

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ВІСНИК
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Збірник наукових праць

Випуск 40

Одеса
2010

УДК 06:33С
В 53
ББК 65.01(4УКР)

Збірник друкується за рішенням вченої ради Одеського державного економічного університету (протокол № 5 від 24.02.2009 р.).

Зареєстрований Вищою атестаційною комісією України як фахове економічне видання (Бюлетень ВАК України, 18.11.2009 р., № 1-05/5).

Редакційна колегія:

науковий керівник, головний редактор —	д.е.н., професор Зверяков М.І.
заступник головного,	
відповідальний редактор —	д.е.н., професор Ковальов А.І.

Члени редколегії:

д.е.н., проф. Буркинський Б.В.,	д.е.н., проф. Діордіца С.Г.,
д.е.н., проф. Козак Ю.Г.,	д.е.н., проф. Максимова В.Ф.,
д.е.н., проф. Осипов В.І.,	д.е.н., проф. Редькін О.С.,
д.е.н., проф. Семенов В.Ф.,	д.е.н., проф. Харічков С.К.,
д.е.н., проф. Янковий О.Г.,	д.е.н., доц. Уманець Т.В.,
к.е.н., проф. Жданова Л.Л.,	к.е.н., проф. Козлова Г.М.,
к.е.н., проф. Кузнєцова Л.В.,	к.е.н., проф. Підгорний А.З.,
к.е.н., доц. Никифорова В.Г.,	к.е.н., доц. Пронін О.І.

Рецензенти за фаховими напрямками:

д.е.н., проф. Редькін О.С.,
д.е.н., проф. Янковий О.Г.,
д.е.н., проф. Ковальов А.І.,
д.е.н., проф. Харічков С.К.

У збірнику наведено результати дослідження проблем функціонування і розвитку підприємництва у сучасних умовах господарювання. Розглядаються соціальні та еколого-економічні аспекти розвитку науки. Збірник містить наукові положення, що розкривають сутність фінансового механізму розвитку господарських систем у контексті ринкових відносин. Представлено наукові результати щодо практичного застосування логістичних практик на основі сучасних концепцій логістики. Висвітлюються основні підходи до визначення базових категорій конкуренції.

У збірнику розміщено статті наших колег-економістів з різних наукових, освітніх закладів Болгарії та України.

Погляди авторів щодо окремих положень статей можуть не співпадати з поглядами редакційної колегії.

Статті надруковано українською та російською мовами.

Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 40 / Одес. держ. екон. ун-т; Редкол.: проф. Зверяков М.І., проф. Ковальов А.І., проф. Буркинський Б.В., проф. Осипов В.І., проф. Максимова В.Ф., проф. Редькін О.С. та ін. — Одеса: ОДЕУ, 2010 — 412 с.

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1. Бедрадіна Г.К. ОЦІНКА ЯКОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ НА ОСНОВІ КЛЮЧОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ	9
2. Білега О.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВИХ КАТЕГОРІЙ КОНКУРЕНЦІЇ	14
3. Благоева С.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК В БОЛГАРСКИХ КОМПАНИЯХ	18
4. Вороновська М.М. МІСЦЕ СИСТЕМИ МОТИВІВ І СТИМУЛІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	23
5. Гайдаєнко О.М. ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ ЧАСТКИ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	28
6. Гончаренко О.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТІЙКІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	36
7. Горбаченко С.А. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	41
8. Ковда Н.І. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА	47
9. Кошельок Г.В. ОЦІНКА ГРУПОВИХ ФАКТОРІВ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	51
10. Крамаренко О.М. ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ СУДНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	59
11. Кузнецова І.О. ФОРМУВАННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ: КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ	68
12. Кунділовська Т.А., Семенова Н.Ю. ЗНАЧЕННЯ СЕНСОРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ПОЛІТИЦІ ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	72

13. Лиходєдова О.В. СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ	80
14. Літвінов О.С., Літвінова В.О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	86
15. Логвіна Ю.М. МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ	92
16. Мачтакова О.Г. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МОТИВАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	99
17. Митрохіна Ю.П. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ	108
18. Наумова Л.М. ОЦІНКА ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	115
19. Ніколаєва Л.Л., Береза В.В. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЛОКАЛЬНИХ СЕГМЕНТАХ РИНКУ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ	122
20. Погожа Н.В. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	128
21. Радулов Д.Д. ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	134
22. Сасенсус М.А, Місько Г.А., Оленєв М.В. ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ПРИ ВИБОРІ ПОРТФЕЛЮ ЕКОНОМІЧНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	140
23. Сардак О.В. ОСОБЛИВОСТІ ЕВОЛЮЦІЇ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГУ	147
24. Своробович Л.М. СКЛАДОВІ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	154
25. Семенова В.Г. ВИРОБНИЧІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	159
26. Смолець В.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОЇ СКЛАДОВОЇ В ЕНЕРГЕТИЧНІЙ БЕЗПЕЦІ	164
27. Сопенюк О.М. СУБ'ЄКТИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ	169

28. Трикозенко О.Г. МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ КЛІЄНТЕЛИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	177
29. Хромов О.П. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ЛОГІСТИКИ	183
30. Цуркан Н.Г. ОСОБЛИВОСТІ ПРИБУТКОВОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ	190
31. Чукурна О.П. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АВС-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	200
32. Шигун М.М., Уллубієва К.К. ВІДОБРАЖЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ У ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД ЗАХІДНИХ КРАЇН	208

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ У КОНТЕКСТІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

1. Анфіногентова І.В., Здорікова Т.С. ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МІГРАЦІЙНОГО ДОХОДУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	216
2. Богданова Т.І. ЗАРОБІТНА ПЛАТА В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ	221
3. Вітковська К.В. ОЦІНКА РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ТРИВАЛОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	229
4. Волохова М.П. СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ – ГОЛОВНИЙ ВАЖІЛЬ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	235
5. Головіна Я.С. СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ НАГЛЯДОВИХ РАД УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ	241
6. Горячук В.Ф. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ШИРОКОГО РОЗУМІННЯ КАПІТАЛУ ДЕРЖАВИ	244 6
7. Желязкова Д.Ж. ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ УТВЕРЖДЕНИЯ ГОРОДА ВАРНЫ КАК ВАЖНОГО ЦЕНТРА ТРАНСПОРТНЫХ СВЯЗЕЙ В БОЛГАРИИ	252
8. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Барановська М.І. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЇХ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	259

9. Марущак В.П. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ ТОВАРУ	266
10. Мамонтова І.В. ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	272
11. Нікуліна О.В., Нікуліна Т.М. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ТА ПЕРЕВАГИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ СИСТЕМ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИТУАЦІЙ	279
12. Овчарук В.В. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ	283
13. Рябініна Л.М. БЕЗГОТІВКОВИЙ ТА ПЛАТІЖНИЙ ОБОРОТИ КРАЇНИ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ЇЇ ЕКОНОМІКИ	288
14. Саврас І.З. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ	295
15. Садченко О.В. ГАРМОНІЗАЦІЯ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ЗАПОБІГАННЯ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ	301
16. Сілічєва Н.Є. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ	306
17. Сташкевич Н.М. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ	312
18. Стоянов М. РЫНОЧНОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БОЛГАРИИ	318
19. Ткаченко Ю.В. ДЕРЖАВНА ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ	325
20. Хомутенко В.П., Хомутенко А.В. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ КОНТРОЛЬНО-РЕВІЗІЙНОЇ СЛУЖБИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ОКРЕМИХ ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ	331
21. Циганюк А.В., Гаєвський А.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В СЕРЕДНЬОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ	336

**СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ НАУКИ**

1. Балашова Р.І. МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	342
2. Івашко Л.М. ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ	349
3. Ковалевська А.В., Радченко Н.А. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	359
4. Моліна О.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСВІТНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ	365
5. Павлова Т.В. ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	373
6. Семенов В.Ф. КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА В УПРАВЛІННІ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ	381
7. Сіднєва Ж.К. ЯКІСТЬ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ	388
8. Скляр Л.Б. ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ	394
9. Філіпков Ю.С. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ В НАУКУ	398
10. Харічков С.К., Буркинський Б.В., Горячук В.Ф., Тараканов М.Л. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОГО УСТРОЮ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНІВ)	402
АВТОРИ СТАТЕЙ	409

***ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
У СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ***

ОЦІНКА ЯКОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ НА ОСНОВІ КЛЮЧОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

У статті розкрито наукову гіпотезу, методичний підхід і процедуру оцінки якості менеджменту, що засновані на використанні комплексу економічних показників. На основі експериментальних розрахунків обґрунтовано можливість використання запропонованої методики у практиці роботи туристичних фірм.

In the article the scientific hypothesis, methodical approach and the procedure of quality estimation based on using of complex of economic indicators have been exposed. Possibility of using of the offered method in practice of the tourist companies is grounded on the basis of experimental calculations.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах поглиблення трансформаційних процесів та структурних зрушень в економіці України постають об'єктивні завдання щодо визначення напрямків і механізмів розв'язання проблем ефективного функціонування туристичних підприємств в умовах регіонального розвитку, підвищення якісного сервісу обслуговування населення.

Сучасний період господарювання характеризується активізацією пошуку збалансованої моделі якості туристичних послуг та економічних чинників підвищення якості діяльності підприємств сфери туризму. Отже, підвищення якісних характеристик туристичних послуг є одним із основних чинників розвитку туристично-реакційного комплексу, утворення позитивного іміджу туристичного регіону та формування його конкурентоспроможності.

Для ефективного функціонування підприємств туристичної галузі виникає потреба у науковому обґрунтуванні механізму управління та оцінки якості менеджменту сучасних підприємств в галузі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання якості виявили себе предметом активних досліджень вітчизняних учених у 90-х роках ХХ сторіччя, коли підприємства на радянському просторі опинилися перед необхідністю адаптації до світового ринку передусім у плані його вимог до якості товарів, послуг, менеджменту. Дослідженню проблем управління якістю у туристичній сфері присвятили свої праці такі вчені, як С. Гаврилюк, А. Гайдук, М. Новак, О. Тимошук, Т. Ткаченко, Л. Шульгіна. Проте цілий ряд важливих питань якості й досі ретельно не розглядався або ж тільки був позначений без їх ґрунтового наукового розв'язання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Якість – це комплексне, багатогранне поняття. Воно охоплює якість туристичних продуктів фірми, якість обслуговування клієнтів та якість менеджменту на туристичному підприємстві. Якщо перші дві складові можна вважати більш-менш розробленими науковцями [1, с.39-47; 2, с.23-56; 3, с.104-157], то остання – якість менеджменту – потребує, на наш погляд, більш детального розгляду з точки зору поглиблення методичного підходу до аналізу, обґрунтування можливості та необхідності його застосування у практиці роботи туристичних підприємств.

Постановка завдання. Мета даної статті полягає у розробці та обґрунтуванні методу оцінки якості менеджменту туристичної фірми на основі комплексу ключових економічних показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток конкуренції на ринку туристичних послуг спонукає керівників підприємств сфери туризму до постійного пошуку нових, адекватних в умовах конкуренції, інструментів управління бізнесом і важелів

підвищення своєї конкурентоспроможності.

Багаторічний західний і вже напрацьований український досвід роботи у ринкових умовах показали, що туристичні фірми, які зосередженні виключно на збільшенні прибутку за даний рік або на забезпеченні рентабельності, страждають короткозорістю. Для українських туроператорів типовими є ситуації, коли за наявності прибутку турфірма є неплатоспроможною, тобто не може погасити свої поточні зобов'язання, і навпаки, маючи збитки, турфірма акуратно розраховується з постачальниками турпослуг, співробітниками, бюджетом [4, с.34-67].

Уже за цими прикладами можна судити про те, що отримання прибутку не може розглядатися як стратегічна мета і критерій успішності функціонування турфірми. Але якщо не прибуток, то що можна прийняти за мету і критерій ефективності діяльності турфірми?

Світова економічна практика підказує відповідь — зростання добробуту підприємців (акціонерів, власників частки паю) або, інакше, зростання вартості бізнесу. У спрощеному випадку це зростання може бути визначено як різниця між вартістю капіталу, внесеного власником (засновником) при створенні підприємства і вартістю цієї ж частки при її можливому продажі.

Якщо капітал примножений, то менеджмент у турфірмі впорався зі своїми завданнями. Таким чином, йдеться про якість менеджменту. Економічні дослідження показують, що ринкова вартість бізнесу турфірми значною мірою пов'язана з показниками грошового потоку і динаміки частки ринку. Для туристичних підприємств це означає, що вартісний підхід до керування припускає концентрацію менеджменту підприємства не на поточних змінах величини прибутку, а на довгострокових грошових потоках. У цьому випадку підприємець, постійно збільшуючи вартість бізнесу, завжди зможе запобігти витоку капіталу в руки конкурентів.

