узгодженість схем бізнес-процесів; (6) ефективність управління бізнес-процесом. На нашу думку, перелік основних критеріїв оптимізації слід доповнити такими, як час виконання і вартість процесів. Зазначимо, що кожен з цих критеріїв оцінюється через систему показників, яка формується в межах аналізу бізнес-процесів підприємства.

Хоча для оптимізації кожного бізнес-процесу використовується завжди індивідуальний підхід, проте існують базові принципи удосконалення, які в багатьох випадках використання привели до позитивних результатів: (1) горизонтальне стиснення процесу, коли кілька субпроцесів об'єднується в один; (2) вертикальне стискання процесу (наділення співробітників повноваженнями і збільшення ролі кожного з них); (3) вибір іншого варіанту виконання процесу перенесення процесу територіально в більш відповідне місце зменшення кількості перевірок і керуючих впливів; (4) скорочення кількості погоджень – єдина точка контакту забезпечується одним менеджером або автоматизованою системою.

Виходячи з мети дослідження та узагальнюючи різні підходи до виділення та групування методів оптимізації бізнес-процесів, пропонуємо таку їх класифікацію: аналітичні методи, формально-універсальні методи, комплексні методи постійного удосконалення, бенчмаркінг, аутсорсинг, інструментальні методи (табл. 2).

Більшість із зазначених методів мають опосередковане відношення до проблем оптимізації бізнес-процесів та достатньо висвітлені в спеціальній літературі. Так, наприклад, група аналітичних методів слугує допоміжним інструментом для виявлення дефектів, проблем бізнес-процесів з метою їх удосконалення. Зупинимося більш детально на тих, які безпосередньо пов'язані з проблематикою оптимізації бізнес-процесів і виникли або отримали розвиток саме при розв'язані проблеми удосконалення бізнес-процесів. В практичній діяльності особливий інтерес викликають методи бенчмаркінгу, аутсорсингу, Kaizen та Six Sigma (табл. 3).

Таблиця 2

Методи аналізу та оптимізації бізнес-процесів

Група	Методи	Опис
Аналітичні методи	SWOT – аналіз	Виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та поділі їх на чотири категорії: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості) і Threats (загрози).
	Причини-наслідки (діаграма Ісікави)	Графічний спосіб дослідження та визначення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між чинниками (факторами) та наслідками у досліджуваній ситуації чи проблемі.
	«П'ять запитань»	Ефективний інструмент, який використовує питання для вивчення причинно-наслідкових зв'язків, що лежать в основі проблеми, визначення причинних факторів і виявлення першопричини.
	ABC	Класифікація ресурсів за ступенем їх важливості.
	Мозковий штурм	Висування творчих ідей у процесі розв'язування наукової чи технічної проблеми, що стимулює творче мислення.
	Аналіз на основі показників KPI	Фінансова та нефінансова система оцінювання, яка допомагає організації визначити досягнення стратегічних цілей.
	Аналіз бізнес-логіки процесу	Оцінювання сукупності правил, принципів, залежностей поведінки об'єктів предметної області (бізнес-процесу).
	Функціонально-вартісний аналізу	Вибір оптимального варіанта, що забезпечує повноцінне виконання досліджуваним об'єктом своїх основних функцій при мінімальних витратах.
	Аналіз RACI	Забезпечує опис і узгодження структури відповідальності за виконання операцій в межах процесу.
	Аналіз автоматизованості процесу	Оцінювання ступеню застосування саморегульованих технічних засобів, економіко-математичних методів і систем управління у виконанні бізнес-процесу.

Продовження таблиці 2

Формально-універсальні методи	Паралельне виконання робіт	Аналіз можливості паралельного виконання робіт у бізнес-процесі, що забезпечить зменшення його тривалості.
	Усунення часових розривів	Аналіз бізнес-процесу на предмет наявності часових розривів у виконанні його операцій.
	Зменшення кількості входів та виходів	Аналіз бізнес-процесу на предмет надлишковості його входів і виходів; таке зменшення можливе за рахунок відмови від деяких входів і виходів, та їх групування в пакети.
	Узгодження результатів з вимогами	Аналіз відповідності бізнес-процесу його регламенту, де зафіксовано відповідальність, нормативні терміни та інші показники виконання операцій.
	Мінімізація усної інформації	Використання принципів раціональної бюрократії, що дозволяє підвищити відповідальність усіх учасників процесу.
	Організація процедур контролю	Встановлення точок контролю – робіт, метою яких є контроль відповідності результатів сформульованим вимогам; у разі виявлення невідповідності організовується зворотний зв'язок.
Комплексні методи постійного удосконалення	Теорія обмежень Голдратта	Дослідження підприємства як системи, що створюється для досягнення певної мети (зокрема, отримання прибутку); перш ніж покращувати окремі складові системи, потрібно визначити глобальну мету і показники, за допомогою яких можна судити про вплив кожної підсистеми і кожного локального рішення на глобальну мету.
	Lean production	Залучення в процес оптимізації бізнесу кожного співробітника і максимальну орієнтацію на споживача та дотримання принципу усунення всіх видів втрат; підхід до менеджменту і управління якістю, що забезпечує довгострокову конкурентоздатність без істотних капіталовкладень.
	Six Sigma	Забезпечення вдосконалення бізнесу, в межах якого проводяться заходи по знаходженню і виключенню причин помилок або дефектів у бізнес-процесах, шляхом зосередження на тих вихідних параметрах, які є критично важливими для споживача.
	Total quality management	Забезпеченні безперервного підвищення якості всіх організаційних процесів; постійне паралельне удосконалення трьох складових (якості продукції, якості організації процесів, рівня кваліфікації персоналу) дозволяє досягти більш швидкого і ефективного розвитку бізнесу.
	Kaizen	Дотримання принципу безперервного вдосконалення процесів виробництва, розробки, допоміжних бізнес-процесів і управління, де задіяні всі працівники підприємства; покращуючи стандартизовані дії та процеси, має на меті усунути всі втрати.
	Zero defects	Забезпечення скорочення дефектів за допомогою профілактики, яка спрямована на мотивацію персоналу шляхом усвідомлення бажання робити свою роботу правильно з першого разу.
Бенчмаркінг		Пошук стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи.
Аутсорсинг		Передача непрофільних функцій, неефективних або малоефективних процесів зовнішнім спеціалізованим підприємствам з метою зниження операційних витрат підприємства та підвищення ефективності діяльності.
Інструментальні методи	Використання інформаційних технологій автоматизації бізнес-процесів	Опис та аналіз бізнес-процесів, їх поліпшенні та регламентації з точки зору інформаційних систем і технологій, створених спеціально для інтеграції в інтенсивну бізнес-середовище для досягнення автоматизації управління бізнес-процесами та оптимізації.

Джерело: Розроблено автором за даними [3; 5; 6; 8; 9; 13; 15; 16]

Використання цих методів на підприємствах залежить від певних факторів, таких як рівень та частота змін, характер організації, специфіка діяльності. Проаналізовані методи можуть застосовуватися і комплексно залежно від розв'язуваної задачі, наприклад, бенчмаркінг на стадії ідентифікації бізнес-процесів з подальшим вдосконаленням за допомогою методу Six Sigma.

Вдосконалення бізнес-процесів підприємств може відбуватися різними шляхами: через постійне поліпшення процесів (еволюційний шлях) і періодичні радикальні зміни (революційний шлях). Перший спосіб використовується за умови, коли підприємству не потрібні різкі зміни. Другий шлях використовується, коли необхідні перетворення у зв'язку з істотними змінами в діяльності, наприклад, з проведенням комплексної автоматизації, виходом на ринок нової продукції тощо. Такий підхід дозволяє уникнути застосування нових технологій до старих процесів. Техніка революційної оптимізації бізнес-процесів дістала назву реінжинірингу.

Відмінність оптимізації від реінжинірингу в основному полягає в швидкості отримання результатів обсягах робіт і сутності змін. У табл. 4 наведені відмінності між реінжинірингом та оптимізацією (удосконаленням) бізнес-процесів, виділені одним із засновників процесного управління Т. Давенпортом.

Таблиця 3

Порівняльний аналіз методів оптимізації

Six Sigma	Kaizen	Бенчмаркінг	Аутсорсинг
Об'єкт			
Операції бізнес-процесу	Система бізнес-процесів, товари та послуги	Бізнес-процеси з більш високими показниками якості	Допоміжні бізнес-процеси з низькими показниками якості
Мета			
Досягнення рівня дефектності не більше 3,4 дефектів на мільйон ітерацій	Постійне поліпшення якості бізнес-процесів	Визначення причин високої якості бізнес-процесів на еталонних підприємствах	Підвищення загального рівня якості основного бізнес-процесу, зниження витрат
Результат			
Підвищення рентабельності діяльності у результаті усунення дефектів і причин їх появи	Закріплення позиції на ринку, за рахунок конкурентних переваг, високої якості продукції та скорочення витрат	Виявлення важливих факторів проблеми, їх ознак для підготовки варіантів можливих рішень та їх реалізації	Поліпшення обслуговування; створення іміджу, що асоціюється з якістю; скорочення часу виконання робіт, зниження витрат
Недоліки			
Ігноруються можливості для підвищення якості процесів:скорочення часу виконання, оптимізація робочих місць	Складність адаптації інструментів до рівня корпоративної культури; не передбачено проведення радикальних змін	Перенесення проблем або помилок, що виникають у функціонуванні еталонних бізнес-процесів	Ризики, пов'язані з можливими збоями в обслуговуванні та зниженням якості основного бізнес-процесу
Переваги			
Інструментарій та способи підвищення якості пов'язані між собою, що забезпечує простоту та ефективність використання	Системне управління якістю бізнес-процесів на всіх етапах створення доданої вартості кінцевого продукту	Незначний час та витрати, зусилля, що необхідні для підвищення якості бізнес-процесу	Можливість максимальної концентрації на основних бізнес-процесах

Джерело: Розроблено автором за даними [9; 13; 15; 16]

Таблиця 4

Порівняльний аналіз оптимізації та реінжинірингу бізнес-процесів

Параметр	Оптимізація	Реінжиніринг
Рівень змін	Нарощувальний	Радикальний
Відправна точка змін	Існуючий процес	Новий процес
Частота змін	Безперервно	Одноразово
Час	Короткий	Тривалий
Напрям	Знизу вгору	Зверху вниз
Обсяг	Вузький, на рівні функцій та операцій	Широкий, міжфункціональний
Ризик	Помірний	Високий
Засіб	Статистичне управління	Інформаційні технології
Тип змін	Культурний	Культурний / структурний

Джерело: Розроблено автором за даними [12]

Засновники концепції реінжинірингу бізнес-процесів М. Хаммер і Д. Чампі не припускали можливості успішного вдосконалення бізнес-процесів через оптимізацію. Проте практичний досвід показує ефективність застосування методів оптимізації в діяльності підприємств.

Оптимізація процесів має чимало переваг порівняно з реінжинірингом. Так, наприклад, підприємства добре адаптуються до мінливих умов зовнішнього середовища, в той час, як в проектах з реінжинірингу відсутня довгострокова стратегічна адаптованість.

Особливо актуальна оптимізація для вдосконалення бізнес-процесів у великих підприємствах, які мають безліч складних процесів, оскільки дозволяє врахувати вплив ресурсів і ринку. Але найкращий ефект відбувається у випадку комбінації реінжинірингу бізнес-процесів, як першого етапу побудови процесної організації, та оптимізації процесів на другому етапі побудови процесної організації.

Підсумовуючи вищевикладене, виділимо такі переваги оптимізації бізнес-процесів підприємств: (1) скорочення витрат, тривалості та кількості помилок у кожному з проаналізованих процесів; (2) формування у працівників підприємства та керівників чіткого розуміння того як, коли, хто та що необхідно зробити для досягнення поставлених цілей; (3) інтегрування зі стратегією компанії та ключовими показниками її ефективності; (4) можливість підготовки до успішного, продуманого та ефективного впровадження інформаційних технологій; (5) можливість підготовки до ефективного та обґрунтованого організаційного редизайну; (6) зростання керованості підприємства; (7) поліпшення взаємодії між працівниками та підрозділами підприємства; (8) наближення до сертифікації за стандартами ISO: 9000; (9) зростання інвестиційної привабливості підприємства.

У процесі оптимізації бізнес-процесів можуть бути виявлені і усунені такі фактори: дублювання функцій, вузькі місця, надмірна вартість операцій, низька якість виконання операцій,

неузгодженість дій учасників тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Оптимізація бізнес-процесів підприємств є дієвим інструментом забезпечення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах, сприяє збільшенню прибутку і зростанню продуктивності, зниженню витрат, поліпшенню якості продуктів або послуги, з метою їх відповідності потребам клієнтів і споживачів. В результаті проведеного дослідження були виявлені основні принципи та критерії оптимізації. Для максимізації якості бізнес-процесів на підприємствах України необхідно використовувати такі методи оптимізації, які дозволять встановити баланс між задоволенням споживачів і конкуруючими силами ринку з одного боку та показниками ефективності бізнес-процесів з іншого. Проведений аналіз та групування основних методів вдосконалення полегшить їх вибір для практичного застосування на підприємствах та призведе до успішності проекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Cook S. Process improvement: a handbook for managers. – Aldershot, Hampshire, England; Brookfield, Vt., USA: Gower, 1996. – 162 p.
2. Halpin, J.F. Zero Defects: A New Dimension in Quality Assurance. – New York : McGraw-Hill, 1966. – 228 p.
3. Parmenter D. Key Performance Indicators. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, inc., 2007. – 233 p.
4. Интрилигатор М. Математические методы оптимизации и экономическая теория / пер. с англ. Под ред. и с предисловием А. А. Конюса. – М. : Изд-во «Прогресс», 1975. – 597 с.
5. Исикава К. Японские методы управления качеством / Сокр. пер. с англ. / Под. ред. А. В. Гличева. – М. : Экономика, 1988. – 214 с.
6. Ковалев С. М. Оптимизация бизнес-процессов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.betec.ru/index.php?id=06&sid=55.
7. Кучкаров З. Как оптимизировать бизнес-процессы // Генеральный Директор. Персональный журнал руководителя. – 2006. – № 10. – С. 1-11.
8. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2013. – № 1 (21). – С. 15-157.
9. Михайлишин Н. П., Мельник Н. Г. ТОС – теорія, що ламає стереотипи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_4/81.pdf.
10. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению: Моделирование бизнес-процессов. – М. : РИА Стандарты и качество, 2004. – 408 с.
11. Робсон М., Уллах Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов : практическое руководство / Пер. с англ.; под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 222 с.
12. Ткаченко И. Н., Кизиков И. В. Оптимизация бизнес-процессов интегрированных холдинговых структур // Управленец. – 2011. – № 3-4. – С. 40-45.
13. Харрингтон Х., Харрингтон Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде: Пер. с англ. / Под ред. Б. Резииченко. – СПб. : Питер, 2004. – 176 с.
14. Харрингтон Дж., Эсселинг К. С., Нимвеген Х. В. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / пер. с англ. – СПб. : «Азбука», 2002. – 311 с.
15. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг:в поисках конкурентных преимуществ. Пер. с англ. – М. : Издательский дом«Вильямс», 2002. – 176 с.
16. Шесть сигм для менеджеров / Грег Брю. – Пер. с англ. В. Н. Егорова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 272 с.

УДК 330:338.45:338.001.36

Власенко В.В.
доцент кафедри економіки підприємства,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Корчагіна Г.А.
аспірант кафедри економічного аналізу,
Харківський національний економічний університет

СТАН ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ПОКАЗНИК ЗАГАЛЬНОГО РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ

THE STATE OF INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AS AN INDICATOR OF THE GENERAL LEVEL OF THE MANAGEMENTS' PROFESSIONAL CULTURE

АНОТАЦІЯ

У статті представлено аналіз динаміки показників інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємствах промисловості України, у тому числі й машинобудівної, які характеризують рівень професійної культури управлінського персоналу. Описані недоліки в роботі апарату управління, які свідчать про досить низький рівень професійної культури управлінського персоналу, що призводить до незадовільних показниками інвестиційно-інноваційної діяльності.

Ключові слова: інвестиційна діяльність промислових підприємств, інноваційна діяльність промислових підприємств, професійна культура управлінського персоналу промислових підприємств, інноваційні підприємства, показники інвестиційно-інноваційної діяльності.

АННОТАЦИЯ

В статье представлен анализ динамики показателей инвестиционно-инновационной деятельности на предприятиях промышленности Украины, в том числе и машиностроительной, характеризующие уровень профессиональной культуры управленческого персонала. Описаны недостатки в работе аппарата управления, которые свидетельствуют о достаточно низком уровне профессиональной культуры управленческого

персонала, что приводит к неудовлетворительным показателям инвестиционно-инновационной деятельности.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность промышленных предприятий, инновационная деятельность промышленных предприятий, профессиональная культура управленческого персонала промышленных предприятий, инновационные предприятия, показатели инвестиционно-инновационной деятельности.

ANNOTATION

The article presents the analysis of the dynamics of the investment and innovation activities of the industrial enterprises in Ukraine, including engineering, describing the level of the professional culture of managerial staff. Description of shortcomings in the administrative apparatus's work, which demonstrate a low level of the managerial staff professional culture, whiich leads to poor performance of investment and innovation.

Key words: investment activity of industrial enterprises, innovative activity of industrial enterprises, professional culture management industry, innovative enterprise investment and innovation indicators.

Постановка проблеми. Одним з факторів ефективної інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємстві є професійна культура управлінського персоналу, її рівень. Розвиток даного виду діяльності на підприємстві більшою мірою залежить від осіб, що приймають рішення, тобто від працівників апарату управління. Ефективність прийнятих рішень щодо формування та розвитку всіх сфер діяльності підприємства, в тому числі й інвестиційно-інноваційної, залежить від рівня професійної культури управлінського персоналу. Одним з показників рівня професійної культури управлінського персоналу є рівень (розвиток) інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємстві. Отже, аналізуючи рівень показників інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств машинобудування, можна охарактеризувати рівень професійної культури працівників апарату управління.

Аналіз останніх джерел. Питаннями стану, формування та розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності займалися: Гриньова В.М., Каюда В.А., Ілляшенко С.М., Гаврилюк О.В., Марцин В.С., Сапун Л.В. та інші.

Метою даної статті є аналіз існуючого стану та тенденції розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності промислових, у тому числі й машинобудівних підприємств України як одного з показників, що віддзеркалюють рівень професійної культури управлінського персоналу.

Виклад основного матеріалу. Одним з основних показників рівня інноваційної діяльності в країні є кількість впроваджень інновацій на підприємствах (рис. 1). Як видно, з 2000-2005 рр. спостерігається постійне зниження частки підприємств, що впроваджували у своїй діяльності інновації, але з 2005 р. можна помітити поступове збільшення цього показника. Тому можна зробити висновок, що керівники промислових підприємств підвищують рівень власної професійної культури. В цілому в Україні на початку XXI століття мав місце екстенсивний розвиток економіки, що рано чи пізно призводить до вичерпання всіх ресурсів та запасів. Загалом, по Україні продовж останніх двадцяти років частка підприємств у промисловості, що несуть збиток становила 30-40%

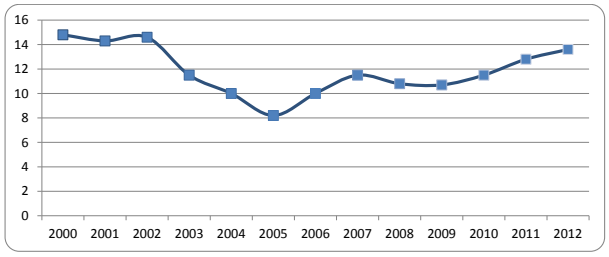


Рисунок 1. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %

На сьогодні неінноваційних підприємств(79,6%) більше, ніж активно інноваційних (рис. 2,а) [2]. Це говорить про нестабільну ситуацію у країні, коли іноземні інвестори не ризикують інвестуванням у вітчизняну промисловість. Все це призвело до різкого скорочення іноземних інвестицій у 2011 році (рис. 2,б) [1]. Притаманним для інноваційної діяльності машинобудівних підприємств є висока частка інноваційно активних підприємств у порівнянні із промисловістю у цілому. Інноваційна спрямованість підприємств машинобудівної галузі також відображається у високій частці інноваційної продукції у загальному обсязі промислової продукції (цей показник є вищим за відповідне середнє значення по промисловості).

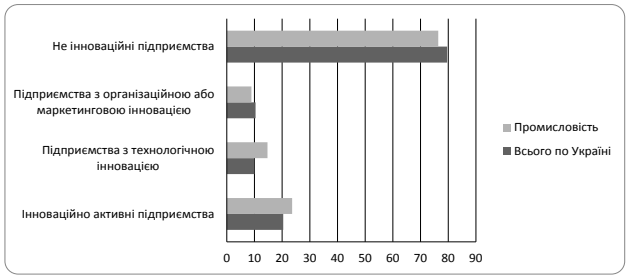


Рисунок 2а. Інноваційна активність підприємств за 2010-2012 рр.

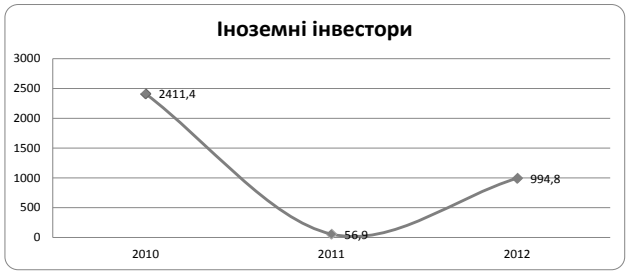


Рисунок 2б. Сума коштів іноземних інвестицій

У період 2010-2012 рр. досить нерівномірно розташувались інноваційно активні підприємства за регіонами. Наприклад, найбільша кількість інноваційно активних підприємств спостерігається у Івано-Франківській обл. (28,8%), далі – Рівненська обл. (28,7%) – і Миколаїв-

Таблиця 1

Інноваційно-інвестиційна діяльність машинобудівних підприємств*

Показник \ Рік	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Інвестиції в основний капітал у машинобудуванні, млн. грн, (у % до попереднього періоду)	2251 (86,2)	3653 (149,6)	5340 (130,3)	6189 (94,1)	3564 (52,0)	4400 (112,0)	5888 (120,1)	2658,3 (123,8)
Загальний обсяг інноваційних витрат у машинобудуванні, млрд. грн.	1,62	2,14	2,58	3,00	2,01	2,54	2,73	
Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції, млрд. грн. (частка у загальному обсязі промислової реалізованої продукції, %)	24,99 (6,5)	30,89 (6,7)	40,19 (6,7)	45,83 (5,9)	31,43 (4,8)	33,7 (3,8)	42,39 (3,8)	36,16 (3,3)
Обсяг реалізованої інноваційної продукції машинобудування, млрд. грн. (частка у загальному обсязі реалізованої продукції, %)	9,15 (18,2)	8,77 (14,8)	13,37 (15,6)	17,81 (16,8)	9,74 (13,0)	10,78 (10,5)	11,28 (8,2)	()

** За офіційними даними Державного статистичного управління [1].*
*** Розраховано автором виходячи із офіційних даних Державного статистичного управління*

ська обл. (28,1%). Однак цей показник розраховується виходячи не з загальної кількості підприємств та організацій по Україні, а з загальної кількості підприємств певного регіону, а в кожному регіоні загальна кількість підприємств та організацій дуже різниться. Так, наприклад, у 2010 р. у Івано-Франківський обл. кількість суб'єктів ЄДРПОУ була 24281 од., а в Дніпропетровській обл. – 101613 од., в Донецькій обл. – 92265 од. [1]

Основні показники, що характеризують інноваційно-інвестиційну діяльність машинобудівних підприємств, відображено у табл. 1. З наведених даних видно, що інвестиції у основний капітал машинобудівних підприємств поступово зростають, але не рівномірними темпами. Виключенням із цієї тенденції стало суттєве зниження зазначеного показника у період всесвітньої фінансової кризи 2008-2009 рр. Також варто зазначити, що рівень інвестицій у основний капітал машинобудівних підприємств зростає більш швидкими темпами, ніж у промисловості у цілому.

Висновки. Стабільність розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності як в країні в цілому, так і на кожному підприємстві зокрема багато в чому залежить від особистості керівників, їх вміння прогнозувати та своєчасно реагувати на кон'юнктуру ринку, створювати ефективні комунікації з інвесторами, партнерами, клієнтами, інституціями державної влади тощо. Наразі досить мала частка керівників розуміють важливість розвитку та формування власної професійної культури. Про це свідчать показники кількості інноваційно активних підприємств, кількості залучених іноземних інвестицій, обсяг реалізованої інноваційної продукції. Загалом про недостатній розвиток інвестиційно-інноваційної діяльності, а отже і невідповідний рівень професійної культури управлінського персоналу свідчать такі недоліки: недостатня увага до таких видів управлінської роботи на підприємстві, як переговори з партнерами, постачальниками, основними клієнтами, лобіювання; недостатня увага до роботи з іноземними інвесторами; відсутність стремління до підвищення власної кваліфікації та кваліфікації працівників підприємства, освоєння нових технологій в управлінні тощо. Все це говорить про досить низький рівень професійної культури апарату управління промислових підприємств, що призводить до низьких показників інвестиційно-інноваційної діяльності загалом. Тому важливим моментом в управлінні на підприємстві є планомірне формування та розвиток професійної культури управлінського персоналу, що в свою чергу, допоможе налагодити зв'язки з усіма суб'єктами інвестиційно-інноваційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Статистичний збірник «Регіони України» / Ред. О. Г. Осауленко ; Державна служба статистики України. – Київ : Видво «Консультант», 2006. – 576
2. Сайт Державної служби статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua.
3. Експрес-випуск «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2010-2012 рр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua.

УДК 339.5

Красноштан О.М.
кандидат технічних наук, доцент,
Національний транспортний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МАКРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ШВИДКІСНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

SOME ASPECTS OF MAKRKETING STRATEGY OF HIGH-SPEED RAIL TRANSPORTATION

АНОТАЦІЯ

У статті охарактеризовано загальну систему маркетингової підтримки просування послуг денних швидкісних залізничних перевезень як нового продукту на транспортному ринку внутрішніх міжміських перевезень. Проаналізовано та зроблено прогноз про вплив різних факторів на просування нового виду транспортних послуг. Запропоновано підходи до формування маркетингової стратегії для просування денних швидкісних залізничних перевезень.

Ключові слова: залізничний транспорт, маркетинг, швидкісні залізничні перевезення.

АННОТАЦИЯ

В статье охарактеризована общая система маркетинговой поддержки продвижения услуг дневных скоростных железнодорожных перевозок как нового продукта на транспортном рынке внутренних междугородних перевозок. Проведен анализ и сделан прогноз о влиянии разных факторов на продвижение нового вида транспортных услуг. Предложены подходы к формированию маркетинговой стратегии для продвижения дневных скоростных железнодорожных перевозок.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, маркетинг, скоростные железнодорожные перевозки.

ANNOTATION

The article described the overall marketing support services promotion daytime speed rail as a new product on the market of domestic long-distance transport operations. The analysis and the forecast of the impact of various factors on the promotion of a new type of transport services. The approaches to the formation of a marketing strategy to promote high-speed rail transportation.

Key words: railway transport, marketing, High-speed railway transportation.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Відповідно до специфіки України, пасажирські перевезення залізничним транспортом традиційно лідирують на ринках міжміського та приміського сполучення. Взагалі, залізничний транспорт України займає важливе місце в структурі економіки України й на сьогодні знаходиться в стані реформування. У галузі активно впроваджуються різноманітні інформаційні та інноваційні системи управління окремими напрямками перевізного процесу та обслуговування пасажирів [2].

Більш того, в 2012 році на залізницях України запроваджено денний швидкісний рух, який. Безумовно, вимагає абсолютно нових підходів до обслуговування пасажирів [1]. У цій ситуації надзвичайно важливим є використання сучасних технологій також і в сфері маркетингу. Адже, як показує прогресивний світовий досвід, саме використання принципів та інструментів маркетингу дає можливість залізничним підприємствам виживати в конкурентній боротьбі з іншими видами транспорту та максимізувати прибуток.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти маркетингу в сфері залізничного транспорту розглядалися в працях українських та російських вчених, таких як Абрамов А.П. [4], Аксьонов І.М. [5], Галабурда В.Г [4]., Громова О.В. [6], Ейтутіс Г.Д. [7], Перепелюк А.В. [7], Сенцова К.А. [8] тощо.

Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. На даний час в Україні впроваджено денний швидкісний залізничний рух. Дані перевезення – окремий сегмент залізничних перевезень, який володіє дуже серйозними особливостями, а отже й вимагає індивідуального підходу до його маркетингового забезпечення. Особливо це питання загострюється у зв'язку із конкуренцією з боку інших видів транспорту, яка постійно посилюється. Тим не менше до цього часу питання формування цілісної системи та стратегії маркетингового забезпечення не вирішено.

Метою статті є вдосконалення системи теоретико-методологічних і методичних положень щодо формування та впровадження стратегії та системи маркетингової підтримки та просування послуг швидкісного залізничного сполучення в Україні.

Викладення основного матеріалу. З точки зору маркетингу денні швидкісні перевезення є абсолютно новим продуктом на ринку міжміських перевезень в Україні.

Головними конкурентами даного виду сполучення на плечах обслуговування 400...700 км є автомобільний та залізничний транспорт. При цьому автомобільний транспорт виграє за параметрами вартості перевезень, яка в 1,5...2 рази нижча, тим не менше суттєво програє за часом подорожі та комфортом. А авіаційний транспорт хоч і забезпечує перевагу в часі на плечах обслуговування більше 500 км, проте залишається занадто дорогим. Більш того, час подорожі між містами (з врахуванням відправлення та прибуття до центральної частини міст) на плечах обслуговування менше 500 км є приблизно однаковим, якщо врахувати час проїзду між центром міста та аеропортом та час, який витрачається на оформлення формальностей (реєстрація на рейс) та час очікування вильоту.

До сильних сторін денного швидкісного залізничного сполучення відносяться також:

- Високий рівень комфорту;
- Точність виконання розкладу;
- Менша (у порівнянні із іншими видами транспорту) залежність від метеоумов;
- Можливість здійснювати одноденні ділові подорожі без ночівлі у готелях;
- Доступ до мережі Інтернет;
- Екологічність (низький рівень викидів забруднюючих речовин у атмосферу).

З метою належного конкурування на ринку міжміських перевезень окрему увагу необхідно звернути на наступні напрямки маркетингової політики:

1. Тарифна політика:

З моменту запровадження швидкісного руху (з 27 травня 2012 року) тарифи на проїзд у швидкісних поїздах ІНТЕРСІТІ+ не підвищувалися. Більш того, завдяки внесеним змінам до Податкового кодексу України перевезення поїздами ІНТЕРСІТІ+ з 12 серпня 2012 року оподатковуються за нульовою ставкою податку на додану вартість (ПДВ). Це дозволило суттєво зменшити вартість проїзду. До того ж, передбачено низку знижок та бонусів, які дозволяють пасажирам заощадити кошти.

Так, при формуванні тарифів передбачається зниження вартості проїзду:

- при оформленні проїзного документу «туди-зворотно» в розмірі 10%;
- за днями тижня (у четвер та суботу) у розмірі 10%.

Крім того, для заохочення пасажирів у придбанні проїзних документів на швидкісні поїзда Інтерсіті+ заздалегідь, з 1-го березня 2013 року була введена гнучка система регулювання тарифів у вагонах Першого класу. Дана система диференціації тарифів попереднього продажу проїзних документів передбачає зміну вартості проїзду в залежності від строку придбання проїзного документа до дати відправлення, а саме:

- при придбанні проїзних документів за 45-44 доби до дати відправлення поїзду вартість плацкартної частини тарифу зменшується на 15%;
- при придбанні проїзних документів за 43-30 діб до дати відправлення поїзду вартість плацкартної частини тарифу зменшується на 10%.

Окрім того, на виконання Національного плану дій на 2013 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», затвердженого Указом Президента України № 128/2013 [3], з 01 жовтня 2013 року діє Бонусна програма ІНТЕРСІТІ_Бонус, яка дозволяє пасажирам, які часто подорожують, заощаджувати.

Програма ІНТЕРСІТІ_Бонус діє для пасажирів вагонів Першого Класу поїздів ІНТЕРСІТІ+ при оформленні електронного проїзного документа (ЕПД) через Інтернет-сайт http://booking.uz.gov.ua для всіх поїздів «ІНТЕРСІТІ+» Української залізничної швидкісної компанії. Основна суть Бонусної програми полягає в тому, що щоразу при придбанні квитка у вагон Першого Класу поїзда ІНТЕРСІТІ+ за будь-яким напрямком пасажир має можливість накопичувати бонусні бали, які при досягненні достатньої їх кількості зможе обміняти на знижку при придбанні нагородного квитка.

2. Розширення асортименту додаткових послуг для пасажира: На сьогоднішній день пасажири поїздів ІНТЕРСІТІ+ мають можливість:

- скористатись послугами вагона-буфета;
- отримати безкоштовно особистий примірник бортового журналу Української залізничної швидкісної компанії;
- переглядати нові фільми та цікаві передачі, які містяться в відео журналі, що транслюється під час поїздки;
- отримати доступ до мережі Інтернет (на всіх напрямках, окрім напрямків на Сімферополь та Київ–Дніпропетровськ–Запоріжжя). Причому вартість користування послугою для пасажирів Першого класу є безкоштовною – послуга надається за рахунок компанії.

Крім того, пасажири Першого класу мають можливість безкоштовно скористатись послугами залів очікування підвищеного комфорту перед відправленням поїзда.

Запроваджені зупинки поїздів ІНТЕРСІТІ+ сполученням Київ-Львів-Київ та Київ – Харків – Київ по станції Дарниця відкривають нові можливості і для пасажирів, які прямують з метою вильоту з Міжнародного аеропорту «Бориспіль»: Українська залізнична швидкісна компанія та Державний міжнародний аеропорт «Бориспіль» продовжують реалізацію проекту по організації спеціального сполучення між залізничним вокзалом «Дарниця» та Міжнародним аеропортом «Бориспіль» для пасажирів поїздів ІНТЕРСІТІ+. До послуг пасажирів комфортабельні автомобілі-таксі SkyTaxi: нові автомобілі D-класу, кваліфіковані водії, можливість розрахуватися готівкою та платіжними картками міжнародних платіжних систем, заощадження щонайменше 30 хв. на подорожі (в порівнянні з часом подорожі від Центрального залізничного вокзалу міста Київ).

У перспективі для пасажирів ІНТЕРСІТІ+ планується впровадити спеціальний автобусний експрес-маршрут від ст. Дарниця до Міжнародного аеропорту «Бориспіль», який працює за розкладом, синхронізованим із розкладом руху поїздів, та обслуговуватиметься комфортабельними автобусами.

3. Підвищення рівня обслуговування пасажирів у поїздах ІНТЕРСІТІ+: Необхідно постійно проводити роботу з покращення надаваного сервісу у швидкісних електропоїздах Інтерсіті+, вивчати досвід аналогічних компаній ближнього та далекого зарубіжжя для впровадження і застосування в умовах України.

З метою вдосконалення роботи та поліпшення рівня сервісного обслуговування, провівши

моніторинг успішних практик європейських компаній з експлуатації швидкісних поїздів Української залізничної швидкісної компанії для створення сервіс- та клієнт-орієнтовної компанії у першому кварталі 2013 року з працівниками, задіяними в обслуговуванні пасажирів у поїздах, фахівцями провайдера консалтингових і тренінгових послуг компанії TMI Ukraine проведено семінари з питань навчання удосконаленню навиків стюардів з підвищення ефективності та продуктивності праці, а також тренінги з лідерства й управління персоналом для керівництва.

Для здійснення об'єктивного контролю рівня та якості послуг доцільно вдатись до контролю якості за допомогою методу «Таємний Пасажир»: спеціально підготовлений фахівець, невідомий нікому з членів поїзної бригади, здійснює подорож як звичайний пасажир, а всі виявлені недоліки заносить до спеціального звіту. На основі цих звітів необхідно проводити роботу з підвищення якості послуг.

Висновки. Маркетингова підтримка є ключовим елементом успіх запровадження нового виду міжміських перевезень – денних швидкісних залізничних перевезень. Тому надзвичайно важливим є розробка і впровадження чіткої маркетингової стратегії, побудованої на сильних сторонах та конкурентних перевагах, а також на високому рівні сервісу.

У подальших дослідженнях доцільно сконцентрувати увагу на розробленні чіткої системи маркетингової стратегії денних швидкісних залізничних перевезень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лобойко Л. М. Швидкісні поїзди – рішення майбутнього / INTERCITY Magazine. – № 1. – 2012. – С. 5-7.
2. Чекалов П. Л. Швидкість інновацій / INTERCITY Magazine. – № 10. – 2013. – С. 10-13.
3. Офіційне Інтернет-представництво Президента України // http://www.president.gov.ua/documents/15521.html.
4. Абрамов А. П. Маркетинг на транспорте : учебник для вузов / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова – М. : Желдориздат, 2001. – 623 с.
5. Аксёнов И. М. Маркетинг на объектах транспорта / И. М. Аксёнов. – Нежин : ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 336 с.
6. Громова О. В. Підвищення економічної ефективності залізничних пасажирських перевезень в сучасних умовах : дис. … кандидата екон. наук : 08.07.04 / Громова Олена Володимирівна. – Харків, 2002. – 201 с.
7. Перепелюк А. В. Основи маркетингу на залізничному транспорті / А. В. Перепелюк, Г. Д. Єйтутіс. – Дніпропетровськ : Континент, 1996. – 212 с.
8. Сенцова К. А. Разработка системы маркетингового управления пассажирскими перевозками на железнодорожном транспорте : дис. … кандидата экон. наук : 08.00.05 / Сенцова Ксения Александровна. – М., 2003. – 210 с.