Вартісний підхід керування (value based management – VBM) на практиці реалізується за допомогою 3-х методів: методу доданої вартості акціонерного капіталу, впровадженого в науковий оборот американським економістом Адольфом Раппапортом (shareholder' s value added – SVA); методики економічної доданої вартості Стерна-Стюарта (economic value added – EVA); методу доданої вартості (market value added – MVA) [5, с.15-68].

Для дослідження проблем якості менеджменту нами були обрані туристична фірма-оператор «Орбіта», а також її найближчі конкуренти – два туроператори Одеського регіону, які реалізують свій туристичний продукт на базі чартерних перевезень авіатранспортом за маршрутом Одеса – Анталія – Одеса.

Основним сегментом споживачів є мешканці Одеського регіону. Туроператори «Орбіта», «Пори року», «VIP-сервіс» діють більш п'яти років, мають певний досвід на ринку турпослуг, засновані на приватній власності.

Для подальшого аналізу якості менеджменту ми припускаємо, що поняття «ефективність» менеджменту досить широко застосовується в різноманітних об'єктивних процесах та суб'єктивній діяльності й іноді збігається чи отожднюється з поняттям «якість менеджменту». Але, на нашу думку, економічною суттю поняття «якість менеджменту» є плідність або результативність діяльності підприємства, основним критерієм оцінки яких можуть бути проміжний або кінцевий результати господарської діяльності, що припадає на одиницю витрат. Ці витрати також пов'язані з загостренням конкуренції на туристичному ринку.

Для оцінки якості менеджменту турпідприємств нами були визначені показники, що характеризують основні напрямки їх економічної діяльності: середня ціна туру, обсяги продажу послуг, частка ринку, витрати на одиницю послуг та інші.

Усього відібрано десять ключових економічних показників, кожний з яких характеризує яку-небудь сторону господарської діяльності туристичного підприємства: виробничу, фінансову, маркетингову, інвестиційну.

Наприклад, показник частки ринку, який ми використовуємо в даному аналізі, є одним із вагомих показників, що узагальнено відображає ринкову позицію підприємства на ринку.

Для цілей аналізу мають значення не тільки абсолютні значення показників досліджуваної форми, а й співвідношення їх з середньогалузевими по регіону та з показниками основних конкурентів – турпідприємств «Пори року» та «VIP-сервіс», які і наведені в таблиці №1.

Дані для розрахунку показників одержані з форм 1 – Тур «Звіт про діяльність туристичної організації за 2008р.».

Таблиця 1

Вихідні дані для оцінки якості менеджменту
у досліджуваному підприємстві та його найближчих конкурентів
(за даними звітів 2008р.)

№ з/п	Показники	Основні показники туроператору «Орбіта»	Основні показники турфірм-конкурентів		Середньогалузевий показник по Одеському регіону	Рейтинг		
			«Пори року»	«VIP-сервіс»		«Орбіта»	«Пори року»	«VIP-сервіс»
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Середня ціна (турпакета), грн.	2567	2063	1849	694	3	2	1
2	Обсяг продажів, тис. грн.	392,8	454,6	322,4	40661	2	1	3
3	Частка ринку, %	0,96	1,12	0,79	-	2	1	3
4	Витрати на од. послуги (турпакета), грн./%	2397/ 93%	1582/ 77%	1642/ 88%	-	3	1	2
5	Платежі до бюджету, % до обсягу в регіоні	1,62	2,17	1,2	5,8	2	1	3
6	Середньосписочна кількість персоналу, од./% у регіоні	5/0,5	10/1,0	6/0,6	965	3	1	2
7	Інвестиції на створення системи якості, тис. грн./% від обсягу балансового прибутку	2,0/10,9	6,3/13,8	1,6/9,3	2,4/12,4	2	1	3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	Кількість рекламаций на якість турпослуг на 100 тур, % з початку року	-	1,4	0,9	1,9	1	3	2
9	Коефіцієнт ефективності праці, грн. в міс.	606,6	821,0	924,0	-	3	2	1
10	Коефіцієнт конкуренто- спроможності (показник визначає суму прибутку, отриману на 1 грн. реалізованих турпослуг), грн.	0,046	0,21	0,12	-	3	1	2
11	Сума рангів	X	X	X	X	24	14	22
12	Місце в конкурентній боротьбі	X	X	X	X	3	1	2

Як бачимо з таблиці 1, за критерієм мінімуму суми рангів (найкращий стан показника визначається як мінімальний ранг), на першому місці опинився конкурент досліджуваної фірми – туроператор «Пори року».

Друге місце також посів конкурент – фірма «VIP-сервіс».

Найгірша позиція у туроператора «Орбіта».

Видно також, що «Орбіта» має найнижчий коефіцієнт конкурентоспроможності – 4,6 копійки на одну гривню реалізованих послуг і найвищі витрати виробництва на одиницю турпродукту.

Таким чином, на підставі рейтингової оцінки було визначено місце кожного з досліджуваних підприємств з точки зору рівня якості менеджменту.

Однак для отримання більш точної картини з цього приводу ми вирішили визначити динаміку ринкової вартості бізнесу всіх трьох туристичних фірм. Розрахунки зазначеного показника здійснено нами за формулою:

$$MVA (\text{ринкова вартість бізнесу}) = CF/WACC,$$

де CF – грошовий потік тур підприємства;

WACC – середньозважена вартість капіталу турпідприємства.

Підсумкові значення цього показника в динаміці наведені нами в таблиці 2.

Як показали розрахунки, найгірша позиція склалась у туроператора «Орбіта», що дає нам змогу в цілому оцінити якість менеджменту.

Як відомо, аутсайтери ринку мають право залишити обраний сегмент ринку (у нашому випадку це – Туреччина), але можуть поліпшити свої позиції за рахунок перегляду конкурентної стратегії, що є вірогідною для туроператора «Орбіта».

Виходячи з аналізу основних показників ринкового становища фірм-туроператорів для забезпечення якості менеджменту та додаткових конкурентних переваг у наслідок ринкового ефекту синергізму і якісних характеристик послуг.

Таблиця 2

Динаміка ринкової вартості бізнесу досліджуваних туристичних фірм у 2007-2008рр.

Тур підприємства	2007р.	2008р.	Темп зростання, (+,-)%
«Пори року»	0,910	0,927	+1,08
«VIP-сервіс»	0,901	0,905	+0,9
«Орбіта»	0,915	0,867	-1,05

Слід рекомендувати турпідприємствам – «аутсайдерам» такі організаційно-економічні заходи:

1. Підвищити рівень самоорганізації внутрішнього фінансового менеджменту турфірми.
2. Збільшити свою капіталізацію, і отже, підвищити вартість капіталу, вкладеного власником, за рахунок:
 - зміни структури товарообігу послуг на користь збільшення обсягів реалізації турпакетів на внутрішньому ринку;
 - застосування стратегії «престижності споживання» й «престижної ціни» за рахунок розширення ексклюзивних брендів турпакетів на сегменті V.I.P. – клієнтури туроператора на таких напрямках, як Таїланд, Індонезія, Іспанія;
 - підвищення ефективності рекламного впливу на споживача турпослуг шляхом проведення спільних рекламних акцій з виробниками і торговельними посередниками; збільшення показників власного капіталу й чистих активів у балансі туристичного підприємства.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведені дослідження та експериментальні розрахунки показали, що поряд з існуючими методами оцінки якості менеджменту на підприємствах туризму можна застосовувати й метод, заснований на використанні ключових економічних показників.

Запропонований метод не потребує надто складних розрахунків чи володіння особливими інструментами дослідження і тому може мати застосування в кожній туристичній фірмі.

У той же час автор вважає, що у перспективі можуть бути знайдені та інші підходи до управління якістю менеджменту на підприємствах сфери туризму.

Література

1. Герасименко В. Г. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. – № 14 (70). – С. 39–47.
2. Каплан Р. Сбалансованная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 271 с.
3. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід / С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304 с.
4. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т. І. Ткаченко. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. – 463 с.
5. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: [монографія] / Л. М. Шульгіна. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2005. – 597 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВИХ КАТЕГОРІЙ КОНКУРЕНЦІЇ

У статті здійснено аналіз теоретичних підходів щодо визначення сутності економічних категорій конкуренції, а також приведено узагальнене визначення поняття «конкурентоспроможність». Надано авторське трактування сутності конкурентоспроможності як економічної категорії.

The analysis of theoretical approaches to defining the essence of economic categories of competition is provided in the article, and the generalized definition of competitiveness is given too. The courtesy of copyright interpretation essence of competitiveness as an economic category is determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки важливою умовою стабільної діяльності підприємства в ринковому середовищі є конкурентоспроможність. Процеси глобалізації, інтеграції, розвитку зовнішньої торгівлі, посилення конкурентної боротьби формують нові стандарти відносин на світовому ринку. Але формування конкурентного середовища в нашій країні відбувається без належного досвіду, інституціональної структури, інструментальної бази та фахівців. Тому аналіз теоретико-методологічних принципів формування механізму конкурентоспроможності в країнах з високим рівнем життя та сталою економікою зумовив актуальність дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження теоретичних засад та принципів конкуренції в різних аспектах знайшли своє відображення в працях як закордонних, так і вітчизняних учених: А. Сміта, Д. Рікардо, Й. Шумпетера, М. Портера, Г. Азоева, П. Зав'ялова, Б. Райзберга, Ф. Котлера, Р. Фатхутдінова, С. Брю, А. Юданова та інших. Розгляду питання формування конкурентоспроможного підприємства приділяли увагу М.І. Книш, П.В. Забелін, В. Стівенсон, В.Є. Хруцький, І.В. Корнєєва, Р. А. Фатхутдінов тощо.

Але у даний період деякі аспекти проблеми залишилися недостатньо висвітленими і потребують доопрацювання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В економічній літературі не існує загального визначення конкурентоспроможності. Різноманітність поглядів науковців стосовно визначення терміна конкурентоспроможності пов'язана з: узагальненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції або послуг; масштабами розгляду конкурентоспроможності на регіональному, національному або світовому ринку (підприємство, регіон, галузь, країна); заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень); характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства – виробничий, трудовий потенціал [1, с.28]. Проте, як правило, при розкритті сутності конкуренції науковці розглядають лише окремі її прояви, а термін «конкурентоспроможність» визначають, опираючись, на підґрунті предмету дослідження. Отже, вивчення цих та інших підходів щодо визначення конкурентоспроможності потребує нових досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є опрацювання комплексного дослідження щодо розкриття економічних категорій «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність регіону».

Виклад основного матеріалу дослідження. Ще у XVIII столітті А. Сміт, який сформулював свій відомий принцип «невидимої руки», підкреслював, що механізм, який

спонукає підприємців виконувати вказівки «невидимої руки» є конкуренція [2, с.56-240]. Конкуренція – це боротьба, суперництво між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери вкладання капіталу, ринки збуту, сировинні бази. Конкуренція допомагає скоординувати діяльність підприємств у сприятливому для суспільства напрямку. У конкуренції виграє той, хто максимально задовольняє потреби споживачів.

Здатність об'єкта витримувати конкуренцію на даному ринку називається конкурентоспроможністю.

Проаналізувавши визначення «конкуренція», яке здійснювалося як закордонними, так і вітчизняними вченими-економістами, було з'ясовано, що конкуренція як науковий термін – багатоаспектний елемент ринкового механізму, і в кожному випадку її сутність визначається цілями, у зв'язку з якими вона сформована (рис. 1), а деталізація підходів до визначення сутності конкурентоспроможності зображена в таблиці 1.

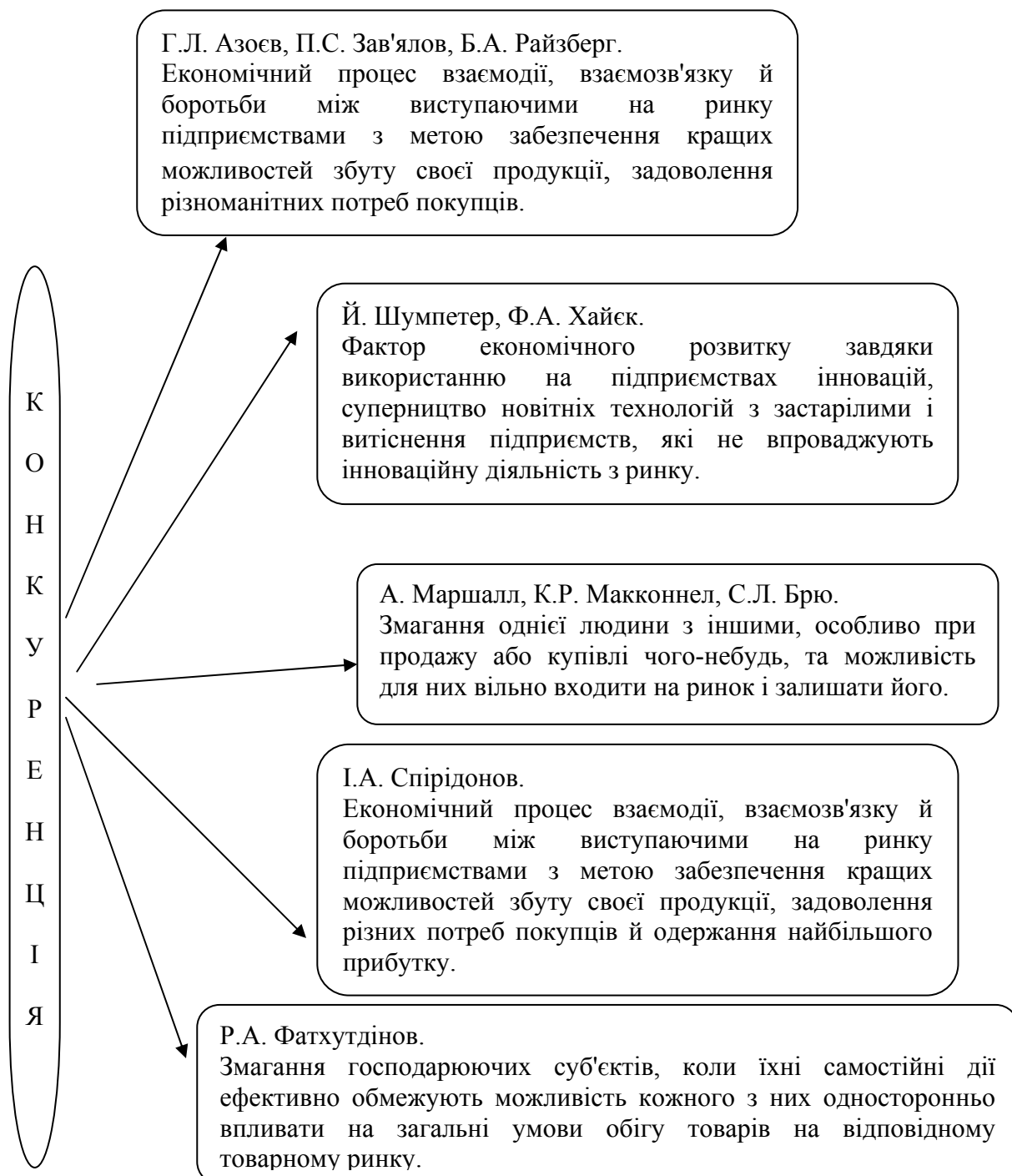


Рис. 1. Підходи науковців до визначення сутності терміна «конкуренція»

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності конкурентоспроможності [1, с.28; 3, с.34]

Вчений-економіст	Визначення сутності конкурентоспроможності
Ожогов С.І.	Здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам
Книш М.І.	Ступінь привабливості даного продукту, для споживача, який здійснює реальну покупку
Забелін П.В., Моїсєєва Н.К.	Здатність приносити прибуток у короткостроковому періоді не нижче заданого, або перевищення над середнім прибутком
Грошев В.П., Кредісов А.І.	Комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів по ступені й рівню задоволення потреб покупців і витратам на його купівлю й експлуатацію
Стівенсон В.	Конкурентоспроможність характеризує те, «наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу».
Хруцький В.Є., Корнєєва І.В.	Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника.
Фатхутдінов Р.А.	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів.
Семенов В.Ф.	Конкурентоспроможність регіону – це обумовлене економічними, соціальними, політичними і іншими чинниками положення регіону і його окремих товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринках, яке виявляється через показники (індикатори), що адекватно характеризують відповідний стан і його динаміку.

Основними складовими елементами конкуренції є конкурентоспроможність і конкурентні переваги. В економічній літературі конкуренцію, з одного боку, розглядають як «суперництво між товаровиробниками за найбільш ефективні умови й результати вкладення ресурсів у процесі виробництва і збуту товарів» [4, с.71], а з іншого, – як частину ринкового механізму, який задовольняє потреби покупців. На відміну від поняття конкуренції,

конкурентні переваги характеризують не просто боротьбу на певному сегменті ринку, а надають можливість фірмам відрізнитися від підприємств-конкурентів своїми унікальними якостями і сильними сторонами. Завдяки конкурентним перевагам підприємства отримують більшу додану вартість ніж, суперники.

Найбільш влучно конкурентні переваги охарактеризував К. Койн: «Конкурентні переваги – позитивні відмінності фірми від конкурентів, котрі схиляють покупців віддавати перевагу саме його продукції й забезпечують отримання більш високого прибутку фірмою» [5]. Такої ж думки дотримується автор у своєму дослідженні.

Конкурентоспроможність характеризує властивість продукції протистояти іншій продукції того ж призначення на визначеному сегменті ринку.

Ця властивість визначається сукупністю її споживчих цінностей, необхідних і достатніх для того, щоб продукція в визначений термін могла бути реалізована на конкретному ринку по порівняльним цінам нарівні з продукцією, яка задовольняє однакову потребу.

Конкурентоспроможність є сукупністю показників функціонування галузі і діяльності виробничих структур, що визначають їх стабільний розвиток і успіх у конкурентній боротьбі на вітчизняних та світових ринках.

Ряд вітчизняних і закордонних науковців характеризують узагальнене визначення конкурентоспроможності як здатність підприємств – суперників випереджати один одного у конкурентній боротьбі (табл. 1).

З урахуванням розглянутих тлумачень пропонуємо таке визначення конкурентоспроможності: Конкурентоспроможність – це економічна категорія, яка характеризує унікальність об'єкта дослідження (товару, підприємства, регіону), вирізняє його з-поміж аналогічних об'єктів ринку за певний проміжок часу і дає підстави для стратегічної розбудови.

Висновки і перспективи подальших розробок. Для того, щоб у повній мірі підприємство могло скласти конкуренцію своїм суперникам на певному сегменті ринку, необхідно не тільки досягти високого рівня конкурентоспроможності, але й підтримувати його.

А це неможливо виконати без конкурентних переваг. Для підприємств, що втрачають свої конкурентні позиції, на перше місце виходить проблема як наздогнати, а не яким чином випередити конкурентів. Таким чином, подальші дослідження слід присвятити питанням визначення та формування джерел конкурентних переваг та обґрунтуванню шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. Клименко С. М. Управление конкурентоспособностью предприятия: [навч. посіб.] / С. М. Клименко та ін. – К.: КНЕУ, 2009. – 520 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с. – (Серия: Антология экономической мысли).
3. Семенов В. Ф. Региональная экономика: [навч. посіб.] / В. Ф. Семенов, Т. О. Проценко. – К.: «МП Леся», 2009. – 708 с.
4. Тищенко А. Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: [монография] / А. Н. Тищенко и др. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2007. – 376 с. – Библиогр.: 356–375 с.
5. Журило Р. М. Аналіз теоретичних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Р. М. Журило. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_28/Statti/35PDF.pdf.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК В БОЛГАРСКИХ КОМПАНИЯХ

В статье установлены приоритеты ориентации болгарских компаний относительно применения разных логистических практик. Выявлено наличие проблем и намерений для будущих инвестиций в данном направлении. Исследованы компании разной величины с разными позициями на рынке, которые занимаются производственной и торговой деятельностью.

The main aim of the article is to examine the orientations of Bulgarian companies towards applying different logistics practices, as well as to find out existing problems and intentions for future investments in this direction. Object of the study are companies of different scale and different market positions, active in the field of production and trade.

Постановка проблемы в общем виде. Болгарские компании поставлены перед вызовами усиливающейся конкуренции и ряда новых проблем после присоединения страны к Европейскому союзу. Выявление новых источников поставки сырья, непрерывное изменение потребительских запросов и предпочтений, а также вытекающее из этого увеличение разнообразия предлагаемых продуктов, как и сокращение их жизненного цикла – только часть новых вызовов.

Чтобы решить эти проблемы, компании ориентируются на применение логистической концепции. Таким образом они могут улучшить точность прогнозов, сократить затраты на покупку материалов и их хранение, уменьшить объем товаров, находящихся на складе, сократить сроки обработки заказов, а в том числе и выпуск новых продуктов на рынок. На практике инвестиции в логистику направлены на улучшение обслуживания клиентов и управления расходами.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Практические и теоретические разработки в направлении рассмотрения применения логистических практик проводились такими известными учёными, как Б. Благоев, П. Димитров, В. Стивенсон, В.И. Сергеева и другими.

Формирование целей статьи. Основная цель статьи – установить ориентированность болгарских компаний на применение различных логистических практик, а также выявить существующие проблемы и намерения, относительно будущих инвестиций в этом отношении.

Изложение основного материала исследования. Быстрое развитие современной логистики как науки и хозяйственной деятельности стимулируется ее существенным вкладом в повышение эффективности хозяйственной деятельности и корпоративной рентабельности [1, с.8].

Следует подчеркнуть, что применение логистической концепции в деятельности компаний требует единого управления всеми деятельностью, посредством которых реализуется движение материальных ресурсов и сопутствующих их потоков от источника возникновения до конечных потребителей, что объективно порождает их интегрированное управление. Поэтому в исследовании изучаются связи компаний с их клиентами, поставщиками, субподрядчиками, посредниками, прослеживается использование различных логистических технологий. Можно сказать, что применение логистики в хозяйственной практике следует общей модели, наиболее характерными чертами которой являются: во-первых, совершенствование применения логистической концепции в управлении

производственными и торговыми фирмами; во-вторых, появление и бурное развитие логистического сектора, а именно фирм, которые специализируются на предоставлении логистических услуг; в-третьих, рост предложения специализированных для логистики техники, технологий, софтуера, ноу-хау, научных проектов, консалтинговых и образовательных услуг [2, с.5]. В связи с этой эволюционной моделью развития объектами исследования выбраны болгарские фирмы различной величины и с различными позициями на рынке, занимающиеся производственной и торговой деятельностью.

Наблюдение проводилось над 103 компаниями, при этом их отбор осуществлен на основе публичных электронных баз с фирменными данными. Информация собрана путем заполнения опросных списков, отправленных электронной почтой. Большую часть наблюдаемых компаний составляют производители (65 %), из них самый большой удельный вес имеют производители пищевых продуктов и напитков. Около 30% приходится на долю фирм, определяющих себя как предлагающие услуги, причем половина из них занимается торговой, внешнеторговой и дистрибьютерской деятельностью. 42% наблюдаемых фирм имеют численность занятых лиц не более 50, персонал 43,3% из них варьируется от 51 до 250, и 14,8% имеют свыше 251 занятых лиц.

При исследовании степени развития и применения логистической концепции в наблюдаемых компаниях обнаруживаются некоторые различия в практиках представителей двух основных секторов, которые тесно увязаны с их спецификой (табл.1, данные обработаны с помощью SPSS).

Таблица 1

Мнения респондентов в зависимости от сектора компании (в %)

Как компания управляет цепью поставок	Сектор		Доля всей совокупности
	Производство	Услуги	
Близкие взаимоотношения с клиентами	92.5	83.3	89.3
Близкие взаимоотношения с поставщиками	86.6	86.1	86.4
Поддерживают товарные запасы	79.1	72.2	76.7
Работают с несколькими поставщиками	50.7	55.6	52.4
Применяют стратегическое планирование	49.3	47.2	48.5
Используют электронный обмен данными	50.7	44.4	48.5
Работают со многими поставщиками	37.3	19.4	31.1
Изучают хорошие практики	26.9	16.7	23.3
Используют внешних консультантов	17.9	20.0	20.4
Используют субподрядчиков	23.9	2.8	16.5
Осуществляют электронное снабжение	6.0	27.8	13.6
Используют "интайм" систему	7.5	22.2	12.6
Применяют вертикальную интеграцию	9.0	5.6	7.8
Осуществляют трехстороннюю логистику	4.5	5.6	4.9
Осуществляют outsourcing	4.5	2.8	3.9

Наряду с этим производит впечатление поставленная почти всеми компаниями (89,3%) на первом месте практика поддержания близких взаимоотношений с клиентами. По нашему мнению, это обусловлено фактом, что в Болгарии компании-производители, независимо от того, производимые ими продукты доходят до конечных потребителей или нет, все еще работают преимущественно с представителями организационных рынков (звеньев каналов распределения), а там связи с клиентами наиболее прочны. Большинство опрошенных (86,4%) указывают, что в своей работе поддерживают тесные взаимоотношения и с поставщиками. Производит впечатление, что производители в значительно большей

степени работают со многими поставщиками по сравнению с представителями сектора услуг. Кроме того, в отличие от представителей сектора услуг производители в меньшей степени используют типичную логистическую практику снабжение по графику или «интайм» систему. В этом отношении было бы интересно проанализировать влияние других факторов: уровень доверия к поставщикам, географическое местоположение поставщиков, минимизация расходов на транспорт и т. п.