УДК 331.101.38

Лихолат С.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Львівський державний університет внутрішніх справ

Чабаренко Ю.О.
магістрант,
Львівський державний університет внутрішніх справ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НЕФІНАНСОВОЇ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ

CURRENT APPROACHES TO MATERIAL NON-FINANCIAL MOTIVATION OF EMPLOYEES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сучасні підходи нефінансової матеріальної мотивації працівників. Наведено методи застосування нефінансової матеріальної мотивації працівників. Розкрито взаємозв'язок між нефінансовою матеріальною мотивацією та кінцевими результатами діяльності підприємства. Запропоновано шляхи застосування нефінансової матеріальної мотивації працівників.

Ключові слова: нефінансова матеріальна мотивація, моделі мотивації, теорія очікувань, рівень мотиваційних вказівок.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены современные подходы нефинансовой материальной мотивации работников. Приведены методы применения нефинансовой материальной мотивации работников. Раскрыта взаимосвязь между нефинансовой материальной мотивацией и конечными результатами деятельности предприятия. Предложены пути применения нефинансовой материальной мотивации работников.

Ключевые слова: нефинансовая материальная мотивация, модели мотивации, теория ожиданий, уровень мотивационных указаний.

ANNOTATION

The paper considers new approaches of material non-financial motivation of employees. The methods use non-financial financial motivation of employees. Reveals the relationship between non-financial and financial motivation final results of the company. The ways of applying non-financial financial motivation of employees.

Key words: non-financial material motivation, models of motivation, the theory of expectations, level motivational guidance.

Вступ. Змінні процеси, які відбуваються в економіці, впливають на свідомість людей, їх ціннісну і мотиваційну структуру. Це обумовлює необхідність глибокого дослідження процесу мотивації, так як мотиви керують людиною. Саме тому постає важливе завдання сучасної організації – формування якісної системи менеджменту, в процесі виконання якої важливою умовою є побудова та впровадження ефективної системи мотивації.

Як говорить практика, жодна система менеджменту організації не може успішно виконувати свої функції, якщо не включає в себе ефективну систему мотивації трудової діяльності. Для подолання зазначеної проблеми все частіше застосовують не тільки класичне економічне мотивування у вигляді грошових бонусів та високої заробітної плати, а й нефінансові матеріальні методи мотивування. Звичайно, гроші і вертикально ієрархічні перспективи – це достатньо важливий мотиватор, але не єдиний.

Аналіз досліджень. Трансформаційні економічні процеси дають поштовх до нових підходів та досліджень в галузі мотивації праці найманого персоналу. Одним зі таких методів є метод нефінансової матеріальної мотивації персоналу якому приділяється значна увага в сучасних наукових працях відомих науковців. Теоретико-методологічну базу дослідження склали положення і роботи класиків з проблем трудової активності та управління персоналом, а саме Адамчук В.В., Генкіна Б.М., Грушенка В.І., Єгоршина А.П., Карпова А.В., Кібанова А.Я., Наумова А.І. та інших. Варто відзначити праці зарубіжних представників методологічних і ігротехнічних шкіл Анісімова О.С., Дудченко В.С., Красовського Ю.Д. Зокрема, Баранцева С.М., яка досліджувала мотивацію нефінансову та фінансову, визначила нефінансову мотивацію частиною культури компанії, яка базується на емоційних та внутрішніх потребах працівників [1, с. 74]. Водночас вчений-економіст Петраченко Д.І. вказувала на те, що попри складну економічну ситуацію дуже важко встановити високу заробітну платню і особливу увагу треба приділити саме нефінансовому матеріальному мотивуванню до праці [2, с. 23-27]. Питання нефінансового матеріального мотивуванню є достатньо широко досліджуване, проте в ньому не достатньо приділена увага сучасним практичним підходам до можливостей його застосування.

Виклад основного матеріалу. Загострення внутрішніх проблем на підприємствах підтверджує постулат про те, що на сучасному етапі розвитку жодна система управління підприємством не може успішно функціонувати, якщо не включає в себе ефективну систему мотивації трудової діяльності. Мотивація, як відомо, найчастіше використовується у фінансовому аспекті, але існує й інший вид мотивації, тобто нематеріальна мотивація, яка є не менш дієвою і розумне впровадження її на підприємстві приносить суттєві результати.

Як правило керівникам пропонувалось велика кількість різних класичних підходів до мотивації таких як «ієрархія потреб», «науковий менеджмент», «збагачення праці», «людські відносини». Кожен з цих підходів є раціональним. Водночас достатньо досліджень було присвячено новій моделі мотивації, яка має назву «теорія очікувань», яка заснована на думці, що кожна людина – індивідуальність і відповідно до цього підходу «люди самі вирішують, як вести себе на роботі», «різні люди мають різні потреби» [3, с. 131]. Загалом цей підхід припускає думку, що люди мають свій світогляд, а також власні потреби. Схиляючись на свої погляди, люди вирішують яким чином себе поводити, щоб їхні потреби було задоволенні результатом. Попередньо проведені дослідження щодо дії теорії очікувань у напрямі передбачення поведінки працівників підтвердили правильність цієї теорії. Згідно з теорією: працівники, які працюють краще за інших, очікують бачити пряму залежність між тим, як вони виконують роботу, і винагородами, на які вони розраховують. Відповідно до цього підходу, не тільки очікування результату спонукає працівника. Він сподівається, що якщо докладе деякі зусилля, то впорається зі своєю роботою. Якщо підлеглі відчують, що не можуть досягти того ступеня продуктивності, яка необхідна для отримання винагороди, то їх мотивація до роботи знизиться. Стимул до роботи з'являється тільки тоді, коли підлеглий бачить цей зв'язок. Багато керівників опиняються в непоінформованості, щодо поведінки своїх працівників, бо покладаються лише на власну думку про ситуацію і забувають з'ясувати, що відчувають підлеглі. Є лише один спосіб зробити це – провести опитування працівників. Теорія очікувань пропонує більш складну модель людини, з якою повинен працювати керівник. У той же час ця модель обіцяє створення більш ефективних стимулів до роботи і більш дієве планування організаційних систем. Загалом, вона передбачає, що керівник повинен чітко уявляти: які задатки є в людини; які умови їм відповідають, при цьому поєднання цих факторів спонукатиме до різноманітних ліній поведінки.

Дотримуючись цього твердження, модель передбачає ряд заходів щодо ефективного мотивування працівників. Прості моделі дають прості відповіді, але ця більш складна модель здатна запропонувати щось більше. Керівники можуть використовувати різні моделі (такі, як теорія очікувань), щоб зрозуміти сутність поведінки людей і створити більш ефективну організацію [4]. Важливим є момент відбору працівників на роботу, під час якого менеджер по роботі з персоналом повинен встановити пріоритети майбутнього працівника щодо мотивації праці.

Одною з теорій, яку застосовують в сучасності, є теорія Елтона Мейо теорія «людських відносин», проведені дослідження якого на робочих місцях дозволили зробити висновок, що на продуктивність праці впливають такі людські факто-

ри, як соціальна взаємодія і групова поведінка.

Після теорії австралійського науковця на світ з'явилися психологічні теорії мотивації праці, які поділяються на дві групи: засновані на внутрішніх потребах і на поведінці людей з урахуванням того, як вони пізнають і сприймають навколишній світ. Аналіз характеру мотиваційного процесу показав, що мотивація залежить від виду потреб, що ініціюють його. До того ж потреби перебувають між собою у складній динамічній взаємодії і здатні взаємно посилювати свою дію, суперечити одна одній, нівелювати значущість одна одної тощо [5, с. 134].

Сила самої мотивації або рівень мотиваційних вказівок персоналу значною мірою залежать від оцінки «трудомісткості» досягнення цілей. Будь-яка трудова діяльність пов'язана із затратами праці певної кількості, якості, інтенсивності і має свою ціну. Тому, відповідно одним з важливіших передумов правильності вибору мотивації в кожному конкретному випадку є аналіз інтенсивності праці. Аналіз стану використання людського потенціалу дозволить виявити несприятливі санітарно-гігієнічні умови на виробництві, незадовільну організацію праці, недоліки соціально-побутової сфери. Такий аналіз може сформувати таку трудову поведінку, коли працівник згоджується на меншу матеріальну винагороду, оскільки інтенсифікація праці для нього є неприйнятною. Мотивація виникає із незадоволення потреб і дій, що дають їй поштовхи, якщо вони успішні і задовольняють ці потреби. Деякі потреби, такі як їжа, задовольняються лише на деякий час. Інші потреби, такі як потреба в дружбі, можуть задовольнятися на тривалий час, але можуть залишатися незадоволеними інші потреби. Тому завжди важливо з'ясувати, які специфічні потреби дають поштовх виникненню мотивації у даної людини, у даний час [6, с. 213].

Достатньо цікавим методом удосконалення мотивування праці є мотивація вільним часом. Сутність мотивації вільним часом полягає в розходженнях в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі. Ця форма нефінансової матеріальної мотивації поки не одержала поширення у практиці українських підприємств, але досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про необхідність впровадження системи компенсації вільним часом на вітчизняних підприємствах. Використання гнучких форм зайнятості (скорочений робочий день, збільшення відпустки, гнучкий графік роботи, надання відгулів та ін.) надає можливість вибору працездатному населенню між робочим часом та відпочинком [7, с. 122].

Щодо самих видів, які можна використовувати, як і в вищезазначеній моделі «теорія очікувань», так і в практиці менеджменту, достатньо затребуваним видом нематеріальної мотивації є паркувальне місце. Це достатньо актуальна проблема, яка стосується нашого регіону. Як це банально не звучить, але затребуваність в парковках займає актуальне місце, адже формування мережі місць паркування автомобілів, є однією з найважливіших проблем для громадян з транспортом. Зокрема, у Львові, як і в інших містах України, зростає рівень автомобілізації. Зараз в ньому нараховується 150 тис. машин, на кожну 1000 мешканців припадає 200 автомобілів, в недалекій перспективі прогнозується 250 автомобілів. Загальна забезпеченість парковками складає 55%, що відповідає 50 тис. паркувальних місць [8, с. 476]. Але в даному випадку проблема не відсутності парковок, в даному випадку це навпаки є плюсом, тому, що це зумовлює додаткове прагнення цього нематеріального заохочення. Таким чином, підприємство може орендувати певну частину площ земельних ділянок і організувати паркувальне місце для кращих працівників.

З трансформацією суспільства мотивація, як така, щороку втрачає певний акцент. Як казав класик: «Нове – це давно забуте старе». На Львівщині є близько п'ятидесяти різних пенсіонатів та санаторіїв [9, с. 61], половина з них – дитячі табори путівки в які можна надавати працівникам як вид нематеріальної мотивації та надавати пільгові або безоплатні путівки. Можливо це радянські традиції, але ці традиції є дієвими, вони і визначають нематеріальну мотивацію, як стимулюючу. Зокрема, відпочинкові бази та їх потенціал є достатнім: на Львівщині добре розвинута інфраструктура курортних міст Славськ, Моршин та Трускавець, а також в Сокальському районі та Турківському [9, с. 65]. Такий підхід до мотивації працівників сприятиме не лише вирішенню внутрішніх управлінських проблем, але й сприятиме створенню робочих місць у курортних місцях.

Як твердить мудрість, «шлях до серця чоловіка лежить через його шлунок». Цей принцип можна перекласти і на мотивацію персоналу. Якщо на підприємстві створити їдальню за пільговими цінами для працівників чи безкоштовне харчування для кращих працівників, за певний термін це теж буде хорошим мотиваційним підходом.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. Грошове заохочення та бонуси до зарплати, це звичайно дієвий спосіб мотивування працівника, але якщо його часто застосовувати, він не буде давати бажаного ефекту. На допомогу фінансовим мотиваторам приходять нефінансові матеріальні мотиватори, які в свою чергу дають ефект синергії. На нашу думку, дієвими будуть як вище перелічені методи, так і соціальні вигоди, страхування, подарунки, мотиваційне навчання, оплата спортивних занять і т. п. Найкращий ефект досягається комбінованим способом з вдало обраними підходами до мотивації. Нематеріальне мотивації сприяє підвищенню самооцінки працівника, мотивує його до оволодіння новими навичками, сприяє розвитку здібностей. Водно-

час створення механізму нематеріальної мотивації персоналу позитивно вплине на ефективність праці та прибуток підприємства, та потребує особливих економічних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економіка і управління / За редакцією Ефремова А. В., 2011. – 132 с.
2. Мотивація і мотивації праці персоналу, як інструмент удосконалення діяльності підприємства / Петраченко Д. – Львів : бібліографія, 2009. – 216 с.
3. Матеріальна та нематеріальна мотивація праці : матеріали всеукраїнської конференції молодих вчених та студентів [«Економіка, фінанси менеджмент в сфері технологій та дизайну»], (Київ, № 4. – 2012 р.) / Міністерство культури України, Київ. Київський національний університет технологій та дизайну, 2012. – 274 с.
4. Новий підхід до мотивації Девід А. Надлер, професора психології університету Мічігану [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukr-referats.net.ua/teoriya-ochikuvan-novij-pidxid-do-motivac/.
5. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. ; За заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К. : КНЕУ, 2005. – 286 с.
6. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління. – Київ : Академвидав, 2003. – 568 с.
7. Черкасов В. В., Платонов С. В., Третяк В. І. Управлінська діяльність менеджера. Основи менеджмента. III видання, з доповненнями. – К. : Ваклер, Атлант, 2008. – 470 с.
8. Соснова Н. С. Проблеми формування мережі місць паркування в історичному місті (на прикладі м. Львова) / Соснова Надія Степанівна // Містобудування та територіальне планування. – 2009. – № 34. – С. 731.
9. Статистичний щорічник міста Львова за 2012 рік: довідник, головне управління статистики у Львівській області [за редакцією Зимовіної Світлани Іванівни]. – Львів : Обласне управління статистики, 2012. – 160 с.
10. Коваленко М. Нематеріальна система мотивації персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.c2f.ru/archives/nematerialnaya-sistema-motivacii-personala-osnovy-osnov/.

УДК 339.3:338.24.01

Мазур О.Є.
кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОРГІВЛІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ КОМПЛЕКС НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

MANAGEMENT OF TRADE DEVELOPMENT: METHODOLOGI-CAL COMPLEX OF THE SCIENTIFIC RESEARCH PROCESS

АНОТАЦІЯ

У статті розглядається методологія наукового дослідження такого об'єкта, як управління розвитком торгівлі. Розроблений авторський методологічний комплекс, що ґрунтується на поєднанні філософії холізму та редукціонізму з науковими концепціями інституціоналізму, кібернетики, синергетики та загальною теорією систем. На цій основі визначено етапи наукового дослідження системи управління торгівлею.

Ключові слова: торгівля, методологія, метод, управління, інституціоналізм, система, холізм, синергетика.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается методология научного исследования такого объекта, как управление развитием торговли. Разработан авторский методологический комплекс, основанный на сочетании философии холизма и редукционизма с научными концепциями институционализма, кибернетики, синергетики и общей теорией систем. На этой основе определены этапы научного исследования системы управления торговлей.

Ключевые слова: торговля, методология, метод, управление, институционализм, система, холизм, синергетика.

ANNOTATION

The article discusses the methodology of the scientific research in management of the trade development. The methodological complex was developed by the author. The complex is based on a combination of holistic and reductionist philosophy with scientific concepts of institutionalism, cybernetics, synergies and general theory of systems. On that basis stages of scientific research management system trade have been defined.

Key words: trade, methodology, technique, management, institutional economy, system, holism, synergy.

Постановка проблеми. Наукове дослідження процесів управління інституціональним розвитком підприємництва в роздрібній торгівлі потребує застосування сучасної методологічної бази – методів, процедур, системи принципів і підходів наукової діяльності. В українських наукових періодичних виданнях важко знайти роботи, які присвячуються пошуку і обґрунтуванню методології дослідження такого об'єкту, як управління розвитком торгівлі. Такі питання ставляться і вирішуються передовсім в кандидатських чи докторських дисертаціях, що свідчить про глибину проблеми і одночасну трудність її розв'язання. Разом з тим методологічні підходи в науковому пошуку, без перебільшення, визначають якість дослідження ще на початковому етапі. Від того, яку сукупність принципів, способів та інструментів дослідження обере науковець, залежить науковий рівень отриманих ним висновків. Своєю чергою, це справляє безпосередній вплив на особливості вироблення прикладних рекомендацій щодо вдосконалення функціонування об'єкту і предмету дослідження. Отже, тема цієї статті є актуальною і своєчасною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які приділяють увагу розробленню методологічної бази дослідження управлінських механізмів щодо торгівельного бізнесу, варто відзначити В. Переверзєву, О. Покатаєву, В. Апопія та інших. В. Апопій, вивчаючи

проблеми взаємодії торгівлі та АПК, пропонує методологічні засади наукового дослідження на основі синтезу сучасних теорій (систем, обміну, конкуренції, відтворення, синергії, економічної рівноваги) і специфічних методів і моделей (міжгалузевого балансу, економічної динаміки, попиту і пропозиції, системи національних рахунків). Автор розробив концептуально новий підхід до дослідження процесу взаємодії торгівлі та АПК, заснований на засадах теорії систем і єдності багатостадійного технологічного циклу АПК і процесу відтворення [1, с. 6-7].

О. Покатаєва використовує системний підхід до вивчення економічних функцій і поведінки держави на національному товарному ринку, виходячи з основних принципів інституціональної економічної теорії [9, с. 8]. В основу її наукового дослідження покладено положення економічної теорії з питань аналізу інституціональних змін української економіки і механізмів державного регулювання цих процесів у торгівлі.

Т. Переверзєва, досліджуючи проблему інституціонального регулювання торгівлі, зазначає, що її розв'язання перебуває на стику кількох наукових напрямів – загальної теорії систем, системного аналізу, інституціональної економіки та теорії регуляціонізму, поєднання яких дає змогу вийти на якісно новий рівень вирішення проблем сталого функціонування торгівлі [8, с. 5]. На основі творчого узагальнення та використання вітчизняних і зарубіжних наукових розробок автор обґрунтовує власну концепцію побудови системи інституційного регулювання торгівлі.

Роботи цих та інших науковців суттєво збагатили методологічний арсенал теорії управління торгівлею, проте підходи більшості з них і предметно, і об'єктно вирізняються радше аспектністю, ніж комплексністю чи системністю. Крім того, традиційно поза увагою залишаються досягнення сучасної філософської думки, котра, на наш погляд, має стати серйозним методологічним підґрунтям у всіх наукових дослідженнях.

Постановка завдання. Метою даної статті є спроба запропонувати методологічний комплекс до дослідження управління розвитком торгівельного підприємництва, який відрізнявся би системністю та охоплював найновітніші наукові розробки філософії, синергетики, теорії управління та інституціоналізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Методологія» походить від грецьких слів *methodos* (шлях, спосіб дослідження, навчання, викладення) і *λόγος* (вчення), тому методологія означає вчення про метод. У Філософському енциклопедичному словнику методологія визначається як система принципів і способів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему [14]. У Філософській Енциклопедії методологія окреслена як філософське вчення про методи пізнання і перетворення дійсності; застосування принципів світогляду до процесу пізнання, до духовної творчості взагалі і до практики [15]. В книгах відомого методолога А. Новікова дається стисле, але ємне означення: «методологія – це вчення про організацію діяльності [6, с. 20; 7]. Автор обґрунтовує, що це поняття стосується будь-якої діяльності – учбової, наукової, практичної, ігрової та ін. Організувати діяльність означає упорядкувати її в цілісну систему з чітко визначеними характеристиками, логічною структурою і процесом її здійснення – часовою структурою. Логічна структура охоплює такі компоненти: суб'єкт, об'єкт, предмет, форми, засоби, методи діяльності, її результат. Зовнішніми по відношенню до цієї структури є такі характеристики діяльності, як особливості, принципи, умови, норми [6, с. 24-25]. Беручи за основу підхід А. Новікова, в цій статті ми зосередимося на логічній структурі як «ядрі» наукового дослідження управління розвитком торгівлі.

Отже, методологія передбачає визначення об'єкта, предмета досліджень, цілей, задач дослідження, вибір сукупності засобів дослідження, а також обґрунтування послідовності руху дослідження в процесі вирішення задач. Об'єктом нашого дослідження є процеси і механізми управління розвитком підприємництва в торгівлі, предметом – теоретико-методичні і прикладні позиції, які є основою для дослідження управління розвитком підприємництва в торгівлі.

Метою наукового пошуку є розроблення та обґрунтування теоретичних, методологічних та науково-практичних засад організації системи управління для прискореного розвитку і підвищення ефективності функціонування підприємництва в торгівлі.

Для досягнення мети ми пропонуємо використовувати методологічний комплекс, який ґрунтується на поєднанні філософії холізму та редукціонізму з науковими концепціями і теоріями інституціоналізму, кібернетичною теорією управління, загальною теорією систем та синергетики, а також охоплює загальнонаукові та спеціальні методи і підходи дослідження.

У якості засадничого методологічного підходу доцільно обрати системний підхід (системну парадигму), котрий як засіб постановки завдань дає змогу побачити досліджувані об'єкти і процеси з позицій системного устрою і на цій основі виявити закономірності і взаємозв'язки з метою їх більш ефективного використання. Системний принцип мислення задає орієнтаційні і світоглядні підвалини наукового пошуку, який розгортається і розкривається через системний аналіз – безпосередній процес пізнання, виражений у комплексі методичних засобів.

Завдяки системному підходу вдається побачити розвиток підприємництва в торгівлі, а також управління розвитком як цілісну та певною мірою відособлену систему, що характеризується складом елементів, структурою,

функціями елементів і цілої системи, законами розвитку системи та її складових.

В основу дослідження управління торгівлею, на нашу думку, доцільно покласти засадничі положення загальної теорії систем, основи якої сформовано Л. фон Берталанфі [2]. В рамках цієї теорії вивчаються різні типи, класи, види систем, принципи і закони їхньої поведінки, закономірності формування і розвитку систем (еволюційні, революційні, адаптаційні, рівноважні процеси тощо). Система розглядається як єдине ціле, що має особливий устрій і характеризується складом елементів, структурою, функціями елементів і цілої системи, законами розвитку системи та її компонентів. Крім того, досліджується середовище системи, в межах якого розгортаються і організуються всі процеси [11; 12].

Безпосередня дослідницька робота в рамках системного підходу здійснюється за допомогою системного аналізу, об'єктом якого є явища чи об'єкти, що розглядаються як системні утворення. Системний аналіз спрямований на виявлення загальних тенденцій і факторів розвитку об'єкта і вироблення заходів щодо вдосконалення системи управління об'єктом. Кінцевою метою системного аналізу є розробка і впровадження вибраної еталонної моделі системи управління.

Передусім системний аналіз передбачає системне бачення об'єкта, тобто його уявлення через такі характеристики:

• склад системи (системоутворювальний фактор, види і чисельність елементів, функції елементів, види і властивості підсистем, їх вплив на властивості цілого);

• структура системи (складність структури, прямі і зворотні зв'язки, ієрархічні зв'язки, вплив структури на властивості та функції системи);

• організація системи (часово-просторовий аспект, композиція системи, стійкість, гомеостат, керованість, централізація і периферійность);

• функціонування системи (цілі системи та їх декомпозиція, поведінка в умовах невизначеності і критичних ситуаціях, механізм функціонування, узгодження внутрішніх і зовнішніх функцій, проблема оптимальності функціонування та перебудови функцій);

• положення системи в середовищі (межі системи, характер середовища, відкритість, механізм взаємодії системи і середовища, адаптація системи до середовища, фактори і впливи середовища);

• розвиток системи (місія, системоутворювальні чинники, життєвий цикл, етапи та джерела розвитку, процеси в системі – інтеграція та дезінтеграція, динаміка, ентропія або хаос, стабілізація, кризисність, самовідновлення, перехідність, випадковість, інноваційність і перебудова).

Системний аналіз у здійсненні науково-пошукової роботи охоплює широку сукупність підходів, прийомів і способів дослідження, які склалися в практиці аналітичної діяльності. Для дослідження нашого об'єкту обрано такі основні підходи: структурно-функціональний (з його допомогою виявляються структура і функції систем, що розглядаються), нормативний (встановлення «еталонної» моделі системи), позитивний (дослідження тих сторін об'єкта, які існують або можуть виникнути в результаті прийняття тих чи інших рішень), кількісний (виявляються кількісні залежності між різними характеристиками явища), якісний (виявляються сукупність ознак і властивостей, що детермінують належність об'єкта чи явища до певного класу однотипних об'єктів чи явищ), логічно-історичний (поєднання дослідження історичного розвитку об'єкта з аналізом його сучасного стану, внутрішніх процесів, а також теорій, що пояснюють його феноменологію).

Серед методів системного аналізу доцільно надавати перевагу таким: абстрагування, конкретизація, аналогія, групування, узагальнення, синтез, класифікація, системне моделювання.

Компонентом філософського підґрунтям дослідження управління доцільно обрати підходи редукціонізму та холізму. На основі редукціонізму стає можливим знаходження специфіки цілого в його компонентах, тобто цей підхід зводить будову об'єкту до набору деяких первинних елементів. Принцип холізму був розроблений в рамках системної методології і системної парадигми в пізнанні і є своєрідною «філософією цілісності», яка обґрунтовує пріоритет цілого над його складовими, тобто наявність у цілого властивостей, що не притаманні його окремим елементам (це виражається терміном «емерджентність» чи «системний ефект»). Одночасне застосування під час наукового пошуку редукціонізму і холізму як двох комплементарних пізнавальних прийомів (подібно до аналізу і синтезу), дає змогу ефективно розв'язати два протилежні завдання: за допомогою редукціонізму дослідити структурні зв'язки вищих рівнів з нижчими, а за допомогою холізму отримати уявлення про цілісність об'єкту чи явища, особливо у функціональній площині. На базі холістичної філософії розроблено інтегральний підхід (К. Уілбер [13]), який успішно застосовується як конкретний метод наукового пізнання різноманітних явищ чи об'єктів, що мають складну структуру. На основі інтегрального підходу стає можливим поглиблення змістовного тлумачення торгівельного підприємництва і визначення його як поліаспектного соціально-економічного інституту, з виділенням відповідних складових і їх функціонального наповнення.

При дослідженні еволюції складних відкритих систем, до яких зокрема належить інститут торгівельного підприємництва, плідні результати забезпечує застосування принципів такого сучасного відгалуження загальної теорії систем (проте яке вже стало самостійним напрямом), як синергетика [3, 4, 16]. Синергетичний підхід ви-

ходить з позицій холізму і дає змогу успішно аналізувати перехідні, нестаціонарні, необоротні процеси, що відбуваються у складних системах, в тому числі соціальних, побудованих на засадах самоорганізації. Міждисциплінарність синергетики забезпечує універсальність її методології, яку застосовують при вивченні широкого різноманіття систем, безвідносно до їхньої природи. З'являється можливість наукового пояснення появи, генезису і поведінки багатоелементних структур чи багатофакторних надскладних середовищ на основі вивчення процесів самоорганізації в системі, аналізу «інформаційного метаболізму» у її взаємодії з зовнішнім середовищем, визначення ролі динамічного хаосу та флуктуацій в системі, вивчення варіативності станів внутрішніх процесів системи, визначення умов та факторів біфуркаційних змін та багатоманіття їхніх наслідків тощо. Певні кроки в напрямі аналізу еволюції торгівлі з позицій синергетики ми вже здійснили в роботі [5].

До складу методологічної бази ми включаємо також загальне кібернетичне уявлення про системи управління, яке розкривається в роботах Н. Вінера, Р. Акоффа, Ст. Біра, В. Глушкова, С. Янга та інших. В рамках системно-кібернетичних теорій розробляються наукові підходи до управління як способу зв'язку та переробки інформації [17]. Предметом дослідження кібернетики є особливості побудови складних систем управління різної природи, в тому числі соціальних, і протікання в них процесів управління. Досліджувані процеси розглядаються як інформаційні потоки, тому для нашого дослідження видаються корисними вироблені кібернетикою загальні закони отримання, зберігання, передачі і перетворення інформації в складних управляючих системах. Кібернетичні підходи ґрунтуються на уявленні системи управління як тріади «вхід-процес-вихід» і охоплюють вивчення того, як певний об'єкт обробляє інформацію, реагує на неї та змінюється під її впливом. Особлива увага при цьому приділяється дослідженню зворотного зв'язку між об'єктом і суб'єктом управління, який аналізується з врахуванням змін оточуючого середовища, що можуть мати місце після управляючих впливів.

Важливим елементом методологічного комплексу ми вважаємо теорію інституціоналізму (старого і нового), з якої варто запозичити певні науково-методологічні принципи [10]. Зокрема:

• уявлення про економіку як про неформалізовану і не математизовану, на противагу до неокласичної теорії, науку;

• включення до аналізу інституціонального середовища;

• застосування еволюційно-соціологічних методів дослідження;

• дослідження економіки як частини загальної суспільної системи;

• визнання того факту, що інститути справляють визначальний вплив на розвиток людини і суспільства;

• надання істотного значення емпіричним методам для виявлення й опису релевантних інститутів;

• применшення ролі раціоналізаторського, оптимізаційного механізму прийняття рішень на користь формування рутинізованих, узвичаєних взаємодій;

• широке застосування історичного методу для встановлення ролі історії у формуванні, закріпленні і динаміці інститутів;

• міждисциплінарність наукового пошуку, яка проявляється у залученні до аналізу неекономічних факторів, – приміром, духовних, моральних, політичних, технологічних та ін.

Обраний комплекс методологічних положень інституціоналізму забезпечує більш адекватне розуміння ролі індивідів у становленні інституціональних структур, дає змогу надати якісніше обґрунтування щодо пояснення інституціональної динаміки та трансформацій економічних систем, загалом робить наукове дослідження реалістичнішим.

Специфіка об'єкту і предмету дослідження, а також обрання системного аналізу у якості стрижневого прийому наукового пошуку, визначили зміст послідовності наукового дослідження системи управління розвитком підприємництва в торгівлі, який пропонується здійснювати у 7 етапів:

1. Формулювання основних цілей і задач дослідження системи управління розвитком торгівлі.

2. Вибір критерію ефективності системи управління торгівлею.

3. Ідентифікація меж системи управління розвитком торгівлі (відділення її від середовища):

• виявлення цілісності системи управління розвитком торгівлі (визначення системоутворюючих факторів, елементного складу, аналіз взаємозв'язків елементів, побудова структури і організації системи, виявлення функцій підсистем і елементів, уточнення їхніх цілей);

• аналіз функціонування системи управління розвитком торгівлі (аналіз об'єкта управління (торгівельного підприємництва), суб'єкта управління (держави), прямих і зворотних зв'язків, стану оточуючого середовища).

4. Побудова еталонної моделі системи управління розвитком торгівлі.

5. Розробка рекомендацій щодо вдосконалення системи управління розвитком торгівлі.

Висновки з проведеного дослідження. Розроблений методологічний комплекс щодо дослідження управління розвитком торгівельного підприємництва дасть змогу аналізувати цей об'єкт, з одного боку, як складну систему, а з іншого боку – системно, що забезпечить повноту наукового пошуку і аналізу. Подальші наукові розвідки в цьому напрямі ми вбачаємо у дослідженні можливостей адаптування конкретних методологічних підходів і методів теорій кібернетичного управління, синергетики

та холістичної філософії до дослідницьких потреб стосовно управління торгівельною сферою, з метою підвищення якості наукового аналізу та розроблення релевантних механізмів безпосереднього управління розвитком торгівлі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: теорія і практика економічної взаємодії : автореф. дис. … на здобуття наукового ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / В. В. Апопій. – Донецьк, 2008. – 40 с.
2. Берталанфи Л. История и статус общей теории систем / Л. фон Берталанфи // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. – М. : «Наука». – 1973. – С. 20-37.
3. Бранский В. П. Социальная синергетика как постмодернистская философия истории / В. П. Бранский // Общественные науки и современность. – 1999. – № 6. – С. 19.
4. Занг В.-Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / Занг В.-Б. – М., 1999. – 354 с.
5. Мазур О. Є. Передумови застосування синергетичного підходу до дослідження розвитку торгівельної галузі / О. Є. Мазур // Бізнес та умови його розвитку: національна та міжнародна практика. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (м. Сімферополь, 27-28 вересня 2013 року) / Наукове об'єднання «Economics». – Сімферополь : НО «Economics», 2013. – С. 6-8.
6. Новиков А. М. Методология / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : СИНТЕГ. – 668 с.
7. Новиков Д. А. Методология научного исследования / Д. А. Новиков, А. М. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.
8. Переверзева Т. А. Теоретико-методологические основы системно-адаптивного институционального регулирования процессов развития торговли : автореф. дис. … на соискание ученой степени д-ра экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг)» / Т. А. Переверзева. – Санкт-Петербург, 2011. – 45 с.
9. Покатаєва О. В. Державне регулювання інституціональних трансфо-рмацій торговельно-економічних відносин : автореф. дис. … на здобуття наукового ступеня д-ра екон. наук : 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / О. В. Покатаєва. – Донецьк, 2010. – 32 с.
10. Стрижак Е. О. Онтологические и методологические основы направлений институциональной экономической теории / Е. О. Стрижак // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2013. – Т. 5. – № 2. – С. 48-63.
11. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ : учеб. пособие / Ю. П. Сурмин // – К. : МАУП, 2003. – 368 с.
12. Теория систем и системный анализ в управлении организациями / [Под ред. В. Н. Волковой и А. А. Емельянова]. – М. : Финансы и статистика, 2006.
13. Уилбер К. Интегральное видение / К. Уилбер. – М. : Открытый Мир, 2009. – 232 с.
14. Философский энциклопедический словарь / Советская энциклопедия. – М., 1983 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/4515/МЕТОДОЛОГИЯ.
15. Философская Энциклопедия. В 5 т. – М. : Советская энциклопедия / [Под редакцией Ф. В. Константинова]. 1960-1970 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/4515/МЕТОДОЛОГИЯ.
16. Хакен Г. Информация и самоорганизация / Г. Хакен. – М. : Мир, 1991.
17. Янг С. Системное управление организацией [Пер. с англ. под ред. С. П. Никанорова, С. А. Батасова] / С. Янг. – М. : «Советское радио», 1972. – 456 с.

УДК 330.4

Мельник К.М.
аспірант кафедри менеджменту,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

ADAPTIVE MANAGEMENT OF ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF UNCERTAINTY

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто особливості адаптивного управління в сучасних умовах. Визначено середовище взаємодії підприємства при адаптивному управлінні в умовах невизначеності. Розглянуто характер взаємодії підприємства із референтними групами в залежності від рівня невизначеності.

Ключові слова: адаптивне управління, зовнішнє середовище підприємства, внутрішнє середовище підприємства.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены особенности адаптивного управления в современных условиях. Определена среда взаимодействия предприятия при адаптивном управлении в условиях неопределенности. Рассмотрен характер взаимодействия предприятия с референтными группами в зависимости от уровня неопределенности.

Ключевые слова: адаптивное управление, внешняя среда предприятия, внутренняя среда предприятия.

ANNOTATION

In the article the features of adaptive management are considered in modern terms. The environment of co-operation of enterprise is certain at adaptive management in the conditions of uncertainty. Character of co-operation of enterprise is considered with reviewer groups depending on the level of uncertainty.

Key words: adaptive management, external environment of enterprise, internal environment of enterprise.

Вступ. В умовах глобалізації світової економіки підприємствам України необхідно підвищувати свої конкурентні переваги шляхом використання новітніх підходів до управління.

У зв'язку зі зростанням рівня невизначеності та ризиків навколишнього середовища завдання підвищення спроможності підпри-

ємств до пристосування набуває особливої актуальності. Так, провідні вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких С.Б. Алексеєв, І. Ансофф, Г.М. Аубакірова, М. Бір, І.Б. Гурков, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, Л.В. Соколова, Г. Стейнер, А. Томпсон, А. Тоффлер та ін., приділяють значну увагу у дослідженнях адаптації підприємства та його елементів до динамічних умов зовнішнього середовища. На сьогоднішній день ринкове середовище характеризується високим рівнем невизначеності, що значно зменшує можливості прогнозування наслідків управлінського впливу. Особливості управління в умовах невизначеності розглядаються у працях М.В. Височина, Г.М. Коломійця, Т.М. Литвиненко, Ф.Х. Найта, В.В. Черкасова та інших.

При дослідженні адаптивного управління в умовах ринкової нестабільності увага приділяється аналізу можливості пристосування організаційних структур підприємства, оцінці здатності системи управління ефективно досягати визначені цілі, гнучкості виробничої структури відповідно до потреб та вимог середовища, спроможності управляти змінами та іншим.

У той же час потрібно зауважити, що дослідження аспекту адаптивного управління у розрізі виділення суб'єктів взаємодії в умовах невизначеності є недостатньо розробленим та потребує уточнення.

Постановка завдання. Дослідити понятійний апарат адаптивного управління, виділити суб'єкти взаємодії підприємства із зовнішнім та внутрішнім середовищем в умовах невизначеності, проаналізувати дану взаємодію з урахуванням чотирьох рівнів невизначеності.

Методологія. Методичною базою дослідження є наукові праці провідних вітчизняних та закордонних науковців. В роботі використані методи аналізу, синтезу, дедукції, групування, уточнення.

Результати дослідження. Підприємство, функціонуючи в умовах динамічних соціально-економічних та науково-технічних змін, має необхідність постійно відстежувати тенденції, що виникають на ринку, та вживати заходи по пристосуванню до них. Тобто застосовувати інструменти адаптивного управління у своїй стратегічній, тактичній та оперативній діяльності.

У сучасних економічних умовах неможливим є точний прогноз впливу будь-якого із факторів зовнішнього чи внутрішнього середовища на підприємство. Це пов'язано із значною кількістю зв'язків між підприємством та суб'єктами його взаємодії, тобто підприємство функціонує при систематичній невизначеності результатів впливу зовнішнього середовища на його діяльність.

Підприємство як основа економічної системи знаходиться на перетині впливу багатьох систем: суспільної, політичної, економічної, культурної, правової, що показано на рис. 1 [6].

Рис. 1. Підприємство в структурі соціально-економічних систем

Управління підприємством як складної соціально-економічної системи має ряд особливостей, викликаних турбулентністю оточуючого середовища та складністю взаємодії суб'єктів у сучасних умовах. Підприємство в процесі свого функціонування постійно контактує із зовнішнім середовищем. Отже, існує необхідність здійснення управлінського впливу на дану взаємодію для досягнення його цілей. Так як підприємство функціонує в умовах невизначеності зовнішнього середовища, управління повинно відбуватися з урахуванням зазначеного аспекту.

Невизначеність розглядають як відносини між економічними суб'єктами в умовах багатоваріантного розвитку господарської ситуації, достовірна інформація про які відсутня [5]. Під невизначеністю взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем ми розуміємо неможливість точного прогнозування результату та шляхів досягнення цілей підприємства.

Для зменшення рівня невизначеності та ризикованості підприємства застосовують інструменти стратегічного аналізу, але, в той же час, дані заходи не дають можливості достовірного прогнозування. Це пов'язано із можливістю настання різних варіантів подій. Невизначеність, що залишається після використання наявних методик передбачення, називається остаточною. Її дослідники Хью Кортні, Джейн Керкленд, Патрік Вігері розподілили на чотири можливих рівні [7]. Схематично дані рівні представлені на рис. 2-5.

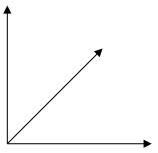


Рис. 2. Схема направленості I рівня невизначеності [7]

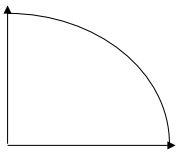


Рис. 3. Схема направленості II рівня невизначеності [7]

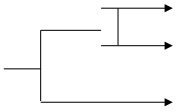


Рис. 4. Схема направленості III рівня невизначеності [7]

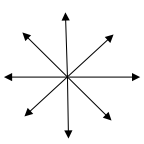


Рис. 5. Схема направленості IV рівня невизначеності [7]

У той же час основою для виникнення остаточної невизначеності є діяльність суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Розподіл даних суб'єктів можливий за структурою, яку запропонував Даулінг Г., де було виділено чотири ключові групи-представників зовнішнього середовища – референтні групи. За визначенням автора референтні групи – це групи представників оточуючого середовища підприємства, що певним чином пов'язані та взаємодіють з ним. До них віднесено: групу споживачів, функціональну групу, нормативну групу та дифузну групу (рис. 6) [9].

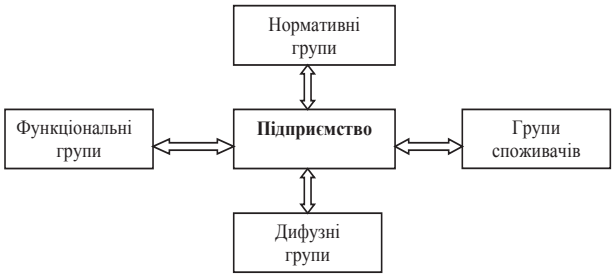


Рис. 6. Референтні групи підприємства [4]

Таким чином, управління взаємодією із зовнішнім та внутрішнім середовищем підприємства доцільно здійснювати через контакт з даними групами, так як вони максимально охоплюють ключові суб'єкти взаємодії.

Функціональні групи безпосередньо впливають на основні аспекти діяльності підприємства, їх діяльність найбільш відчутна для організації. До представників цих груп відносяться працівники підприємства, партнери, постачальники, дистрибутори, сервісні організації та інші зацікавлені у діяльності підприємства особи.

Нормативні групи установлюють загальні закони та правила, які регламентують діяльність підприємства. До представників даної групи відносяться державні установи, місцеві органи влади, групи захисту прав споживачів чи оточуючого середовища, галузеві об'єднання та професійні організації, рада директорів, наглядова рада підприємства.

Дифузійні групи – це особливий тип корпоративної аудиторії, який взаємодіє із підприємством, у тому випадку, коли виникає необхідність захисту прав працівників, свободи інформації, забезпечення рівних можливостей працевлаштування, забезпечення конфіденційності інформації та інше. До цих груп відносяться журналісти, професійні організації працівників тощо.

Група споживачів відіграє надзвичайну важливу роль у діяльності організації, адже саме ця група являється джерелом надходження прибутку для підприємства. Вона об'єднує різні типи споживачів, що взаємодіють із підприємством.

В той же час потрібно зазначити, що суб'єкти даних груп відносяться як до зовнішнього, так і частково до внутрішнього середовища організації. Таким чином доцільним є їх розподіл за внутрішньою та зовнішньою ознакою. Для вирішення завдання даного розподілу було запропоновано використовувати класифікацію за А. Томпсона, згідно з якою, кожне підприємство націлене знайти рівновагу між взаємодією внутрішнього та зовнішнього середовища [8]. Таким чином, застосування даного класифікаційного підходу призвело до виділення суб'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища, взаємодія з якими породжує невизначеність та ризики. Схематично референтні групи внутрішнього середовища представлені на рис. 7.

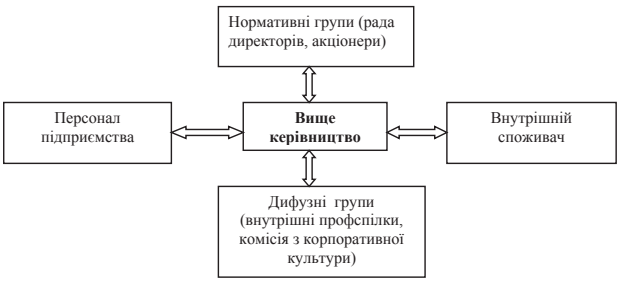


Рис. 7. Референтні групи внутрішнього середовища підприємства

Необхідність виділення внутрішнього споживача у розрізі діяльності підприємства обґрунтована наявністю певних виробничих ситуацій, в яких структурні підрозділи підприємства ми можемо вважати клієнтами один одному. Так, наприклад, ситуація подання заявки на закупівлю сировини від відділу виробництва до відділу закупівель. Тобто у даному випадку відділ закупівель є посередником, а відділ виробництва можна вважати його клієнтом.

Зазначимо, що зі зростанням кількості суб'єктів референтних груп, що взаємодіють з підприємством відповідно до його зовнішнього середовища та суб'єктів внутрішнього середовища (як кількості груп, їх вагомості щодо діяльності підприємства та кількості представників, що до них входять), збільшується число можливих сценаріїв розвитку подій і зменшується достовірність стратегічного аналізу та прогнозування, що призводить до зростання рівня невизначеності.

Багатогранність взаємодії підприємства з його зовнішніми та внутрішніми референтними групами відповідно до цілей підприємства та задач викликає необхідність виділення характерних сутнісних ситуацій, що визначають дану взаємодію. Так, можна виділити наступні варіанти управлінського впливу щодо взаємодії відповідно до поставлених цілей: взаємодія підприємства з одною референтною групою (I рівень невизначеності), з двома та більше референтними групами, які між собою не взаємодіють (II рівень) та взаємодія з декількома референтними групами, які мають спільні інтереси по відношенню до підприємства (III-IV рівень).

Характерними рисами І рівня невизначеності є:

- короткочасність взаємодії;
- відсутність конфліктів інтересів між підприємством та референтною групою;
- локальність вирішення конфлікту. Тобто урегулювання конфлікту можливе без залучення вищого керівництва з обох сторін

Схематично невизначеність І рівня з точки зору впливу референтних груп можна представити у графічній формі (рис. 7).

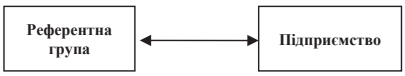


Рис. 7. Схема взаємодії підприємства з референтними групами при невизначеності І рівня

Так, прикладом даної ситуації може бути взаємодія підприємства з приводу замовлення сировини чи матеріалів, надання підприємству логістичних послуг сторонньою організацією тощо. Важливо відмітити, що взаємодія на І рівні невизначеності не стосується ключових сфер діяльності підприємства.

Невизначеність ІІ рівня передбачає появу можливого конфлікту інтересів між трьома сторонами «референтна група 1 – підприємство – референтна група 2». Вона характеризується:

- взаємодія між сторонами відбувається протягом тривалого часу;
- референтні групи на пряму взаємодіють із самим підприємством, але при цьому можуть не взаємодіяти одна з одною;
- в разі виникнення конфлікту інтересів з однією із референтних груп існує великий ризик виникнення конфлікту інтересів з іншою групою.

Схематично невизначеність ІІ рівня матиме наступний вигляд (рис.8).

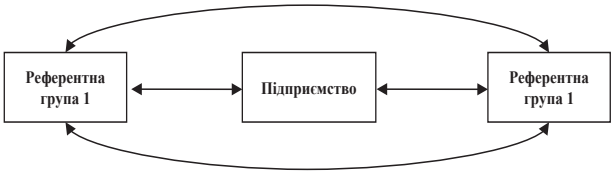


Рис. 8. Схема взаємодії підприємства з референтними групами при невизначеності ІІ рівня

Прикладом невизначеності ІІ рівня може бути ситуація відмови постачальника у визначений термін відвантажити сировину підприємству, при цьому підприємство не зможе вчасно виконати замовлення поставки готової продукції. Таким чином для підприємства виникає ризик втрати грошових коштів через штрафні санкції, розірвання договору з клієнтом або судовий процес.

Невизначеність ІІІ рівня має місце, коли на підприємство справляє вплив три-чотири референтні групи, але при цьому рівень їх взаємодії досить слабкий (рис. 9).

Даному рівню невизначеності характерні:

- слабкий зв'язок між референтними групами (представники референтних груп мають різні цілі по відношенню до підприємства);
- взаємодія при даному рівні невизначеності виникає при появі певної кризової ситуації на підприємстві;
- для вирішення даної ситуації необхідне втручання керівників вищого рівня.

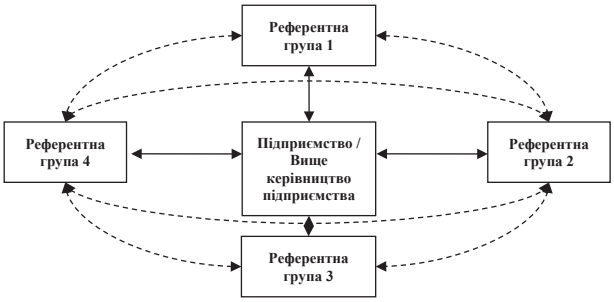


Рис. 9. Схема взаємодії підприємства з референтними групами при невизначеності ІІІ рівня

Таку ситуацію ілюструє подія щодо санації підприємства, коли виникає взаємодія із органами державної влади, співробітниками підприємства та ЗМІ. Однак у всіх референтних груп існують різні інтереси по відношенню до підприємства.

На наш погляд, доцільно окремо розглядати ситуацію, коли присутній вплив трьох-чотирьох референтних груп, але рівень їх взаємодії між собою є досить сильним. Дана ситуація виділяється в 4-й рівень невизначеності (рис. 10). Вона характеризується спільними інтересами з боку референтних груп по відношенню до підприємства. В такій ситуації підприємство має забезпечити ефективну взаємодію із кожною з референтних груп.

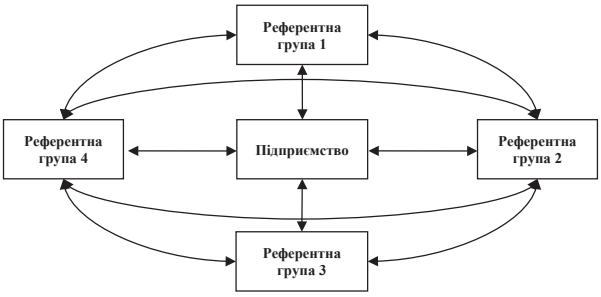


Рис. 10. Схема взаємодії підприємства з референтними групами при невизначеності IV рівня

Даному рівню невизначеності притаманні такі риси:

- відсутність єдиного інформаційного поля між усіма сторонами-учасниками взаємодії;
- ситуація взаємодії напряму стосується ключових сфер діяльності підприємства
- для вирішення даної ситуації необхідне втручання вищого керівництва підприємства;
- швидка реакція з боку референтних груп на будь-які дії з боку підприємства.

Таким чином, виникає необхідність впрова-

дження такої системи управління підприємством, що буде гнучко змінювати параметри референтних груп внутрішнього середовища відповідно до потреб та вимог зовнішніх референтних груп. У даному випадку управління доцільно ґрунтувати на засадах адаптивності, де під адаптивністю розуміємо процес розробки і здійснення заходів, що направлені на зміну внутрішнього середовища підприємства згідно потреб зовнішнього середовища з метою забезпечення стратегічної стійкості підприємства в умовах швидкозмінного оточуючого середовища і досягнення підприємством поставлених цілей [1].

Отже, під адаптивним управлінням взаємодією підприємства із зовнішнім середовищем в умовах невизначеності розуміється процес зміни параметрів та структури відносин підприємства з референтними групами в умовах відсутності достовірної інформації з метою приведення внутрішніх складових у відповідність із зовнішнім середовищем.

Висновки. Наукова новизна проведених досліджень полягає у виділенні чотирьох рівнів невизначеності діяльності підприємства відносно його референтних груп, визначенні адаптивного управління взаємодією підприємства з суб'єктами зовнішнього та внутрішнього середовища, що враховує умови невизначеності.

Запропоновані структури можуть бути використані підприємствами для формування та управління взаємодією із середовищем та деталізують дану специфіку в динамічних ринкових умовах. Необхідність врахування взаємозв'язків підприємства обумовлюється високим рівнем конкуренції оточуючого середовища, невизначеністю та ризикованістю. Отже, застосування вітчизняними підприємствами адаптивного підходу до управління дає змогу врахувати дані аспекти та забезпечити відповідну реакцію на зміни зовнішнього чи внутрішнього середовища у конкретний момент часу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алексеев С. Б. Адаптивное управление конкурентоспособностью предприятия : монография. – Донецк : ДонНУЭТ, 2007. – 170 с.
2. Алексєєв С. Б. Формування адаптивного управління підприємствами вугільного машинобудування : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01. – економіка, організація та управління підприємствами. – Донецьк, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua.
3. Бова Т. Адаптаційні аспекти організаційно-інформаційні структури управління на промислових підприємствах// Економіка та держава. – 2006. – № 5. – С. 68-70.
4. Денисов В. Т., Грищенко О. В., Слюсарев А. В. Управление адаптивным развитием промышленных предприятий : монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 2007. – 276 с.
5. Коломієць Г. М. Спряження невизначеності господарської системи та її реформування : автореф. дис. … на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.01.01 / Коломієць Галина Миколаївна; Харківський національний ун-т імені В. Н. Каразіна. – Х., 2006. – 32 с.
6. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Х. Найт. – М. : Дело, 2003. – 358 с.
7. Управление в условиях неопределенности : Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 213 с. – (Серия «Классика Harvard Business Review).
8. Шершньова З. Є. Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
9. Dowling Grahame. Creating corporate reputation. Identity, image and performance / G. Dowling. – Oxford University Press, 2003. – 366 p.

УДК 339.139 (477)

Мельникович О.М.
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу та реклами,
Київський національний торговельно-економічний університет

Ортинська В.В.
кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу та реклами,
Київський національний торговельно-економічний університет

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

MARKETING RESEARCH IN UKRAINE: CONDITION AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

АНОТАЦІЯ

В статті розглядається ґенеза та еволюція дослідних компаній в Україні, прогнозовано тенденції їх розвитку, подана характеристика сучасних інноваційних методів нейродосліджень та виявлено причини, які стримують їх впровадження в діяльність дослідних компаній в Україні.

Ключові слова: маркетингові дослідження, дослідні компанії, інновації, нейродослідження.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается генезис и эволюция исследовательских компаний в Украине, прогнозированы тенденции их развития, дана характеристика современных инновационных

методов нейроисследовний и выявлены причины, из-за которых сдерживается их внедрение в деятельность исследовательских кампаний в Украине.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, исследовательские кампании, инновации, нейроисследования.

ANNOTATION

In article the genesis and evolution of research companies in Ukraine are determined, trends of their development are forecasted, the characteristics of modern innovative methods of neuroresearch are described and causes that hold back their implementation in activities of research companies in Ukraine are explored.

Key words: marketing research, agencies of marketing research, innovations, neuroresearch.

Постановка проблеми. В світі відбуваються кардинальні зміни, які стосуються не лише сфери економіки, але й технологій. Інформація є основою економіки, на основі якої приймаються значущі бізнесові та маркетингові рішення. Технології збору, обробки та аналізу інформації швидко змінюються, про що зазначають дослідники світу [1, с. 63], отож, їх впровадження потребує і український ринок маркетингових досліджень.

Аналіз попередніх публікацій. Слід зазначити, що про український ринок маркетингових досліджень опубліковано достатньо наукових та науково-практичних праць. Активно беруть участь в обговоренні якісних та кількісних змін на ринку спеціалісти-практики, представники дослідних компаній в Україні, а саме: А. Герасимов (дослідна компанія «Українська маркетингова група»), О. Красновський («Київський міжнародний інститут соціології»), О. Федоришин («Gfk Ukraine») та ін., але цим публікаціям [2; 3; 4] бракує узагальнень.

І. Лілик, генеральний директор Української асоціації маркетингу, з 2002 р. щорічно здійснює огляд українського ринку, який ґрунтується на результатах експертного опитування представників дослідних компаній в Україні [5]. Ці результати публікуються в журналі «Маркетинг в Україні», який є виданням української маркетингової спільноти. Проте, автор, оцінюючи ємкість ринку та визначаючи тенденції його розвитку, залишив практично поза увагою еволюцію розвитку саме дослідних компаній в Україні та прогнози щодо їх розвитку в майбутньому. Отож, постала нагальна потреба науково вивчити, опрацювати та узагальнити існуючий теоретичний та емпіричний матеріал з цього питання, що і стало **метою написання статті.**

Виклад основного матеріалу. На початку зародження українського ринку маркетингових досліджень (МД) в 90-і роки XX століття виникали поодинокі дослідні компанії, які створювалися спеціалістами (науковцями) з соціології та психології. Для прикладу, Центр соціальних та маркетингових досліджень «Социс» заснував д.с.н., професор М.М. Чурилов, українську приватну компанію «Київський міжнародний інститут соціології» – д.с.н., професор Паніотто В.І. На той час методи та інструментарії запозичувалися з соціологічних досліджень та адаптувалися до маркетингових об'єктів дослідження. Новітні методи вивчення споживачів не мали попиту на ринку в силу недосвідченості дослідників та непідготовленості їх клієнтів.

До 2007 р. український ринок мав екстенсивний розвиток, який характеризувався лише кількісними змінами обсягів ринку. За оцінкою Української асоціації маркетингу щорічний приріст становив 20-25% і, для прикладу, в 2008 р. місткість ринку МД була 55 млн. дол. США [5, с. 45].

Світова фінансова криза спричинила в другій половині 2008 р. та в 2009 р. скорочення бюджетів на МД в багатьох підприємствах України. Більшість малих та середніх компаній взагалі зупинили виділення коштів на МД. У цей час дослідні компанії знижували ціни на реалізацію досліджень, скорочували строки їх проведення, намагаючись утримати клієнтів, а маркетологи компаній-замовників власними силами вивчали ринок, застосовуючи кабінетні дослідження, опитуючи обмежену чисельність людей та не реалізуючи всеукраїнські дослідні проекти. В 2009 р. місткість українського ринку маркетингових досліджень становила уже лише 45 млн. дол. США та спад був на 18,2% порівняно з 2008 р. [5, с. 45].

Стагнація ринку тривала до початку 2010 р., починаючи з якого компанії – лідери почали нарощувати свої дослідні бюджети, а потім це зробили й усі інші компанії. У 2010 р. місткість ринку МД не змогла відновитися до «докризового» рівня і становила 40,5 млн. дол. США. І лише в 2012 р. місткість цього ринку дещо перевершила докризовий показник, досягнувши відмітки у 56,95 млн. дол. США [5, с. 45].

За своїми якісними характеристиками український ринок наближається до ринку Західної Європи. На сьогодні в Україні представлені практично усі світові дослідні компанії («AC Nielsen», «GfK», «Ipsos», «Millward Brown», «Research International», «TNS» та ін.), які застосовують ті ж технології, що і в Східній та Західній Європі та в світі в цілому. Переглянувши еволюцію українського рейтингування дослідних компаній, що щорічно складає Українська асоціація маркетингу [5, с. 54], можна дійти висновку, що ці міжнародні компанії входять в першу десятку з найбільшими обсягами наданих послуг. Лише декілька національних компаній з українськими засновниками та водночас управляючими директорами присутні в рейтингу, а саме: «Українська маркетингова група», група компаній «Advanter Group» та ін. На нашу думку, ця тенденція збережеться і в подальшому: міжнародні дослідні компанії будуть нарощувати свої ринкові частки на ринку досліджень, а локальні агенції будуть намагатися утриматися на ринку і в рейтингу Української асоціації з маркетингу.

Майже усі дослідні організації мають офіси в м. Києві, хоча при цьому їх опитувальні мережі охоплюють усю країну, що дає можливість

проводити всеукраїнські опитування і отримувати репрезентативні дані. Лише деякі дослідні агенції знаходяться в великих містах України: «Action Data Group» та «DMG Alliance» в м. Дніпропетровськ, «Нью Імідж Маркетинг Груп» та «Український соціологічний стандарт» в м. Харкові, тощо.

Аналіз часу виникнення дослідних компаній свідчить, що їх утворення активно відбувалося в 90-і роки XX століття та на початку 2000-х років. Зокрема, Центр соціальних та маркетингових досліджень «Социс» був створений в 1993 р., «AC Nielsen» та «Українська маркетингова група» з'явилися в Україні в 1994 р., «Gfk Ukraine» – в 1996 р., «TNS Ukraine» та «IPSOS» – в 2002 р., «InMind» – в 2004 р. На нашу думку, в найближчий час не варто очікувати появи нових універсальних дослідних компаній, які пропонують широке коло дослідницьких послуг. Підтвердженням цьому слугує поява в останні роки лише вузькоспеціалізованих агенцій, а саме агенцій польових досліджень (наприклад, «DataHarvest», «iVOX Україна»), агенцій з кодування та введення даних та агенцій, що спеціалізуються на аналізі даних.

Існують звинувачення, що часто лунають з боку підприємців на адресу маркетингових досліджень, що їх результати не завжди відображають реальне ставлення респондентів до теми дослідження, що вони є не настільки цінними в силу недосконалості обраного методу дослідження, ефекту інтерв'юера або нещирості респондента. Все це викликало появу новітніх методів маркетингових досліджень, у яких відсутні зазначені недоліки. Серед них – відстеження руху очей (англ. eye tracking), вимірювання міміки обличчя (англ. facing coding), мозкової активності та інших біометричних параметрів людини. Ці медичні вимірювання проводяться, у першу чергу, з метою тестування рекламних матеріалів, упаковки товару тощо. І остаточне маркетингове рішення приймається не на основі відповідей респондентів на прямо поставлені запитання, а за результатами спостереження за фізіологічними реакціями людей на ті або інші маркетингові подразники.

Ці дослідження набувають широкого розповсюдження в США та країнах Західної Європи, оскільки ґрунтуються на нейротехнологіях, в основу яких покладено вивчення біометричних показників людини за допомогою спеціальних приладів. Основною перевагою нейродосліджень є можливість відстежити неусвідомлену когнітивну та конативну реакцію людей на той або інший маркетинговий елемент.

Основним принципом біометричних досліджень є фіксація у людини частоти серцевих скорочень, дихання, частоти мигання вік, температури тіла, потовиділення на долонях рук. Обов'язковим є також проведення електроенцефалографії або моніторинг мозкової активності людини [6, с. 68]. Зокрема, під час трансляції рекламного ролику можна отримати щосекундну реакцію учасників на нього. За словами виконавчого віце-президента дослідної компанії «Millward Brown» Г. Пейджа «така інформація є дуже корисною, тому що багато подібних реакцій є настільки швидкоплинними, що самі глядачі можуть і не запам'ятати їх, не говорячи вже про їх об'єктивне відтворення» [7, с. 110]. На жаль, поки що такі дослідні технології не застосовуються в Україні.

Інший сучасний метод дослідження, який уже пропонується дослідними компаніями на ринку України, – це «відстеження руху очей», який дозволяє вивчити напрям, тривалість, послідовність переміщення та інші параметри погляду учасників за допомогою спеціального приладу – ай-трекера (англ. eye-tracker). [8] Для цього учасник розміщується перед монітором з інфрачервоними камерами, на який демонструється друкована реклама, відеореклама, сайт, упаковка товару, викладка товару на полиці магазину та інше. Рух очей виявляє центр уваги з більш високою точністю та деталями, на відміну від традиційних відповідей респондентів. Також проводиться відеозйомка учасників з метою відстеження їх емоційних реакцій, коментарів тощо. Однак, цей метод не показує чому та або інша частина досліджуваного матеріалу привернула увагу і як люди ставляться до неї. Для отримання таких даних слід додатково провести опитування цих учасників. Ця технологія є технічно простішою та еконо-мічно доступнішою, ніж нейродослідження.

Новітньою тенденцією в проведенні МД є поглиблення впливу мережі Інтернету на їх проведення, зокрема, проведення он-лайн кількісних та якісних опитувань. Такі опитування дозволяють швидко досягти респондентів, досить зручно для них провести опитування, не вимагає присутності інтерв'юерів, а отже, дозволяє економити бюджет на дослідження.

Соціальні мережі стають місцем пошуку релевантних респондентів та платформою для проведення он-лайн опитувань [9, с. 80]. Позитивним наслідком розповсюдження соціальних мереж є нестримне бажання людей надавати про себе інформацію в мережі, що і використовують дослідники у сфері маркетингу, звертаючись з проханням надати особисті світлини або відео за темою дослідження, які в подальшому допомагають у пошуку цінностей та комунікаційних інсайтів споживачів.

Висновки. Таким чином, враховуючи світові тенденції розвитку дослідницьких технологій, слід зазначити, що ринок МД в Україні потребує якісних змін шляхом впровадження новітніх методів дослідження. На жаль, їх проведення стримує висока вартість цих досліджень, консерватизм компаній-замовників та нерозуміння трактування їх результатів.

Великою перепоною для впровадження інноваційних методів МД є консерватизм, неприйняття новітнього більшістю підприємств-клієнтів дос-лідних компаній. А будь-які зміни на

ринку не можливі без успішної «верифікації» та апробації сучасних методів маркетинговим персоналом підприємств.

Значним стримуючим чинником запровадження новітніх методів МД в українському бізнес-середовищі є спад економіки, який проявляється в скороченні сімейних бюджетів та зростанні накопичень споживачів за рахунок відмов від деяких покупок. Як наслідок, це призводить до спаду обсягів продажу на усіх ринках. Така тенденція унеможливлює зростання витрат на маркетинг, в тому числі і на новітні дослідження. Компанії намагаються отримати усю потрібну їм інформацію при мінімальних дослідних бюджетах. А оскільки усі новітні технології потребують значних затрат, навіть більших, ніж при застосуванні традиційних методів, то вони не є затребувані на українському ринку.

Нерозуміння трактування результатів деяких МД, зокрема відстеження погляду людини чи показання датчиків вимірювання потовиділення, артеріального тиску чи частоти дихання, також призводить до незначного поширення сучасних методів досліджень.

Сучасний розвиток підприємництва потребує впровадження дослідними компаніями інноваційних методик та інструментарію проведення маркетингових досліджень, оскільки вони спричиняють досконаліший пошук споживчих очікувань та обґрунтування необхідності їх реалізації у формі нових товарів та послуг. Разом з тим спеціалістам з маркетингу не слід відмовлятися від усіх традиційних методів МД на користь застосування новітніх, оскільки лише їх поєднання забезпечує високу ефективність дослідження та отримання достовірних даних. Все це визначає майбутнє маркетингових досліджень в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лілик І. Огляд розвитку індустрії маркетингових досліджень в світі за матеріалами досліджень ESOMAR / І.Лілик // Маркетинг в Україні. – 2012. – №6. –С.56–63.
2. Герасимов А. Что день грядущий нам готовит? / А. Герасимов // Маркетинг в Україні. – 2012. – №6. –С.7–10.
3. Красновський О. Жахливо і прекрасно: онлайн дослідження в Україні / Красновський О., Харченко Н. // Маркетинг в Україні. – 2012. – №3. –С.14–21.
4. Федоришин А. Маркетинговые исследования: мы в русле мировых тенденций / А. Федоришин // Маркетинг в Україні. – 2007. – №2. –С.9–13.
5. Лілик І. Експертна оцінка обсягів ринку маркетингових досліджень в Україні у 2012 році / І.Лілик // Маркетинг в Україні. – 2013. – №1. –С.44–54.
6. Лейман Б. Жизнь нараспашку / Б. Лейман // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – №1 (44). – С.66–70.
7. Пейдж Г. Понимание функционирования головного мозга изменит маркетинг / Г.Пейдж // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – №1. – С. 107–111.
8. Смотреть или видеть? [Электронный ресурс] : [офиц. сайт] / ТОВ «Ай-тракер». – Режим доступа: http:// http://eye-tracker.ru. – Загл. с экрана.
9. Онлайн-опросы: построение панели, рекрутинг, использование (из опыта компании Action Data Group) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – №1 (44). – С. 74–81.

УДК 33

Никифорчин М.Д.
здобувач кафедри менеджменту,
Київський національний університет імені Вадима Гетьмана

СУТЬ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

NATURE AND BASIC CONCEPTS OPERATIONAL EFFICIENCY IN THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті піднімається актуальність категорії операційної ефективності підприємства. Розглянуто сутність економічної категорії «операційна ефективність». Проведено критичний аналіз та порівняння категорій «операційна ефективність» та «ефективність операційної діяльності». Запропоновано нове розуміння категорії «операційна ефективність» за допомогою системного підходу.

Ключові слова: операція, ефективність, ефективність операційної діяльності, операційна діяльність, операційна ефективність.

АННОТАЦИЯ

В статье поднимается актуальность категории операционной эффективности предприятия. Рассмотрены сущность экономической категории «операционная эффективность». Проведен критический анализ и сравнение категорий «операционная эффективность» и «эффективность операционной деятельности». Предложено новое понимание категории «операционная эффективность» с помощью системного подхода.

Ключевые слова: операция, эффективность, эффективность операционной деятельности, операционная деятельность, операционная эффективность.

ANNOTATION

The article raised the relevance of the category of operational efficiency of the enterprise. The essence of economic categories «operational efficiency». A critical analysis and comparison categories «operational efficiency» and «operating efficiency». A new understanding of the category of «operational efficiency» through a systematic approach.

Key words: operation, efficiency, effectiveness of operations, operational efficiency.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність продукції формується в результаті ефективної господарської діяльності, котра значною мірою залежить від витрат на здійснення великої сукупності операції. Варто зазначити, що операційна ефективність відноситься до одного з кардинальних напрямків стратегічного розвитку організацій. Проте в фахових виданнях немає однозначного визначення поняття операційна ефективність, саме тому не використовується системний підхід для вирішення проблем підвищення операційної ефективності, як важливого результуючого показника.

Важливість цієї проблеми зумовлює актуальність її дослідження.

В понятійному апараті більшості публікацій з проблем операційного менеджменту не має чіткого системного підходу до визначення поняття операційна ефективності. Практики придають їй індивідуального характеру. Критичний огляд різних підходів до розуміння даної категорії подано в таблиці 4.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методика аналізу показників ефективності діяльності підприємств посідає важливе місце в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних економістів, зокрема: М. І. Баканова, М. А. Болюха, О. О. Кисельової, Г. В. Савицької, В. В. Сопка, Р. С. Сайфуліна, М. Н. Чепуріна, М. Г. Чумаченка, А. Д. Шеремета та інших. Однак проведені дослідження дають підставу стверджувати про відсутність системного підходу до вивчення ефективності діяльності господарюючих суб'єктів особливо операційної ефективності в цілому та їх структурних підрозділів. Окрім того, кожна окрема галузь економіки має свої специфічні особливості, що викликають необхідність детального розгляду показників ефективності по відношенню до неї.

Вивчаючи результати досліджень у галузі теорії економічної ефективності, відома низка таких учених, як В. В. Новожилов, Т. С. Хачатуров, Б. П. Плишевський, А. С. Астахов. Вони звертають увагу на те, що у процесі виробництва відбувається перетворення одного набору ресурсів у інший. На вході будь-якого виробничого процесу позичаються і витрачаються певні виробничі ресурси. До них належать потужні (основні фонди), матеріальні та трудові, сировинні, паливно-енергетичні ресурси. Для здійснення виробничого процесу вкрай необхідний, і певний накопичений наукою й досвідом, інформаційний ресурс. Нарешті, в процесі виробництва позичаються або використовуються ті або інші природні ресурси (земельні, водні, лісів тощо). Ефективність виробничого процесу у загальному вигляді може бути охарактеризована співвідношенням показників затрат і результатів, причому жоден з показників окремо не дає досить повної характеристики ефективності.

Постановка завдання. Метою роботи є визначення сутності та основних понять операційної ефективності підприємства.

Мета роботи реалізується шляхом виконання таких **завдань:**

1. Дослідити теоретичні аспекти ключових категорій: «операція», «ефективність», операційна діяльність, ефективність операційної діяльності, «операційна ефективність.

2. Визначити відмінності між категоріями «ефективність операційної діяльності» та «операційна ефективність».

3. Сформулювати нове розуміння категорії «операційна ефективність» в діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку економіки України обумовлює високі вимоги до оцінки ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому та в розрізі структурних підрозділів. Адже всі поточні операції та події в діяльності підприємств вимірюються, фіксуються, перетворюються в певні показники, які з часом стають основою для прийняття управлінських рішень, а отже, «фундаментом» майбутнього. Проблемним питання залишається необхідність вибору із множини тих показників, які дійсно здатні сприяти (а не заважати) ефективному управлінню.

Слід звернути увагу, що в понятійному апараті більшості публікацій з проблем операційного менеджменту не має чіткого системного підходу щодо визначення таких понять, як «операція», «операційна діяльність», «ефективність», «ефективність операційної діяльності» та «операційна ефективність» [9, с. 25]. Для підтвердження цієї думки розглянемо визначення основних понять операційного менеджменту в фахових публікаціях, які наведено в табл. 1-4 [9, с. 25, 28; 18, с. 56].

Операція (лат. operatio, дія) – це сукупність дій, направлених на досягнення деякої цілі.

За ознаками загального менеджменту слід розрізняти наступне визначення терміну «операція» [9, с. 20]:

Операція – це процес, метод чи ряд дій, головним чином практичного характеру чи сукупність цілеспрямованих актів, заходів, спрямованих на досягнення конкретної мети.

Якщо дивитись крізь призму операційного менеджменту, то в загальному значенні [8, с. 15]:

Операція – відносно досконала рухлива форма, передбачуваного результату (товару чи послуги) що підпорядковується системі вимог і обмежень, які задаються ззовні (хоча і не виключено формування обмежень з внутрішнього середовища). Проведемо аналіз категорії «операція», представлено в таблиці 1.

Виходячи з вище проведеного аналізу, слід додати, що операція – це дія, котра обмежена рядом вимог в залежності від специфіки господарськоъ діяльності підприємства. Безумовно, операція, тобто дія за допомогою котрої виробляється продукт чи надаються послуги, це частина виробничого процесу, але лише через удосконалення даної дії-операції, можливо досягти найвищого результату. Поняття «опера-

Таблиця 1

Визначення поняття «операція» в фахових публікаціях

№ п/п	Джерело інформації	Визначення поняття «операція» в фахових публікаціях	Коментар
1	Гелловей П. [6, с. 36]	Операція – процес, метод або ряд дій, основним чином практичного характеру.	Варто зазначити, що дане визначення потребує більш системного підходу. Операції, що здійснюються на підприємстві не лише визначають процес, але й безпосередньо впливають на кінцевий результат.
2	Ідельманов С. В., Ідельманов А. С., Лобов С. В. [8, с. 78]	«…операції – це різні види діяльності, які здійснюються компанією…».	Кожен вид діяльності відрізняється типом операцій. Для кожного підприємства сукупність операцій складає її діяльність.
4	Сумець О. М. [18, с. 64]	Операція – відносно завершена рухлива форма передбачуваного результату (товару чи послуги), що підпорядковуються системі вимог і обмежень, чи заданих зовні.	Х
5	Онищенко В. О. [15, с. 37]	«…під операцією розуміється частина виробничого процесу, яка здійснюється над певним предметом праці на одному робочому місці робітником. Операція характеризується незмінністю предмета праці, робочого місця та виконавця».	Операції можуть характеризуватися змінністю, оскільки лише від можливості адаптації та здатності реагувати на зміни, залежить результат.

Таблиця 2

Аналіз категорії «операційна діяльність»

№ п/п	Автори	Визначення	Коментар
1	Белінський П. І. [1, с. 15]	Операційна діяльність – це діяльність, що приносить дохід компанії і не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю. Величина грошових потоків, що утворилася в результаті операційної діяльності, являє собою ключовий індикатор достатності грошових коштів для погашення зобов'язань, підтримання продуктивності компанії, виплати дивідендів та інвестування коштів без залучення зовнішніх джерел фінансування.	Операційна діяльність приносить підприємству близько 90% доходу, тому одним з найважливіших її важелів, має бути можливість реагувати на зміни ринку.
2	Василенко В. О. [3, с. 29]	Операційна діяльність – основний вид діяльності підприємства, з метою здійснення якої вона створена.	Операційна діяльність як основний вид діяльності не замкнута на собі, вона повинна бути напряму зв'язана з споживачем.
3	Ідельманов С. В., Ідельманов А. С., Лобов С. В. [8, с. 32]	Операційна діяльність – як один із видів діяльності компанії, це діяльність по виробітку продукції та послуг.	Операційна діяльність – це процес діяльність по створенню продукції чи надання послуг з метою отримання прибутку.