Анализ позиций, отражающих партнерство фирм с поставщиками и клиентами, дает основание сделать следующие выводы:

Во-первых, фирмы в секторе производства уделяют большее внимание близкой работе с клиентами, чем близкой работе с поставщиками. Следовательно, их фокус направлен на более полное удовлетворение запросов клиентов, чем на оптимизацию и совершенствование собственного снабжения. Во-вторых, при фирмах в секторе услуг наблюдается обратное положение, т.е., они в большей степени обращают внимание на свои взаимоотношения с поставщиками, чем с клиентами. По-видимому, это обусловлено спецификой работы компаний этого сектора, которые используют большое разнообразие входящих ресурсов, и ввиду этого их успешная работа тесно связана с поддержанием партнерских взаимоотношений с поставщиками.

Исследование показывает все еще низкую степень использования электронного снабжения – только 13,6% компаний. Больше половины респондентов (68,8%) заявляют, что электронное снабжение не является подходящей практикой для их компании. Этот факт подсказывает о наличии определенных негативных настроений и/или об отсутствии достаточных знаний относительно этих практик. И здесь наблюдаются различия между компаниями обоих секторов. Производители в меньшей степени (в 5 раз) по сравнению с фирмами, предлагающими услуги, заявляют, что пользуются электронным снабжением. Для Болгарии этот факт может быть связан с существующим недоверием к электронным расчетам, с недоверием со стороны компаний к дистанционной покупке, со сравнительно слабым присутствием болгарских поставщиков в Интернет-пространстве.

Существенные различия между компаниями обоих секторов существуют и по отношению к использованию субподрядчиков. Лишь 2,8% компаний в сфере услуг пользуются подобной практикой. Наверное, это обусловлено фактом, что обслуживание предполагает более тесные контакты с потребителями по сравнению с производством, что значительно ограничивает фирмы при выборе методов работы [3, с.25]. Кроме того, в производственной сфере субподрядчиков можно использовать при формировании резервов готовой продукции или полуфабрикатов, в то время как в сфере услуг это невозможно.

Большое впечатление производят полученные результаты по отношению к применению наиболее распространенных логистических практик. Без значения, в каком секторе работают, компании в незначительной степени используют аутсорсинг (едва 3,9%), как и логистических посредников (только 4,9%). Очевидно, что компании, охваченные исследованием, предпочитают самостоятельно выполнять все деятельности, связанные с планированием, организацией, контролем и регулированием движения материальных и сопутствующих их потоков. Только небольшая часть из них предоставляет эти деятельности внешним организациям. Мы считаем, что в этом направлении предстоит развиваться процессу применения логистической концепции в болгарской хозяйственной практике.

В связи с вышеизложенным интерес представляют и мнения респондентов по вопросу, насколько успешно справляется компания с управлением цепью поставок (другая типичная логистическая практика). Больше 2/3 представителей обоих секторов выражают свое удовлетворение по этому вопросу, но на фоне этого интерес представляет факт, что только 14,6% компаний располагают самостоятельными логистическими отделами в своих организационных структурах. Почти в два раза больше – 24,3% составляют компании, которые заявляют, что располагают четким логистико-стратегическим планом. Нужно отметить, однако, что существуют эволюционные этапы в процессе организационного формирования логистики в фирмах. Наличие или отсутствие самостоятельного

организационного звена в структуре компании не следует воспринимать как признак того, в какой степени она справляется или нет с управлением логистическими деятельностью. Но для установления начальных ориентаций компаний на применение логистических практик считаем, что формальное наличие самостоятельного логистического отдела и осуществление стратегического планирования вполне достаточны.

Установление существующего использования современных решений, логистических технологий и информационно-управляющих систем является другим важным элементом исследования готовности болгарских компаний к применению логистических практик [4, с.111; 5, с.25-39] (табл. 2). Использование логистических технологий и базирующихся на них информационных систем может произойти под формой автономной и завершенной системы или в виде отдельных программных модулей в общей корпоративной информационной системе.

Таблица 2

Текущее использование решений и систем в исследуемых компаниях

Название решения или системы	Итого	Тип системы	
		Специально разработанная для целей компании	Стандартизованный пакет
WMS – система управления складским хозяйством	73.7 %	68.4 %	5.3 %
EDI – электронный обмен данными	59.6 %	16.9 %	42.7 %
Электронный бизнес	50.0 %	25.6 %	24.4 %
Штрих-коды	49.4 %	43.2 %	6.2 %
SRM – управление взаимоотношениями с поставщиками	37.2 %	7.7 %	29.5 %
CRM – управление взаимоотношениями с клиентами	37.1 %	6.2 %	30.9 %
MRP – планирование потребностей в материалах	27.3 %	20.8 %	6.5 %
MRP II – планирование производственных ресурсов	25.7 %	21.4 %	4.3 %
ERP – планирование ресурсов предприятия	17.8 %	9.6 %	8.2 %
Электронная торговля	13.9 %	8.3 %	5.6 %
JIT – “интайм” системы	11.8 %	5.9 %	5.9 %
SCM – система управления цепью поставок	11.6 %	5.8 %	5.8 %
APS – современная система планирования	7.2 %	4.3 %	2.9 %
Экспертные системы принятия решения	5.7 %	1.4 %	4.3 %
RFID – радиочастотная идентификация	2.9 %	-	2.9 %
TOC – системы управления ограничительными условиями при управлении цепью поставок	-	-	-

Очевидно, что фокус и усилия фирм направлены на управление складскими хозяйствами и на осуществление электронного обмена данными. Более того- значительная часть наблюдаемых компаний используют стандартизованные решения при электронном обмене данными, как и при поддержании взаимоотношений с поставщиками и клиентами. Можно сказать, что это характерно для начальных этапов распространения логистических практик, но все же не следует недооценивать необходимость интегрирования стандартизованных решений и специфик компаний. Подобная тенденция отчетливо проявляется в производственных компаниях, которые используют специально для них разработанные системы планирования потребностей в материалах и производственных ресурсах. Нужно особо подчеркнуть, что из-за отсутствия иного эмпирического стандарта сравнения, трудно можно определить в какой степени полученная информация сигнализирует о позитивных или негативных процессах.

Большая часть представителей разных фирм оценивают позитивные результаты использования систем. Инвестиции в них дают лучшие возможности для планирования деятельности, накопления и обработки большего объема и более качественной информации. Немногим больше 1/3 заявляют, что замечается повышение продаж в их компаниях, но в этом отношении необходимо применять более тщательные методики, чтобы установить факторы, способствующие этому процессу. Между представителями обоих секторов не наблюдается существенных различий в ранжировании наблюдаемых польз. Очень малая часть компаний заявляют, что им приходилось преодолевать серьезные проблемы в процессе введения систем. Самые существенные затруднения (чьей удельный вес составляет 11,3%) связаны со скрытыми издержками и с необходимостью увязки новых решений с существующими системами и процессами в компаниях. 9,9% наблюдаемых фирм утверждают, что испытывали проблемы в увязке новых применений с системами поставщиков. Очень важно уточнить, что представители разных компаний не указывают на серьезные затруднения с точки зрения сопротивления со стороны служащих и рабочих, как и с точки зрения отсутствия умений у них. Фирмы, которые сообщают о подобных затруднениях, используют стандартные применения разных информационно-управляющих систем (для каждой из указанных систем остающиеся проценты до 100 относятся к компаниям, которые не используют решение или систему).

Выводы и перспективы дальнейших разработок. В заключение следует раскрыть и намерения компаний инвестировать в применение логистических практик. Их можно оценить как умеренные. Наибольший интерес – 52,2% компаний проявляют к системам управления взаимоотношениями с клиентами. Затем следует управление взаимоотношениями с поставщиками (28,6% компаний). В производственных компаниях инвестиции в системы, поддерживающие партнерские взаимоотношения, яснее выражены по сравнению с фирмами в секторе услуг. Они также предпочитают инвестировать в специально разработанные информационно-управляющие системы, что позволяет более гибко наладить систему к спецификам бизнеса, контактными аудиториям и взаимоотношениям.

Четко очерчивается процесс развития и использования логистической концепции в деятельности болгарских компаний. Они все более решительно ориентируются на использование логистических практик, так как им приходится быть более гибкими, чтобы успешно развивались на рынке. С этой точки зрения фирмы вынуждены решать достаточно сложные логистические задачи, а с введением логистических практик они могут оптимизироваться посредством заложенных алгоритмов и сценариев. На их основе информационно-управляющие системы облегчают и оптимизируют решения по отношению к месту хранения, типу упаковки, количеству, оптимизации транспорта и т.п.

Литература

1. Благоев Б. Стопанска логистика / Б. Благоев и авт. кол. – Варна: Наука и икономика, 2009. – 320 с.
2. Димитров П. и коллектив, Развитие на логистичния сектор в България / П. Димитров. – София: Стопанство, 2008. – 215 с.
3. Stevenson W. Production / W. Stevenson. – Irwin: Operation management, 1998. – 354 p.
4. Корпоративная логистика [под общей научн. ред. В. И. Сергеева]. – ИНФРА-М, М., 2004. – 178 с.
5. Георгиев Г. Учение за предприятието / Г. Георгиев. – Варна: Университетска печатница на Държавен университет, 1947. – 310 с.

МІСЦЕ СИСТЕМИ МОТИВІВ І СТИМУЛІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено інноваційну діяльність машинобудівних підприємств, уточнено зміст управління інноваційною діяльністю, розглянуто елементи мотивування працівників підприємства. Обґрунтовано виділення системи мотивів і стимулів, а також визначено її місце в управлінні інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств.

Investigational innovative activity of machine-building enterprises, maintenance of management innovative activity is specified, the elements of reason of workers of enterprise are considered. Grounded Selection of the system of reasons and stimulus are grounded, its place in the management of machine-building enterprises innovative activity is determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Машинобудування – це важлива галузь національної економіки. Її слід розглядати як систему взаємопов'язаних між собою галузей, які складаються з верстатобудування, приладобудування, енергетичного, металургійного, хімічного та сільськогосподарського машинобудування. Продукція машинобудівної галузі забезпечує технічне переоснащення всього господарства, задовольняє споживчий попит населення на різноманітні апарати та прилади побутового призначення, створює економічний та оборонний потенціал окремих країн, що ще раз підкреслює її важливість. До машинобудування відносять, також, електротехнічне виробництво, радіоелектроніку, транспортне виробництво, та обчислювальні прилади [1].

Машинобудування України є галуззю, яка постійно зростає. Протягом 2004-2008 рр. обсяг виробленої підприємствами галузі продукції зріс у 1,83 разів та у 2008р. становив 98339,9 млн. грн. У аналізованому періоді на машинобудівних підприємствах збільшилась рентабельність операційної діяльності (із 2,3% у 2004р. до 5,0 у 2008р.), зросла чисельність зайнятих (у 2007р. на машинобудівних підприємствах працювало 2,6% усього працездатного населення країни), зріс індекс продуктивності праці.

Щодо кількості машинобудівних підприємств, то протягом 2006-2007 рр. відмічено деяке скорочення їх чисельності. Іншими проблемами підприємств машинобудівної галузі можна вважати високий ступінь зношення основних фондів, що у 2007р. становив 68,9%. Варто зазначити, що значення цього показника для усієї промисловості було дещо нижчим – 55,6% [2, с.225-234].

Інноваційною діяльністю машинобудівного підприємства вважається така діяльність, яка спрямовується на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень, розробок та випуск на ринок конкурентоспроможних товарів та послуг [3,с.301-310]. Вона тісно пов'язана з використанням отриманих результатів наукових досліджень та розробок у виробництві нових товарів та послуг, які є істотно кращими від вже існуючих, з метою завоювання нових ринків.

Згідно результатів досліджень, інноваційну діяльність машинобудівних підприємств можна вважати такою, що перебуває на стадії розвитку. Серед усієї кількості машинобудівних підприємств у 2007р. інноваційно-активними визнано лише 421. Ними протягом року використано лише 385 винаходів, 370 корисних моделей, 194 промислові зразки. Загальний обсяг витрат на інновації у 2007р. склав 2,6 млрд. грн.

Динаміка кількості інноваційно-активних машинобудівних підприємств у 2004-2007рр. наведена на рис. 1.

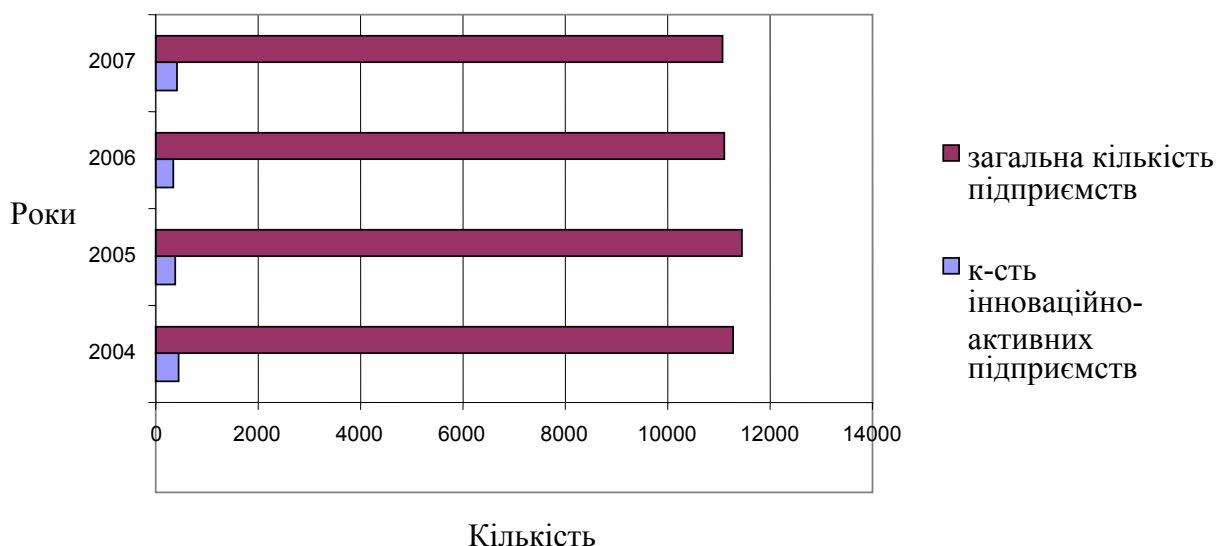


Рис. 1. Динаміка кількості інноваційно-активних машинобудівних підприємств у 2004-2007рр., шт.

На сьогоднішній день, в умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку, машинобудівним підприємствам слід втілювати інновації. Для отримання високих результатів інноваційних процесів потрібно здійснювати управління інноваційною діяльністю.

Відповідно до поглядів О.Є. Кузьміна і О.Г. Мельник [4, с.7] управління – це цілеспрямована дія на колектив чи на одного окремого працівника з метою отримання бажаного результату. Управління, також, є дією на колектив для зміни його поведінки, стану, отримання оптимального режиму діяльності, збереження відповідної структури та реалізації встановленої мети відповідно до технічних, соціальних, та інших вимог.

Управління інноваційною діяльністю полягає у чітко усвідомленому впливі керівником на працівників-інноваторів з метою отримання найкращого результату в інноваційній діяльності. З позиції функціонального підходу, управління інноваційною діяльністю варто розглядати як процес розробки методів менеджменту та прийняття управлінських рішень у результаті планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання інноваційної діяльності – реалізації функцій менеджменту.

На нашу думку, управління інноваційною діяльністю можна, також, вважати впливом на колектив через систему мотивів і стимулів. Тому необхідно дослідити мотиваційні елементи інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Згідно О.Є. Кузьміна і О.Г. Мельник під мотивуванням слід розуміти заходи, вплив яких спрямований на заохочення себе та колектив працівників підприємства до діяльності [4, с.79]. Це дає можливість отримати підприємством очікуванні результати. Елементами мотивування працівників підприємства є потреби, інтерес, стимули, мотиви, винагороди, ціль. Процес мотивації ділиться на чотири головні етапи.

1. Виникнення потреби (відчуття голоду, спраги, бажання отримати освіту, тощо).

2. Обґрунтування стратегії і пошук шляхів задоволення потреби – діяльність у відповідності із мотивами, які виникли під дією стимулів (купівля продуктів або обід у кафе, вступ до вузу або самоосвіта).

3. Визначення тактики поведінки і покрокова її реалізація (швидко або помалу діяти, знайти засоби, проаналізувати альтернативні шляхи, вибір рішення).

4. Задоволення потреб і отримання матеріальної або духовної винагороди [5, с.8].

Виходячи із наведених етапів, елементами мотиваційної діяльності на підприємстві є: потреби, стимули, мотиви і винагороди.

За Л.І. Тертичною [6] до складу ключових мотиваційних елементів інноваційної

діяльності включають: матеріальне стимулювання, яке ґрунтується на регулюванні рівнів заробітної плати, преміальних доплат, надбавок та інших матеріальних винагород; моральне стимулювання – залучення до управління компанією, наділення працівника певними повноваженнями, сприяння у кар'єрному рості, можливість самостійно вибирати область наукових досліджень, тощо; створення оптимального робочого середовища для працівника, який займається інноваційною діяльністю; вдосконалення умов праці.

Особливу увагу у процесі управління інноваційної діяльністю машинобудівного підприємства варто приділити стимулам і мотивам. Стимулами діяльності людини вважаються зовнішні спонукання, що формують поведінку та бажання досягти певних результатів. Здебільшого, стимули поділяються на моральні і матеріальні. Стимули спричиняють виникнення у свідомості мотивів.

За О.П. Єгоршиним, мотивом є внутрішня спонукальна причина поведінки і діяльності людини. Вона виникає під впливом потреб та інтересів людини, що представляють собою образ бажаного блага, яке задовольняє потребу при умові виконання певної трудової діяльності [5, с.8]. Мотив для кожної особистості є індивідуальним, оскільки його складові закладені генетично відповідно до культурних та органічних потреб людини. Серед елементів мотиву виділяють: соціальний статус; надійність; почуття приналежності; суперництва; визнання; влади. Виходячи із цього, можна зробити висновок, що всі мотиви між собою тісно пов'язані, отже вплив на один із мотивів не враховуючи інших – неефективний. В різні відрізки часу мотиви у працівників неоднакові, ці зміни можуть бути зумовлені змінами у розвитку особистості, а також під зовнішніми впливом різноманітних чинників [7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. На основі узагальнення літературних джерел і практики діяльності машинобудівних підприємств можна стверджувати, що на підприємстві слід управляти інноваційною діяльністю, яка включає у себе мотивування. Мотиваційні елементи різноманітні та характеризуються складними взаємозв'язками. Це визначає необхідність їх детального дослідження та визначення їх ролі в управлінні інноваційною діяльністю.

Постановка завдання. Відповідно до поставленої проблеми, у статті слід визначити місце системи мотивів і стимулів в управлінні інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнення останніх досліджень і публікацій за проблемою показало те, що мотиви і стимули належать до мотиваційних елементів управління інноваційною діяльністю. Стимули формують у людини мотиви, а мотиви визначають застосування певних видів стимулів. Таким чином, ці два елементи взаємодіють між собою каналами прямого і зворотного зв'язку. Зважаючи на це, мотиви стимулів можна об'єднати у систему. Місце системи мотивів стимулів в управлінні інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств наведене на рис. 2.

Як видно із рисунку, управління інноваційною діяльністю є конкретною функцією менеджменту. Як і будь-яка конкурентна функція, управління інноваційною діяльністю реалізується через загальні функції: планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання.

Внаслідок реалізації конкретних функцій (управління інноваційною діяльністю зокрема) забезпечується процес функціонування організації як відкритої системи та отримання нею прибутком.

Мотивування працівників на здійснення інноваційної діяльності полягає у визначенні їх потреб, формуванні на їх основі інтересів до інноваційної діяльності та виробленні у їх свідомості мотивів, що здійснюється шляхом застосування тих чи інших стимулів. Надалі, мотиви визначають поведінку людини та призводять до отримання нею винагороди. У результаті задоволення потреб реалізується вплив та уточнення усіх мотиваційних елементів. Проте, стимули не виникають пі дією інтересів, а є зовнішнім втручанням у поведінку і спонуканням для людини.

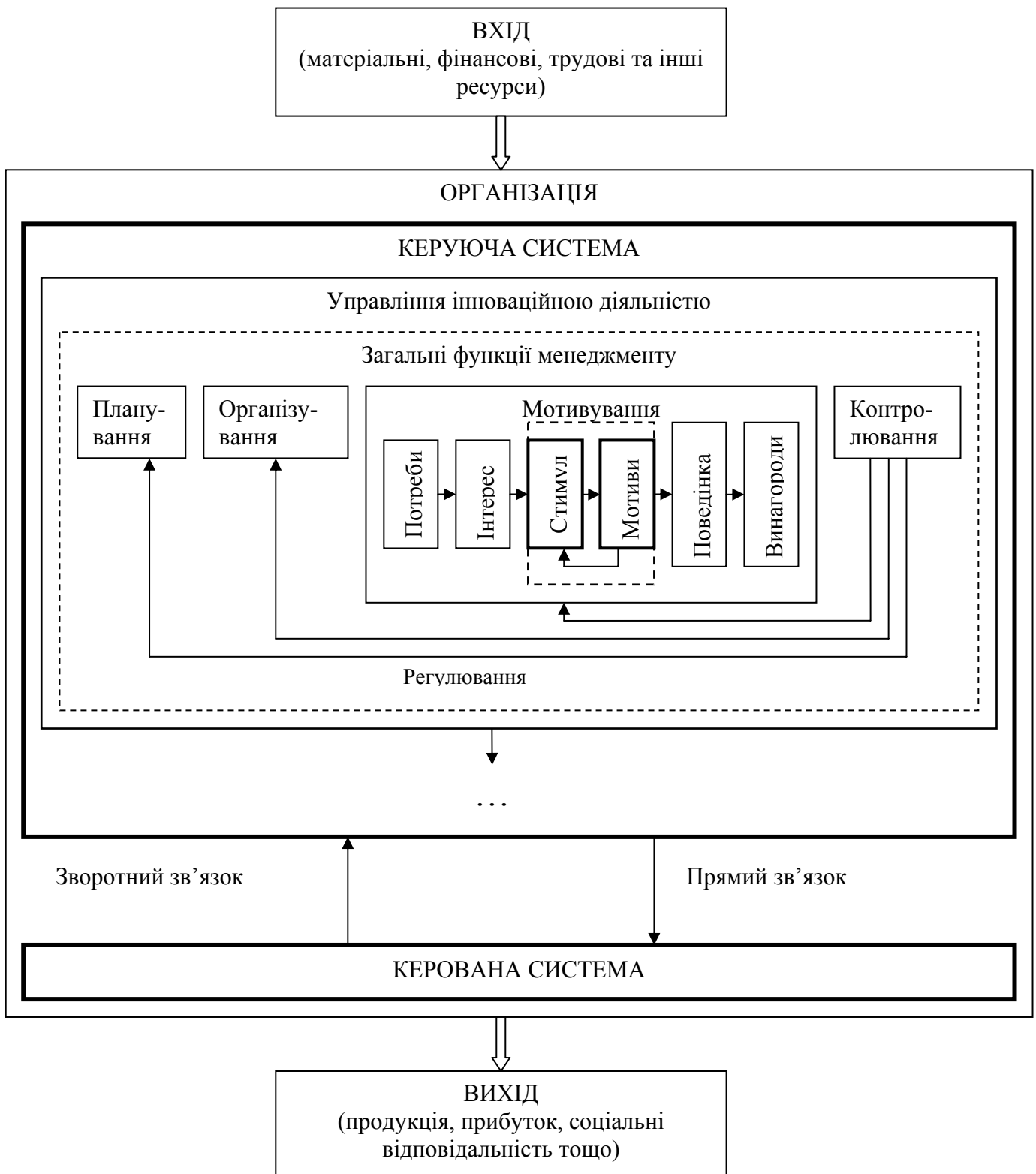


Рис. 1. Мотиви і стимули в управлінні інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств

Тому, у результаті формування мотивів людської діяльності, що проявляється через її поведінку, підлягають перегляду самі стимули. Це визначає існування системи мотивів і стимулів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств, що дозволяє змодельовати поведінку працівника у процесі його мотивування. Модель мотивації із застосуванням стимулів зображена на рис. 3.