ція» передбачає виробництво предметів особистого або виробничого споживання, виконання підрядних робіт і надання послуг. Часто термін «операція» ототожнюють з «виробництвом». Однак, термін «операції» набагато ширший за термін «виробництво», оскільки перший з них означає не тільки виробництво товарів, але й надання послуг. Виходячи з цього, під операціями як видами діяльності слід розуміти виробництво, постачання, транспортування, сервіс.

Таким чином, операції – це процес, метод або ряд дій, головним чином практичного характеру. Виходячи з цього визначення, операції є невід'ємним атрибутом будь-якого виду людської діяльності, якому властива організованість і продуктивність і, як наслідок ефективність. Звідси можна зробити висновок, що всі організаційні функції є операції і що будь-яка управлінська діяльність містить у собі операційний менеджмент. Можемо припустити, що сукупність операцій складають операційну діяльність.

Операційна діяльність – як один із видів діяльності компанії, це діяльність по виробітку продукції та послуг. Проведемо критичний огляд категорії операційна діяльність, представлено в таблиці 2.

Оскільки кінцевим результатом операційної діяльністі є дохід, пропонуємо провести аналіз категорії «ефективність операційної діяльності».

Ефективність діяльності організацій залежить від стану його операційної системи. В публікаціях під операційною системою розуміють повну виробничу систему [1, с. 18; 3,с. 34; 9, с. 22], загальна система виробничої функції організації, яка складається з трьох підсистем: переробної підсистеми, підсистеми забезпечення

і планово-контрольної підсистеми [11, с. 422], організація, де реалізується операційна функція, тобто сукупність дій з трансформації ресурсів, одержуваних з метасистеми, і видачі «продукції» у цю ж метасистему [18, с. 64].

Розробкою поняття «ефективність діяльності» займалося багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Малишев П.А., Шилін І.Г., Решетинський К., Кулик А., Новожилов В.В., Миронов О.Г., Баянський Т.Е., Покропивний С.Ф., Зайцев Н.Л., Нілі Е. та інші.

Ефективність (англ. efficiency; performance;) – відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його одержання. Розглянемо аналіз даної категорії в таблиці 3.

Варто зазначити, що бізнес-процес починається з попиту споживача і закінчується його задоволенням. Кожен бізнес-процес об'єднує ряд операцій і має свою операційну ефективність. Виходячи з вище проведеного аналізу, сукупність операцій формують операційну діяльність. Операційну ефективність частіше за все включають в показники ефективності операційної діяльності. Для підтвердження чи відхилення цієї думки розглянемо визначення основних понять операційного менеджменту в фахових публікаціях, які наведено в таблиці.

В понятійному апараті більшості публікацій з проблем операційного менеджменту не має чіткого системного підходу до визначення поняття операційна ефективності. Операційна ефективність застосовується як термін в практичній діяльності. Практики придають їй індивідуального характеру. Аналіз даної категорії представлено в таблиці 4.

Таким чином, бачимо, що немає єдиного обґрунтування категорії операційна ефективність. Зокрема дану категорію як окремий показник більше використовують на практиці, аніж в наукових виданнях. З метою застосування сис-

Таблиця 3

Критичний огляд категорії «ефективність операційної діяльності»

№ п/п	Автори	Визначення
1	Малишев П. А., Шилін І. Г. [10, с. 4]	Ефективність – це відношення, що виражає причинно-наслідковий зв'язок продукту (результату) і витрат праці, що втілилися у цьому результаті
2	Решетинський К. [17, с. 9]	Ефективність виражає деяке співвідношення та вказує, якими витратами суспільства було досягнуто той або інший кінцевий результат
3	Новожилов В. В. [14, с. 32]	Ефективність взагалі є співвідношенням корисного ефекту (результату) до витрат на його отримання.
4	Миронов О. Г. [12, с. 11]	Економічна ефективність – це співвідношення результатів і сукупних витрат
5	Баянський Т. Е. [2, с. 98]	Ефективність виробництва визначається, ціною яких витрат суспільної праці (витрат виробництва) досягається його мета – найповніше задоволення потреб суспільства
6	Покропивний С. Ф. [16, с. 562]	Ефективність виробництва – це комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу…
7	Е. Нілі [13, с. 312]	Ефективність – процес кількісного визначення результативності (критерій того, як з економічної точки зору використовуються ресурси фірми для забезпечення певного рівня задоволення зацікавлених сторін) та віддачі виконаної дії (ступеню задоволення вимог зацікавлених сторін)
8	Зайцев Н. Л. [7, с. 254]	Ефективність промислового виробництва як «…співставлення кінцевого результату господарської діяльності промислового підприємства (ефекту) з витратами живої та уречевленої праці на його досягнення… Ефект, або кінцевий результат, господарської діяльності характеризується різними вартісними та натуральними показниками…»

Таблиця 4

Критичний огляд категорії «операційної ефективності»

№ п/п	Автори	Визначення
1	Консалтингова компанія «Кисень» [20, електронний носій]	Це організація діяльності підприємства найбільш оптимальним чином в рамках існуючої стратегії.
2	Компанія «Драна»	Одним з ключових факторів успіху, який дозволяє компанії успішно конкурувати на ринку.
3	Сіті консалтинг груп [21, електронний носій]	Це підвищення якості продукції (послуг) при одночасному зниженні витрат, тобто операційна ефективність – це ефективність використання внутрішніх ресурсів компанії. Для реалізації цієї мети в даний час пропонується набір різних стратегій, багато з яких націлені на глобальні зміни в організації.
4	Компанія «Глобал Сервіс» [22, електронний носій]	Означає ведення виробничої діяльності компанії більш ефективно, ніж це роблять її конкуренти. Операційна ефективність включає в себе такі категорії, як продуктивність, оптимізація окремих виробничих процесів, ефективне використання ресурсів і так далі.

темного підходу до розуміння даної категорій та введення її як базису в теорії операційного менеджменту пропонуємо наступне визначення категорії – операційна ефективність.

Виходячи з проведеного аналізу категорій операційного менеджменту, важливо розмежувати розуміння понять ефективність операційної діяльності та операційна ефективність. Ресурси, що використовуються в ході виробничого процесу, витрачаються у формі затрат. Ресурси, одержані на виході процесу, утворюють його результат. Ефективність виробничого процесу у загальному вигляді може бути охарактеризована співвідношенням показників затрат і результатів, причому жоден з показників окремо не дає досить повної характеристики ефективності. [12, с. 13].

Обґрунтовуючи категорію операційної ефективності, мова йде про ефективність самої операції, те, яким чином її реалізація впливає на кінцевий результат. Тут слід відзначити не лише кількісні (швидкість, тривалість циклу, виробіток, продуктивність), але й якісні показники (вплив людського фактору, рівень задоволення клієнта, кількість помилок під час виконання операції та інші).

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження, пропонуємо уточнене розуміння категорії «операційна ефективність».

Операційна ефективність – це комплексне відображення кінцевих результатів використання ресурсів операційної діяльності компанії за певний проміжок часу через її здатність конкурувати на ринку, підтримуючи та утворюючи конкурентні переваги. В основі даної категорії лежить не просто показник, а безпосередньо здатність конкурувати з точки зору ринку, покупців. В даному обґрунтуванні операційна ефективність є показник гнучкості, здатності реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, і, як наслідок, формувати свої критерії для постійної оптимізації.

У статті було уточнено розуміння категорій операція, операційна діяльність, ефективність операційної діяльності. Запропоновано нове розуміння категорії «операційна ефективність» за допомогою системного підходу.

Операційна ефективність визначається через низку специфічних показників окремо для кожного бізнесу. Дана система показників характеризує ефективність окремих операційних процесів, через призму вимог споживача.

В подальшому робота буде проведена над дослідження критерії та показників оцінки операційної ефективності. За результатами проведеного дослідження планується підготовка статті за темою : «Критерії оцінки операційної ефективності підприємства».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій. – К.: ЦУЛ, 2006. – 684 с.
2. Баянский Т.Э. Эффективность общественного производства и ее анализ: (Метод.разработки)/ Т.Э.Баянский. – Алма-Ата: МВССО Казах. ССР, Алма-Атинский ин-т нар.хоз., 1977. – 115 с.
3. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Виробничий (операційний) менеджмент. – 2-ге видання.
4. Васильков В. Г. Організація виробництва. – К. : КНЕУ, 2003. – 524 с.
5. Гаврилов Д. А. Управление производством на базе стандарта MRP II. – СПб. : Питер, 2003. – 352 с.
6. Гэлловей П. Принципы и практика. – СПб., 2000. – 320 с.
7. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия : учебник / Н. Л. Зайцев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 358 с.
8. Идельманов С. В., Идельманов А. С., Лобов С. В. Операционный менеджмент. –М. : ИНФРА – М, 2005. – 337 с.
9. Курочкин А. С. Операционный менеджмент. – К. : МАУП, 2000. – 144 с.
10. Малишев П. А., Шилин И. Г. Критерий эффективности социалистического воспроизводства (социально-экономический аспект). – М. : «Мысль», 1973. – С. 13.
11. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : Пер. с англ. – М. : Дело, 1992. –702 с.
12. Миронов О. Г. Показники та критерії ефективності при прогнозуванні розвитку промисловості // Фінансоваконсультація. – 2000. – № 39-40. – С. 25.
13. Нили Энди, Адамс Крис, Кеннерли Майк. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управление им / Пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс-клуб, 2003. – 400 с.
14. Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. – М. : Изд. «Экономика», 1967. – Ст. 45.
15. Онищенко В. О., Редкін О. В., Старовірець А. С., Чевгарова В. Я. Організація виробництва. – К. : Лібра, 2003. – 336 с.
16. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / Підзаг. ред. д. екон. наук, проф. – К. : КНЕУ, 2003. – 608 с.
17. Решетинский К. Сущность и критерии эффективности общественного производства / «Экономические науки», 1974. – № 7. – С. 22.
18. Сумець О. М. Основи операційного менеджменту / За ред. проф. О. Л. Яременка.– К. : ВД «Професіонал», 2004. – 416 с.
19. Чейз Ричард Б., Еквілайн Ніколас, Якобс Роберт Ф. Производственный и операционный менеджмент: Пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 704 с.
20. Електронний носій: [http://myretailstrategy.com / operationalperformance].
21. Електронний носій: [http://www.ey.com/Issues/Operational-effectiveness].
22. Електронний носій: [http://www.pwc.com/ua/ru/services/consulting/process-effectiveness].

УДК 339.138:338.242

Пересадько Г.О.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та реклами,
Київський національний торговельно-економічний університет

Тамайо-Флорес В.А.
магістр,
Київський національний торговельно-економічний університет

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS: ESSENCE AND THE PROCESS OF FORMATION

АНОТАЦІЯ

У статті викладена сутність концепції інтегрованих маркетингових комунікацій, докладно розглянуто процес їх виникнення та етапи становлення, представлено п'ятиступінчатий процес планування інтегрованих маркетингових комунікацій та алгоритм управління ними, а також визначено основне завдання інтегрованих маркетингових комунікацій в майбутньому.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, маркетинг «проштовхування та «протягування», планування маркетингових комунікацій, управління маркетинговими комунікаціями.

АННОТАЦИЯ

В статье изложена сущность концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, подробно рассматривается процесс их возникновения и этапы становления, представлен пятиступенчатый процесс планирования маркетинговых коммуникаций и алгоритм управления ими, а также определено основное задание интегрированных маркетинговых коммуникаций в будущем.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, маркетинг «проталкивания и протягивания», планирование маркетинговых коммуникаций, управление маркетинговыми коммуникациями.

ANNOTATION

The article describes the essence of the concept of integrated marketing communications, details the process of their occurrence and stages of development, presents a five-step planning process of marketing communications and management algorithm, and defined the basic task of integrated marketing communications in the future.

Key words: Integrated marketing communications, the «push-pull» marketing, planning of marketing communications, marketing communications management.

Постановка проблеми. За принципом Парето – 80% прибутку приносять 20% постійних клієнтів, перехід до конкурента 2% постійних клієнтів зменшує прибуток на 10-12%, а витрати на залучення нового клієнта в 5 разів більші, ніж на утримання старого. Частина клієнтів не приносить прибутку саме через неефективні комунікації [1].

Наразі у господарській діяльності підприємств збільшилася роль маркетингових комунікацій. Розробка та реалізація ефективної комунікаційної політики стає одним з ключових факторів успіху, а питання вибору та узгодження між собою комунікаційних засобів для досягнення максимальної ефективності є найбільш актуальними. При розробці плану маркетингу в частині комунікаційної політики обирається певний набір засобів комунікації, за допомогою яких буде доставлятися інформація до цільової аудиторії. На цьому етапі важливим є питання вибору засобів комунікації, здатних справити максимальний ефект, можливий при даному бюджеті маркетингу в цілому і бюджеті на просування зокрема.

Підприємства спрямовують зусилля на задоволення потреб споживачів і клієнтів, при цьому намагаючись максимально проінформувати перспективних споживачів про свій продукт, послуги, умови продажів та переконати покупця віддати перевагу саме цим товарам та маркам. Також підприємства змушують покупця діяти – поведінка споживача спрямовується на те, що ринок пропонує в даний момент, а не на відкладення покупки на майбутнє. Дані цілі досягаються за допомогою просування через комплекс каналів маркетингової комунікації, який являють собою інтегровані маркетингові комунікації (ІМК).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вперше концепція ІМК з'явилась в роботі американських маркетологів Д. Шульца, С. Танненбаума та Р. Лаутерборна у 1993 р. За даним ними визначенням, ІМК – це «новий спосіб розуміння цілісного, яке ми бачимо складеним із таких окремих частин як реклама, PR, стимулювання збуту, матеріально-технічне забезпечення, організація взаємовідносин із співробітниками тощо. Вони необхідні для того, щоб побачити їх такими, якими бачить їх споживач – як потік інформації із єдиного джерела» [2, с. 48].

За визначенням Американської асоціації рекламних агенцій, ІМК – це концепція планування маркетингових комунікацій, пов'язана з необхідністю оцінювання стратегічної ролі окремих напрямів і пошуком оптимального їх поєднання для забезпечення чіткості, послідовності і максимізації впливу комунікаційних програм з допомогою несуперечливої інтеграції всіх окремих звернень [3, с. 692].

Філіп Котлер, сучасний класик маркетингу, дає таке визначення ІМК: «Інтегровані маркетингові комунікації – концепція,згідно з якою

компанія ретельно продумує і координує роботу своїх численних каналів комунікації – реклами в засобах масової інформації, особистого продажу, стимулювання збуту, пропаганди, прямого маркетингу, упаковки товару та інших – з метою вироблення чіткого,послідовного та переконливого уявлення про компанію та її товари» [4, с. 14].

Дослідженням ІМК займався ряд вітчизняних і зарубіжних вчених І.В. Алешина, Г.Л. Багієв, І.В. Бойчук, Г.Дж. Болт, А.В. Вовчак, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, Л.К. Гліненко, Є.П. Голубков, О.М. Голубкова, Ю.А. Дайковський, Дж. Домінік., Дж.Р. Еванс, Н.Д. Еріашвіллі, Д. Келлі, Ф. Котлер, І.В. Крилов, Н.Ю. Кочкіна, Г. Лассуелл, Р. Лаутерборн, Х. Маккей, А.Ю. Павленко, Т.О. Примак, Є.В. Ромат, Н.С. Ситнік, П. Сміт, О.О. Стельмах, С. Танненбаум, О. Шрам, Д. Шульц, Х. Шульц, Р. Якобсон.

Постановка завдання. Сучасні споживачі для прийняття рішень про покупку користуються даними з багатьох джерел, при цьому одним з найважливіших джерел є Інтернет. Це вимагає від підприємств використання декількох каналів маркетингових комунікацій одночасно, послідовності та логічності викладення інформації та особливої уваги до цифрових форм комунікації.

Подальший розвиток цифрових, а особливо мобільних, форм зв'язку ставить перед ІМК нові завдання, які мають бути вирішені задля досягнення цілі будь-якого підприємства: збільшення вартості бізнесу.

Викладення основного матеріалу. *Концепція ІМК.* ІМК виникли на перетині кількісної маркетингової інформації та комунікацій. Можливість ефективно і швидко агрегувати кількісну маркетингову інформацію прийшла з цифровою революцією тобто повсюдним впровадженням персональних комп'ютерів, програм для збору, зберігання та аналізу даних. З того часу як в 1970-х супермаркети почали збирати дані про покупки споживачів за допомогою електронних систем і передали їх виробникам, став очевидним прямий вплив стимулювання збуту і прямого маркетингу. В цей період відбувся перерозподіл коштів від традиційної реклами у ЗМІ на користь так званих BTL-комунікацій, тобто до короткострокових і безпосередньо вимірюваних форм маркетингових комунікацій.

Історично маркетингові комунікації сприймалися фахівцями як набір різнопланових заходів, таких як реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, event-маркетинг тощо. ІМК, однак, були засновані на концепції «one sight, one sound». Це означає, що всі комунікаційні звернення, надіслані клієнтам мають розглядатися через призму споживача. Таким чином, відправною точкою всіх комунікацій є саме споживач, а всі елементи комунікацій повинні бути прозорим, короткими і узгодженим набором повідомлень і стимулів які споживач зможе легко зрозуміти.

На рис. 1 зображена схема комунікаційної діяльності наприкінці 1980-х.

Рис. 1. Схема комунікаційної діяльності наприкінці 1980-х рр.

Виникнення ІМК. Перший етап розвитку ІМК був досить простим. До вже зрозумілої моделі маркетингових комунікацій додавалися різноманітні альтернативні варіанти комунікацій, які разом складали один набір послідовних повідомлень та/або стимулів. Рис. 2 ілюструє цей процес. Передумовою цього етапу ІМК було те, що при інтеграції та узгодженні всіх комунікаційних звернень компанії в єдине за сенсом повідомлення, підвищувалася цінність всього комплексу комунікацій.

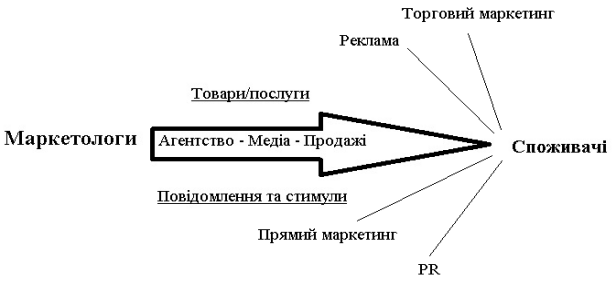


Рис. 2. Схема комунікаційної діяльності на початку 1990-х рр.

Другий етап розвитку ІМК. В середині 90-х рр. активного вжитку набув Інтернет, який дуже швидко почав боротися за увагу споживача з традиційними ЗМІ. Розвиток нових електронних форм зв'язку призвів до безлічі нових потреб і вимог до ІМК.

Так виникла необхідність розширення ІМК з чотирьох основних засобів комунікацій, таких як реклама, стимулювання збуту, прямий маркетинг та зв'язки з громадськістю, до більш широкого спектру комунікаційних методик. З використанням Інтернету маркетологи отримали ще більш широкий спектр інформації від роздрібних мереж щодо поведінки споживачів. Подальший розвиток техніки та програмного забезпечення призвів до значних можливостей по збору, зберіганню та використанню значних масивів даних про ринок та споживачів. Ці системи даних були відомі як CRM або Customer Relationship Management, який став невід'ємним елементом у підході до планування ІМК [5, с. 17].

ІМК стали основою для розробки і реалізації повторюваного комунікаційного процесу, що орієнтований на споживача. Методи планування існували в маркетингових комунікаціях ще починаючи з моделі AIDA (увага, інтерес, ба-

жання і дія), але більшість з них розроблялась з позиції маркетолога. Таким чином в основу комунікації ставилось те, що хотів сказати маркетолог з приводу або від імені продукту або послуги, яку він продає. Книга під назвою «ІМК: Наступне покоління» авторства Дона та Хайді Шульців (IMC: The Next Generation, McGraw-Hill, New York, 2004), поклала край внутрішньоорієнтованому підходу до маркетингових комунікацій. Автори запропонували нове визначення ІМК: «Інтегровані маркетингові комунікації – це стратегічний бізнес-процес, який полягає у плануванні, розробці, виконанні та оцінювані скоординованих, вимірюваних, переконливих та повторюваних програм маркетингових комунікацій для споживачів, клієнтів, співробітників та інших цільових, релевантних, зовнішніх і внутрішніх аудиторій. Метою ІМК є як генерація короткострокового фінансового прибутку так і створення бренду і акціонерної вартості» [6, с. 8].

Нове визначення дозволило розробити більш складний підхід до планування. Так виник п'ятиступінчастий процес планування, який показано на рис. 3.

Рис. 3 П'ятиступінчатий процес планування ІМК

Цей процес включав в себе (1) визначення цільової аудиторії, (2) її аналіз, (3) створення і розміщення повідомлень, (4) оцінку ефективності комунікацій, (5) розробку та розподіл бюджету.

Виклик нових технологій. З настанням епохи цифрових технологій стало зрозуміло, що споживачі отримали контроль над ринком, і, зокрема над комунікаціями. Вони визначали, що вони хотіли б бачити і чути. Це відбулося в результаті розвитку і поширення нових форм інформаційних технологій, таких як дротовий та бездротовий Інтернет, смартфон, мобільні плеєри та подкасти, цифрове телебачення та Smart TV, а також систем блокування рекламних звернень (наприклад, додатків AdBlock до бразуерів).

Нові форми інформаційних технологій безпосередньо конкурували з традиційними формами маркетингових комунікацій за час і увагу споживачів, що викликало їх інтеграцію до системи ІМК. Так ІМК перестали бути поєднанням виключно традиційних медіа, перетворившись на сукупність старих і нових форм медіа, як показано на рис. 4.

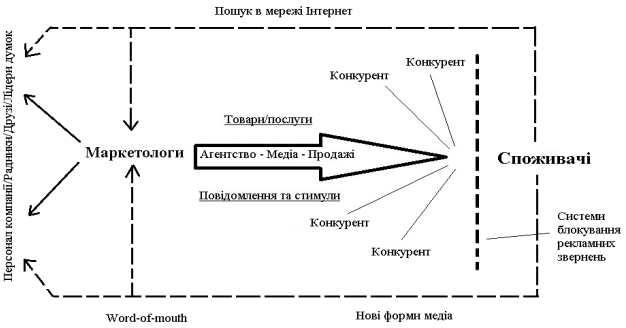


Рис. 4 Схема сучасного процесу комунікації

Маркетинг «проштовхування та протягування». Сьогоднішній ринок фахівці називають ринком «проштовхування та протягування». Маркетологи продовжують «проштовхувати маркетингові комунікації» існуючим і потенційним споживачам використовуючи традиційні методи та медіа, такі як телебачення, газети, журнали, радіо, зовнішня реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю тощо. У той же час споживач має можливість доступу до інформації, яку маркетологи «протягують». Маючи доступ до Інтернету та пошукових ресурсів, споживачеві доступні й нові форми маркетингових комунікацій, такі як мобільна та вірусна реклама, блоги тощо. Невід'ємною частиною цифрових медіа є соціальні мережі, такі як Facebook, YouTube, Twitter, Вконтакті тощо.

Особливістю системи «протягування» є те, що споживачі мають можливість вільного спілкування з іншими споживачами по всьому світу, часто без відома маркетологів. Це, по суті, глобальна форма усних маркетингових комунікацій (word of mouth). Споживачі нині спілкуються нестримно і безперешкодно, вони можуть позитивно, негативно або байдуже ставитися до компаній, які традиційно контролювали більшу частину маркетингової інформації. Крім того, нові системи комунікацій дозволяють споживачеві отримати доступ до інформації в будь-якому місці, в будь-який час і будь-яким можливим способом, і таким чином споживачі виходять з-під контролю маркетологів. Це призводить до повної втрати традиційного управління маркетолога над тим, що було сказано про його продукти та послуги і, що важливіше, як саме і ким це було сказано [7, с. 22].

Таким чином новітні ІМК поєднують формати «проштовхування» та «протягування» для створення корпоративних цінностей, а також для надання інформації та рішень, які шукають споживачі.

Найскладнішим в системі «проштовхування та протягування» є поєднання внутрішньо та зовнішньо інтегрованих ІМК. В той час як

споживачі з легкістю переключились на використання нових медіа, маркетологи довгий час не сприймали Інтернет як перспективну форму комунікацій зі споживачами. Основним завданням сучасних ІМК є поєднання онлайн та офлайн комунікацій для того, щоб побачити їх з позиції споживача: цілісними, комплексними і завжди доступними.

Алгорит управління ІМК. В зв'язку з вищесказаним, актуальним є питання формування методичних засад управління ІМК.

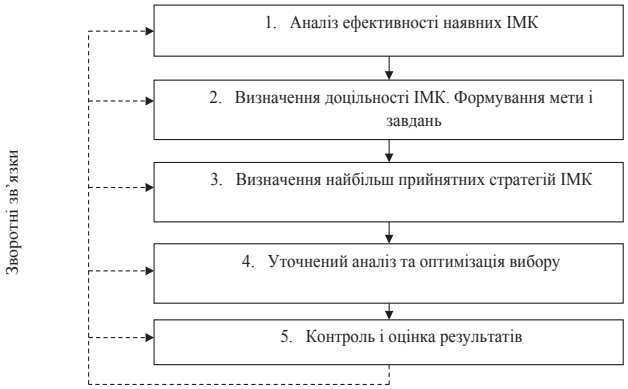


Рис. 5. Алгоритм управління ІМК

Розглянемо окремі блоки запропонованого алгоритму з позицій формування методичних засад управління ІМК.

1. Критичний аналіз і узагальнення наукових публікацій та практики показав, що однозначних рекомендацій, щодо оцінки ефективності ІМК немає. Різні підходи дозволяють враховувати різні фактори, що дає змогу всебічно оцінити ІМК, однак застосування їх усіх (чи більшості з них) не уявляється можливим з фінансових, часових та інших причин.

2. За результатами проведеного у блоці 1 аналізу визначають доцільність ІМК і формують цілі і завдання.

3. Для попереднього вибору можливих стратегій (наборів стратегій) ІМК, виходячи зі спонукальних причин та цілей, необхідно окреслити поле найбільш доцільних стратегій. Однак, вибір слід узгоджувати з наявною ресурсною базою.

Виходячи з причин, що спонукають прийняти рішення про впровадження конкретної стратегії (стратегій), мети, що ставиться та наявних ресурсів, можна обрати не тільки один, а і декілька видів комунікативної стратегії.

4. Визначення найбільш прийнятних стратегій ІМК з відібраних на попередньому етапі.

5. Оцінюючи ефективність стратегій ІМК, варто враховувати як економічну ефективність, так і комунікативну. Для цього можна використати наступні методи: цільовий (метод «дерева цілей»), кількісний (метод визначення еквіваленту складових ІМК, метод оцінки цінності ІМК), якісний (метод опитування) та фінансовий (експертний метод).

Для оцінки результативності необхідно розробити критерії ефективності оцінюваної програми, відслідковувати фактичне просування по цілях та співвіднести отримані результати досліджень з обраними критеріями, щоб визначити ступінь ефективності витрачених зусиль. При цьому важливим є налагодження чіткого організаційного контролю за потоками інформації, координація бюджету й змісту комунікаційних заходів, проведених по різних комунікаційних каналах.

Майбутнє ІМК. Короткостроковим завданням ІМК є повна інтеграція традиційних та нових медіа. Щодо довгострокових перспектив, то тут західні маркетологи виділяють декілька основних завдань.

Найважливішим з них є завдання, яке стоїть не лише перед спеціалістами з комунікацій, а й перед всіма маркетологами. Це подолання західних культурних упереджень, які пронизують всі маркетингові та комунікаційні концепції. Більшість маркетингових концепцій були розроблені маркетологами для споживачів з розвинених країн, тобто ефективне використання цих концепцій можливо лише в одній третині земної кулі. Інші дві третини споживчого ринку знаходяться в країнах з економікою, що розвивається. В цих країнах значно обмежені ресурси, нерозвинені комунікаційні системи та інфраструктура, які можуть бути обмежені або контролюватися урядом. Для ефективної роботи в країнах, що розвиваються, необхідно винайти принципово нові концепції [8, с. 3].

Висновок. Із розвитком технологій підприємству вже не достатньо представити споживачам якісні товари та надати базову інформацію про них. Насиченість та перенасиченість ринків вимагає від підприємств пошуку найбільш ефективних форм маркетингових комунікацій. Зважаючи на складність вимірювання ефективності певного каналу маркетингової комунікації, доцільно використовувати одразу декілька каналів.

Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) виникли у відповідь на виклики НТП, і вони продовжують еволюціонувати, відповідаючи на ці виклики. Комплексний характер ІМК дозволяє маркетологам донести до споживача інформацію про продукцію фірми та про саму фірму з використанням декількох каналів комунікації одночасно, в тому числі використовуючи сучасні технології, які стрімко розвиваються.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тенденции развития интегрированных маркетинговых коммуникаций: (итоги международной заочной науч.-практ. конф. «Экономика и менеджмент: проблемы и тенденции развития») [Электронный ресурс] / Шевченко Е. В. Режим доступа : http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/463-2012-01-11-17-42-24.
2. Levitt T. Marketing myopia. – Harvard Business Review, 1962. – July-August.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. з англ. – СПб. : Питер ком, 1999. – 896 с.

4. Котлер Филип. Маркетинг в третьем тысячелетии : как создать, завоевать и удержать рынок : [Пер. с англ.] / Флип Котлер. – М. : АСТ, 2000. – 271 с.
5. Schultz D. E. New, newer, the newest: Evolving stages of IMC/ D. E. Schultz// Journal of Integrated Marketing Communications. – 2010. – С. 14-21.
6. Schultz D.E. IMC receives more appropriate definition/ D. E. Schultz// Marketing News. – 2004. – № 38(15). – С. 8-9.
7. Ferguson R. Word of mouth and viral marketing/ R. Ferguson// Journal of Integrated Marketing Communications. – 2010. – С. 22-26.
8. Sara Al-Hemaidi, Yanit Belachew et al. Understanding IMC in Emerging Markets: A study of the resources and marketing landscape of ten emerging markets / Sara Al-Hemaidi, Yanit Belachew and others// Journal of Integrated Marketing Communications. – 2012. – С. 1-19.

УДК 658

Сморжанюк Т.П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Херсонський національний технічний університет

ІСТОРІЯ ОБЛІКОВОЇ НАУКИ

HISTORY OF ACCOUNTING SCIENCES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто періодизацію розвитку бухгалтерського обліку в Україні. Визначено етапи виникнення облікової культури їх характерні особливості. Розглянуто можливості подальшого розвитку обліку в Україні.

Ключові слова: господарський облік, подвійний запис, подвійна бухгалтерія, «рахівництво», бухгалтерський облік.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены периодизацию развития бухгалтерского учета в Украине. Определены этапы возникновения учетной культуры их характерные особенности. Рассмотрены возможности дальнейшего развития учета в Украине.

Ключевые слова: хозяйственный учет, двойная запись, двойная бухгалтерия, «счетоводство», бухгалтерский учет.

ANNOTATION

The article deals with the development of accounting periods in Ukraine. Defined stages of the emergence of accounting culture of their characteristics. The possibilities of further development of accounting in Ukraine.

Key words: economic accounting, double entry, double-entry bookkeeping, «accounting», accounting.

Постановка проблеми. Господарські явища, правові відносини, рух цінностей,які належать підприємству, відображають за допомогою слів та цифр – бухгалтерських записів. Бухгалтерія, таким чином, є дзеркалом, яке відбиває частину явищ культурного розвитку народів світу Виникнення та розвиток бухгалтерського обліку стало логічним і незворотнім кроком в історичному розвитку людської цивілізації. Зародження осмислених господарських відносин в суспільстві вимагало створення дієвих прийомів визначення наявного у власника майна та забезпечення належного контролю за його використанням. З часом бухгалтерський облік зазнає постійних еволюційних змін, на кожному історичному етапі розвитку суспільства розширюються, уточнюються та переглядаються його теоретичні основи і практика здійснення.

Сучасна наука не дала однозначної відповіді, який момент слід вважати виникненням бухгалтерського обліку. В багатьох випадках це пояснюється недостатньою кількістю джерел, що збереглися, – облікових документів, які використовувалися нашими попередниками. Широке розповсюдження правильної, наукової бухгалтерії природно викликає необхідність у висвітленні історії її виникнення і розповсюдження по всьому світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи питання розвитку обліку, вчені багато уваги приділяли вивченню основних етапів його розвитку, зокрема з'ясуванню джерел і першоснов обліку. При вивченні історії розвитку обліку важливого значення набуває періодизація бухгалтерського обліку, що досліджувалась багатьма авторами. Кожен автор в основу періодизації покладав відповідну ознаку – зміну економічних формацій, форму обліку, облікову ідею, характер облікових носіїв, облік витрат та ін., більшість авторів брали за основу те, яку роль виконував бухгалтерський облік на різних етапах розвитку суспільства. Так, К. Родбертус (1870) виділяв лише два етапи обліку – докапіталістичний і капіталістичний; а італійський вчений Дж. Чербоні (1878) виділяв чотири етапи: 1. Давній світ. 2. Період від Л. Фібоначі до Л. Пачолі, який він називав епохою комерційної арифметики. 3. Період від Л. Пачолі до Ф, Віллі – становлення подвійної бухгалтерії. 4. Виникнення та розвиток наукової бухгалтерії [1, с. 528].

Французький економіст Л. Сей (1887) виділив такі етапи: 1) мнемонічний, який розділив на два періоди – усний, коли особі, що відповідала за підрахунки, треба було тримати все в пам'яті і символічний, коли робились зарубки на палицях чи в'язались вузли на мотузках; 2) уніфікований – проста бухгалтерія; 3) дирафічний – подвійна бухгалтерія; 4) логісмографічний – зміст якого полягав у послідовній персоналізації рахунків [2, с. 68].

Два етапи виділяв О.П. Рудановський (1925) – статистичний і бухгалтерський; академік

НАН України М.Г. Чумаченко (1997) – виокремлював чотири етапи [3, с. 176]:

- з моменту виникнення товарно-грошових відносин до кінця XVIII ст.;
- кінець XVIII- -кінець XIX ст.;
- кінець XIX- -середина XX ст.;
- з середини XX ст. до наших днів.

Відомі російські вчені А.І. Лозинський, В.М. Нікітін, В.А. Сідельников, А.К. Зибін, В. Г. Шишкін бачили шість етапів розвитку обліку [4]:

- господарський облік первісного ладу;
- облік рабовласницького ладу;
- облік феодального ладу;
- облік домонополістичного та монополістичного капіталізму;
- розвиток соціалістичного обліку.

Такий різнобій у поглядах наочно свідчить про те, що уніфікованої, науково обґрунтованої періодизації розвитку такої складної системи, якою є бухгалтерський облік, наука ще не виробила.

Найбільш відомі вчені Е.Є. Сіверс, Р.Я. Вейцман, М.Л. Кіпарісов, М.А. Блатов, І.Р. Ніколаєв, О.М. Рудановський, ОМ. Ґалаґан – забезпечували розвиток облікових ідей і традиційних облікових принципів. З ними тісно співпрацював визначний український економіст М.І. Туган-Барановський. А.П. Рудановський цікавився питанням калькулювання. Він вважав, що собівартість, розрахована за фактичними витратами, є однобокою, у зв'язку з можливістю різних цін на однакові матеріали. Він пропонував визначати два види собівартості:

- за фактичними витратами;
- за нормативними витратами.

Р.Я. Вейцман ототожнював поняття планової та нормативної калькуляції [5].

Бухгалтерський облік будувався не на економічних, а на суто політико-ідеологічних централізованих засадах. Фундаторами та представниками соціалістичного обліку стали Н. Ласкін, Н. Гегечкорі, Е. Глейх, П. Клейман, Д. Андріонов та ін. Найбільшим його теоретичним досягненням став власне класовий характер. У 1930 р. поширення набула праця Н. Блатова, І. Богословського, М. Помазкова «Обліково-бухгалтерські курси вдома». Згодом її авторів звинуватили в буржуазній ідеології. М.Х. Жебрак відомий вчений радянського періоду (українець за походженням) був один із творців нормативного методу на базі американської системи «стандарт-костинг».

Вийшла праця «Основні елементи промислового обліку в СРСР і за кордоном» [6]. Сферою обліку було визнано все народне господарство, а не окреме підприємство, як вважав О.М. Ґалаґан, теорію і галузевий облік було об'єднано в один курс – бухгалтерський облік, подвійний запис почав трактуватись як складова методу бухгалтерського обліку, а не як об'єктивний закон. Слід зазначити, що провідні вчені-бухгалтери були вихідцями з України. Працювали в Україні: М.Х. Жебрак, А.Д. Лозінський, потім – А.Ж. Маргуліс, І.І. Поклад, В.Б. Івашкевич та ін. Автор не ставив собі за мету описувати історичну ходу розвитку бухгалтерського обліку в СРСР дане питання детально висвітлено у працях В.А. Маздорова та Я.В. Соколова, але слід зазначити, що для того, щоб зрозуміти та збагнути всю сутність бухгалтерії, необхідно вивчити її історію. Тільки глибокі знання поступового розвитку обліку навчають заслужено цінувати його переваги та значення для господарського життя. За допомогою історії є можливість проникнути в економічне життя минулих століть. Тому вважаємо за потрібне провести дослідження періодизації розвитку бухгалтерського обліку.