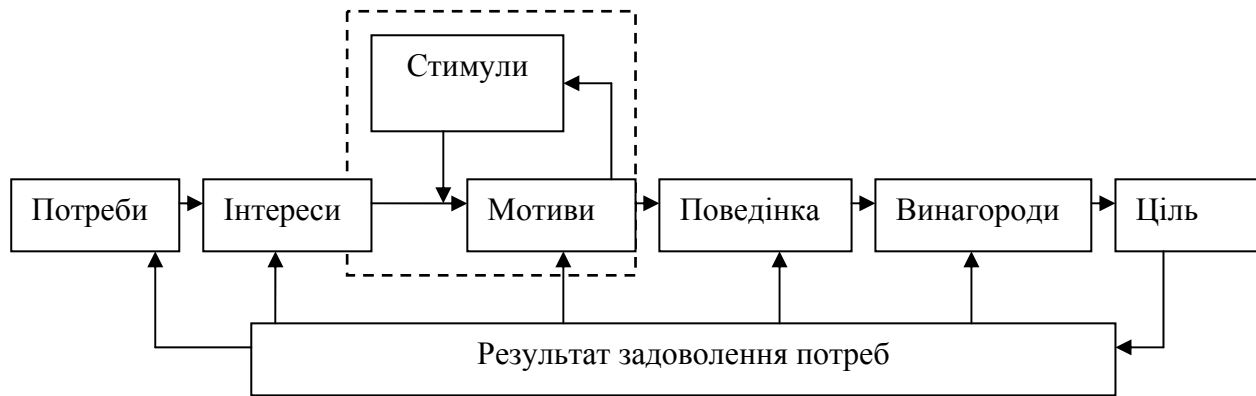


Рис. 3. Модель мотивації через потреби і стимули [4, с. 79]

Висновки і перспективи подальших розробок. Машинобудування – це важлива галузь національної економіки, що характеризується широким розмаїттям асортименту виготовлюваної продукції. Сучасні тенденції машинобудування (збільшення обсягу виробленої продукції, зростання рентабельності, чисельності зайнятих, продуктивності праці) свідчать про її масштаби та тенденції до зростання.

Проте, інноваційна діяльність на машинобудівних підприємства потребує значного покращення, адже лише незначна частка машинобудівних підприємств є інноваційно-активними (рис. 1).

Для розвитку інноваційної діяльності машинобудівних підприємств слід розуміти суть та значення процесів її управління. Серед загальних функцій, що забезпечують управління інноваційною діяльністю (реалізацію конкретної функції менеджменту) є мотивування працівників на її здійснення.

Мотивування як діяльність, спрямована на заохочення себе та колектив працівників підприємства реалізується шляхом використання певних мотиваційних елементів, серед яких мотиви і стимули. Вони перебувають у системі, місце якої в управлінні інноваційної діяльності наведено на рис. 2. Зовнішнім елементом впливу на мотивування є застосування стимулів. Вони викликають мотиви та знаходяться під їх впливом, що визначає існування системи мотивів і стимулів.

Література

1. Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>.
2. Регіони України : стат. щорічник. – 2008. – 520 с.
3. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К.: Академвидав, 2005. – 400 с.
4. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: [навч. посіб.] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – Л.: Інтеллект – Захід, 2002. – 228 с.
5. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности: [учеб. пособ.] / А. П. Егоршин. – Н.: Новгород, 2003. – 320 с.
6. Тертична Л. І. Мотиваційні механізми як складова інноваційної діяльності підприємств в умовах глобалізації / Л. І. Тертична [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Traev/2008/78.pdf.
7. Психологические аспекты управления мотивацией персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pintalab.ru/articles/5>.

ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ ЧАСТКИ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розглядається та обґрунтовується необхідність в сучасних умовах прогнозування частки ринку в умовах стратегічного управління підприємством. Це дозволить розв'язати завдання оцінки можливої ринкової частки продукції в окремі моменти її знаходження на ринку, з'ясувати можливі зміни ринкової кон'юнктури.

In the article a necessity is examined and grounded for the modern terms of prognostication of market share in the conditions of strategic management an enterprise. It will allow to untie the task of estimation of possible market part of products in separate moments of her being at the market, to find out the possible changes of the market state of affairs.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Величини частки ринку й обсягу реалізації продукції становлять основу розробки як поточного, так і стратегічного планів і визначають ефективність здійснення інвестиційних проектів.

Величини частки ринку зазнають змін. Дані зміни обумовлені процесами, що відбуваються на ринку, здійсненням конкурентами певних зусиль в області вдосконалювання якості, політики ціноутворення й системи просування своєї продукції, що призводять у цілому до зміни ринкової кон'юнктури, а також залежать від ступеня адаптації до цих процесів окремих підприємств.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Прогнозуванню ринку в рамках стратегічного управління підприємством відведено значна частка наукових досліджень. Це насамперед роботи таких відомих вчених як А.І. Яблонський, А.В. Тодосийчук, М. Басс, Е. Менсфелд, Е. Мюллер та ін. В умовах економічної кризи проблеми розробки стратегії розвитку підприємства, в тому числі на основі прогнозування ринкової частки продукції набувають особливої актуальності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Теорією прогнозування частки ринку до теперішнього часу розроблена досить велика кількість методів і відповідних їм моделей. Разом з тим внаслідок наявності недоліків і обмежень у застосуванні жоден з методів не забезпечує комплексного, всеохоплюючого розв'язку завдання оцінки можливої ринкової частки продукції в окремі моменти її знаходження на ринку.

Постановка завдання. Прогнозування ринкової частки продукції з метою стратегічного управління підприємством, яке повинно стати процесом прискіпливого вибору найефективнішого з усіх можливих методів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі представлена велика різноманітність методів прогнозування частки ринку, займаною конкретною продукцією, в основі яких лежить використання двох основних підходів: евристичного й економіко-математичного [1, с.77].

Загальна класифікація методів наведено в таблиці 1.

Застосування евристичного підходу до оцінки частки ринку й можливого обсягу продажів обумовлене швидкістю одержання результатів, відсутністю достовірної й своєчасної інформації про обсяги продажів конкурентів за попередній період часу, а також відсутністю досвіду формування прогнозів, що кількісно виявляють причинно-наслідкові зв'язки між окремими взаємодіючими елементами ринку.

Формування експертних оцінок частки ринку при внутрішньому або зовнішньому

експертному прогнозуванні здійснюється шляхом безпосередньої обробки й аналізу суджень експертів, у якості яких можуть виступати співробітники маркетингових підрозділів організацій, роздрібних магазинів, а також працівники консалтингових фірм, маркетингових центрів, фахівці в області маркетингу і т.д.

Залежно від способу збору думок експертів і виведення кінцевого результату використовуються наступні методи:

Таблиця 1

Класифікація підходів і методів прогнозування частки ринку, що належить певної продукції

Підходи	Методи прогнозування частки ринку в рамках відповідного підходу
Евристичний	1. Метод внутрішнього й зовнішнього експертного прогнозування 2. Метод споживчої оцінки з використанням ланцюга Маркова
Економіко-математичний	1. Однокомпонентні методи прогнозування 1.1. Моделі симетричного росту обсягів продажу 1.2. Гнучкі (асиметричні) моделі прогнозування 2. Багатокомпонентні методи прогнозування 2.1. Метод, заснований на зважуванні споживчих властивостей і цін товарів-конкурентів 2.2. Модель заданих темпів старіння продукції (модель Яблонського) 2.3. Чотирьох сегментна пробно-повторна модель прогнозування

1. Метод середньої оцінки індивідуальних експертних думок.

Полягає у виведенні простого або зваженого середнього арифметичного із усіх оцінок, отриманих у результаті однократного опитування експертів.

З метою підвищення точності одержуваних прогнозів у рамках даного методу середня арифметична величина прогнозованої експертами частки ринку може бути визначена на основі узагальнення не одного, а трьох думок експертів:

- оптимістичного (о);
- песимістичного (р);
- найбільш імовірного (v), які поєднуються в підсумкову оцінку (f), висловлену окремим експертом, за допомогою наступних виражень:

$$f = \frac{(o + p + v)}{3}; \quad f = \frac{(o + p + 4v)}{6}; \quad f = \frac{(o + p + 12v)}{14}; \quad (1, 2, 3)$$

Кожне з даних виражень припускає заздалегідь задану різну значимість оптимістичної, песимістичної й найбільш імовірної оцінок, яка визначає передбачувану ймовірність настання ситуації, коли значення частки ринку буде відповідати одному із цих трьох думок.

Внаслідок цього при визначенні частки ринку, займаною продукцією, можливе застосування універсального методу визначення підсумкової оцінки експерта, заснованого на зважуванні по ймовірності настання ситуацій, відповідних до оцінок о, р і v.

Значення ймовірності також оцінюється експертами, а підсумкова оцінка експерта визначається як:

$$f = ow_o + pw_p + vw_v, \quad (4)$$

де w_o , w_p і w_v – ймовірність настання ситуації, при якій частка ринку буде відповідати оцінці (о), (р), (v).

Узагальнена оцінка по думках усіх експертів виводиться як проста або зважена середня величина з підсумкових оцінок окремих експертів.

2. Метод комісії, що полягає у формуванні в ході обговорення групою експертів єдиного

погодженого розв'язку щодо передбачуваної частки ринку, займаною певною продукцією.

3. Метод Дельфи – багатоетапний метод, що передбачає первісне ізольоване винесення експертами своїх суджень і подальше багаторазове їхнє коректування на базі ознайомлення кожного експерта із судженнями інших експертів доти, поки величина розкиду оцінок не буде перебувати в рамках заздалегідь установлюваного бажаного інтервалу варіювання оцінок [2, с.178].

Одержувані за допомогою даних методик оцінки носять статичний і одноразовий характер, у результаті чого виникає необхідність повторного звертання до експертів при складанні прогнозу частки ринку на наступні періоди.

Крім того, метод внутрішнього й зовнішнього експертного прогнозування характеризується певним ступенем суб'єктивності.

У результаті цього метод споживчої оцінки з використанням ланцюга Маркова представляється найбільш доцільною процедурою прогнозування частки ринку в рамках евристичного підходу.

Алгоритм прогнозування можливої частки присутності продукції на ринку на планований період t за допомогою даного методу включає наступні етапи:

- 1) визначення вихідної частки ринку, займаної кожним видом продукції в попередній планованому період часу. Наприклад, 20% належить продукції А, 45% – продукції В, 35% – продукції С;
- 2) формування матриці зміни переваг споживачів у відношенні розглянутих товарів (табл.2). У рядках матриці вказується, яка частина споживачів продукції, відповідній до розглянутого рядка, переходить до споживання інших видів продукції, зазначених у стовпцях матриці. Так, згідно з першим рядком таблиці 2,62% споживачів попереднього періоду продовжують споживати продукцію А, 20 і 18% переходять до придбання продукції видів В і С відповідно. У стовпцях матриці вказується, яка частина споживачів інших видів продукції, зазначених у рядках матриці, переходить на споживання продукції, відповідної до розглянутого стовпця. Так, у відповідності із другим стовпцем даної матриці на споживання продукції В переходять 20% споживачів продукції А, 31% споживачів продукції С і залишається 19% первісних споживачів продукції В.
- 3) визначення прогнозованої частки ринку за звітний період відповідно до вираження:

$$F_{jt} = \sum_{i=1}^n F_{it-1} Z_{ij} \quad (5)$$

де i – порядковий номер рядка матриці;

j – порядковий номер стовпця матриці;

F_{jt} – частка ринку, що належить продукції виду j у планований період часу t ;

F_{it-1} – частка ринку, що належить продукції виду i у попередній планованому період часу;

Z_{ij} – відповідний елемент матриці коефіцієнтів зміни споживчих переваг.

Наприклад, для продукції В: $F_v = 20\% \cdot 0,20 + 45\% \cdot 0,19 + 35\% \cdot 0,31 = 23,4\%$.

Таблиця 2

Матриця коефіцієнтів зміни споживчих переваг
по придбання продукції видів А, В, С

	Зміна частки			Усього
	А	В	С	
А	0,62	0,20	0,18	1,00
В	0,45	0,19	0,36	1,00
С	0,54	0,31	0,15	1,00

Таким чином, даний метод дозволяє здійснити перехід до динамічного прогнозування показника частки ринку на певне число періодів у перспективі.

Однак високий ступінь його адекватності фактичним даним відповідає ситуаціям, що

характеризуються незмінністю споживчих смаків, дій конкурентів, а також ціновий політики. В інших випадках ступінь збігу фактичних і планованих за допомогою даного методу обсягів продажів досить низька.