Постановка завдання. Дослідити періодизацію розвитку бухгалтерського обліку, що дозволить зрозуміти сучасний розвиток і оптимальні напрями прогнозування його еволюції в майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток матеріального виробництва, розподілу, обміну й невиробничого споживання суспільного продукту мав наслідком зростання продуктивних сил та вдосконалення виробничих відносин, що супроводжувалось зміною однієї суспільно-економічної формації іншою. Кожній формації відповідав свій рівень розвитку продуктивних сил та виробничих відносин, у безпосередній залежності від яких перебував і розвиток господарського обліку: період прадавніх цивілізацій на сході в долинах рік Нілу, Тигру і Євфрату (Стародавній Єгипет, Вавилонія, Юдея, Персія); період античного світу (Стародавня Греція, Рим); середньовіччя; Відродження, в якому зароджувалась подвійна бухгалтерія (XIII-XIV ст.); визнання подвійної бухгалтерії (XV-XVIII ст.); перетворення обліку на науку (XIX-початок XX ст.) тощо. Кожна країна починала нову фазу свого розвитку посвоєму. Але те, що було вже винайдене, кожна країна впроваджувала в своє господарське життя. Не була винятком і система бухгалтерського обліку, яку, зрозуміло, скрізь пристосовували до умов і особливостей конкретної держави, галузей виробництва та сфер господарської діяльності. У зв'язку з цим періоди становлення й розвитку господарського обліку майже точно відповідають суспільно-економічним формаціям, а саме:

1) зародження господарського обліку в первіснообщинному ладі;
2) господарський облік за рабовласництва;
3) господарський облік доби феодалізму;
4) господарський облік капіталістичних країн;
5) облік у дореволюційній Росії;
6) соціалістичний облік;
7) формування нових засад обліку в незалежній Україні.

Питання необхідності вивчення історії облікової науки не викликає жодного сумніву. Адже краще працює той бухгалтер, який добре володіє досвідом попередників. Він не витрачає

часу, намагаючись винайти те, що вже було винайдено раніше. Вивчаючи історію, бухгалтер не може її переробити, але спроможний глибоко переосмислити минуле та краще усвідомити майбутнє. Вивчення історичного аспекту розвитку систем економіки та бухгалтерського обліку дозволяє встановити певні закономірності, зокрема залежність системи обліку від рівня розвитку економіки, хоча завжди є певний лаг між ними. Вказані тенденції вимагають історичного та соціологічного підходу до проблеми адаптації обліку з урахуванням вимог сучасного стану економіки.

Сьогодні бухгалтери багатьох країн світу досліджують стародавні записи та книги, адже лише вивчаючи історію науки можна зрозуміти та усвідомити ті помилки і недоліки, які мали місце в сфері організації і ведення обліку в минулому та існують на сучасному етапі.

З історичних облікових документів, які збереглися до сьогодні, видно, якою повагою користувалися в давнину бухгалтери і як цінувалась їх справа. Облік називали таємницею богів, в яку посвячували лише обраних. І все ж таки цілковито очевидно і логічно, що розвитку бухгалтерського обліку сприяли прогрес, стабільність, більш повна реалізація суспільних потреб. У зв'язку з цим важливого значення набуває періодизація розвитку бухгалтерського обліку. Вона дозволяє прослідкувати історичну логіку, підійти до усвідомлення прогресу зміни епох. В літературі не існує єдиної думки щодо періодизації розвитку бухгалтерського обліку. Виділяють чотири основні періоди розвитку бухгалтерського обліку.

Перший період характеризувався виникненням різних способів реєстрації фактів в облікових регістрах у вигляді систематичних і хронологічних записів. Вершиною періоду становлення бухгалтерського обліку було широке розповсюдження подвійного запису. Подвійна бухгалтерія, що зародилася в Італії і описана Пачолі, почала поширюватися спочатку до Франції та Німеччини, потім до Англії і Скандинавії, потім на захід до Іспанії і, нарешті, до Америки, а на схід вона прийшла через Польщу до Росії, а потім у Китай і Японію. По суті, весь світ, хоча і з різним акцентом, заговорив на одній мові дебету і кредиту. Це було поширення подвійної бухгалтерії вшир, але поширення її вглиб було складніше. Тобто подвійний запис – це тільки етап на шляху розвитку облікової ідеї. Розглядаючи пройдений нею за п'ять століть шлях, необхідно відзначити, що подвійний запис у кожній завойованій нею країні, в кожній галузі господарства і в кожному підприємстві асимілювалася, пристосовувалася до місцевих умов. І хоча й існує єдина парадигма подвійної бухгалтерії, немає ніде однаковою подвійної бухгалтерії. Кожен народ у кожній країні, запозичуючи італійський винахід, щось вносив своє, щось розбудовував та удосконалював в ньому, що пристосовував до розуміння і традицій свого суспільства, свого, як кажуть тепер, менталітету. Так, англійська бухгалтерія відрізняється від американської, і обидві вони досить істотно відрізняються від бухгалтерії континентальної. Але й на континенті Європи французька, італійська, німецька традиції теж неоднакові. Росія засвоїла подвійну бухгалтерію в XVIII столітті.

Другий період припадає на час революційних перетворень в галузі виробництва, розвитку різних форм товарних операцій та збільшення обсягів торговельних, фінансових та інших операцій не тільки в окремих країнах, але й у всьому світі. У цей період видається досить велика кількість праць з обліку. Спочатку це були перекладні видання, наприклад, Ф. Стефчин. «Підручник для спілок ощадності і позичкової системи Ф. Райфайзена», який побачив світ у 1900році. Підвищена увага до кредитних кооперативів цілком зрозуміла, адже їх число на той час було найбільшим з посеред інших спілок.

Вагомий вклад у розвиток української версії бухгалтерського обліку внесло товариство «Просвіта», яке пропагувало, зокрема, впровадження української мови у діловодстві та ведення різного виду документів поміж іншими національними атрибутами.

Третій період – становлення бухгалтерського обліку як сфери наукових знань. Протягом цього періоду зусилля більшості авторів були направлені на те, щоб встановити теоретичні основи бухгалтерського обліку, визначити галузь тих явищ, вивчення яких складає об'єкт даної науки. Був сформульований ряд визначень бухгалтерського обліку і його цілей. Історичне значення цього періоду полягає в тому, що саме тоді було визначено основні напрямки науки «рахівництво», за якими відбувся і її подальший розвиток. Глибокий історіографічний аналіз розвитку системи бухгалтерського обліку зробив А.М. Галаган у своїй монографії «Основи загального рахівництва» [7]. У своїх висновках він погоджується з поняттям категорії «система бухгалтерського обліку», розробленим італійським автором Ф. Беста, на думку якого, «під системою записів, або, що те саме, під системою рахівництва» слід розуміти сукупність записів, що розглядаються з погляду зовнішнього вигляду. Першим, тобто розглядом рахункових записів з боку їх внутрішнього змісту, на його думку, займається система рахівництва; другим – їх розглядом з боку зовнішнього вигляду – форма рахівництва.

Четвертий період доцільно поділити на дві основні стадії:

- перша стадія, що охоплює період до середини XX ст., характеризується розробкою базових принципів об'єктивної оцінки майново-правового стану самостійно господарюючого суб'єкту, галузевого напряму в побудові системи бухгалтерського обліку, розширення державної регламентації національних систем і звітності бухгалтерського обліку;

- друга стадія – з середини XX ст. до наших днів – характеризується розробкою принципів оцінки майново-правового стану господарюючих суб'єктів в умовах зовнішнього ринкового середовища і у зв'язку з прийняттям ефективних рішень для отримання майбутньої економічної вигоди.

Історичні пам'ятки залишили нам відомості, які дозволяють говорити про наявність та характер господарського обліку в різних країнах Стародавнього світу. Облік Стародавнього світу – облік фактів – в цілому був статичним .В його основу було покладено інвентаризацію і пряму реєстрацію майна. Пряма реєстрація – це посилання на певний об'єкт. Непряма реєстрація з'явилася пізніше і полягала в тому, що обліковий працівник замість певного облікового об'єкту фіксував дані з так званих первинних документів. З цього часу облікові дані та фактичний стан справ перестають бути адекватними.

Бухгалтерська справа, як і будь-який суспільний розвиток, – це складний процес: поряд із піднесенням творчої думки, успіхами, значними ривками, історія бухгалтерського обліку сповнена падінь, невдач, відхилень, помилок.

Становлення обліку – це діалектичний, поступовий процес, мета якого –забезпечити прийнятні умови послідовного, безперервного, раціонального і успішного виконання функцій бухгалтерського обліку. Вся історія бухгалтерської праці, за своєю сутністю, є поступовим рухом до вирішення трьох основних завдань:

- зробити облік максимально інформативним і точним;
- досягти його простоти і дешевизни;
- отримати своєчасну інформацію про факти господарського життя.

Витоки і перші паростки обліку приховані від нас назавжди, однак, неважко уявити, що саме з розвитком людського суспільства, появою писемності і арифметики було закладено підґрунтя для обліку. Сьогодні лише одиниці бухгалтерів-практиків мають уявлення про те, наскільки давнім є облікове мистецтво. Першу згадку про мистецтво бухгалтерії можна зустріти у книзі Премудрості Сираха, в якій наказується кожному синові Ізраїлю: «Якщо щось видаєш – видавай рахунком та масою і роби усіляку видачу та приймання за записом» [8]. Однак, не дивлячись на численні спроби вчених-бухгалтерів визначити момент виникнення обліку, останнім не вдалося, на жаль, визначити час виникнення з достатньою ймовірністю. У будь – якому випадку, до винаходу писемності про існування бухгалтерії не могло бути і мови. Найбільш фундаментальною працею з історії обліку є книга «Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней» (1996) видатного російського вченого Я.В. Соколова. В ній автор стверджує, що «...облік виник не одразу. Були часи, коли він був непотрібним, коли всі відомості про господарство вміщувались в голові однієї людини, і не тому, що у цієї людини добра пам'ять, а просто господарство було невеликим, і відомостей про нього було небагато» [9]. Вже в первісному суспільстві виділилась особа, яка вміла вести господарство без записів, адже результати праці общини були відомі всім її членам. Потрібно було робити деякі записи про результати полювання або землеробства, тому що люди в той час боялись, що «...весна забуде прийти на зміну зимі».

Отже, вважається, що матеріальні передумови обліку склалися за часів первісного ладу. Саме на цьому етапі була закладена обчислювальна основа обліку, здійснювався підрахунок основних облікових об'єктів та їх споживчих вартостей. За часів первісного ладу існував господарський облік, який на той час представляв собою певну систему. Про наявність і характер такого обліку писав К. Маркс: «Ми знаходимо бухгалтера, який веде облік землеробських операцій, «кадаструючи» і реєструючи все, що сюди відноситься» [10]. В даному випадку під словом «бухгалтер» мається на увазі не сучасне значення цього терміну. В той час не було поділу обліку на його різні види, а безпосередньо термін «бухгалтер» з'явився набагато пізніше – в XV ст. н. е. І оскільки община представляла собою єдине ціле, облік здійснювався в інтересах всіх її членів: «бухгалтер» виступав общинним «чиновником». Е. Шмаленбах стверджував, що у великих господарствах записи і числа замінювали господарю очі і вуха [11].

Подальший розвиток господарського обліку відбувався одночасно з розвитком обміну. Саме обмін породжує подвійний запис як відображення вибуття одного продукту і появи іншого. З'являються рахунки речей. З виділенням із загальної маси товарів особливого товару – грошей, що виконують функції міри вартості, засобу платежу, засобу обігу і засобу нагромадження, з'являється рахунок грошей. Подвійний запис набуває більшого поширення, і головне – в обліку з'являється єдиний узагальнений вимірник: як міра вартості, як засіб вартісного вимірювання.

Паралельно розвивався як купецький, так і банківський облік. Замкнену систему рахунків для обліку сукупності засобів та операцій «одиничного» господарства створила купецька бухгалтерія. Для обліку всієї сукупності внесених в підприємство засобів, їх збільшення та зменшення вперше вводиться новий рахунок – рахунок Капіталу. Це призводить до того, що вся сукупність засобів і операцій в обліку відображається в балансі одиничного підприємства. Таким чином, облік почав відігравати роль «штучного механізму», який впливав на грошовий обіг. Точно встановити час трансформації господарського обліку в бухгалтерський облік неможливо, оскільки процес його розвитку відбувався паралельно з поступовим розвитком обміну, грошового обігу, кредиту і банківської діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, рівень розвитку бухгалтерської справи в різних періодах неоднаковий. Систематизація облікової літератури та інших джерел дозволили розглянути періодизацію розвитку бухгалтерського обліку та визначити в ньому етапи виникнення облікової культури. Проведене в процесі підготовки статті дослідження засвідчує, що удосконалення бухгалтерської справи залежить від професіоналізму. Розвинута і ефективно організована бухгалтерська справа є однією з невід'ємних елементів економіки, яка у руках дилетанта може не лише завдати збитків й призвести до банкрутства підприємства, але й уповільнити розвиток економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутинець Ф. Ф. Історія розвитку бухгалтерського обліку : навч. пос. у 2-х частинах / Бутинець Ф. Ф. – Житомир : ЖІТІ, 1999. – 928 с.
2. Лучко М. . Історія обліку. Світ та Україна, погляд крізь роки //Лучко М. Р., Остап'юк М. Я.– Тернопіль : Зорепад, 1998. – 108 с.
3. Остап'юк М. Я. Історія бухгалтерського обліку : навч. посібник / Остап'юк М. Я., Лучко М. Р., Даньків Й. Я. – К. : Знання, 2005. – 276 с.
4. Пушкар М. С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні./ Пушкар М. С – Тернопіль : Економічна думка, Карт-бланш, 1999. – 145 с.
5. Пасько Т. О. Історія бухгалтерського обліку www.uabs.edu.ua /images/stories/.../Pasko_1.pdf:
6. Маздоров В. А. История развития бухгалтерского учёта в СССР (1917-1972 гг.). – М. : Финансы, 1972. – 320 с.
7. Галаган А. М. Основы общего счетоведения [Текст] / А. М. Галаган. – М. : Изд-во Наркомторга СССР и РСФСР, 1928. – 436 с. (239 с.)
8. Малькова Т. Н. Древняя бухгалтерия: какой она была? – М. : Финансы и статистика, 1995. – 304 с.
9. Соколов Я. В. Бухгалтерский учёт: от истоков до наших дней / Соколов Я. В. – М. : Аудит: ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
10. Пушкар М. С. Історія обліку та контролю господарської діяльності : навч. посібник / Пушкар М. С., Гавришко Н. В., Романів Р. В. – Тернопіль : Карт-бланш, 2003. – 223 с.
11. Хендриксен Э. С. Теория бухгалтерского учёта / Хендриксен Э. С., Ван Бреда М. Ф. [Пер. с англ. / Под ред. Я. В. Соколова]. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 144 с.

УДК 338.27

Соловйова Н.І.
доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту і адміністрування,
Херсонський державний університет

Шимченко Н.О.
викладач кафедри економічної теорії,
Херсонський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗНОЇ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

FEATURES OF PREDICTED ASSESSMENT OF INVESTMENT RISKS IN THE AGRICULTURAL SECTOR

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовується специфіка методів прогнозної оцінки багатофакторного інвестиційного ризику в аграрному секторі. Визначається, що найбільш ефективним та перспективним підходом до обробки інформації щодо прогнозної оцінки інвестиційних ризиків є комбінація різних методів багатомірного аналізу, серед яких чільне місце посідають саме евристичні методи, що використовуються для вирішення найбільш складних проблем в умовах невизначеності. Акцентується увага на методі, що ґрунтується на нечітких множинах, усуваючи недоліки ймовірнісного та мінімаксного підходів.

Ключові слова: аграрний сектор, інвестиційні ризики, оцінка ризиків, методи багатомірного аналізу, невизначеність, метод нечітких множин.

АННОТАЦИЯ

В статье обосновывается специфика методов прогнозной оценки многофакторного инвестиционного риска в аграрном секторе. Определяется, что наиболее эффективным и перспективным подходом к обработке информации касаемо прогнозной оценки инвестиционных рисков является комбинация различных методов многомерного анализа, среди которых основными есть эвристические методы, использующиеся для решения наиболее сложных проблем в условиях неопределенности. Акцентируется внимание на методе, основанном на нечетких множествах, что позволяет избежать недостатков вероятностного и минимаксного подходов.

Ключевые слова: аграрный сектор, инвестиционные риски, оценка рисков, методы многомерного анализа, неопределенность, метод нечетких множеств.

ANNOTATION

In the theses it was grounded the specific methods of forecasting multivariate assessment of investment risk in the agricultural sector. Determine the most effective and promising approach to processing information on prognostic assessment of investment risk is a combination of different methods of multivariate analysis, among which a prominent place is occupied with heuristic methods are used to solve the most complex problems under uncertainty. Emphasis is on the method based on fuzzy sets, eliminating defects and minimax probabilistic approaches.

Key words: agriculture, investment risks, risk assessment, methods of multivariate analysis, the uncertainty, the method of fuzzy sets.

Постановка проблеми. Проблему інвестиційного прогнозування на макроекономічному рівні прийнято розглядати з позиції дослідження інвестиційного клімату країни, тобто сукупності

політичних, економічних, юридичних, соціально-побутових та інших факторів, які визначають ступінь ризику капіталовкладень і можливість їх ефективного використання.

Серед умов, які запобігають нарощенню інвестиційного потенціалу сільського господарства, представники бізнесу в Україні виділяють: застарілу систему технічного регулювання і сертифікації, обтяжливість системи державного контролю, надмірне бюрократичне втручання у господарську діяльність, високу питому вагу тіньового сектору (40-70%).

Але на нашу думку, перелічене лише супроводжує процеси тривалого перехідного періоду, здійснюваного спершу на хвилі зростання прямих іноземних інвестицій, заохочуваних приватизацією державних активів і вливанням іноземного капіталу у фінансовий сектор економіки. Так, згідно із статистичними даними, в аграрному секторі у 2012 році порівняно з минулими роками питома вага вітчизняних інвестицій зросла лише на 0,5%, а прямі іноземні інвестиції на кінець 2012 року становили близько 1,7% загального обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну.

Окрім того, існує цілий ряд факторів, що знижує потік інвестицій саме в аграрний сектор, серед який одним із найвагоміших є ризик. Тому до пріоритетних напрямків дослідження можна віднести аналіз та комплексну оцінку інвестиційних ризиків в аграрному секторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-практичні проблеми інвестиційного прогнозування знаходилися у колі уваги таких вчених, як І. І. Лукінов, І. О. Бланк, В. М. Геєць, В. І. Голіков, Т. В. Мацибора, Т. О. Луніна, В. П. Александров, І. Т. Балабанов, П. Д. Половінкін, М. Ф. Кропивко [1,3,4,5,6,8]. Хоча останніми роками вітчизняні та зарубіжні дослідники розглядали проблематику питання оцінювання ризиків та ефективності інвестицій Н. Б. Савіна (економічна оцінка і прогнозування ефективності інвестицій) [9], О. О. Недосекін (методологічні основи моделювання фінансової діяльності) [7], А. К. Камалян (прийняття управлінських рішень в умовах ризику) [2] та інші, проте залишилися малодослідженими питання прогнозної оцінки багатофакторного інвестиційного ризику аграрного сектору на основі методів імітаційного моделювання, експертних досліджень, нечітко-множинних описань тощо. Потребують нових рішень проблеми аналізу неформальних параметрів державного управління економікою; впровадження методів системного аналізу і проектування у процес інтегрованого інвестиційного прогнозування.

Постановка завдання. Завданням даного дослідження виступає необхідність обґрунтування специфіки методів прогнозної оцінки багатофакторного інвестиційного ризику в аграрному секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нездібність, невміння або неготовність нових підприємницьких структур прийняти правильне рішення в умовах ризику та невизначеності у великій мірі вплинуло на ефективність їх функціонування, а й відповідно на нестійкість підприємств, що є одним із бар'єрів для інвестиційних потоків.

Науковий аналіз поведінки систем та методів прийняття рішень в умовах ризику забезпечує створення прогресивніших та гнучких економічних структур, визначає стійкість їх функціонування та підвищує ефективність господарювання. У зв'язку з цим необхідно не уникати ризикових ситуацій та відмовлятися від прийняття ризикових рішень, а, навпаки, вивчати та аналізувати фактори ризику і прагнути ними управляти.

Аналіз та прогнозування ризику буде точнішим за умови достатньої кількості вхідної інформації. Однак в багатьох випадках центри прогнозування або власне інвестори не володіють такою кількістю інформації для того, щоб об'єктивно оцінити ймовірність ризиків, і це особливо актуально для аграрного сектору. В такій ситуації перевага буде віддаватися тому чи іншому варіанту, що ґрунтується на судженні про можливість здійснення альтернатив з тією чи іншою суб'єктивною ймовірністю [2].

Проблема прийняття рішення щодо вибору оптимальної альтернативи суттєво ускладнюється наявністю великої кількості факторів впливу, більшість з яких описується якісними параметрами. Тому найбільш ефективним при визначенні альтернатив сценаріїв розвитку є використання методів прийняття рішень на базі експертних оцінок і апарату нечіткої логіки. Модель структури системи вибору альтернативи з урахуванням критеріїв переваг і обмежень здійснюється шляхом побудови багаторівневої ієрархії, в якій найвищий елемент є ціллю прийняття рішення (програмна ціль), а інші рівні представляють фактори її досягнення. Множина критеріїв $C_i = \{x, \mu_{C_i}(x) \| i = \overline{1,m}, x \in X$ і множина обмежень $Y_\alpha = \{x, \mu_{Y_\alpha}(x) \| \alpha = \overline{1,n}, x \in X$ утворюють альтернативи X і перетинаються утворюючи множину альтернатив V: $V = (\bigcap_{i=1}^{m} C_i) \bigcap (\bigcap_{\alpha=1}^{n} Y_\alpha)$, , при функції при належності множин: $\mu_V = \{\mu_{C_1} \in \mu_{C_m} \wedge \mu_{Y_1} \in \mu_{Y_n}\}$..

Здавалося б логічно виділити базовим підходом до прогнозної оцінки інвестиційних ризиків застосування точкових ймовірностей та ймовірностей розподілу сценаріїв можливих подій, що впливатимуть на результат. Використання суб'єктивно-аксіологічної ймовірності передбачає необхідність веріфікувати ймовірнісну модель, запропоновану експертом, тобто дослідити пізнавальну активність й самого експерта.

Ймовірності не дають ніякої інформації про те, як вони отримані, якщо не попереджаються додатковими якісними міркуваннями про принцип ймовірнісної оцінки. Одним з таких принципів є принцип максимуму ентропії, який не забезпечує монотонності критерію очікуваного ефекту. Принцип генерації умовних ймовір-

нісних оцінок Фішберна тільки висуває ідею призначення точкових оцінок ймовірностей, що задовольняють критерію максимума правдоподібності, однак не існує доведень повноти обраного поля сценаріїв. Все веде до того, що сценарно-ймовірнісні методи аналізу факторів ризику, в тому числі й інвестиційних, починають себе зживати.

На зміну їм приходять нечітко-множинні підходи вільні від ймовірнісної аксіоматики та від проблем з обґрунтуванням вибору ймовірнісних вагів, а також містять всі можливі сценарії розвитку подій. Наприклад, трикутно-нечітке число обіймає всі числа в певному інтервалі, однак кожне значення з інтервалу характеризується певною ступінню приналежності до підмножини трикутного числа. Такий підхід дозволяє генерувати безперервний спектр сценаріїв реалізації по кожному з параметрів прогнозування. До того ж нечітко-множинний підхід дозволяє враховувати якісні аспекти факторів, які не мають точної числової оцінки. Виявляється можливим суміщати в оцінці кількісні та якісні ознаки, що різко підвищує рівень адекватності застосовуваних методик [7].

Говорячи про інвестиції в аграрному секторі економіки, треба зазначити, що планування основних грошових потоків (потоку операційних платежів та потоку надходжень) не буде точним, оскільки не може бути повної визначеності відносно майбутнього стану ринку: ціни, обсяг продукції, ціни на сировину, матеріали та інші грошово-вартісні параметри середовища у майбутньому можуть дуже відрізнятися від поточного моменту.

Інвестиційний ризик в аграрному секторі ускладнюється ще й природничо-біологічними факторами, які можуть виступати як форс-мажорні обставини, і ті, що потребують додаткових грошових витрат, або можуть зірвати інвестиційний процес. Інвестор ніколи не буде володіти абсолютно повною оцінкою ризику, оскільки число різноманіття зовнішнього середовища завжди перевищує управлінські можливості.

В той же час інвестор повинен докладати зусилля з підвищення рівня своєї обізнаності та намагатися вимірювати ризикованість своїх інвестиційних рішень як на стадії розробки проекту, так і в ході інвестиційного процесу. Якщо ступінь ризику буде зростати до недопустимих значень, то інвестор буде діяти всліпу.

Оцінка інвестиційного ризику прямо пов'язана зі способом описання інформаційної невизначеності в частині вхідних даних проекту. Якщо вхідні дані мають ймовірнісне описання, то показники ризику інвестицій також мають вигляд випадкових величин зі своїм імплікативним ймовірнісним розподілом. Але чим менше статистично обґрунтовані ті чи інші параметри, чим слабше інформаційність контексту свідоцтв про стан описаного ринкового середовища та чим нижче рівень інтуїтивної активності експерта, тим менше може бути обґрунтовано застосування будь-яких типів ймовірностей в інвестиційному аналізі.

Альтернативний спосіб обліку невизначеності – мінімаксний підхід, коли очікуваний ефект оцінюється за формулою Гурвіца з параметром погодження λ:

$Eav=(1- \lambda)E_{min}+ \lambda E_{max}$,

де E_{av}, E_{min}, E_{max} – це очікувана, мінімальна та максимальна ефективність фактору.

При λ=0 за основу під час прийняття рішення обирається найбільш песимістична оцінка фактору, щоб в результаті максимально знизити збитки. [7]

Використовуючи теорію нечітких множин, за умов, що всі параметри факторів інвестиційного ризику «розмиті», тобто їх точне значення невідоме, тоді в якості висхідних даних доцільно застосувати трикутні нечіткі числа які моделюють висловлювання такого типу, як «параметр А приблизно дорівнює Ā та однозначно знаходиться в діапазоні [$Ā_{min}$, $Ā_{max}$]» [7]. Наведемо приклад із застосуванням вказаної теорії та вже відомих формул чистої сучасної цінності інвестицій (NPV), внутрішньої норми доходності (IRR), індексу рентабельності (PI): За результатами фінансового аналізу отримано трикутну інтервально-симетричну оцінку NPV=(-40, 40, 120) тис. у. о., або ж NPV=40±80 тис. у.о. Визначимо ризик інвестиційного проекту: $\lambda= NPV/\Delta$, $\lambda=40/(120-40)=0,5$. Величина параметру λ попадає у проміжок (0,44;1], який визначено як проміжок допустимого ризику і складає менше 10% (7,7%), тоді як проміжок (0,25;0,44] – граничний ризик, (0;0,25] – неприйнятний ризик для даного проекту.

Відомо, що фактори ризику являють собою ту невпорядковану множину ознак прогнозного фону, яка дозволяє в повній мірі проаналізувати та розкрити проблему оцінки інвестиційного ризику. Зауважимо, що інтеграція ризик-факторів внутрішнього середовища підприємства в простір зовнішнього зі складною системою власних ризиків, які постійно змінюються, дає підставу говорити про багатофакторність, поліваріантність та динамічність ризикових ситуацій, яку необхідно проаналізувати.

Подібний аналіз потребує залучення, окрім вже зазначених, багатьох інших методів дослідження та їх поєднання. Оцінку внутрішнього середовища підприємств аграрного сектору доцільно застосувати комбінацію методів інтелектуального аналізу даних, нечітких множин, математичного програмування. Зв'язки впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ має сенс досліджувати за допомогою методів екстраполяції факторів, застосуванням ігрових моделей тощо. Тільки така конфігурація методів дає змогу аналізувати системний динамічний багатофакторний інвестиційний ризик.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Оцінювання інвестиційного ризику в аграрному секторі є оцінкою міри можливих несприятливих подій в ході інвестиційного процесу, які можуть настати в будь-який момент, й очікуваність таких подій, що задається функцією приналежності відповідних нечітких чисел, відома або визначається спеціальними методами.

2. Підхід, що ґрунтується на нечіткостях, усуває недоліки ймовірнісного та мінімаксного підходів, пов'язаних з врахуванням невизначеності. Так, формується повний спектр можливих сценаріїв інвестиційного процесу; рішення приймається не на основі двох, а за всією сукупністю оцінок факторів ризику; в результаті ефективність проекту не є точковим показником, а являє собою поле інтервальних значень зі своїм розподілом очікувань.

3. Одним із вдалих методів для побудови складної моделі прогнозування та оцінки інвестиційного ризику є метод ієрархій, але суб'єктивність вибору параметрів оцінки та оцінки переваг у порівняннях обмежує використання цього методу ієрархічною побудовою в системі оцінки ризику та прийняття рішень, а також залежністю її окремих підсистем.

4. Найбільш ефективним та перспективним підходом до обробки інформації щодо прогнозної оцінки інвестиційних ризиків є комбінація різних методів багатомірного аналізу, що є особливо актуальним для обробки результатів евристичного дослідження. Саме евристичні методи використовують для вирішення найбільш складних проблем в умовах невизначеності, що виникає внаслідок нестачі інформації або нестійкості розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація) : навч. посіб. / В. М. Геєць, А. А. Мазаракі, О. П. Корольчук та ін. – К. : КНТЕУ, 2010. – 279 с.
2. Камалян А. К. Управление рисками в сельском хозяйстве// Американский опыт развития сферы агробизнеса и экономического развития: сборник научных статей участников «Программы обмела профессорско-преподавательскими составами». – Вашингтон, США, июль-декабрь 1998 г., 1999. – С. 1–14.
3. Кравченко Т. К. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием: учеб. пособ. / Т. К. Кравченко, В. Ф. Пресняков. – М. : ГУ ВШЭ 2003. – 272 с.
4. Кропивко М. Ф. Кластерний підхід до управління сільським розвитком / М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 55–58.
5. Лукінов І. І. Вибрані твори : у 2-х кн. / І. І. Лукінов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – Кн. 2. – 794 с.
6. Мацибора Т. В. Іноземні інвестиції в АПК України : моногр. / Т. В. Мацибора. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 186 с.
7. Недосекин А. О. Простейшая оценка риска инвестиционного проекта // Современные аспекты экономики. – 2002. – № 11.
8. Перехідна економіка / В. М. Геєць, Є. Г. Панченко, Е. М. Лібанова та ін. / За ред. В. М. Гейця. – К. : Вища шк., 2003. – 591 с.
9. Савіна Н. Б. Проблеми вибору інвестиційних проектів в умовах ризику // Вісник Рівненського державного технічного університету: «Сучасні проблеми обліку, аналізу та фінансів». – Рівне, 1999. – Вип. 2. – Ч. 2. – С. 214–219.

УДК 330.567.101

Станкевич Ю.Ю.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Херсонський державний університет

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ДОМОГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

METHODOLOGICAL FEATURES OF THE STUDY ECONOMIC NATURE OF THE HOUSEHOLD AT THE PRESENT TIME

АНОТАЦІЯ

У статті аналізуються шляхи залучення нових теоретико-методологічних підходів до дослідження економічної природи домашнього господарства. Визначено основні переваги використання принципів цивілізаційної парадигми та системного підходу при цілісному розкритті сутнісних рис домогосподарства.

Ключові слова: домогосподарство, цивілізаційна парадигма, системний підхід, метод дослідження.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы возможности использования новых теоретико-методологических подходов при исследовании экономической природы домашнего хозяйства. Определены основные преимущества принципов цивилизационной парадигмы и системного подхода при комплексном изучении характерных особенностей домохозяйства.

Ключевые слова: домохозяйство, цивилизационная парадигма, системный подход, метод исследования.

ANNOTATION

In this article facilities of the using new methods-theoretical approaches under the study of the household economic nature were analyzed. The main advantages of the civil paradigm foundations & systems approach under the integrated study of the household characteristics were specified.

Key words: household, civil paradigm, systems approach, method-theoretical approach.

Постановка проблеми. За умов посилення глобалізаційних процесів у світовому господарстві підвищуються вимоги до дослідження всіх інституційних суб'єктів. У перше чергу це стосується домашніх господарств, оскільки вони виступають не тільки постачальниками робочої сили, але одночасно є носіями підприємниць-

кої діяльності й основним інститутом розвитку індивіда. Складність дослідження домогосподарства також пояснюється великою кількістю домогосподарств, їх якісною відмінністю, а також різноманітністю видів діяльності даної господарської одиниці, які умовно можна поділити на суто економічні (виробництво, обмін, споживання, заощадження та інвестування) та неекономічні (формування людського капіталу, навчання, організація відпочинку та дозвілля тощо).

Крім того, остання чверть XX–початок XXI ст. ознаменувалися радикальною модернізацією та актуалізацією проблем методології науки. Поступово відбувається зміна парадигми мислення, що приводить до кардинальних зрушень у розвитку економічної науки. Тому сучасне дослідження сутнісних рис домашнього господарства вимагає активного використання нових методологічних підходів, наприклад принципів цивілізаційної та системної парадигм тощо. Адже за допомогою залучення останніх можна отримати більш цілісне та комплексне уявлення про домогосподарство як одну з головних економічних організацій сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема домашнього господарства не є новою для науковців, оскільки у різні часи досліджувалися окремі питання, які відображали сутність даної господарської одиниці в конкретний період суспільного розвитку. Серед інших ми виділяємо праці Ксенофонта, Т. Мальтуса, К. Бюхера, М. Вебера, Ф. Енгельса, О. Чаянова, Р. Поллака, Г. Беккера, Ф. Модільяні тощо.

Протягом останніх двадцяти років постійно підвищується увага вітчизняних науковців до домогосподарства, в першу чергу такі обставини пов'язані зі зміною його положення в українському суспільстві, що передбачає не тільки споживання товарів та послуг, але й активну участь у їх створенні. Серед пострадянських дослідників, які вивчають економічну природу домашнього господарства за допомогою нового методологічного інструментарію слід виділити С. Барсукову, В. Жеребіна, І. Калабіхіну, М. Лазебну, Е. Лібанову, М. Литвак, Н. Манохіну та інших.

Постановка завдання. На основі викладеного вище можна сформулювати завдання даного дослідження, що полягає у висвітленні сутності нових теоретико-методологічних підходів, наукових парадигм та можливі шляхи їх використання при досліджені економічної природи сучасного домашнього господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Складним питанням для сучасного науковця є визначення на кожному конкретному етапі дослідження найбільш пріоритетного методологічного підходу, який буде з високим рівнем ефективності застосовано для аналізу тих чи інших явищ та процесів. Така складність пояснюється широким спектром методів наукового пізнання, кількість яких останнім часом значно збільшується. Адже під впливом науково-технічної революції, технологічного процесу суттєвих змін зазнали не тільки засоби виробництва, місце та значення діяльності людини у розвитку суспільства, але й методи наукового дослідження. У першу чергу, такі зміни пов'язані з активним поширенням цивілізаційної парадигми, що протиставляється формаційній парадигмі. Зокрема, остання широко використовує принципи діалектики й вже не відповідає сучасним вимогам. Головним недоліком такого підходу стало ігнорування ролі індивіда в економічних процесах та широке зосередження уваги на виробничих відносинах, на способі виробництва тощо. Саме тому економічні дослідження, які ґрунтуються на принципах формаційної парадигми носять абстрактний характер й «відірвані» від практики, від реалій життя тощо.

Замінивши формаційний підхід цивілізаційна парадигма поступово стає методологічною основою економічних та історико-економічних досліджень ринкової економічної системи. Її особливістю є не заперечення формаційного підходу, а його розширення, доповнення.

Міждисциплінарний підхід в межах цивілізаційної парадигми є особливо важливим при дослідженні економічної природи домогосподарства, оскільки передбачає застосування досягнень інших суспільних наук, а саме соціології, права, філософії, політології, психології та інших. Дійсно, сьогодні дана господарська форма аналізується не тільки економістами, але й спеціалістами широкого кола наукових дисциплін. Представники різних галузей знань акцентують увагу на дослідженні різних аспектів функціонування й розвитку домогосподарства та сім'ї, які, здебільшого, визначаються предметом дослідження кожної конкретної дисципліни.

Так, для економістів домогосподарство виступає як: 1) важливий суб'єкт економічної системи та провідна господарська форма розвитку економічної складової суспільства; 2) один з головних власників ресурсів, а саме трудових, грошово-фінансових, матеріальних, підприємницьких здібностей тощо; 3) активний учасник процесу виробництва товарів та послуг, їх розподілу, обміну та споживання тощо.

Соціологи та демографи досліджують різні аспекти демографічної поведінки, міграційні процеси, динаміку відтворення населення, оцінюють якість їх життя тощо. Представники історії та етнографії розглядають генезис сім'ї та домашнього господарства, починаючи з появи людства на Землі, аналізують їх місце та значення в різних цивілізаціях. Юристи вивчають особливості правових відносин між членами сім'ї, а також між домогосподарством та іншими суб'єктами економічної системи. Предметом дослідження психологів є аналіз звичок, почуттів, традицій та інших проявів людської поведінки, які впливають на добробут та розвиток господарських відносин. Ми вважаємо, що ви-

користання економістами наукових здобутків інших наук обумовлює більш глибоке, багатопланове, цілісне вивчення економічної сутності домогосподарства, його еволюції та місця в сучасній економіці.

Однією з ключових ознак цивілізаційної парадигми є людиноцентричність, тобто центром аналізу даного методологічного підходу стає людина (особистість) з її індивідуальним світом, вміннями та навичками, уподобаннями тощо. Потребу у використанні такого принципу можна пояснити, по-перше, тим, що домашнє господарство складається з групи людей, що об'єднані родинними зв'язками, діяльність яких спрямована на досягнення спільних цілей. По-друге, останнім часом простежується тенденція до зростання частки індивідуальних домогосподарств, тобто таких, що складаються з однієї особи. Тому, економічну діяльність такого виду домогосподарства вчені часто ототожнюють з діяльністю індивіда, що виступає одним з основних факторів розвитку суспільства в межах цивілізаційної парадигми.

Наступною характеристикою цивілізаційної парадигми є те, що вона дозволяє вивчати економічні явища та процеси у їх еволюції (від найнижчих форм до більш складних систем), динаміці, що є дуже важливим для історико-економічних досліджень. Вивчення основних економічних інститутів, явищ, процесів за допомогою пізнання їх генезису та функціонування, розгляду їх суттєвих рис та структури, дослідження прямих та зворотних зв'язків, рушійних сил дає можливість для більш системного та глибокого розкриття економічної сутності інститутів, явищ та процесів, а також ринкового господарства в цілому.

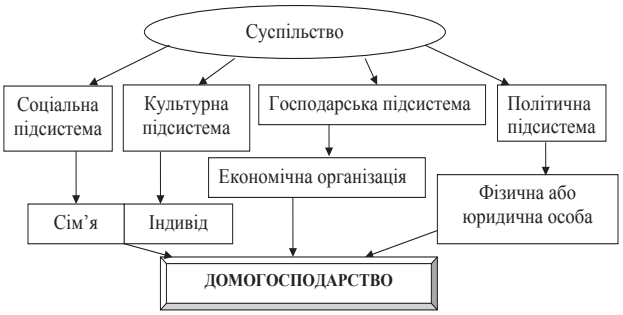
Домогосподарство є історично першою економічною організацією людей, яка виникла ще у первісному суспільстві задовго до появи держави, міста, підприємництва та ринкової економіки взагалі, тому дослідження процесу його еволюції дозволяє визначити історичні особливості діяльності домогосподарства та його види, що є дуже корисним не тільки для наукового пізнання сутності домогосподарства, але й для усунення помилок минулого.

Продуктивним підходом, який суттєво розширює межі сучасних економічних досліджень є системна парадигма, яка, на думку української вченої Л. Примостки, виступає як узагальнююча діалектично-логічна форма мислення, що виконує методологічну функцію в прикладних наукових дослідженнях [8, с. 18]. Необхідно зазначити, що однією з перших наук, у якій об'єкти дослідження почали розглядатися як системи, була біологія. Таким чином, системний підхід використовується не тільки в економічних дослідженнях. Вважають, що майже всі сучасні науки побудовані за системним принципом.

Інший відомий дослідник системного підходу Е. Г. Юдін наголошує, що про системний підхід потрібно говорити як про єдиний напрямок у розвитку сучасного наукового пізнання. Адже усі дослідження, які відбуваються у рамках даного підходу спрямовані на вивчення специфічних характеристик складно організованих об'єктів – систем [11, с. 137].

Найбільш повно властивості системної парадигми були викладені відомим угорським економістом Я. Корнаї, які полягають в наступному: 1) об'єктом дослідження виступає цілісна система, що перебуває у взаємозв'язку та взаємодії з іншими системами; 2) системна парадигма не може бути зведена до будь-якої дисципліни, адже її потрібно розглядати як школу цілої суспільної науки; 3) у межах будь-якої економічної системи існують певні дисфункції, що є специфічними для кожної з них; 4) одним з найбільш типових методів системної парадигми є якісне та кількісне порівняння; 5) переваги, характерні для окремих складових системи або її суб'єктів є продуктами діяльності самої системи тому, якщо система змінюється, то змінюються і її переваги; 6) система розвивається не лише під впливом законів власної еволюції, але й під впливом прийнятих специфічних адміністративних рішень [5, с. 4-12].

Досліджуючи сутність домогосподарства за допомогою системного підходу, потрібно виходити з того постулату, що економічна сфера є складовою суспільства, до якого крім економічної відомий американський соціолог Т. Парсонс відносить політичну, соціальну та духовно-культурну сфери [6]. У свою чергу, економічна складова складається з безлічі підсистем, однією з яких є домогосподарство. Крім того, однією з підсистем соціальної сфери є сім'я, що також пов'язана з домогосподарством. Адже лише члени сім'ї можуть бути членами домогосподарства, тому соціально-історичні фактори її розвитку, уподобання, вміння та навички її членів неодмінно впливають на еволюцію та економічне становище домогосподарства. Схематично зв'язки домогосподарства з суспільством представлено на рисунку 1.



Отже, можна зробити висновок, що домогосподарство відповідає усім властивостям системи, а саме: 1) цілісності (зміни будь-якого елементу системи приведуть до зміни системи в цілому); 2) домінування цілого над складовими його частинами; 3) полісистемності (можливість виділяти в цілому складові частини різними

способами); 4) ієрархічності (кожен компонент системи розглядається як самостійна система, й у свою чергу, кожна система виступає елементом більш високого рівня).

Таким чином, домогосподарство є складною мультипросторовою системою, яка одночасно поєднує в собі наступні риси: 1) є добровільним об'єднанням людей, які, здебільшого, перебувають у родинних або кровноспоріднених відносинах, об'єднані не тільки спільним бюджетом та цілями діяльності, але й місцем проживання, іноді домашнє господарство може складатися з однієї людини; 2) проявляє себе як важливий економічний суб'єкт ринкового господарства, який впливає не тільки на добробут та процвітання національної економіки, але й на морально-духовне становище населення; 3) може вільно розпоряджатися наявними правами власності на ресурси (грошові, трудові, інтелектуальні, майнові та інші); 4) охоплює усі види економічної діяльності, що можуть носити як натуральний, так і товарний характер; 5) виступає не тільки головним постачальником фінансових ресурсів до бюджету сім'ї, але й вирішує проблеми відтворення населення та розвитку індивіда, особистості в межах власної сім'ї, тим самим суттєво впливає на розвиток соціальної складової суспільства; 6) побудоване на принципах взаємодовіри, взаємодопомоги, співробітництва, навчання та передачі досвіду майбутнім поколінням тощо [9, с. 13].

Комплексне дослідження економічної природи домогосподарства має включати три рівні аналізу, зокрема: нано-, мікро- та макро-, які тісно пов'язані між собою. Адже ті аспекти, що вивчаються на окремому рівні знаходяться під впливом факторів інших рівнів, а також, у деякій мірі, самі їх детермінують.

Так, в межах наноаналізу домогосподарство вивчається як найменша одиниця економічної системи й вихідна точка розвитку економіки. На такому рівні досліджуються уподобання, інтереси, мотиви та стимули діяльності, фактори поведінки окремого члена домогосподарства, індивіда, а також економічні відносини між членами одного домогосподарства. Крім того, відомий російський дослідник Г. Клейнер вважає, що наноаналіз (нанаекономіка) знаходиться на перетині інтересів неокласичної, інституціональної та еволюційної теорії, а тому, виступає природним та найбільш вдалим полем для синтезу теорій та рівнів економіки [4, с. 79].

Крім того, при даному рівні дослідження домогосподарства в сучасних умовах доцільно використовувати інституціональний аналіз, що дозволяє проаналізувати внутрішню будову даної господарської одиниці, яка передбачає наявність відносин влади та підпорядкування, що не завжди відповідають економічним законам. Внутрішні домогосподарські взаємовідносини носять, як правило, неформальний, неекономічний характер, хоча й передбачають розподіл споживчих благ та спільну економічну діяльність.

Відомий американський економіст, представник неоінституціональної теорії Дж. Гелбрейт зазначав, що домогосподарства, як правило, ототожнювали з індивідами, які є споживачами, і фактором виробництва, їх розглядали без урахування зв'язку з владними відносинами, що характеризують організацію [1, с. 64-65]. Дійсно специфіка владних відносин, які виникають у домогосподарстві, полягає в тому, що вони мають простий і персоніфікований характер.

Складні взаємозв'язки між членами одного домогосподарства передбачають різноманітну та багатогранну структуру домашнього господарства. Зазвичай, для врегулювання таких зв'язків домогосподарства, що складаються з декількох членів, визначають «голову сім'ї», який виступає своєрідним неформальним лідером. Така особа наділяється повноваженнями щодо прийняття важливих рішень та розпорядження сімейним бюджетом. Серед основних чинників, що визначають голову домогосподарства можна назвати, зокрема такі: 1) соціальний статус та рівень грошових доходів; 2) бажання та можливість здійснювати керівництво в межах конкретного об'єднання людей; 3) особливості характеру та поведінки; 4) морально-психологічна стійкість тощо. Проте, існують випадки, коли лідером домогосподарства стає людина, яка є найменш успішною у зовнішньому середовищі, разом з тим вона користується повагою, пошаною та довірою серед членів сім'ї. Діяльність голови сім'ї передбачає вирішення ще однієї важливої функції розвитку домогосподарства, а саме захист слабких представників родини більш сильними.

Владні відносини в межах домогосподарства мають свої особливості. З одного боку, їх формування передбачає передачу прав:

- контролю батькам над діями дітей, натомість дитині гарантують турботу і забезпечення її інтересів;

- контролю над формуванням і витратами сімейного бюджету одному з членів домогосподарства — главі сім'ї, який діє в інтересах усіх членів сім'ї та забезпечує більший рівень їх добробуту, ніж вони могли б досягти поодинці.

В цілому інституціональний аналіз економічної природи домогосподарства дозволяє провести детальне дослідження домогосподарства як одного з елементів інституціонального середовища, включаючи його неформальні зв'язки, що можуть іноді виступати доповненням формальних норм.

Наступний рівень вивчення сутності домашнього господарства – це мікроекономічний аналіз, що передбачає вивчення даного суб'єкта як економічної організації, конкретної економічної одиниці. При такому дослідженні аналізується економічна активність, економічний потенціал, особливості ринкової поведінки та функціональних проявів діяльності домогосподарства.

Вперше мікроекономічний аналіз до вивчення сутнісних рис домогосподарства застосував лауреат Нобелівської премії 1992 року Гарі

Беккер, якого сьогодні вважають засновником нової економічної теорії домашнього господарства. В рамках даної теорії вчений дослідив велику кількість питань, які раніше не вважалися сферою економічної науки, а саме: 1) особливості розподілу праці між членами сім'ї; 2) аналіз шлюбного ринку; 3) еволюцію інституту сім'ї у довготривалій історичній перспективі; 4) значення альтруїзму для добробуту та розвитку сім'ї; 5) вибір, за висловом Г. Бекера, між кількістю дітей та їх «якістю»; 6) динаміку розлучень тощо. Тому зрозумілим стає вислів відомого російський вченого В. Автономова, який зазначає, що після робіт Г. Беккера не залишилося жодного з аспектів життєдіяльності сім'ї, що не досліджувалися крізь призму економічного підходу [2].

Отже, домашнє господарство за своєю природою є економічною організацією, тому що, перш за все, – це суб'єкт економічної діяльності, що об'єднує, координує та спрямовує поведінку людей (членів сім'ї) в процесі діяльності для досягнення спільної мети. Як відомо, економічна організація створюється і функціонує для ефективного управління ресурсами, що знаходяться у її власності, але це також є одним з головних критеріїв функціонування домогосподарства. Проте, варто зазначити, що домогосподарство є специфічним видом економічної організації. Його унікальність полягає в тому, що домашнє господарство орієнтовано не лише на отримання прибутку, але й на задоволення потреб своїх членів, а саме економічних, духовно-культурних, виховних тощо.

Засновником трансакційного підходу до вивчення домогосподарства є відомий американський економіст Роберт Поллак. Вихідною точкою його дослідження є думка про те, що застосування трансакційного підходу до вивчення сім'ї розширює та узагальнює нову економічну теорію домашнього господарства. За допомогою нового методологічного підходу Р. Поллак розглядає сім'ю як керовану структуру, акцентує увагу на внутрішню організацію та процеси розподілу в середині сім'ї, підкреслює значення переговорів між членами сім'ї [7, с. 54]. Трансакційний підхід займає провідне місце серед методологічних напрямків дослідження економічної природи домогосподарства, особливо якщо мова йде про дослідження даного суб'єкту на мікрорівні.

Також домогосподарство є предметом дослідження макроекономічної науки. За допомогою макроекономічного аналізу вивчаються зовсім інші аспекти функціонування домогосподарства. По-перше, вивчається вся сукупність домашніх господарств, що представляє сектор домогосподарств у національній економіці. Під час такого аналізу оцінюється загальне макроекономічне значення їх діяльності, тенденції поведінки, способи адаптації до змін у світовому господарстві, а також такі показники як споживання й заощадження, особливості інвестиційної поведінки даної господарської одиниці, внесок у створення валового внутрішнього продукту країни тощо. Зазначений підхід є дуже важливим, тому що вивчає поведінку домогосподарств, відображає економічне положення населення та його інтереси в цілому та здійснює суттєвий вплив на національну економіку.

По-друге, зовнішні зв'язки домогосподарства з іншими суб'єктами ринкової економічної системи, а саме державою та різними формами економічних організацій (підприємствами, товариствами, фірмами та іншими домогосподарствами). Особливості такої взаємодії можна представити кругообігом ресурсів, товарів, послуг та доходів.

Домогосподарство, фірма та держава завдяки своїм взаємним діям, зобов'язанням, рішенням утворюють базисну структуру ринкової економіки, в якій домашні господарства відіграють значну роль та виконують наступні функції: 1) сплачують податки як фізичні особи та інші платні послуги на користь держави; 2) отримують субсидії, пенсії, заробітну платню, стипендії та інші трансферти; 3) виступають постачальниками різноманітних ресурсів, власниками яких вони є (праця, капітал, підприємницькі здібності тощо); 4) створюють власні заощадження, які можуть бути використані для власних цілей або для інвестування; 5) формують споживчий попит на товари та послуги, які виробляють не тільки різні економічні організації та держава, але й інші домогосподарства.

Ми поділяємо наукову позицію С. В. Степаненка, що постійний взаємозв'язок між різними суб'єктами економічної системи має важливе значення для ефективного розвитку економіки. Крім того, у результаті такої взаємодії змінюються не тільки самі індивіди (суб'єкти), їхні цілі та потреби, але й суспільство в цілому, а господарська система набуває динамічного стану [10, с. 30].

Слід зазначити, що нано-, мікро- та макроекономічні рівні дослідження сутності домогосподарства тісно пов'язані між собою. Оскільки, від діяльності окремого індивіда, члена домогосподарства залежить ефективність самого домашнього господарства. У свою чергу, становище домогосподарства як одного з головних суб'єктів економічної системи впливає на розвиток національної економіки.

Висновки з проведеного дослідження. Вищезазначені методи наукового дослідження створюють основу для здійснення цілісного аналізу сутності домашнього господарства, визначення проблем його розвитку на Україні. Стає можливим більш ґрунтовне та глибоке вивчення відображення економічної природи домашнього господарства не тільки у працях економістів, а також у розробках соціологів, істориків, етнографів тощо, що дасть можливість комплексного дослідження впливу різних соціальних та суспільних факторів на економічне становище домогосподарства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества / Дж. Гэлбрейт. – М. : Прогресс, 1976. – 406 с.
2. Ерохин С. А. Синергетическая парадигма современной экономической теории / С. А. Ерохин // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 1. – 2. – С. 4–17.
3. История экономических учений : учеб. пособие / ред. В. Автономов. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 784 с.
4. Клейнер Г. Наноэкономика / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2004. – № 12. – С. 79–80.
5. Корнаи Я. Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 4–22.
6. Парсонс Т. Система современных обществ / Толкотт Парсонс ; пер. с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева; науч. ред. пер. М. С. Ковалева. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 270 с.
7. Поллак Р. Трансакционный подход к изучению семьи и домашнего хозяйства / Роберт Поллак // THESIS. – 1994. – № 6. – С. 50–73.
8. Примостка Л. Системний підхід та системний аналіз в економічних дослідженнях / Л. Примостка // Ринок цінних паперів України. – 2003. – № 9–10. – С. 19–23.
9. Станкевич Ю. Ю. Домогосподарство в ринковій економічній системі та його відображення у світовій економічній думці XX століття / Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / Ю. Ю. Станкевич. – К., 2010. – 19 с.
10. Степаненко С. В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології) : монографія / С. В. Степаненко. – К. : КНЕУ, 2008. – 312 с.
11. Юдин Э. Г. Методология науки. Системность. Деятельность / Э. Г. Юдин. – М. : Эдиториал УРСС, 1997. – 459 с.

УДК 336.02

Сюркало Б.І.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

Омардібірова П.Н.
студентка,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

ПІДХОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА ОСНОВІ ПОРІВНЯННЯ ДОСВІДУ УКРАЇНИ ТА РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

APPROACHES DETERMINE THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF LOCAL BUDGETS BY COMPARING THE EXPERIENCE OF UKRAINE AND THE RUSSIAN FEDERATION

АНОТАЦІЯ

Проведено порівняльний аналіз українських та російських моделей та коефіцієнтів для визначення фінансової стійкості місцевих бюджетів. Встановлено та проаналізовано відмінності досліджуваних методик та розрахунків. Проведено адаптацію показників та запропоновано авторську методику. Авторські пропозиції дозволяють чітко та однозначно визначити фінансовий стан бюджету, визначити рівень фінансової стійкості. Запропонована методика також надає можливість вдосконалити міжбюджетні відносини та модель розрахунку обсягів міжбюджетних трансфертів.

Ключові слова: місцевий бюджет, фінансова стійкість, видатки бюджету, власні доходи бюджету, закріплені доходи бюджету, міжбюджетні відносини.

АННОТАЦИЯ

Проведен сравнительный анализ украинского и российских моделей и коэффициентов для определения финансовой устойчивости местных бюджетов. Установлены и проанализированы различия исследуемых методик и расчетов. Проведена адаптация показателей и предложена авторская методика. Авторские предложения позволяют четко и однозначно определить финансовое состояние бюджета, определить уровень его финансовой устойчивости. Предложенная методика также позволяет усовершенствовать межбюджетные отношения и модель расчета объемов межбюджетных трансфертов.

Ключевые слова: местный бюджет, финансовая устойчивость, расходы бюджета, собственные доходы бюджета, закрепленные доходы бюджета, межбюджетные отношения.

ANNOTATION

A comparative analysis of Ukrainian and Russian models and factors for determining the financial sustainability of local budgets. Determined and analyzed differences of the studied methods and calculations. An adaptation of the parameters and the authorized methods. Copyright offer can clearly and unambiguously determine the financial position budget, determine the level of financial stability. The method also provides an opportunity to improve intergovernmental relations and model of the equalization transfers.

Key words: local budget, financial stability, budget spending, own revenues, fixed revenues, intergovernmental relations.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Процес удосконалення підходів до формування бюджетів дозволяє на більш високому рівні забезпечити відкритість, прозорість бюджетного процесу, а також ґрунтовний розподіл суспільних благ між територіальними громадами.

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначає, що фінансовою основою місцевого самоврядування є доходи місцевих бюджетів.

Отже, слід зазначити, що зміцнення доходної частини місцевих бюджетів здійснюється тільки шляхом збільшення власних джерел і частини закріплених за ними податків, зборів і платежів. Практика ж свідчить про те, що основна частина доходів місцевих бюджетів формується лише шляхом перерахування міжбюджетних трансфертів, і цим самим не приділяється

належна увага розвитку фінансової самостійності місцевого самоврядування.

Зростання ролі місцевих органів влади в управлінні фінансовими ресурсами держави сприяє вирішенню численних проблем у сфері місцевих бюджетів в Україні, а забезпечення місцевого самоврядування стабільними і достатніми фінансовими ресурсами, що в свою чергу є запорукою становлення дієздатного та ефективного місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення фінансової стійкості місцевих бюджетів в Україні, порівняно з іншими країнами світу знаходиться лише на початковій стадії. Існуюча кількість теоретичних підходів компенсується низькою кількістю практичних рекомендацій. Такі науковці, як Сукач, у своїй роботі розглядає методики визначення фінансової забезпеченості регіону [1]. Т. Ю. Коритько розглядає методи оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів [2]. С.В. Зенченко було розроблено такі показники як рівень бюджетного фінансування та коефіцієнт бюджетного фінансування [3]. О. Західна розглядає проблему стійкості територіальних систем [4]. О. Б. Снісаренко досліджував практичні аспекти щодо визначення оптимуму міжбюджетних трансфертів [5]. Всі ці науковці опирались на досвід та розробки російських науковців. Проте вони не брали до уваги те, що вітчизняна бюджетна система значно відрізняється від російської.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є порівняння закордонних та вітчизняних підходів щодо визначення фінансової стійкості місцевих бюджетів та застосування досвіду на теренах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід зазначити, що основним документом, що регулює міжбюджетні відносини є Бюджетний кодекс. Згідно з яким, міжбюджетні відносини – це відносини між державою, Автономною Республікою Крим та місцевим самоврядуванням щодо забезпечення відповідних бюджетів фінансовими ресурсами, необхідними для виконання функцій, передбачених Конституцією та законами України [6].

Основні складові системи міжбюджетних відносин, серед яких: підтримка «бідних територій»; забезпечення бюджетів доходами , достатніми для виконання покладених на них завдань; вилучення коштів у відносно «багатих» територій; розмежування видатків бюджетів відповідно до розподілу повноважень; різні форми взаємовідносин, що виникають у процесі виконання бюджетів. Тобто в Бюджетному кодексі України зазначено, що трансферти отримують економічно нерозвинені регіони, в той час коли в Україні – майже всі місцеві бюджети отримують фінансування і це є основним джерелом формування бюджету органів місцевого самоврядування.

Відповідно до статті 7 Бюджетного кодексу України одним із принципів бюджетної системи є принцип самостійності, згідно з яким державний бюджет України і місцеві бюджети самостійні. Одним з основних факторів розширення ролі місцевого самоврядування є децентралізація державної влади, яка зводиться до реформування бюджетної системи в напрямку формування всіх її ланок як автономних і фінансово спроможних виконувати прийняті бюджетні повноваження.

В Україні було прийнято децентралізовану модель міжбюджетних відносин, що істотно підвищило питому вагу місцевих бюджетів. Але сучасна модель взаємовідносин бюджетів має всі ознаки централізованої бюджетної системи, приблизно 60% бюджетних видатків здійснюються з Державного бюджету України, що свідчить про значну частку централізації бюджетних коштів.

Поєднання принципів централізму і повної фіскальної децентралізації стало основою для розробки сучасних теоретичних концепцій організації міжурядових фінансових відносин. Досвід використання централізованого регулювання міжбюджетних відносин Україна має з часів Радянського Союзу. Зараз Бюджетний кодекс визначає нову систему міжбюджетних відносин на принципах подальшої децентралізації повноважень між різними рівнями органів влади.

Важливим показником децентралізації бюджетної системи є частка трансфертів бюджету центрального рівня в бюджетах місцевого самоврядування. За їх питомою вагою в доходах місцевих бюджетів можна визначити ступінь залежності від державного бюджету .

Оскільки місцеві бюджети не в змозі самостійно забезпечувати власні потреби, то формування необхідного обсягу доходів місцевих бюджетів здійснюється за допомогою надання бюджетних коштів з державного бюджету.

Проаналізуємо обсяг доходів і видатків місцевих бюджетів протягом 2008-2010 рр. для визначення забезпеченості місцевих бюджетів власними ресурсами (рис. 1).

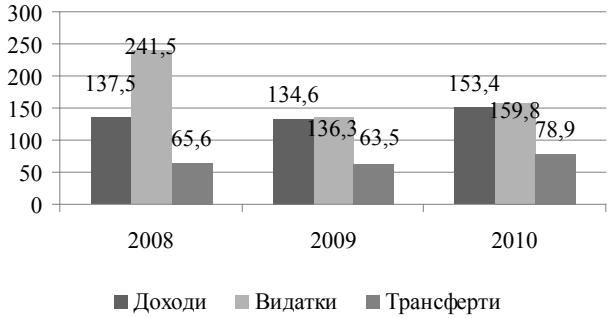


Рисунок 1. Аналіз доходів, витрат і трансфертів місцевих бюджетів України протягом 2008-2010 рр. млн. грн.

Аналіз даних показує, що витрати в 2008 році значно перевищують доходи, однак з 2009 по 2010 рр. показники дещо зрівнялися, що свід-

чить про зрівноважування дохідної та видаткової частин місцевих бюджетів. Згідно рисунку 1 можна зробити висновок, що витрати мають циклічний характер, і зменшилися в 2010 році по відношенню до 2008 року на 33,8% у той час як доходи за відповідний період зросли на 16%. Щодо обсягу трансфертів, які передаються з державного бюджету до місцевих, то слід зазначити, що їх питома вага в доходах збільшилася на 24%.

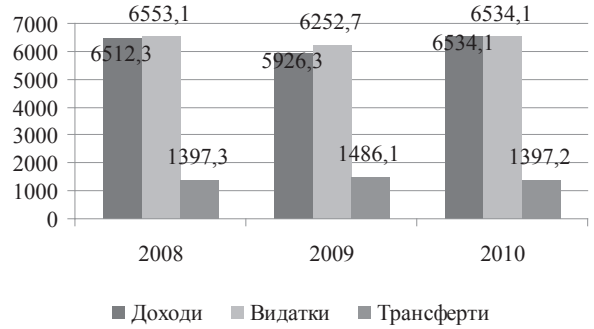


Рисунок 2. Аналіз доходів, витрат і трансфертів консолідованих бюджетів Росії протягом 2008-2010 рр. млн. руб.

Також розглянемо структуру міжбюджетних відносин для аналізу фінансової стійкості місцевих бюджетів на малюнку 3.

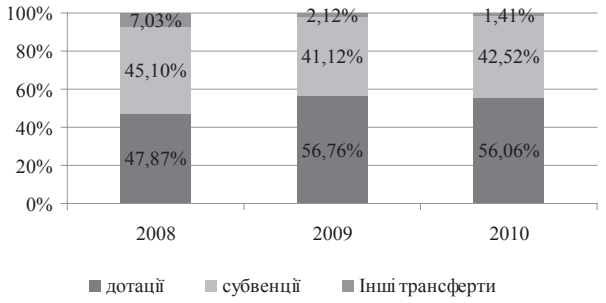


Рисунок 3. Структура міжбюджетних відносин України протягом 2008-2010 рр.

Здійснивши аналіз структури міжбюджетних відносин можемо відзначити, що в 2010 році міжбюджетні трансферти надавались місцевим бюджетам у розмірі 78881,34 тис. грн., що на 24,06% більше ніж у 2008 році. Обсяг дотацій становить 56%, що в порівнянні з торішнім показником менше на 0,76%. Обсяг субвенцій становить 43% (на 1,88% більше ніж у минулому році) (рис. 4).

У сучасних умовах є невідповідність обсягу доходів місцевих бюджетів та реальних потреб у фінансуванні поточних витрат. Через недостатню ресурсну базу місцеві бюджети не в змозі повною мірою профінансувати потреби розвитку територій.

Нелогічним є те, що трансферти отримують абсолютно всі регіони, в той час, як теоретичної метою трансфертів є підтримка тільки тих

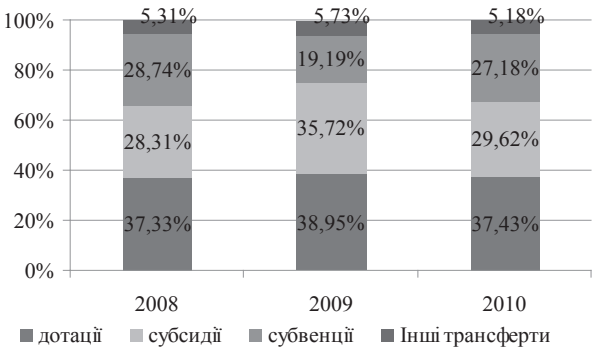


Рисунок 4. Структура міжбюджетних відносин Росії протягом 2008-2010 рр.

регіонів, які цього потребують. Великі обсяги трансфертів в Україні свідчать про недостатність власних доходів місцевих бюджетів, а значна залежність місцевих бюджетів від трансфертів з державного бюджету – свідчить про нестабільний розвиток стійкості місцевих бюджетів.

Поняття фінансової стійкості бюджетів було вперше запропоновано академіком Г. Б. Поляком [7]. На думку вченого, рівень стійкості місцевого бюджету визначається обсягом коштів необхідних для забезпечення мінімальних бюджетних видатків. При цьому під мінімальними бюджетними видатками розуміються кошти, передбачені в бюджеті для фінансування гарантованих коштів із життєзабезпечення населення.

Інший підхід проведення аналізу фінансової стійкості бюджетів пропонує В. В. Іванов, який вважає за доцільне проводити його в розрізі показників, що характеризують доходи і видатки бюджетів [8]. Таким чином, стійкість місцевого бюджету можна сформулювати як стан доходів і витрат бюджету, їх структура і динаміка, які забезпечують органам місцевої влади можливість повного, своєчасного і незалежного від інших бюджетних рівнів виконання своїх зобов'язань, сприяє збалансованому розвитку економіки та соціальної сфери. Для збереження стійкості місцевого бюджету його структура повинна забезпечувати необхідні потреби регіонального господарства і населення, зокрема сприяти соціально-економічному розвитку регіону.

Фінансова стійкість регіонів характеризується наявними ресурсами і відображає здатність місцевих органів влади виконати покладені на них завдання, тобто фінансову забезпеченість можна трактувати як збалансованість між потребами регіону та його можливостями. Тому проаналізуємо обсяг доходів з обсягом видатків і визначимо їх рівень стійкості.

Як свідчать дані, обсяг видатків України перевищує доходи протягом всього аналізованого періоду, що є негативною тенденцією розвитку місцевих бюджетів. Щодо Росії, то слід зазначити, що витратна частина переважала над дохідною лише в 2008-2009 рр., а вже в 2010 році політика держави була спрямована на зрівноважування витрат з доходами.

Проведемо аналіз показників фінансової стійкості місцевих бюджетів для визначення їх самостійності.

Таблиця 1

Показники фінансової стійкості місцевих бюджетів

Назва коефіцієнта	Методика розрахунку	Интерпретація показника
Коефіцієнт самостійності	Власні доходи / Загальна сума доходів	Показує ступінь залежності фінансових можливостей місцевих органів влади при фінансуванні видатків місцевого бюджету від трансфертів з державного бюджету (від 0,2 – до 0,5)
Коефіцієнт фінансової залежності	Загальна сума доходів місцевого бюджету / Власні доходи	Показник зворотний коефіцієнту самостійності
Коефіцієнт бюджетного покриття	Власні доходи органів місцевого самоврядування / Мінімальні видатки місцевих бюджетів	Показує відповідність доходів місцевих бюджетів і повноважень, покладених на місцеві органи влади
Коефіцієнт дотаційності	Обсяг трансфертів / Загальна сума доходів місцевого бюджету	Показує ступінь залежності місцевих органів влади від фінансування з державного бюджету

Проведемо розрахунки відповідних показників в Україні та Росії за період 2008-2010 рр., Дані яких надані в таблиці 2.

Аналіз показників фінансової стійкості місцевих бюджетів показав, що практично всі показники запропонованої методики різняться. Коефіцієнт фінансової залежності, значення якого коливаються в межах 2-3, свідчить про велику, майже 100% залежність місцевих бюджетів від політики центральної влади і нездатність організувати розвиток територій згідно умов господарювання і фінансового потенціалу. Коефіцієнт дотаційності є низьким. Коефіцієнт фінансової самостійності незалежно від рівня розвитку територій дорівнює від 0,31 до 0,34, при оптимальних межах від 0,2-0,5, що свідчить про середній рівень фінансової стійкості.

Що стосується показників оцінки фінансової стійкості консолідованих бюджетів Російської Федерації, то показники характеризуються високими показниками абсолютно по всіх коефіцієнтам.

Отже, розраховані показники свідчать про те, що місцеві бюджети України не мають достатньої стійкої фінансової самостійності.

Враховуючи необхідність зміцнення доходної бази місцевих бюджетів, підвищення ступеня їх фінансової незалежності, для України доцільно внести такі зміни:

1. Збільшити джерела надходжень, що спрямовуються на виконання власних повноважень місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування. Згідно з чинним бюджетним законодавством, розподіл податків за рівнями бюджетної системи не вирішує проблеми досягнення збалансованості місцевих бюджетів без участі зустрічних фінансових потоків. Для максимального їх зменшення, що буде відповідати принципам фінансової незалежності місцевих органів влади, доцільним буде такий розподіл доходів між рівнями бюджетної системи, при якому значно підвищиться рівень їх власних доходів.

2. Формування децентралізованої моделі організації міжбюджетних відносин, має ґрунтуватися на таких принципах, як закріплення в законодавчому порядку розподілу дохідних джерел для виконання видаткової частини бюджету, розширення прав місцевих органів влади при формуванні власних бюджетів, розвиток фінансової автономії місцевого самоврядування.

Таблиця 2

Оцінка фінансової стійкості місцевих бюджетів

Назва коефіцієнта	2008		2009		2010		Ступінь стійкості	
	Україна	Росія	Україна	Росія	Україна	Росія	Україна	Росія
Коефіцієнт самостійності	0,34	0,79	0,33	0,75	0,31	0,78	середній	високий
Коефіцієнт фінансової залежності	2,94	1,24	3,03	1,34	3,22	1,27	низький	високий
Коефіцієнт бюджетного покриття	0,306	0,78	0,521	0,71	0,504	0,76	середній (норма)	високий
Коефіцієнт дотаційності	0,463	0,20	0,472	0,25	0,495	0,21	низький	високий

3. Розширення ресурсної бази регіонів завдяки закріпленню за місцевими бюджетами коштів, достатніх для виконання власних і делегованих повноважень органами місцевої влади, зростання ролі місцевих податків і зборів у соціально – економічному розвитку регіонів.

4. Організація ефективного казначейського обслуговування місцевих бюджетів та контролю за використанням місцевими органами влади фінансових ресурсів, що надаються у вигляді трансфертів.

5. Встановлення чітких меж розподілу відповідальності за видатками між органами державної та місцевої влади.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Таким чином, в Україні існує невідповідність законодавчо закріпленої моделі міжбюджетних відносин з фактично наявною, що призводить до неефективного управління бюджетними ресурсами. Проведення реформ міжбюджетних відносин має базуватися на заздалегідь визначених принципах і єдиних підходах і забезпечуватися прийняттям відповідних законодавчих актів на рівні всіх гілок влади. Реформування міжбюджетних відносин дозволить країні створити регіональну економіку, яка стабільно розвивається, і ефективно розподіляти кошти як на державному, так і на місцевому рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сукач О. Методика визначення фіансової забезпеченості регіону [Текст] / О. Сукач // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 449-453.
2. Коритько Т. Ю. Методи оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів [Текст] / Т. Ю. Коритько // Економічний простір. – 2008. – № 12/1. – С 140-145.
3. Зенченко С. В. Финансовая обеспеченность региона и современные подходы к её оценке [Текст] / С. В. Зенченко // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2009. – № 2 (19). – С. 6-12.
4. Західна О. Р. Дослідження стійкості фінансової системи регіонального рівня [Текст] / О. Р. Західна // Науковий вісник Національного лісотехнічного університет у України. – 2009. – Вип. 19.6. – С. 170-176.
5. Снісаренко О. Б. Оцінка фінансової стійкості місцевих бюджетів [Текст] / О. Б. Снісаренко, А. О. Гавриленко, О. В. Гребенікова //Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. / Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т» ; редкол.: І. В. Чумаченко (голов. ред.) [та ін.]. – 2010. – № 1(9). – С 18-27.
6. Бюджетный кодекс України [Текст]. – К. : Кондор, 2004. – 92 с.
7. Бюджетная система России : учебник для вузов [Текст] / Под ред. Г. Б. По-ляка. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 540 с.
8. Иванов В. В. Муниципальный менеджмент [Текст] / В. В. Иванов, А. И. Коробова. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 250 с.

УДК 654.07:331.101

Темнюк Т.О.
аспірант кафедри економічної теорії,
Херсонський державний університет

ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

DETERMINING THE STRUCTURE OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF CORPORATE ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

Категорія організаційної культури є однією з найбільш обговорюваних тем сучасного менеджменту. На сьогоденні виникає необхідність поглибленого вивчення структури організаційної культури корпоративних підприємств. Визначення структури дає можливість ефективного поєднання воєдино різних сфер діяльності підприємства, і в першу чергу перспектив клієнтських відносин, внутрішніх перспектив бізнесу, інноваційних перспектив, фінонсових перспектив. У цьому контексті питання визначення структури організаційної культури корпоративних підприємств набувають актуальності.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративне підприємство, культура, організаційна культура, організація, складові організаційної культури, структура організаційної культури.

АННОТАЦИЯ

Категория организационной культуры является одной из самых обсуждаемых тем современного менеджмента. В настоящее время возникает необходимость углубленного изучения структуры организационной культуры корпоративных предприятий. Определение структуры дает возможность эффективного сочетания воедино различных сфер деятельности предприятия, и в первую очередь перспектив клиентских отношений, внутренних перспектив бизнеса, инновационных перспектив, финонсовых перспектив. В этом контексте вопросы определения структуры организационной культуры корпоративных предприятий приобретают актуальность.

Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративное предприятие, культура, организационная культура, организация, составляющие организационной культуры, структура организационной культуры.

ANNOTATION

Category of organizational culture is one of the most discussed topics of modern management. Currently, there is a need in-depth study of the structure of the organizational culture of corporate enterprises. Determining the structure enables efficient combination together different spheres of business, and especially the prospects of customer relations, internal business prospects, innovative perspectives finonsovih prospects. In this context, the issues of determining the structure of the organizational culture of corporate enterprises acquire relevance.