Кількісний аналіз спрямованості й сили впливу всіх показників, що визначають попит на конкретну продукцію, є основою економіко-математичного підходу до прогнозування частки ринку.

Математичний опис процесу поширення продукції, що дозволяє оцінити її ринкову частку, здійснюється за допомогою використання однокомпонентних моделей прогнозування, що одержали свій розвиток на базі моделі симетричного росту обсягу продажів, розробленої М. Бассом [3, с.1-26].

Основними передумовами її формування є такі принципи:

- 1) продукція згодом заповнює весь свій потенційний ринок;
- 2) усі можливі споживачі продукції діляться на дві групи: що спробували й не спробували продукцію до певного моменту часу;
- 3) ріст частки ринку в часі пропорційний розриву між граничним рівнем (100% ринку) і поточним (відповідним уже захопленою продукцією частці ринку) рівнями споживання продукції, тобто пропорційний частці споживачів, які не придбали продукцію до прогнозованого моменту часу;
- 4) у будь-який момент часу потенційні споживачі, що ще не спробували продукцію, можуть бути класифіковані на дві категорії: споживачі, що зазнають при ухваленні рішення про придбання продукції впливу кількості споживачів, уже раніше придбавших її та споживачі, що не засновують своє рішення про придбання продукції на поведінці інших споживачів, тобто, що самостійно ухвалюють рішення про покупку. При цьому перша категорія, названа імітаторами, підпадає під вплив так званої «реклами, створеної споживачами, – реклами «з вуст у уста» («word – of – mouth»), а розмір другої категорії споживачів позначуваної як інноватори, змінюється під впливом засобів маркетингових комунікацій [3, с.1-26].

Підсумкове рівняння, що описує ріст у часі частки ринку, що належить аналізованій продукції, має вигляд

$$F'(t) = df(t)/dt = [p + qf(t)][1 - F(t)], \quad (6)$$

де $F(t)$ – функція, що визначає значення поточного рівня поширення продукції, тобто відповідного до частки ринку, яка належить продукції до моменту часу t ;

p, q – параметри рівняння регресії, що підлягають оцінці, значення яких визначає величину росту частки ринку, яка займана продукцією в результаті її придбання інноваторами (імітаторами).

Значення цих параметрів завжди позитивні, тому з ростом значень даних коефіцієнтів ріст частки ринку зростає, що призводить до зменшення періоду первісного поширення продукції.

Відповідна до формули (1) функція, що визначає значення частки ринку, яка охоплена аналізованою продукцією до моменту часу t (таблиця 3), визначається залежністю виду:

$$F(t) = [1 - e^{-(p+q)t}] / [1 + c \cdot e^{-(p+q)t}] \quad c = q/p \quad (7, 8)$$

Таблиця 3

Дані про динаміку частки ринку продукції

Період часу	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Частка ринку	0,112	0,229	0,326	0,376	0,443	0,572	0,647	0,746	0,751	0,789	0,827

Наприклад, на основі даних підприємства про частку ринку її продукції за 11 періодів часу, які представлено в таблиці 3, модель М. Басс має такий вигляд:

$$F(t) = [1 - e^{-(0,02+0,15)t}] / [1 + 0,43 e^{-(0,02+0,15)t}] \quad r = 0,8856. \quad (9)$$

При цьому коефіцієнт регресії, що відбиває ступінь адекватності даної моделі фактичним даним, рівний 0,8856.

З метою забезпечення кращої апроксимації фактичної частки ринку, яка займана продукцією, з урахуванням існуючої специфіки її сприйняття споживачами більше поширення одержали моделі – модифікації моделі М. Басс, які визначаються як гнучкі моделі прогнозування [4, с.33].

На більшості ринків продукція, що з'являється знову, замінює вже існуючі на ринку зразки, надалі через нетривалий період часу витісняється більш новими зразками з поліпшеними характеристиками.

Можливість прогнозування зміни тенденції (напрямку) зміни частки ринку, яка займана продукцією (з позитивної на негативну) під впливом нових аналогів продукції, що з'являються на ринку, передбачена багатокомпонентними методами прогнозування [5, с.12].

Зміст даних методів і застосовуваних відповідних моделей становить знаходження факторів, що визначають передумови переходу споживачів від споживання одного виду продукції до придбання іншого виду, а також побудова кількісних залежностей між величиною функції частки ринку ($F(t)$) або функції зміни частки ринку ($F'(t)$) і значеннями виявлених факторів.

У якості даного фактора, що визначає зміну напрямку нарощення й зниження обсягів продажів, у методі, заснованому на зважуванні споживчих властивостей і цін товарів-конкурентів, використовується інтегруючий споживчі властивості й ціну в єдиний критерій оцінки переваги продукції параметр – показник конкурентоспроможності аналізованої продукції, а також показники конкурентоспроможності всіх представлених на ринку зразків товарів, що мають подібну з аналізованою продукцією функціональну приналежність.

Згідно з даним методом, ріст відношення конкурентоспроможності аналізованої продукції до загальної суми конкурентоспроможності усіх існуючих на ринку видів продукції забезпечує ріст ринкової частки, що належить аналізованої продукції, і, навпаки, зниження питомої ваги конкурентоспроможності аналізованої продукції призводить до негативних темпів зміни частки ринку, тобто до зменшення частки й витиснення продукції з ринку.

Виразення для функції $F(t)$, відповідне до даних принципів зміни частки ринку, яка охоплена аналізованою продукцією, має вигляд :

$$F(t) = 1 - e^{-\alpha_i / \sum_{j=1}^n \alpha_j}, \quad (10)$$

де α_i – конкурентоспроможність аналізованої продукції;

α_j – конкурентоспроможність j -го виду продукції;

$j = 1$; n – порядковий номер певного виду продукції, яка є на ринку;

n – загальна кількість видів продукції, яка є на ринку.

Приклад розрахунків частки ринку, що належить продукції з певним рівнем конкурентоспроможності наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Значення конкурентоспроможності різних видів продукції
й відповідної частки ринку

Підприємство	A	B	C	D	E
Конкурентоспроможність α_j	0,557	0,974	0,378	0,793	0,626
$F(t)$, часток	0,189	0,258	0,132	0,226	0,194

$$\sum_{j=1}^n \alpha_j = 0,557 + 0,974 + 0,378 + 0,793 + 0,626 = 3,328 - \text{сумарна конкурентоспроможність представлених на ринку видів продукції всіх фірм із А по Е.}$$

Конкурентоспроможність аналізованої продукції характеризує ступінь її переваги по споживчих і вартісних властивостях над базовою продукцією. Кількісне значення показника конкурентоспроможності визначається шляхом ділення додаткового корисного ефекту, який одержано в результаті використання аналізованої продукції в порівнянні з використанням базової продукції, на величину додаткових одноразових і періодичних витрат, що виникають у результаті споживання аналізованої продукції в порівнянні зі споживанням базової продукції.

Методи й моделі Яблонського засновані на аналізі процесу морального старіння продукції на ринку [6, с.156]. Використання моделі здійснюється у відповідності з наступними етапами:

- 1) аналіз усіх параметрів продукції й виявлення того головного параметра (x), який визначає споживче сприйняття продукції (наприклад, параметр, що характеризує швидкість функціонування продукції, параметр надійності, місткості й т.п.);
- 2) визначення тривалості періоду знаходження на ринку кожного виду продукції, представленого на ринку в цей час, – віку продукції (τ);
- 3) знаходження адекватного фактичним даним виду розподілу кількості всіх наявних на ринку видів продукції залежно від виявленого віку продукції, тобто знаходження виду залежності частки виробів від їхнього віку $F(\tau)$;
- 4) аналіз властивих ринку тенденцій зміни в часі значень головного параметра продукції $x(t)$;
- 5) інтеграція залежностей, отриманих на 3-м і 4-м етапах, у залежність, що відбиває можливу частку ринку продукції, що володіє певними значеннями головного параметра $F(x)$.

$$F(\tau) = \frac{e^{-(\tau-a)^2/2\sigma^2}}{\sqrt{2\pi\sigma}}; \quad (11)$$

$$x(t) = \theta_0 e^{\lambda(2a-\tau)} \quad \text{або} \quad \tau = 2a + [\ln(x_0) - \ln(x)]/\lambda; \quad (12)$$

$$F(x) = \frac{\{a + [\ln(x_0) - \ln(x)]/\lambda\}^2 / 2\sigma^2}{\sqrt{2\pi\sigma}} \quad (13)$$

де a – середній вік видів продукції, представлених на ринку;

σ – середнє квадратичне відхилення для віків видів продукції, які представлено на ринку;

x_0 – значення головного параметра для продукції з віком $2a$;

λ – темп росту значень головного параметра продукції в одиницю часу, обумовлений характерної для ринку інтенсивністю конкуренції й швидкістю внесення вдосконалень в продукцію.

Як приклад використання моделі Яблонського для прогнозування динаміки частки ринку продукції розглянемо ринок продукції, який характеризується наступними значеннями основних параметрів:

- середній вік усіх видів продукції, представлених на ринку $a = 5,64$ роки;
- значення головного параметра для самої старої продукції $x_0 = 6,0$ од.;
- темп росту значень головного параметра $\lambda = 0,24$ од/рік;
- середньквдратичне відхилення для віків продукції, представлених на ринку, $\sigma = 0,875$.

Тоді, за умови завдання головного параметра різними значеннями в моделі Яблонського, одержимо відповідні значення частки ринку, які наведено в таблиці 5.

Таблиця 5

Значення головного параметра продукції й частки ринку, яка їй належить

Головний параметр x	14	16	13	19	15	23	17	18
Частка ринку, %	23,53	3,08	95,04	0,56	7,62	0,28	1,50	0,86

Характерною рисою даної моделі, а також моделі, яка обумовлена формулою (5), є

незмінність ринкової частки, яка займана певною продукцією, при відсутності змін у її конкурентнім оточенні, тобто при відсутності на ринку змін, внесених підприємствами-конкурентами в конкурентоспроможність своєї продукції, ефективність її застосування, при відсутності змін у конкурентоспроможності підприємств й у порівнянні з попереднім звітним моментом часу.

Внаслідок цього в розглянутих моделях не знаходять відбиття відмінні риси споживчої поведінки в області сприйняття споживачами продукції, що приводить до неадекватного опису цими моделями змін, що реально відбуваються на ринку, часткових границь функціонування організацій. Дана необхідна властивість моделей багатокомпонентного заміщення надано в чотирьох сегментній пробно-повторної моделі, яка базується на принципах побудови однокомпонентних моделей прогнозування. Вихідними передумовами моделі є наступне [7, с.224]: на відміну від однокомпонентних моделей, що диференціюють споживачів на дві групи (які спробували, й не спробували продукцію до певного моменту часу), уся сукупність споживачів продукції певного призначення підрозділяється на чотири групи:

а) потенційні споживачі, які не спробували продукцію в попередні періоди й не спробують її в t-м періоді;

б) потенційні споживачі, які не спробували продукцію в попередні періоди, але спробують її в t-м періоді;

в) потенційні споживачі, які вже спробували продукцію в попередні періоди, але не придбають її повторно в t-м періоді;

г) потенційні споживачі, які вже спробували продукцію в попередні періоди й придбають її повторно в t-м періоді.

Таблиця 6

Зведена характеристика методів аналізу ринкової частки продукції
евристичного й економіко-математичного підходів до прогнозування

Підходи й методи	Кількість безпосередня факторів, що враховуються			Застосо- ваність для всіх стадій життєво- го циклу		Облік тимчасо- вого параметра		Облік специ- фіки конкретних ринків		Суб'єк- тивність оцінок		Облік спожив-чого сприйняття	
	один	сукупність	жодного	Для всіх стадій	для окремих стадій	Так (динамічні)	немає (статичні)	так	немає	так	немає	так	немає
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Евристичний підхід	+ / -	+ / -	+/-	+			+	+		+	+	+/-	+/-
1. Метод зовнішнього й внутрішнього експертного прогнозування													
2. Метод споживчої оцінки з використанням ланцюга Маркова	+ / -	+ / -	+/-	+		+		+			+	+	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Економіко-математичний підхід	+	+			+	+			+		+	+	
1.1. Моделі симетричного росту обсягу продажів													
1.2. Гнучкі моделі	+	+			+	+			+		+	+	
2.1. Метод, заснований на зважуванні споживчих властивостей і цін товарів конкурентів	+			+			+		+		+		+
2.2. Модель Яблонського	+	+		+		+		+			+	+	

Таким чином, теорію прогнозування частки ринку до теперішнього часу розроблена досить велика кількість методів і відповідних їм моделей. Разом з тим внаслідок наявності недоліків і обмежень у застосуванні жоден з методів не забезпечує комплексного, всеохоплюючого розв'язку завдання оцінки можливої ринкової частки продукції в окремі моменти її знаходження на ринку. Зведена характеристика методів по сукупності факторів, які визначають дані недоліки, представлено в таблиці 6.