Key words: corporate culture, corporate enterprise, culture, organizational culture, organization, parts of organizational culture, structure of organizational culture.

Постановка проблеми. Зростаючий останнім часом науковий і практичний інтерес до феномена організаційної культури свідчить про прагнення сучасного менеджменту при впровадженні нових форм управління використовувати цей потенціал з метою гармонізації соціально – трудових відносин, створення торговельної марки і унікального фірмового стилю, що зрештою сприяє зростанню нематеріальних активів організації і посиленню її конкурентоздатності. По суті, еволюція технології і філософії менеджменту на сучасному етапі сприяла переходу організаційної культури із категорії другорядних факторів виробництва у категорію стратегічних ресурсів.

У зв'язку із цим проводиться активний науковий пошук у напряму теоретико-методологічного обґрунтування організаційної культури. Багатогранність, складність і неоднозначність організаційної культури як об'єкту дослідження сприяла тому, що як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі з'явилась значна кількість різноманітних за змістом наукових праць щодо суті і структури організаційної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В даний час вітчизняні та зарубіжні вчені зосередили свої дослідження на таких теоретичних і практичних аспектах організаційної культури підприємства: оцінка і управління організаційною культурою (К. Камерон, Р. Куїнн [1], В. Співак [5], Л. Хаєт [2]), роль організаційної культури у стратегічному управління персоналом і підприємством в цілому (Д. Ульріх [6], А. Радугін [4], Є. Малінін [3]), оцінка впливу національних особливостей на організаційну культуру та управління полікультурними організаціями (О. Харчишина [7], Е. Шейн [8]). Слід зазначити, що наукові погляди на проблему структури організаційної культури у різних авторів мають суттєві відмінності.

Постановка завдання. На жаль, проводиться недостатньо вітчизняних досліджень щодо вивчення структури та внутрішньої будови організаційної культури, що зменшує можливості ефективного застосування цієї важливої наукової концепції в сучасних умовах. А тому дана стаття покликана виправити це становище і зробити внесок у розробку теоретичної бази таких досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Структура організаційної культури є складною і багатогранною категорією. Залежність організаційної культури від розміру та сфери діяльності підприємства, характеру внутрішнього середовища та зовнішнього оточення, цілей існування та інших чинників обумовлює унікальність складових організаційної культури [6, с. 270-292].

При формуванні підходів до визначення сутності та структури організаційної культури вагомим є практичний досвід діяльності підприємств.

Найпоширеними є визначення таких складових організаційної культури корпоративних підприємств як культура виробництва, культура безпеки виробництва, культура персоналу, інноваційна культура, інвестиційна культура [5, с. 127-128].

Формування організаційної культури – тривалий процес, вплив на який завжди носить опосередкований характер і вимагає від керівництва організації достатньо глибокої рефлексії з приводу особливостей своєї організації, її історії. При формування організаційної культури можливе поява і більшої кількості складових організаційної культури, залежно від відмітних характеристик підприємства [1, с. 171-178].

Традиційно виділяють первинні й вторинні елементи організаційної культури корпоративних підприємств. Первинні елементи є основними, на їхній базі відбувається формування вторинних елементів культури організації. До первинних елементів належать: критерії відбору при прийманні на роботу, критерії в просуванні по службі або звільненні, цілеспрямоване створення зразків поводження, стратегії поводження в кризових ситуаціях, виділення питань, що знаходяться під особистим контролем керівника. Вторинні елементи відображають організаційну структуру, представляють принципи діяльності організації, виражені в офіційних документах, у корпоративній філософії, корпоративному поводженні, корпоративному дизайні [2, с. 353-358]. Елементами організаційної культури є організації, що формуються в процесі розвитку, або цілеспрямовано створені ритуали, історії, міфи, легенди. До них належать легенди про батьків-засновників організації, міфи про появу того або іншого продукту або бренду, історія організації або історії особливого внеску організації в розвиток суспільства (на місцевому, регіональному, національному або світовому рівнях).

Аналізуючи структуру організаційної культури, Е. Шейн у своїй праці «Організаційна культура і лідерство» виділяє три її рівні [8, с. 30]: поверхневий, внутрішній (підповерхневий) і глибинний.

Знайомство з організаційною культурою починається з поверхневого рівня, що включає такі зовнішні організаційні характеристики, як продукція або послуги, надавані організацією, використовувана технологія, архітектура виробничих приміщень і офісів, спостережуване поводження працівників, формальне мовленнєве спілкування, гасла тощо. Також до поверхневого рівня відносять емоційну атмосферу, міфи, легенди і історії, пов'язані із заснуванням організації, діяльністю її керівників і видатних співробітників.

На другому рівні вивченню піддаються цінності й вірування, поділювані членами організації, відповідно до того, наскільки ці цінності відображаються в символах і мові, яким чином вони несуть у собі смислове пояснення поверхневого рівня. Свідомо зафіксовані в документах організації, вони покликані бути провідними

в повсякденній діяльності членів організації у вигляді її стратегії, цілі, філософії. Також до під поверхневого рівня відносяться моральні погляди, етичні правила, кодекс поведінки в організації. Даному рівню притаманні тільки ті цінності, які в усвідомлюються самими членами організації, або ж заохочуються її лідером.

Проте, третій, глибинний рівень включає не декларовані цінності, а базові припущення, які важко усвідомити навіть самим членам організації без спеціального зосередження на цьому питанні. Глибинний рівень охоплює фундаментальні уявлення організації, що приймаються її членами бездоказово. Сукупність цих базових уявлень створює так звану «культурну парадигму» організації і формують її цілісний образ [8, с. 34].

Е. Шейн розглядає «поверхневий рівень» як об'єктивну культуру, складовими якої виступають: економічна культура організації як результат її економічного мислення, культура розподілу, культура споживання, культура обміну. Тоді як «підповерхневий» і «глибинний» рівень вбачається як суб'єктивна культура, обумовлена механізмом мислення співробітників [8].

Для порівняння слід навести інший, також трирівневий, підхід до аналізу структури організаційної культури, що враховує наявність не лише прямих, але і зворотних зв'язків між рівнями [4]. Згідно з даною точкою зору, рівень мотивації знаходиться на внутрішньо особовому рівні будь-якого члена організації, визначаючи сенс його життєдіяльності, зокрема, трудову поведінку. Вище за нього знаходиться мораль як над персональна і загальнолюдська над корпоративна категорія. Рівень декларованих цінностей є місією, її еталоном («відважною метою») і основними діловими принципами. Рівень зовнішніх проявів використовує мову символів, ритуалів, фірмового стилю тощо.

О. В. Харчишина виділяє функціональний підхід до визначення структури організаційної культури підприємства, тобто у складі культури слід виділити функціонально відокремлені частини (підсистеми), кожна з яких містить як імпліцитні, так і експліцитні елементи. Вважаємо, що організаційна культура є системою, яка включає такі підсистеми, пов'язані тісними зв'язками прямого і зворотного характеру [7]: ціннісна: цінності, місія і філософія компанії; символічна: герої, легенди, ритуали, символи; нормативна: норми, процедури, правила, критерії та структури; комунікативно-управлінська: стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; ідентифікаційна: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд. Базовою підсистемою організаційної культури є ціннісна, інші чотири перебувають у тісній залежності від неї.

Основу організаційної культури складають цінності керівників, власників та працівників підприємства, які у взаємодії утворюють систему організаційних цінностей. Система цінностей є важливим елементом культури у широкому сенсі і організаційної культури, зокрема. А. А. Радугін стверджує, що «здатність підприємства створити ключові цінності… є одним із найбільш глибоких джерел успішної діяльності підприємства» [4, с. 54]. З огляду на трудову поведінку, система цінностей виступає мотивоутворюючим фактором, тобто впливає на ставлення людини до праці і до цілей підприємства. Цінності виступають як еталонне уявлення про систему світосприйняття, критерій вибору в процесі трудової діяльності, вони описують елементи, явища життя суспільства, трудового колективу з точки зору їх соціального значення. У зв'язку із цим Е. Шейн справедливо зазначає [8, с. 40]: «Набір переконань і цінностей… може слугувати орієнтиром… поведінки в складних або невизначених обставинах».

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна виокремити основні складові організаційної культури корпоративних підприємств:

1. Мова спілкування та система комунікацій (використання усної, письмової та невербальної комунікації, а також жестів та міміки).
2. Усвідомлення своєї ролі в організації. Одним культурам імпонує приховування співробітником своїх внутрішніх намірів, а інші – навпаки сприяють їх зовнішньому прояву. Одні компанії налаштовані на співпрацю, а інші – на індивідуальне самовираження.
3. Культура персоналу, зовнішній вигляд працівників, тобто охайність, наявність спеціального одягу, уніформи.
4. Дотримання розпорядку дня.
5. Культура виробництва, культура безпеки виробництва.
6. Інноваційна культура.
7. Інвестиційна культура.
8. Відносини в колективі та з клієнтами (у тому числі різними за статтю, віком, релігією, статусом в суспільстві, шляхи вирішення конфліктів).
9. Норми та цінності організації: норми, процедури, правила, критерії та структури.
10. Мотивування та трудова етика (відповідальність за виконану роботу, якість роботи, оцінка роботи та винагорода за неї, просування по кар'єрних сходах).
11. Віра (віра в успіх, допомогу, підтримку, справедливість, власні сили).
12. Символіка в організації (фірмовий стиль, імідж, бренд компанії ритуали, лозунги, організаційні табу).

Висновки з проведеного дослідження. Категорія організаційної культури є однією з найбільш обговорюваних тем сучасного менеджменту. Складність і неоднозначність організаційної культури як об'єкту дослідження породжує велику кількість уявлень щодо її структури. Результати значної кількості досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених з цього питання не знаходять спільного вирішення даної проблеми. Узагальнивши результати досліджень інших

науковців та основуючись на власних висновках і спостереженнях автор статті пропонує основні 12 положень структури організаційної культури корпоративного підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
2. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г. Л. Хаєт, О. Л. Єськов, Л. Г. Хаєт та ін. / За заг. ред. Г. Л. Хаєта. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
3. Малинин Е. Д. Организационная культура и эффективность бизнеса : учеб. пособие. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2004. – 368 с.
4. Радугін А. А. Організаційна культура // Организационное поведение. Хрестоматия. Редактор-составитель Райгородский Д. Я. – Самара : Изд. дом «Бахрах-М», 2006. – 752 с. – С. 50–72.
5. Спивак В. А. Корпоративная культура. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
6. Ульрих Д. Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации : Пер. с англ. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 304 с.
7. Харчишина О. В. Структура організаційної культури підприємства // Вісник ЖДТУ : зб. наукових праць. – Житомир : Видавництво ЖДТУ, 2010. –С. 295–298.
8. Шейн Э. Организационная культура и лиидерство : Пер. с англ./ Под ред. Т. Ю. Ковалевой. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.

УДК 65.012.8

Халіна О.В.
здобувач,
Українська академія друкарства

ВПЛИВ ДЕСТАБІЛІЗУЮЧИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

INFLUENCE OF DESTABILIZING FACTORS ON THE ECONOMIC SECURITY TRACKING COMPANIES

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено поняття «дестабілізуючий фактор» як першопричини зниження рівня безпеки. Запропоновано методи вимірювання сили впливу дестабілізуючого фактору на економічну безпеку автотранспортного підприємства.

Ключові слова: дестабілізуючий фактор, економічна безпека підприємства, безпека, загроза, автотранспортне підприємство.

АННОТАЦИЯ

В статье исследовано понятие «дестабилизирующий фактор», как первопричины понижения уровня безопасности. Предложено методы измерения силы влияния дестабилизирующего фактора на экономическую безопасность автотранспортного предприятия.

Ключевые слова: дестабилизирующий фактор, экономическая безопасность предприятия, безопасность, угроза, автотранспортное предприятие.

ANNOTATION

In the article the concept of «destabilizing factor» as the root cause lower level of security. Proposed methods for measuring the strength of the influence of destabilizing factors on the economic security of the transport enterprise.

Key words: destabilizing factor, the economic security of the enterprise, security, threat, motor company.

Постановка проблеми. В сучасному соціально-економічному середовищі, успішне функціонування підприємств, в тому числі автотранспортних, тісно пов'язане зі ступенем їхньої захищеності від негативного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів. На сьогоднішній день в рамках державного регулювання підприємницької діяльності, з метою сприяння структурній перебудові економіки, впроваджуються реформи, що покликані створити простір для розвитку підприємництва, як основного елемента національної економіки. Саме на підприємництво покладено надію з боку держави, стосовно ефективного використання його потенціалу для розв'язання соціальних та економічних проблем. Та, незважаючи на таку, на перший погляд, вірну і раціональну політику держави, на практиці спостерігається парадоксальна ситуація, яка характеризується відсутністю ефективності нормативно-правової бази при її відвертій об'ємності, високими податковими ставками, відсутністю роботи антимонопольної політики, невигідною грошово-кредитною політикою, корупцією і криміналізацією владно-управлінських структур. За таких умов підприємство, в тому числі автотранспортне, існуючи у динамічному середовищі, де завжди є передумови для виникнення загрози будь-якої природи і за відсутності гарантії захисту з боку держави, змушене ставити забезпечення своєї безпеки на перше місце. Актуальність цього питання спонукає до постійного пошуку нових дієвих механізмів забезпечення економічної безпеки підприємства.

Стан дослідження. На сьогоднішній день питання забезпечення економічної безпеки підприємств досліджено багатьма вітчизняними науковцями. Відтак запропоновано ряд методів, які в своїй основі мають не лише новизну поглядів, в тому числі з використанням новітніх технологій, а й практичність в застосуванні. Вагомий внесок у дослідження проблеми економічної безпеки держави і підприємництва зро-

били вітчизняні вчені: О. Ареф'єва, С. Алупко, В. Білоус, Н. Вавдіюк, В. Геєць, З. Герасимчук, Я. Гончарук, С. Довбня, В. Духов, Т. Іванюта, М. Єрмоленко, Я. Жаліло, А. Заїчковський, І. Зінько, Т. Кузенко, О. Кузьмін, А. Кирієнко, Т. Ковальчук, Б. Кравченко, О. Коробчинський, М. Лесечко, О. Ляшенко, В. Марцин, Л. Мельник, І. Михасюк, С. Мочерний, В. Мунтіян, Н. Нижник, В. Ортинський, С. Покропивний, О. Терещенко, Н. Тумар, В. Франчук, М. Флейчук, С. Шкарлет, А. Штангрет, В. Шлемко, В. Ярочкін та ін. По при вагомий доробок науковців, загальний низький рівень економічної безпеки вітчизняних підприємств вимагає проведення подальших досліджень, зокрема стосовно розроблення методики оцінки впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на рівень безпеки підприємницьких структур.

Метою даної статті є розроблення методичних засад для характеристики рівня економічної безпеки підприємства через оцінку впливу дестабілізуючих факторів.

Виклад основних положень. Якщо розглядати економічну безпеку підприємства як стан, то найкраще вдатися до визначення В. Ортинського, в якому зазначається, що економічна безпека – це стан і здатність економічної системи протистояти небезпеці руйнування її оргструктури і статусу, а також перешкодам у досягненні цілей розвитку. Її можна окреслити як стан підприємства в межах граничних значень і здатність протидіяти загрозам та забезпечувати реалізацію економічних інтересів [3].

Необхідно підкреслити, що попри бажання досягти максимального рівня безпеки, стан цілковитої безпеки – явище утопічне, оскільки все у світі перебуває в русі, який може призвести до будь-яких змін, в тому числі небажаних. Підприємство, як відкрита система, існуючи у динамічному середовищі також підпадає під вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, що створює передумову для виникнення загроз. Водночас рівень економічної безпеки певного підприємства можна підтримувати на прийнятно високому рівні за умов своєчасного виявлення загрози, оскільки саме наявність фактору часу дає можливість провести всі превентивні та реактивні заходи. Отже завдання діагностики економічної безпеки підприємства полягає по-перше у завчасному виявленні загроз за допомогою методів, які ґрунтуються на науковій теорії, а по-друге у точності розрахунків розміру втрат, що може понести підприємство у випадку коли загроза реалізується та розміру витрат на усунення наслідків дії дестабілізуючого фактору. Від того наскільки точно буде проведена діагностика буде залежати ефективність як превентивних заходів, так і реабілітаційного процесу системи забезпечення економічної безпеки підприємства.

Проблему оцінки рівня економічної безпеки підприємства, на нашу точку зору, доцільно вирішувати обравши за об'єкт не безпеку, а саме загрозу. Якщо розглядати ці два взаємозалежні поняття стосовно їхньої взаємодії, то саме «загроза» є домінуючим явищем, оскільки її поява запускає, процес дестабілізації і в умовному і реальному проявах. Загроза як явище на відміну від безпеки несе в собі деструктивний потенціал, або іншими словами дестабілізуючий фактор. Безпека ж, носить більш статичний характер і сама по собі не є причиною якихось процесів, а лише наслідком відсутності загрози. Зважаючи на це, таке поняття як «сила впливу» логічніше застосовувати відносно загрози, а ніж безпеки, оскільки показники рівня першої є більш інформативнішими. Аналогічне стосується і такого поняття як «ідентифікація», адже загроза може мати різні форми і прояви, які необхідно ідентифікувати, безпека ж є поняттям більш сталим.

Поняття «загроза» як явище у процесі функціонування суб'єктів підприємницької діяльності досліджувалось багатьма науковцями. Так на думку О. Ареф'євої, загроза для підприємства – це потенційна чи реальна дія, подія, процес або явище, здатні порушити його стійкість та розвиток чи спричинити припинення його діяльності [1]. В роботі Н. Реверчука загроза трактується як один із видів небезпеки, її найвищий прояв [6]. В. Ортинський, І. Керницький та З. Живко розглядають загрозу як дію дестабілізуючих чинників, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією, порушенням законів і норм, які можуть спричинити потенційні або реальні втрати, що здатні викликати небезпеку для корпоративної системи [3].

Якщо розглядати загрозу як явище, слід наголосити на його суттєвих характерних особливостях:

Це явище суто деструктивне, яке може чинити лише негативний вплив, рушійною силою якого є дестабілізуючий фактор, як основний його елемент.

Це явище відносно ймовірне, тобто воно розглядається як завершена дія і як можливість настання дії, від чого прямо пропорційно залежить його деструктивний вплив.

В даному випадку ми зосереджуємося лише на загрозі та її основному елементі – *дестабілізуючому фактору*, ігноруючи всі інші події крім негативних, іншими словами ми працюємо лише з умовним полем загроз, де всі події деструктивні.

Дестабілізуючий фактор в контексті функціонування підприємства – це будь-яка дія, що має деструктивний характер і призводить до втрати його стабільності.

Від сили дії дестабілізуючого фактору залежить рівень загрози, який в свою чергу створює небезпеку і впливає на рівень економічної безпеки підприємства.

Гіпотетично існує безліч варіантів подій (X) (дестабілізуючих факторів) $X = (X_1, X_2 \ldots X_n)$, які можуть настати чи ні, в залежності від різних обставин. Вірогідність настання події завжди буде мати вигляд $X \leq 1$, де «1» – означає,

що така подія настала тобто є завершеною, а все що менше «1» визначає величину ймовірності настання події, відповідно 0 відповідає умовам за яких подія не настане. Сила дестабілізуючого фактору, яка вимірюється в балах розраховується за формулою:

$$F_{факт.} = F_{потен.} x k_{вір.}, \text{ де}$$

$F_{факт.}$ – сила фактичного впливу;

$F_{потен.}$ – сила потенційного впливу;

$k_{вір.}$ – коефіцієнт вірогідності настання

Сила фактичного впливу у великій мірі залежить від коефіцієнту вірогідності настання події ($k_{вір.}$), який показує яка доля вірогідності є в тому, що та чи інша подія може відбутися. Іншими словами чим ближче коефіцієнт вірогідності до «1», тим більша загроза і відповідно більша сила впливу дестабілізуючого фактору ($F_{факт.}$). На кожному підприємстві показник коефіцієнта вірогідності для кожного дестабілізуючого фактору визначається експертами аналітичного відділу служби безпеки, враховуючи індивідуальні особливості функціонування підприємства, на певний період часу.

Показники потенційної сили впливу також визначається експертами, але вони мають дещо узагальнений характер і можуть бути використані для групи підприємств певного виду діяльності, споріднених схожими умовами та параметрами функціонування, що надає їм статусу умовної сталості. В якості прикладу візьмемо такий дестабілізуючий фактор як «простої з приводу ремонту рухомого складу», який має рівень потенційної сили впливу ($F_{потен.}$) в середньому 5 балів – однаковий для всіх автотранспортних підприємств, а коефіцієнт вірогідності для кожного окремого підприємства буде різним; для підприємства з оновленим парком цей показник коливається від 0,1 до 0,3, а у підприємства, яке має парк зі зношеним рухомим складом цей показник буде в межах від 0,6 до 1. Таким чином один і той самий дестабілізуючий фактор для різних підприємств буде мати різну силу фактичного впливу ($F_{факт.}$).

В табл. 1 фрагментально представлено приклад розрахунку фактичної сили впливу дестабілізуючих факторів на економічну безпеку підприємства.

Продовжуючи детальне вивчення дестабілізуючого фактору як явища, слід відмітити, що основними його класифікаційними ознаками (критеріями) є:

Місце виникнення (зовнішнє чи внутрішнє середовище).

Прогнозованість.

Можливість запобігання.

Спроможність локалізації.

Кожен критерій, залежно від індивідуальних особливостей функціонування підприємства та специфіки його діяльності, може мати різну ступінь значущості, що впливає на деструктивну силу дестабілізуючого фактору. Наприклад один і той же фактор для різних підприємств може бути прогнозованим або ні, в залежності від того, якою інформацією володіє

Таблиця 1

Робоча таблиця для визначення сили фактичного впливу дестабілізуючих факторів на економічну безпеку автотранспортного підприємства (фрагмент)

	Дестабілізуючі фактори		Потенційна сила впливу по 10-ти бальній шкалі	Коефіцієнт вірогідності настання події	Фактична сила впливу дестабілізуючого фактору
	Фактор	Деструктивний вплив			
Зовнішнє середовище	...				
	Зміни в динаміці розвитку економіки. Вплив бізнесового середовища на діяльність підприємства	Світова економічна криза	5	1	5
		Несприятлива грошово-кредитна політика	4	0,5	2
		Зростання цін на нафту та енергоносії	3	1	3
		Рейдерське захоплення	10	0,1	1
		Інші незаконні силові дії, в тому числі грабіж вантажівок	8	0,3	2,4
	середній груповий показник				
	...				
Внутрішнє середовище	...				
	Персонал підприємства	Неефективна система мотивації персоналом	10	0,2	2
		Недобросовісне відношення до своїх обов'язків	5	0,5	2,5
		Висока плинність кадрів	8	0,3	2,4
		Низький рівень менеджменту	7	0,5	3.5
		Низька кваліфікація спеціалістів	5	0,3	1.5
	середній груповий показник				
	...				

підприємство. Для того щоб більш конкретно та об'єктивно розрахувати силу впливу дестабілізуючого фактору для кожного окремого підприємства, необхідно класифікувати критерії, щоб у процесі розрахунку можна було врахувати всі обставини на кожен період часу.

Для зручності розрахунку в цьому випадку пропонується кожному критерію умовно присвоїти індекс в межах від 1 до 3 , в залежності від значущості того чи іншого критерію. Найменш впливовий матиме «1» відповідно найбільш впливовий «3» і середній – «2», Нижче в табл. 2 представлено один із варіантів класифікації критеріїв з відповідними індексами.

Таблиця 2

Класифікація критерії дестабілізуючого фактору

Класифікаційні групи критеріїв	Критерії дестабілізуючого фактору	Індекс впливу критеріїв
Місце виникнення	Зовнішній фактор	2
	Внутрішній фактор	1
Прогнозованість	Непрогнозовані	2
	Прогнозовані	1
Можливість запобігання	Не можливо запобігти	2
	Можливо запобігти	1
Спроможність локалізації	Не можливо локалізувати	3
	Локалізуються з великими затратами	2
	Локалізуються з малими затратами	1

Якщо просумувати індекси всіх критеріїв ($i_{кр}$), які характеризують певний дестабілізуючий фактор, то фактично ми отримаємо значення, яке буде відповідати його силі впливу і яке можна трактувати як зведений індекс дестабілізуючого фактору, що розраховується за формулою :

$$I_{д.ф.} = \sum i_{кр}$$

Для прикладу, проведемо оцінку впливу дестабілізуючих факторів, які можуть спричинити підвищення рівня небезпеки для автотранспортного підприємства.

Приклад 1. *Ціни на нафту* – (зовнішній, не прогнозований, не можливо запобігти, не можливо локалізувати), відповідно, згідно таблиці 2 + 2 +2 +2 = 8 – це зведений індекс ($I_{д.ф.}$) дестабілізуючого фактору ціни на нафту. Приклад 2. Зношення основних вузлів тягача – (внутрішній, прогнозований, можливо запобігти, локалізується з мінімальними затратами – 1 + 1+ 1 + 1 = 4 – це зведений індекс поломки тягача. У відповідності до цієї методики, досить легко визначити який фактор має більшу силу впливу, очевидно, що той, значення зведеного індексу якого більше. Слід зазначити, що присвоювати індекси можна також в діапазоні від 1 до 10, тоді показники будуть дещо точнішими, але в цьому немає потреби, оскільки ціль даного розрахунку не точність а показовість.

Таким чином, присвоївши кожному критерію певний індекс, в залежності від індивідуальних особливостей функціонування кожного окремого підприємства, ми отримуємо досить простий спосіб розрахунку сили впливу дестабілізуючого фактору за чотирма основними критеріями, що дає можливість розглядати цей спосіб розрахунку як універсальний.

Висновок. Підводячи підсумок викладеного вище матеріалу, слід зауважити, що суть важливості розробки практичних рекомендацій у вигляді розрахунку сили впливу дестабілізуючого фактору полягає не скільки у їх ефективності щодо проведення реактивних дій по локалізації небезпеки для підприємства, скільки у необхідності включення у перелік внутрішньої планово-нормативної документації підприємства таких інструментів як шкала вимірювання загроз разом з таблицями та формулами визначення сили впливу дестабілізуючого фактору. Така необхідність, на нашу думку, пояснюється тим, що під час поточного виробничо-господарського процесу наявність наочного інструменту для запобігання загрозам служить не лише попередженням для керівників і працівників даного підприємства, але і виконує роль концентратора уваги на проблемі забезпечення безпеки підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ареф'єва О. В. Наукові основи формування економічної безпеки підприємств/ О. В. Ареф'єва // недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України : зб.мат.наук.-практ. конф. [Київ, 16-17 травня 2001р.] ; Європ. ун-т фінансів, інформ. Систем, менеджменту і бізнесу. – К ., 2003. – С. 49-53.
2. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: навч. посіб. / [В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко та ін.]. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
3. Зайцева І. Ю. Підвищення економічної безпеки автотранспортних підприємств в умовах розвитку недружніх поглинань на території України : монографія / І. Ю. Зайцева. – Харьків : УкрДАЗТ, 2009. – 357 с.
4. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – К. : Либра, 2003. – 280 с.
5. Реверчук Н. Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур : монографія / Н. Й. Реверчук. – Львів : ЛБІ НБУ, 2004. – 195
6. Халіна О. В. Теоретичні аспекти гарантування економічної безпеки підприємств видавничо-поліграфічної галузі / О. В. Халіна. – Львів : Поліграфія і видавнича справа. – 2011. – № 4(56). – С. 163-172.
7. Халіна О. В. Методичні засади визначення рівня загроз для економічної безпеки автотранспортних підприємств / О. В. Халіна // легалізація економіки та протидія корупції в системі економічної безпеки держави : зб. мат. наук.-практ. конф. [Львів, 31 травня 2013 р.] ; Львівський держ.ун. внут.справ. – Львів, 2013. – С. 322-326.
8. Штангрет А. М. Управління економічною безпекою підприємств авіаційної галузі : монографія / А. М. Штангрет. – Львів : Укр.акад. друкарства, 2011. – 270 с.
9. Штангрет А. М. Економічна безпека підприємства в умовах антикризового управління: концептуальне визначення та механізм забезпечення : моногр. / А. М. Штангрет, Я. В. Котляревський, М. М. Караїм. – Львів : Укр.акад.друкарства, 2012. – 288 с.

УДК 658.15:67/68(477)

Хрущ Н.А.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку та аудиту,
Хмельницький національний університет

Корпан О.С.
асистент кафедри товарознавства та маркетингу,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

FINANCIAL STRATEGY IN THE SYSTEM OF CORPORATE MANAGEMENT OF ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено процеси формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємствами. Встановлено сутність та місце фінансової стратегії у стратегічному наборі підприємства. Розроблено організаційний механізм формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством. Побудовано загальну модель розробки і впровадження стратегії підприємства.

Ключові слова: фінансова стратегія, система корпоративного управління, організаційний механізм, підприємство.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы процессы формирования финансовой стратегии в системе корпоративного управления предприятиями. Установлена сущность и место финансовой стратегии в стратегическом наборе предприятия. Разработан организационный механизм формирования финансовой стратегии в системе корпоративного управления предприятием. Построена общая модель разработки и внедрения стратегии предприятия.

Ключевые слова: финансовая стратегия, система корпоративного управления, организационный механизм, предприятие.

ANNOTATION

In the article investigated the processes of formation of the financial strategy in the system of corporate management of enterprises. Determined the nature and location of the financial strategy in the strategic recruitment of the enterprise. Created the organizational mechanism of forming of the financial strategy in corporate management. Constructed a general model of development and implement of the enterprise strategy.

Key words: financial strategy, system of corporate management, organizational mechanism, enterprise.

Постановка проблеми. Нові економічні відносини, які створюються на засадах інформаційної економіки, зумовлюють потребу у прогресивних способах і методах управління підприємствами. Однозначно можна констатувати, що для досягнення визначеної мети можна рухатись різними способами, а вибір конкретного способу її досягнення є рішенням стосовно стратегії розвитку.

Складові ефективності діяльності підприємства будь-якої сфери діяльності: висока конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансова стабільність та стійкість, прибутковість та інвестиційна привабливість досягаються шляхом здійснення ефективного фінансового управління. Неодмінною передумовою забезпечення стратегічних можливостей фінансового розвитку підприємства сьогодні виступає його фінансова стратегія, що займає ключове положення у системі корпоративного управління. Збалансованість корпоративних інтересів у системі корпоративного управління в цілому та між її важливими складовими зокрема і є головною запорукою успіху сучасного підприємства. Все вище зазначене, дозволяє констатувати про необхідність обґрунтування процесів формування та оцінювання фінансової стратегії і системи корпоративного управління підприємств у їх взаємозв'язку, взаємообумовленості та взаємовпливу в сучасному динамічному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток стратегій зробили зарубіжні вчені: І. Ансофф, О. Віханський, А. Градов, Б. Карлофф, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, У. Шарп та інші. Значний внесок у розвиток цих проблем належить українським вченим: Є. Бєльтюкову, І. Бланку, М. Войнаренку, В. Гринчуцькому, О. Кузьміну, А. Наливайко, В. Нижнику, В. Оберемчуку, О. Редькіну, О. Ястремській та ін. Серед найбільш вагомих сучасних досліджень проблем формування фінансового потенціалу і фінансових стратегій підприємств є праці наступних українських вчених: М. Білик, Г. Блакити, І. Бріт-ченка, А. Воронкової, С. Оборської, Г. Партина, А. Череп, З. Шершньової та інших. Розробкою науково-методичного забезпечення стратегій підприємств займалися українські та зарубіжні вчені: І. Благун, П. Григорук, К. Ізмайлова, С. Ілляшенко, В. Лук'янова, Є. Мних, О. Орлов, Л. Павлова, Є. Рясних, Г. Савицька, О. Стоянова, І. Ткаченко та інші. Проблемам розвитку корпоративного управління в Україні присвячені роботи В. Гриньової, Д. Задихайло, Е. Коренєва, В. Мазура, О. Мороза, В. Стадник, Т. Назарчук, Ю. Уманціва, Л. Федулової та інших. У роботах зазначених авторів розглянуті різні аспекти процесів створення стратегій та систем корпоративного управління підприємствами.

Однак, єдиного підходу до обґрунтування процесів формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємствами із врахуванням взаємозв'язків, взаємообумовленості і взаємовпливів між фінансовою стратегією та системою управління підприємством не знайдено. Тому теоретико-методичне та практичне вирішення цих завдань є актуальним та потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. *Метою статті* є дослідження процесів формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємствами. *Основні завдання дослідження* полягають у наступному: встановлення сутності та місця фінансової стратегії у стратегічному наборі підприємства; розробка організаційного механізму формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством; побудова загальної моделі розробки і впровадження стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова стратегія підприємства займає одне із головних місць у стратегічному наборі підприємства, який являє собою систему стратегій різного типу, що формується та розробляється підприємством на визначений період часу з урахуванням специфіки функціонування і розвитку даного підприємства з метою досягнення поставлених цілей.

На підставі критичного аналізу трактувань різними авторами даного поняття [1; 3; 7] вважаємо, що фінансова стратегія – це еластична, узагальнена модель фінансового розвитку підприємства, яка направлена на реалізацію корпоративної стратегії та формування раціональних фінансових відносин із контрагентами, містить в собі визначені довгострокові фінансові цілі, технології (інструменти досягнення), ресурси і систему управління, що забезпечує її дієздатність і адаптацію до зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовищ [5].

Фінансова стратегія підприємства, як одна із базових (функціональних) стратегій, виступає складовою загальної стратегії підприємства і має відповідати їй за метою і завданнями. Наразі є особливо важливим визначення її місця в стратегічному наборі підприємства, зокрема у системі інших функціональних стратегій [2; 4; 6; 8; 9].

Сьогодні не існує єдиної думки щодо місця фінансової стратегії поміж інших стратегій підприємства. Ми поділяємо думку вчених, які визнають фінансову стратегію як базову, що забезпечує реалізацію усіх інших стратегій підприємства. Це підхід М. Куркіна, який вважає, що в загальній системі розвитку підприємства фінансова стратегія є базовим елементом, який забезпечує ефективне функціонування інших стратегій підприємства [7, с. 68]. Таку ж думку висловлюють В. І. Аранчій та О. П.Зоря, що вважають фінансову стратегію підприємства компонентом базової стратегії, яка «забезпечує за допомогою фінансових інструментів, методів фінансовою менеджменту тощо реалізацію будь-якої базової стратегії; метою якої є ефективне використання фінансових ресурсів та управління ними» [1, с. 157].

Фінансова стратегія є невід'ємним елементом системи корпоративного управління підприємства – форми реального втілення управлінських взаємозв'язків. В реальній дійсності управлінська діяльність – це функціонування системи корпоративного управління. Система корпоративного управління підприємства – це об'єктивно існуюча субстанція за допомогою якої управління набуває конкретного змісту й вияву, а функція управління – практичної реалізації; вона складається й функціонує у відповідності із: змістом функції управління; характером відносин, які лежать в основі управлінських взаємозв'язків; умовами, в яких формується система управління; принципами побудови, функціонування й перетворення, які іманентно належать системі управління.

Реалізація стратегій підприємства, зокрема його фінансової стратегії, забезпечується дієздатністю системи корпоративного управління підприємством, основними елементами якої можна вважати принципи формування та модель. Принципи корпоративного управління втілюють норми корпоративної політики підприємства, за результатами їх систематизації зроблено висновок, що основний акцент ставиться на взаємовідносинах зацікавлених сторін, інформаційній прозорості, системі контролю тощо. Як свідчать результати дослідження світового досвіду та української практики, моделі корпоративного управління досить багатогранні, їх риси обумовлюються історичними особливостями, практикою ведення бізнесу та ін. У загальному, сучасна українська модель корпоративного управління перебуває у стадії створення, її можна вважати перехідною конструкцією, в якій формально подані складові елементи різних моделей, що використовуються у світі. Разом з тим головні орієнтири щодо становлення української моделі корпоративного управління мають націлюватись на виконання нею таких функцій як: виробленя стратегії, захист прав акціонерів та інших зацікавлених осіб, прозорість та відкритість, моніторинг діяльності, тощо; перспективними напрямами є гармонізація національних та міжнародних стандартів корпоративного управління, формування ефективної інституційної структури для її реалізації на практиці, оптимізація управління корпоративною культурою тощо [6].

Слід наголосити, що будь-які зміни в системі корпоративного управління призводять до трансформування домінантів формування фінансової стратегії підприємства, серед яких: домінантні напрями, принципи формування, характеристики, критерії вибору, науково-методичне забезпечення.

Процес формування фінансової стратегії підприємства здійснюється поетапно [3; 6; 9].

Етапи формування фінансової стратегії підприємства є основою організаційної моделі формування фінансової стратегії підприємства, рис. 1, де у межах виділених блоків зазначено основні етапи процесу формування фінансової стратегії підприємства.

Ключовими елементами у процесі формування фінансової стратегії є:

- визначення головної цілі (місії);
- постановка системи цілей (завдань), які зумовлюють фінансовий аспект усіх видів діяльності підприємства;
- визначення періоду реалізації від якого залежить основний зміст стратегії;
- аналіз факторів зовнішнього середовища, що визначають цілі та зміст майбутньої стратегії.

У ході діагностування та оцінки стратегічних можливостей фінансового розвитку підприємства здійснюється:

- аналіз та оцінка фінансового стану підприємства з метою ідентифікації стану підприємства та виявлення особливостей його розвитку;
- аналіз факторів внутрішнього фінансового середовища для виявлення напряму їх дії на кінцеві результати діяльності підприємства;
- комплексний аналіз та діагностика внутрішнього фінансового потенціалу з метою встановлення його рівня для забезпечення стратегічних можливостей фінансового розвитку підприємства.

Особлива увага приділяється розробці, вибору та оцінюванню складових фінансової стратегії підприємства, а саме:

- розробці множини варіантів фінансової стратегії;
- обґрунтуванню системи критеріїв вибору стратегії, що дозволяє науково обґрунтувати прийняття базового варіанту;
- оцінюванню та вибору оптимального найбільш привабливого варіанту стратегії;
- розробці та уточненню складових фінансової політики підприємства, що здійснюється за конкретними напрямами фінансової діяльності: податкова, амортизаційна, дивідендна, емісійна політика;

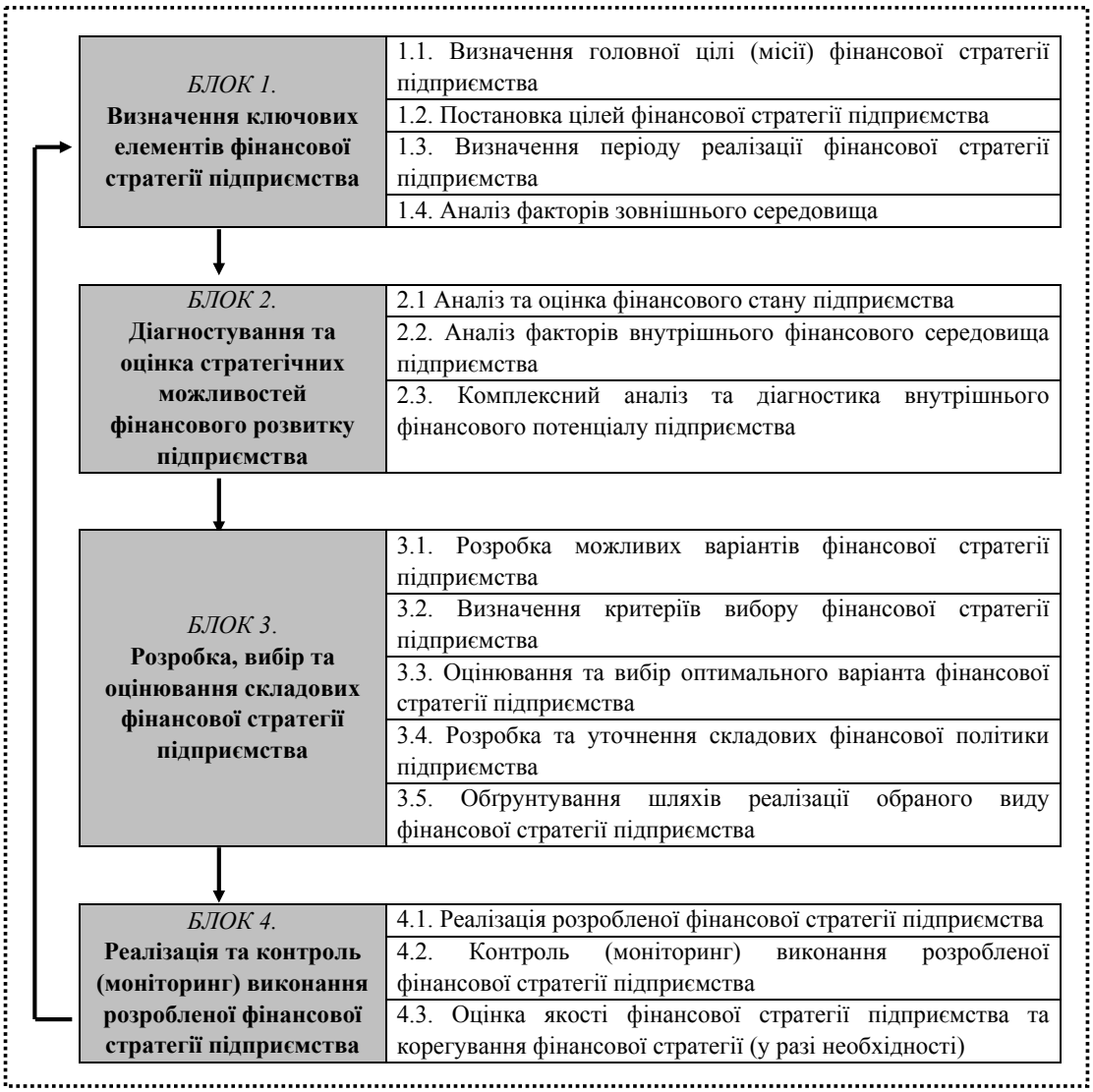


Рис. 1. Організаційна модель формування фінансової стратегії підприємства

- обґрунтуванню та формуванню системи заходів щодо реалізації фінансової стратегії, які забезпечать детальний та послідовний план дій у рамках різних видів діяльності підприємства в конкретному тимчасовому інтервалі, які спрямовані на досягнення бажаних значень фінансових показників підприємства.

У процесі реалізації та контролю (моніторингу) виконання розробленої фінансової стратегії здійснюється:

- реалізація стратегії, що передбачає взаємодію підприємства із зовнішніми контрагентами;
- процес постійного відстеження виконання розробленої стратегії засобами контролю та моніторингу за результатами якого забезпечується встановлення рівня отримання фактичних проміжних та кінцевих результатів відносно запланованих та своєчасне коригування фінансової стратегії підприємства;
- оцінка якості фінансової стратегії, яка здійснюється на основі аналізу кількісних та якісних параметрів, що дає можливість комплексно охарактеризувати результат, власне процес фінансової діяльності підприємства і за необхідності корегувати складові фінансової стратегії підприємства.

Систематизувавши результати усіх попередніх досліджень, пропонуємо наступний організаційний механізм формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством, в основі якого лежать домінанти і модель формування фінансової стратегії підприємства, рис. 2.

Даний механізм дозволяє здійснити побудову та комплексне оцінювання фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством, шляхом поєднання результатів інтегральної оцінки фінансового стану та рейтингової оцінки якості корпоративного управління підприємства. Це надає можливість виявити і врахувати взаємозв'язки, взаємообумовленість та взаємовплив між системою корпоративного управління та її складовою – фінансовою стратегією підприємства, що дозволяє більш обґрунтовано розробляти практичні рекомендацій щодо напрямів фінансового розвитку підприємств із врахуванням їх стратегічних можливостей.

Вибір стратегії підприємства здійснюється на основі визначення, аналізу і оцінки ключових чинників, які характеризують її стан. Процес вибору здійснюється з урахуванням результатів аналізу портфеля бізнесів, а також характеру і суті стратегій, які вже реалізовуються підприємством. При виборі стратегії враховується безліч ключових чинників, в першу чергу повинні бути враховані наступні:

- поточний стан галузі і позиція в ній підприємства;
- ключові цілі і місія підприємства;
- інтереси і відношення вищого керівництва до вибору (перегляду) стратегії;
- наявність і стан фінансових ресурсів;
- рівень трудових ресурсів (кваліфікація працівників, досвід роботи тощо);

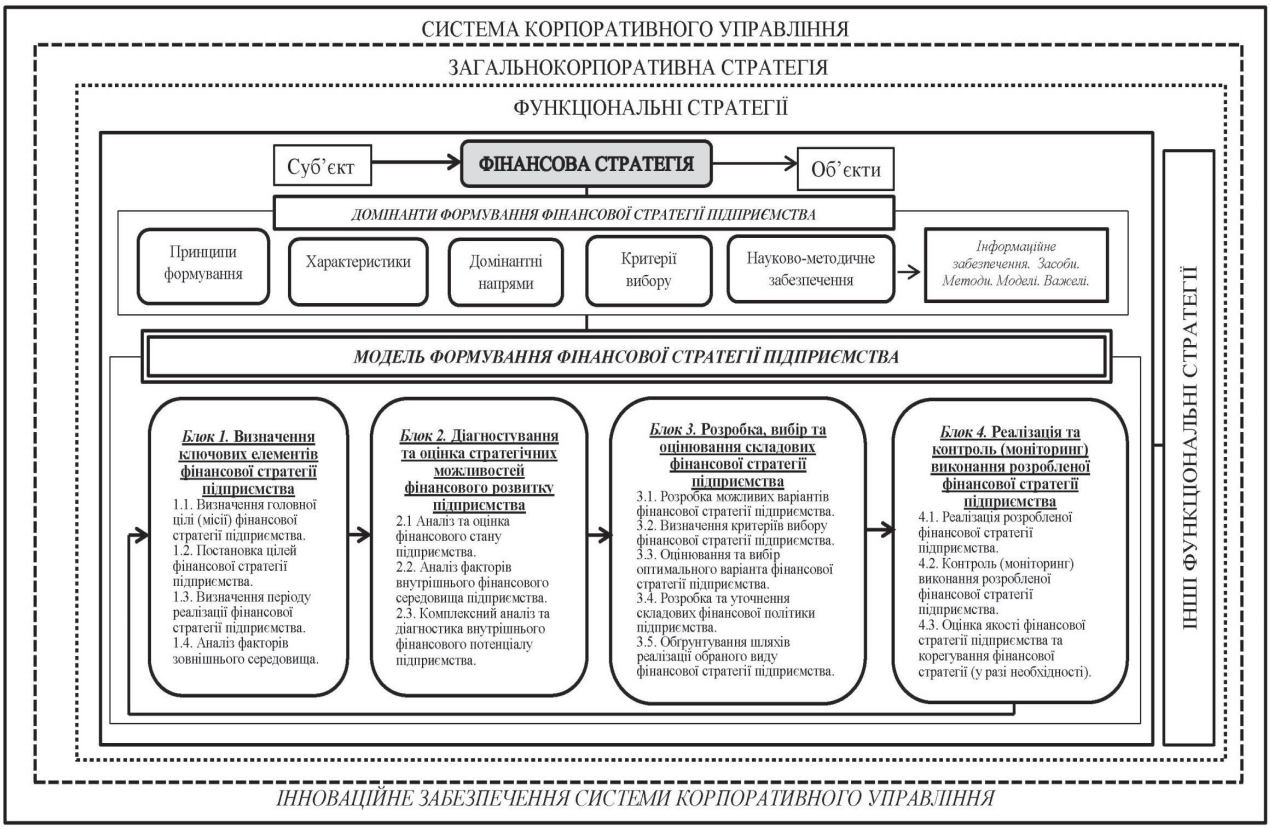


Рис. 2. Організаційний механізм формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством в системі корпоративного управління підприємством

- зобов'язання по діючих стратегіях;
- ступінь залежності від впливу зовнішнього середовища;
- часовий чинник (часові межі вибору і реалізації стратегії).

Оцінка вибраної стратегії проводиться на основі результатів аналізу і оцінки основних чинників, що визначають можливість її здійснення. Основним критерієм процедури оцінки вибраної стратегії є висновок про те, приведе ця стратегія до досягнення підприємством поставлених цілей чи ні. У випадку відповідності вибраної стратегії поставленим цілям підприємства, її подальша оцінка проводиться за такими основними напрямками.

1. Проводиться оцінка відповідності вибраної стратегії стану і вимогам оточення підприємства. Встановлюється, наскільки стратегія

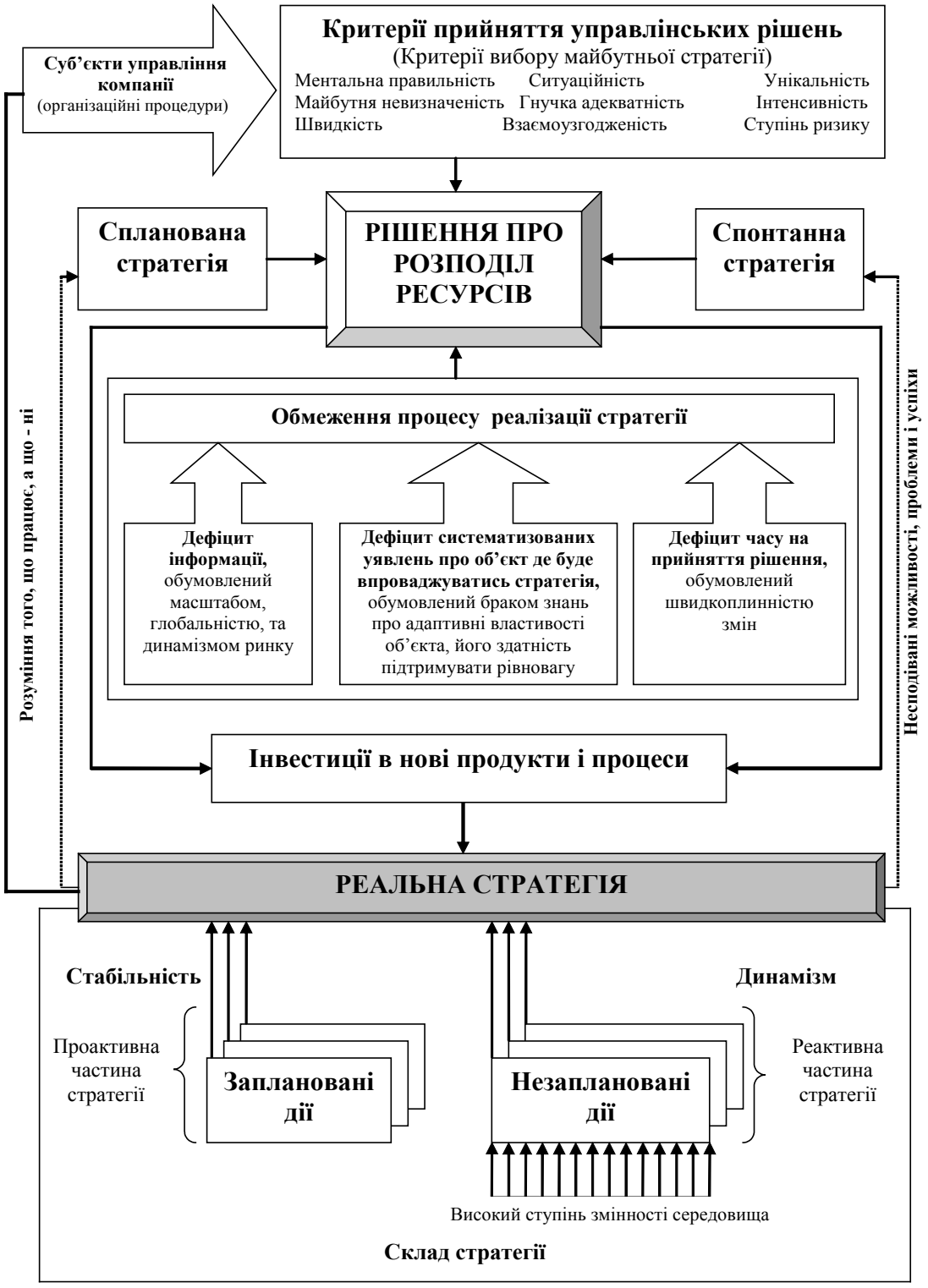


Рис. 3. Модель розробки і впровадження стратегії

пов'язана з вимогами з боку основних суб'єктів оточення, в якій мірі враховані чинники динаміки ринку і динаміки розвитку життєвого циклу продукту, чи приведе реалізація стратегії до появи нових конкурентних переваг тощо.

2. Проводиться оцінка відповідності вибраної стратегії потенціалу і можливостям підприємства. Оцінюється, наскільки вибрана стратегія пов'язана з іншими стратегіями, чи відповідає вона можливостям персоналу, чи дозволяє існуюча структура успішно її реалізувати, чи вивірена програма реалізації стратегії в часі тощо.

3. Встановлюється ступінь (прийнятність) ризику, закладеного в стратегії. Оцінка виправданості ризику проводиться за трьома напрямами:

- наскільки реалістичні передумови, закладені в основу вибору даної стратегії;
- до яких негативних наслідків для підприємства може привести провал даної стратегії;
- наскільки виправдовує можливий позитивний результат ризик втрат від провалу у реалізації даної стратегії.

Загальна модель розробки і впровадження стратегії підприємства відображена на рис. 3.

На відміну від існуючих, запропонована модель містить систему критеріїв вибору стратегії, які дозволяють оцінити основні характеристики майбутньої стратегії та встановити її переваги в порівнянні з іншими стратегіями і систему обмежень процесу реалізації стратегії, що відображає внутрішні критерії раціонального розподілу ресурсів.

У центрі стратегії, і її *найважливішим елементом є управлінські рішення про розподіл ресурсів підприємства*, які мають приймати фінансові менеджери.

Для оцінки переваг однієї стратегії в порівнянні з іншою (іншими) і перевірки того, наскільки вона спроможна забезпечити підприємства успіх рекомендується застосовувати систему критеріїв, табл. 1.

Критерій дозволяє встановити відповідність стратегії певним характеристикам. Слід зазначити, що всі вказані характеристики не є альтернативними, а, навпаки, взаємодоповнюючими і взаємопідсилюючими.

У ході здійснено нами аналізу літературних джерел та практики розробки стратегій окремими підприємствами встановлено, що на практиці виникає дві інтерпретації стратегії: проголошена і реальна. На нашу думку, *реальна стратегія – стратегія, яка складається з потоку нових товарів, послуг, процесів в які інвестуються ресурси*. При цьому вважаємо, якщо цінності або критерії, на яких ґрунтуються рішення про інвестиційні пріоритети, не співпадають з проголошеною (спланованою) стратегією (як часто і буває на практиці), то проголошена підприємством стратегія і його реальна стратегія сильно розрізняються.

Піраміда ієрархії «стратегічного набору» включає забезпечуючу функцію функціональних стратегій, що є першочерговою для управління підприємством і реалізації загальнокорпоративної стратегії.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напряму. У ході дослідження нами побудовано: 1) організаційний механізм формування фінансової стратегії в системі корпоративного управління підприємством, в основі якого лежать домінанти і модель формування фінансової стратегії підприємства. Даний механізм враховує взаємозв'язки, взаємообумовленість і взаємовплив між системою корпоративного управління та її складовою – фінансовою стратегією підприємства, що дозволяє більш обґрунтовано розробляти практичні рекомендацій щодо напрямів фінансового

Таблиця 1

Критерії вибору стратегії підприємства

Критерій	Коротка характеристика
Ментальна правильність	Стратегія повинна розроблятись зі знанням і розумінням двох абсолютних полюсів ефективної стратегії: абсолютної ірраціональності (крайній полюс) та граничної раціональності (протилежний полюс)
Ситуаційність	Стратегія має інтегрувати характерні особливості конкретної ситуації в ключові фактори майбутнього (стратегічного) успіху
Унікальність (перевага в конкурентній боротьбі)	Стратегія має містити унікальні (відмінні від існуючих) можливості майбутнього бізнес-успіху, які позитивно відрізнятимуть дану компанію від її конкурентів та дозволять їй досягти стабільну конкурентну перевагу. Чим більша конкурентна перевага, створена за допомогою стратегії, тим вона могутніша та ефективніша
Майбутня невизначеність як стратегічна можливість	Стратегія повинна бути здатна перетворювати зміни зовнішнього оточення підприємства на її стратегічні та тактичні переваги
Гнучка адекватність (відповідність)	Стратегія має забезпечувати відповідність власних стратегічних змін підприємства змінам зовнішнього оточення
Інтенсивність роботи підприємства	Стратегія має бути націлена на зменшення періоду часу на досягнення фінансових та стратегічних цілей підприємства
Швидкість досягнення конкурентної переваги	Стратегія повинна забезпечувати підприємства здатність «прискорюватись» й «випереджати» конкурентів
Взаємоузгодженість	Стратегія має забезпечувати відповідність та взаємоузгодженість всіх її складових
Ступінь ризику	Стратегія має бути націлена на зменшення ймовірності ризику

розвитку підприємств із врахуванням їх стратегічних можливостей; 2) загальну модель розробки і впровадження стратегії підприємства, що, на відміну від існуючих, містить систему критеріїв вибору стратегії, які дозволяють оцінити основні характеристики майбутньої стратегії та встановити її переваги в порівнянні з іншими стратегіями і систему обмежень процесу реалізації стратегії, що відображає внутрішні критерії раціонального розподілу ресурсів. В структурі моделі розробки і впровадження стратегії підприємства лежить комбінація запланованих дій (намічена стратегія) та незапланованих стратегічних рішень, направлених на адаптацію до ситуації, що склалась.

Вважаємо, що подальші наукові дослідження слід проводити у напрямку виявлення характеру взаємозв'язків фінансової стратегії із іншими функціональними стратегіями підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аранчій В. І. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємства / В. І. Аранчій, О. П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 156–159.
2. Бельтюков Е. А. Выбор стратегии развития предприятия : [монографія] / Е. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова. – О. : НОПУ, 2002. – 279 с.
3. Блакита Г. В. Фінансова стратегія торговельних підприємств: методологічні та прикладні аспекти: монографія / Г. В. Блакита. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. – 244 с.
4. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы / [А. П. Градов ; под ред. А. П. Градова]. – СПб. : Спец. литература, 2000. – 589 с.
5. Корпан О. С. Фінансова стратегія підприємств легкої промисловості: принципи формування та особливості реалізації / О. С. Корпан // Моделювання регіональної економіки : зб. наук. праць. – Івано-Франківськ : Плай, 2012. – № 1. – С. 143–161.
6. Корпоративне управління в Україні: процеси формування та розвитку: монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. Н. А. Хрущ. – К. : Кафедра, 2012. – 300 с.
7. Куркин Н. В. Управление экономической безопасностью развития предприятия : монография / Н. В. Куркин. – Д. : АРТ-ПРЕСС. 2004. – 452 с.
8. Редькін О. С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління / О. С. Редькін, В. Реген, Н. А. Хрущ. – О. : Евен, 2004. – 216 с.
9. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н. А. Хрущ, М. В. Желіховська ; за ред. Н. А. Хрущ. – К. : Освіта України, 2010. – 315 с.

УДК 331.101

Шапошников К.С.
доктор економічних наук, доцент,
декан факультету економіки і менеджменту,
Херсонський державний університет

ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ПРОВІДНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

THE INNOVATION CULTURE AS A LEADING FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN NATIONAL ECONOMY

АНОТАЦІЯ

У статті обгрунтовано, що інноваційна культура є провідним чинником розвитку інноваційних процесів у національній економіці. Доведено, що для збереження вектору інноваційного розвитку національної економіки необхідна її орієнтація на принципово нові технології, причому не тільки виробництва, а й усієї системи управління соціально-економічними процесами. З'ясовано, що якість виконання інноваційної функції визначається ступенем органічності інституціоналізованих інноваційною культурою поведінкових моделей по відношенню до сформованої в даному суспільстві структури економічних, політичних, культурних та інших відносин.

Ключові слова: інновації, інновайна культура, інноваційні процеси, корпоративне управління, корпоративний сектор, національна економіка.

АННОТАЦИЯ

В статье обосновано, что инновационная культура является ведущим фактором развития инновационных процессов в национальной экономике. Доказано, что для сохранения вектора инновационного развития национальной экономики необходима её ориентация на принципиально новые технологии, причём не только производства, а и всей системы управления социально-экономическими процессами. Выяснено, что качество исполнения инновационной функции определяется степенью органичности институционализированных инновационной культурой поведенческих моделей касательно сформированной в данном обществе структуры экономических, политических, культурных и других отношений.

Ключевые слова: инновации, инновационная культура, инновационный процесс, корпорация, корпоративное управление, корпоративный сектор, национальная экономика.

ANNOTATION

In article that innovation culture is a leading factor in the development of innovative processes in the economy. Proved that, to preserve the vector of innovation development of the national economy requires its focus on radically new technologies, not only production, but also the entire system of socio-economic processes. Found that the quality of the innovation function is determined by the degree of the organic nature of institutionalized culture of innovation behaviors regarding formed in the community structure of economic, political, cultural and other relations.

Key words: innovation, innovation culture, innovation process, corporation, corporate governance, corporate sector, national economy.

Постановка проблеми. Удосконалення взаємопов'язаних сегментів фінансового ринку з використанням системного підходу необхідне для активізації інноваційного розвитку національної економіки. Інноваційний розвиток національної економіки ми розуміємо в динамічній єдності його провідних агрегованих учасників: суспільства, корпоративного сектору і держави. Для формування здатності до самовідтворювання та саморегуляції інноваційне середовище має бути насичене не тільки інноваційними технологіями, але й інноваційною культурою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При підготовці статті були використані праці українських та іноземних авторів у суміжних галузях науки, таких як дослідження технологій та стратегій корпоративного управління (О. Редькін [9], Г. Назарова [7], В. Коваль, Я. Квач [11]), дослідження корпоративних структур в національній економіці (П. Наймушин [6], Л. Федулова [5]), дослідження інституціонального середовища функціонування корпоративного сектору національної економіки (Ю. Богоявленська [3], Ю. Павленко [8]) та вивчення інноваційних процесів у корпоративному секторі національної економіки (О. Амоша [1], Г. Андрощук [2], А. Гальчинський [3]).

Постановка завдання. Створення інноваційної системи, котра продукує і технологізує новації, перетворює їх на інновації (тобто на регулярно використовувані новації), слід розглядати з точки зору соціально-економічного підходу. Для нової економіки з постійно зростаючою роллю людського фактору технократичний підхід до інноваційного процесу на початкових стадіях неефективний: якщо техніка інертна до новацій, а людина сприйнятлива, то інноваційний процес можна ініціювати, якщо ж людина не сприйнятлива до інновацій, то навіть високі технологічні нововведення не дадуть очікуваного позитивного ефекту. Отже, інноваційний процес є феноменом не стільки технологічного, скільки соціального характеру. Тому для плекання інноваційної економічної системи необхідним є розвиток інноваційної культури. Метою даної статті є обґрунтування інноваційної культури як провідного чинника розвитку інноваційних процесів у національній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційну культуру слід розуміти як сукупність знань, умінь та компетенцій, використовуваних і придбаних у процесі всебічного вивчення та виробництва нововведень в різних галузях людської діяльності при збереженні в системі динамічної єдності традицій, інновацій та нововведень [1; 2; 4; 10]. Саме інноваційна культура об'єднує в собі нематеріальні активи, необхідні для ефективного функціонування фінансового сектора в умовах нової економіки.

Модель неконтрольованого олігархічного капіталізму характеризується високою часткою соціального цинізму, кризою недовіри бізнесу і влади, дезінтеграції суспільства та соціальної ентропії [1; 6]: економісти-практики не виявляють прагнення до конструктивної взаємодії, оскільки впевнені, що оточені ворожими, егоїстичними і владними індивідами, групами та інститутами. В умовах такої дестабілізації реалізація інноваційних програм з використанням технократичного підходу вбачається нам сумнівною. Необхідний системний розвиток інноваційної культури з використанням інноваційних інструментів управління – інноваційного менеджменту й управління інноватикою.

Конкурентоспроможність і рентабельність сучасних мережевих корпоративних та фінансових структур базується на розвиненій корпоративній культурі [8; 9 – 11]. Сьогодні необхідна трансформація архітектоніки корпоративного середовища на користь інноваційної культури. Трансформація корпоративної культури в культуру інноваційну відбувається шляхом формування і досягнення цільової установки створення, освоєння та просування інновацій. Інноваційна корпоративна культура дозволяє не лише швидко адаптуватися до змін внутрішнього і зовнішнього середовища, але й отримувати позитивний ефект від цих змін.

Без інноваційної культури реалізація масштабної державної інноваційної стратегії приречена на стагнацію, що означає прийняття позиції аутсайдера національною економікою. Формування інноваційної культури має стати як одним з першочергових завдань держави та бізнесу, так і провідним інструментом моделювання нової інфраструктури відносин «бізнес-влада».

Для фінансових інститутів питання розвитку інноваційної культури стає визначальним в сучасних умовах. Інновації в фінансовому секторі, використовувані комплементарно опортуністичній поведінці привели світову фінансову систему до колапсу. А оскільки залежність від фінансових потоків корпоративного сектору не зменшилась, необхідно виробити інструментарій формування інноваційної культури в галузі формування і розподілу фінансових потоків. У цьому випадку фінансова система стане транслятором інноваційної культури на всі елементи фінансового середовища.

Моделювання інноваційної культури багато в чому визначається її факторно-компонентним складом [6; 8]: інфраструктурою корпоративної (рівень технологій; джерела і якість матеріальних ресурсів; структура і якість фінансових ресурсів), якістю нематеріальних активів корпорації (якістю менеджменту; компетенціями персоналу; якістю людського капіталу; якістю процесного капіталу; лояльністю персоналу компанії), рівнем інноваційного потенціалу (рівнем сприйнятливості до інновацій, інструментами мотивації та розвитку людського потенціалу; ініціативністю розвитку).

Корпорації виступають концентраторами носіїв інноваційного потенціалу – певного типу

людей, іменованих пасіонаріями, які є джерелом формування нової бізнес-еліти. У цьому контексті підтримка державою розвитку інноваційної культури корпорацій є потужним джерелом оновлення кадрового потенціалу національної економіки. Формування інноваційної культури корпорації багато в чому залежить від топ-менеджменту та його лідерського потенціалу. Креативні якості топ-менеджменту реалізуються у певному типі мислення, властивого для управлінців економіки знань [3; 6; 9; 11]: високий інтелектуальний потенціал, який перебуває в єдності з інноваційною лояльністю. Модель управління, на чолі якої стоїть такий менеджер, набуває ефекту синергії в інноваційному процесі, оскільки інноваційні технології не тільки тиражуються, але і приростають завдяки механізму креативного коучингу і партнерства.

Найважливішою складовою частиною ресурсів корпорації є людський капітал у вигляді запасу знань, навичок, здібностей та прагнень працівника, які обумовлюють результативність його праці і тим самим можуть впливати на зростання його доходів. Технократичний підхід до управління поступово поступається місцем людиноцентристському. Важливим при цьому є те, що управління має спиратися на систему цінностей персоналу й формувати спільні цінності інноваційної культури, які будуть внутрішнім ресурсом розвитку корпорації. При цьому необхідно поєднати дві системи мотивації: економічну і соціально-психологічну. В інноваційній економіці нематеріальні стимули виходять на перший план, однак недостатня економічна зацікавленість персоналу призведе до позширення опортунізму та розвитку рентоорієнтованності у відносинах.

Стимулюючі чинники, лояльні інноваційній культурі, повинні бути спрямовані на розвиток особистісного потенціалу співробітників. При цьому вони мають відповідати якості людського капіталу і рівню його людського потенціалу, в іншому випадку нівелююча система преміювання, котра вже стала традиційною, пригнічує ініціативу до розвитку. Заохочуватися повинні ті співробітники, які створюють навколо себе інноваційне поле, моделюючи нові стандарти діяльності, обумовлені цілями корпорації. Інноваційний заряд таких «ядер» корпоративних підсистем транслюється через соціальну мережу і перетворюється на стандарт.

Оцінюючи досвід «токсичних» або «вірусних» інновацій [2; 8; 10], слід зазначити, що для самоорганізації та саморозвитку елементів інноваційної культури необхідна висока зацікавленість. Велика частина інновацій в ході інноваційного процесу втрачає свою ефективність саме через відторгнення менеджментом. Тільки висока особиста зацікавити може стати базисом для формування інноваційної культури.

Інноваційний процес в макромасштабі реалізується в динамічній єдності трьох секторів: державного, корпоративного і приватного. Потік інновацій не може бути дискретним, оскільки загальний рівень розвитку інновацій складається з рівнів цих підсекторів. Для успішної реалізації політики формування інноваційної культури необхідний тристоронній вплив на інновації, необхідні для знаходження джерел саморозвитку.

Інноватівний та інноваційний менеджмент сьогодні реалізується як взаємодія в соціальній мережі, а інноваційна культура виступає в ролі надсистеми в будь-якій формі організації бізнесу. Інноваційна культура повинна стати іманентною властивістю корпоративної структури, оскільки саме ідейне наповнення управлінського процесу є його потужним драйвером. Інноваційна культура корпорації – це перш за все система цінностей, що дозволяє поєднати цілі стейкхолдерів корпорації в реалізації інноваційного процесу. А оскільки корпорація є учасником соціальних та бізнес-мереж, то інноваційна культура транслюватиметься, перетворюючись на інститут.

Ефективна реалізація інноваційної стратегії національної економіки в якості соціального базису припускає формування та стійке відтворення інноваційної суспільної культури [3; 6; 8]. Людина як учасник соціально-економічної дійсності в процесі діяльності перетворює навколишнє середовище, переносячи частину свого людського капіталу на процес виробництва і на сам продукт. Таким чином, в економіці знань інноватику не слід вузько трактувати як науку про процес створення нових технологій, а слід також враховувати соціальні, економічні, психологічні й інші фактори, що визначають ефективність та якість інноваційного процесу.

Для збереження вектору інноваційного розвитку національної економіки необхідна її орієнтація на принципово нові технології, причому не тільки виробництва, а й усієї системи управління соціально-економічними процесами. Застосування старих технологій в нових умовах конгруентне застосуванню нових технологій без модернізації інфраструктурної складової, що унеможливлює досягнення поставленої мети, створюючи зайве адміністративне та фінансове навантаження на економіку. Нові технології повинні стати «проривними» інноваціями, які виведуть економічну систему і підсистеми на принципово новий рівень резистентності до деструктивних віртуальних процесів. Проривні інновації можуть забезпечити самодостатність національної економіки, не виключаючи її інтеграцію до світової економічної системи. Причому такого роду інновації повинні відбуватися у середовищі, котре стало джерелом кризи, тобто у фінансовій системі.

Цільове середовище для впровадження інновації може істотно, а іноді й діаметрально, змінити ефект нововведення. Це пояснюється тим, що при імплікації інновації відбувається конфлікт традиційних закономірностей і нових,

поки ще чужорідних, процесів. Трансляційна функція інноваційної культури пов'язана з часовою та просторовою транслітерацією усталених типів інноваційної поведінки, які пройшли апробацію в корпоративному секторі і набули ціннісного забарвлення в соціумі [5-7].

Селекційна функція інноваційної культури розкривається в процесі відбору новостворених або запозичених інноваційних поведінкових моделей, які найбільшою мірою відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку. У процесі реалізації інноваційною культурою своєї «стрижневої» (власне інноваційної) функції розкриваються креативні можливості соціокультурного механізму.

Вони проявляють себе у виробленні нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, які виникли всередині самої культури або були щеплені ззовні. Якість виконання інноваційної функції визначається ступенем органічності інституціоналізованих інноваційною культурою поведінкових моделей по відношенню до сформованої в даному суспільстві структури економічних, політичних, культурних та інших відносин.

При високому рівні інноваційної культури суспільства в силу кореляції, взаємозалежності її частин, зміна однієї складової викликає швидку зміну інших. Значну роль відіграє також розвиток освітніх технологій в їх тісному зв'язку з науково-дослідною діяльністю. Необхідно через систему виховання та освіти створити потребу до інновацій у економічних агентів, прагнення до пошуків. Потрібно стимулювати інноваційний запит від виробничої сфери до науки, але не розгортати науку в бік виробництва. Слід розробити механізм формування конструктивного ставлення до нововведень в суспільстві, закласти основи для здорової конкуренції. Важливу роль тут могли б зіграти засоби масової інформації.

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційна культура як особлива форма людської культури припускає щільний взаємозв'язок з іншими її формами, перш за все з правовою, управлінською, підприємницькою, корпоративною. Через інноваційну культуру можна домогтися істотного впливу на всю культуру професійної діяльності і виробничих відносин. При інтернаціональній сутності інноваційної культури, зусилля щодо її розвитку мають спиратися на культурні традиції країни і певної сфери діяльності. Вона може озброїти практику методами оцінки та способами використання нововведень, здатних заподіяти шкоду людині, суспільству, природі. З урахуванням викладеного видається, що інноваційна культура володіє як могутнім антибюрократичним, так і творчим зарядом для розвитку креативного лідерства. Стратегічний ресурс нової економіки – це інноваційна культура.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: Проблеми та рішення/ О. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28-32.
2. Андрощук Г. Інноваційна діяльність в Україні: економічний механізм стимулювання / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 12. – С. 23-30.
3. Богоявленська Ю. В. Людський розвиток як наукова інституція управління персоналом / Ю. В. Богоявленська // Перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки : матеріли шостого Пленуму Спілки економістів України. – Київ : Аратта, 2007. – С. 234 – 236.
4. Гальчинський А. С. Інноваційна стратегія українських реформ [Текст] / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
5. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / [Федулова Л. І., Осецький В. Л., Гончаров Ю. В.]; за ред Л. І. Федулової. – К. : УкрІНТЕІ, 2007. – 812 с.
6. Наймушин П. В. Корпоративные отношения и формирование инновационной культуры / П. В. Наймушин, В. Н. Астальцев // Экономический вестник Ростовского государственного университета : сб. науч. труд. – 2008. – № 2. – С. 112-119.
7. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями : монографія / Г. В. Назарова ; Харківський державний економічний університет. – Харків : Видавництво ХДЕУ, 2004. – 408 с.
8. Павленко Ю. Г. Корпоративная экономика в институциональном контексте [Текст] / Павленко Ю. Г. – М. : РАН, Ин-т экономики, 2002. – 171 с.
9. Редькин А. С. Новые подходы к управлению на основе самоорганизации / А. С. Редькин, Я. П. Квач, В. Реген // Экономические инновации : сборн. научн. работ. – Вып. 31 : Инновационные технологи мониторинга и регулирования поведеним экономических систем. – Одесса : Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2007. – С. 8-17.
10. Шапошников К. С. Креативне корпоративне управління : теорія і практика : монографія / К. С. Шапошников ; Херсонський державний університет. – Херсон : Видавництво ХДУ, 2010. – 256 с.
11. Шапошников К. С. Корпоративне управління сучасними бізнес-структурами: теорія і практика розвитку мереж : монографія / К. С. Шапошников, В. В. Коваль, Я. П. Квач ; Одеський інститут фінансів УДУФМТ. – Одеса : Евен, 2012. – 312 с.

Наукове видання

НАУКОВИЙ ВІСНИК ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 3

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 15,11. Замов. № 11/13. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105.
Телефон +38 (0552) 39-95-80
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.