Висновки та перспективи подальших розробок. В умовах самостійного здійснення організацією своїх виробничо-комерційних і інвестиційних операцій першочерговим її завданням є прогнозування частки ринку, зміни якої визначають зміни сукупного обсягу реалізації продукції організації. З метою поліпшення якості прогнозування найбільш доцільним напрямком розвитку існуючих у рамках економіко-математичного підходу моделей є інтеграція положень і принципів окремих методів.

З метою поглиблення подальших досліджень необхідно дослідити чотирьохсегментну пробно-повторну модель, яка базується на принципах побудови однокомпонентних моделей прогнозування.

Література

1. Тодосийчук А. В. Основы управления инновационной деятельностью в организации: [учеб. пособ.]. – [2-е изд., доп. и перераб.] / А. В. Тодосийчук. – М.: Российская академия естественных наук (отделение исследования циклов и прогнозирования), 1999. – 156 с.
2. Савчук В. П. Аналіз та розробка інвестиційних проєктів: [навч. посіб.] / В. П. Савчук, С. І. Пріліпко, Є. Г. Величко. – Київ: Абсолют; В, Эльга, 1999. – 304 с.
3. Mahajan V. New product diffusion models in marketing: a review and directions for research / Vijay Mahajan, Eitan Muller and M. Frank Bass // Journal of Marketing. – 1990. – Vol. 54, January. – P. 1–26.
4. Щепина И. Н. Модели диффузии и замещения нововведений / И. Н. Щепина. – М: Обзор литературы АН РФ, 1990. – 48 с.
5. Стратегическое управление предприятием и прогнозирование рынка (методы и модели) / под ред. А. В. Тодосийчука. – М.: Знание, 1992. – 32 с.
6. Яблонский А. И. Математические модели в исследовании науки / А. И. Яблонский. – М.: Наука, 1986. – 315 с.
7. Hahn M. Analysis of new product diffusion using a four-segment trial-repeat model / Minhi Hahn, Senoon Park, Lakshman Krishnamurthi, A. Andris Zoltners // Marketing Science. – 1994. – Vol. 13. – № 3. – P. 224–247.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТІЙКІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено пріоритетні фактори, що впливають на стійкість розвитку підприємства на основі існуючих підходів. Запропоновано розроблений алгоритм дослідження стійкості розвитку підприємства. Удосконалено методичні рекомендації щодо оцінки стійкості розвитку підприємства.

The article deals the priority factors, influencing on stability of development of enterprise, on the basis of certain approaches. The developed algorithm of researching development of enterprise's stability is offered. Methodical recommendations are improved as evaluated by stability of development of enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді. За останні роки проведених у нашій країні реформ ринкові відносини все глибше проникають в економічне життя, змушуючи вітчизняні підприємства адаптуватися до них, використовуючи різні методи господарювання. Економічна криза, швидко мінлива кон'юнктура цін на енергоносії, інфляційні процеси, низька платіжна дисципліна ускладнюють економічне становище підприємств. У цих умовах найважливішого значення набувають питання підвищення економічної стійкості промислових підприємств. Це є актуальною проблемою, від рішення якої багато в чому залежить розвиток як самого підприємства, так і інших учасників ринку.

Дослідження проблеми економічної стійкості промислового виробництва в умовах мінливого внутрішнього й зовнішнього середовища набуває особливої актуальності на сучасному етапі розвитку, коли постали реальні передумови економічного зростання після економічної кризи. Для її вирішення необхідні глибокі економічні дослідження й розробка нових механізмів управління, методичних підходів з визначення і оцінки економічної стійкості підприємств.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі є багато досліджень, які розглядають вплив невизначеності, ризикових і кризових ситуацій на діяльність підприємства і вироблення напрямів його розвитку. Розробкою наведених питань займалися В.П. Савчук, І.А. Бланк, В.Є. Момот, В.В. Ковальов, В.В. Шеметов, А.А. Панасюк, В.Ф. Гамалій, І.В. Ніколаєв, Л.О. Лігоненко та інші.

Для оцінки рівня стійкості підприємства, вибору фінансової стратегії в західній економічній літературі використовується ряд моделей, застосування яких в умовах вітчизняної економіки неможливо без попереднього корегування. Більшість з них є статичними, носять емпіричний характер. В умовах перехідних процесів важливо мати у своєму розпорядженні моделі, що описують стійкість підприємства, його динамічний розвиток у часі (з урахуванням факторів зовнішнього й внутрішнього середовища).

Незважаючи на розробленість теорії антикризового управління підприємством та фінансової діагностики багато питань, пов'язаних із розробкою механізму стійкого розвитку підприємства в умовах невизначеності залишаються невирішеними. Цей факт зумовлює необхідність проведення подальших теоретико-методологічних і прикладних досліджень у цьому науковому напрямку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження питань прояву стійкості складних систем, у тому числі економічної стійкості підприємств, показало відсутність на сьогоднішній день єдиної загальної думки з визначення даної категорії й кількісного її виміру.

Виконані раніше дослідження дають можливість продовжити розгляд стійкості з точки зору доповнення критерію забезпечення стійкості підприємства умовою достатності, досліджувати параметри стійкості підприємства, також співвідношення стійкості, зовнішніх і внутрішніх ризиків на різних рівнях управління і їх вплив на функціонування і розвиток підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних основ визначення стійкості розвитку підприємства та дослідження факторів, що впливають на стійкість розвитку підприємства.

Реалізація поставленої мети зумовила виконання таких завдань дослідження:

- проаналізувати існуючі підходи до визначення стійкості підприємств;
- визначити фактори, що впливають на стійкість розвитку підприємства;
- розробити алгоритм дослідження стійкості розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід до ринкової економіки на практиці виявився дуже складним процесом для вітчизняних підприємств. Думки вчених-економістів про те, що ринкові відносини самі відрегулюють багато соціальних і економічних відносин у країні, виявилися неспроможними. Особливо сильний вплив перехід до ринкової економіки зробив на промислові підприємства.

Сучасний етап розвитку характеризується тим, що можливості реалізації екстенсивних факторів зростання багато в чому вичерпані, а ринкові відносини змушують підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію й при цьому орієнтуватися на власні сили й можливості.

Складна економічна ситуація змушує шукати й використовувати нові фактори росту, що визначають розробку сучасних механізмів управління, спрямованих на інтенсифікацію відтворювального процесу й підвищення ефективності виробництва.

Економічна стійкість функціонування підприємств є найважливішим питанням економічної науки й визначається численними факторами: соціально-економічними умовами господарювання, рівнем техніки й технології виробництва, наявністю науково-технічного потенціалу, кваліфікованого кадрового складу та ін.

Загальна стійкість підприємства в умовах ринку вимагає насамперед стабільного одержання виручки, достатньої за розміром, щоб розраховатися з державою, постачальниками, кредиторами, працівниками та ін. Одночасно для розвитку підприємства необхідно, щоб після здійснення всіх розрахунків і виконання всіх зобов'язань у нього залишався прибуток, що дозволяє розвивати виробництво, модернізувати його матеріально-технічну базу, поліпшувати соціальний клімат і т.ін. Інакше кажучи, загальна стійкість підприємства припускає насамперед такий рух грошових потоків, що забезпечує постійне перевищення надходження коштів (доходів) над їхньою витратою (витратами) [1, с.327].

У літературних джерелах економічна стійкість розглядається в досить різних значеннях [2, с.74; 3, с.14]. Проведений аналіз існуючих визначень цього поняття показав, що вони є досить обґрунтованими і безперечними, хоча й вимагають деяких уточнень: економічна стійкість — це комплексна характеристика підприємства на певний період часу, що відображає здатність підтримувати ключові фінансові, маркетингові, виробничі й кадрові показники на нормативно заданому з високим ступенем імовірності рівні під впливом збурювань зовнішнього й внутрішнього середовища.

Розглядаючи стійкість підприємства з погляду теорії систем, наведемо визначення категорій.

Стійкість — це впорядкування технічних, економічних, екологічних, соціальних і наукових ресурсів таким чином, що результуюча система може підтримуватися в стані рівноваги в часі й просторі.

Стійкий розвиток — це процес змін, у якому використання ресурсів, реалізація інвестиційних проектів, організація науково-технічного розвитку й інших змін погоджені один із одним і зміцнюють нинішній і майбутній потенціал системи.

Тому стійкість підприємства — це комплексне поняття, наділене зовнішніми формами

прояву, що формується в процесі всієї фінансово-господарської діяльності та перебуває під впливом безлічі різних факторів.

Проведення досліджень щодо впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на стійкість розвитку підприємства нами пропонується проводити за алгоритмом (рис. 1).



Рис.1 Алгоритм дослідження стійкості розвитку підприємства

Дослідження стійкості є пошуком внутрішньогосподарських можливостей, коштів і способів її зміцнення. Оцінка стійкості дозволяє зовнішнім суб'єктам аналізу визначити фінансові можливості підприємства на тривалу перспективу, що пов'язана з його загальною фінансовою структурою, ступенем її залежності від кредиторів та інвесторів, а також з умовами, на яких залучені й обслуговуються зовнішні джерела коштів.

Економічну стійкість можна конкретизувати як забезпечення рентабельної виробничо-комерційної діяльності підприємства за рахунок підвищення ефективності використання виробничих ресурсів і управління, стійкого фінансового стану за рахунок поліпшення структури активів, а також стабільного розвитку потужності підприємства й соціального розвитку колективу при самофінансуванні в умовах зовнішнього середовища, що динамічно розвивається [4, с.73].

Під оцінкою економічної стійкості розуміється комплекс факторів та їхнього зв'язку з економічними показниками, що дозволяють виявити динаміку й тенденції їхніх змін у часі, що характеризує результати управлінської, кадрової й фінансово-економічної діяльності.

Загальний економічний стан підприємства можна розділити на три економічні сфери: абсолютної стійкості, достатньої стійкості та нестійкого функціонування. Абсолютно стійке підприємство характеризується ефективною роботою у всіх напрямках своєї діяльності, а можливі несприятливі наслідки усуваються мірами, передбаченими організаційно-економічними механізмами управління.

Достатньо стійке підприємство виявляється неефективним тільки при тих можливих форс-мажорах (зовнішніх і внутрішніх факторів), які мають досить малу «ступінь

можливості». Нестійке підприємство виявляється неефективним або веде до несприятливих наслідків при умовах, що мають досить більший «ступінь можливості».

Таким чином, економічна стійкість підприємства – це збалансований стан економічних ресурсів, що забезпечує стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення на основі зростання прибутку й капіталу в тривалій перспективі з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів в умовах припустимого рівня ризику.

Одним із важливих компонентів економічної стійкості підприємства є наявність у нього фінансових ресурсів, необхідних для розвитку виробництва.

Самі ж фінансові ресурси можуть бути сформовані в достатньому розмірі тільки за умови ефективної роботи підприємства, що забезпечує одержання прибутку. У ринковій економіці саме зростання прибутку створює фінансову базу як для самофінансування поточної діяльності, так і для здійснення розширеного відтворення.

За рахунок прибутку підприємство не тільки погашає свої зобов'язання перед бюджетом, банками, страховими компаніями й іншими підприємствами й організаціями, але й інвестує кошти. При цьому для досягнення й підтримки економічної стійкості важлива не тільки абсолютна величина прибутку, але і її рівень щодо вкладеного капіталу або витрат підприємства, тобто рентабельність (прибутковість). Величина й динаміка рентабельності характеризують ступінь ділової активності підприємства і його економічне благополуччя [5, с.277].

Вищою формою економічної стійкості підприємства є його здатність розвиватися в умовах мінливого внутрішнього й зовнішнього середовища. Для цього підприємство повинне володіти гнучкою структурою фінансових ресурсів і при необхідності мати можливість залучати позикові кошти, тобто бути кредитоспроможним.

Наступним значним внутрішнім фактором економічної стійкості є склад і структура фінансових ресурсів, правильний вибір стратегії й тактики управління ними.

При цьому важлива не тільки загальна маса прибутку, але й структура його розподілу й особливо та частка, що направляється на розвиток виробництва. Звідси оцінка політики розподілу й використання прибутку висувається на перший план у ході аналізу економічної стійкості підприємства.

Зокрема, винятково важливо проаналізувати використання прибутку у двох напрямках: по-перше, для фінансування поточної діяльності – на формування оборотних коштів, зміцнення платоспроможності, посилення ліквідності й т.ін.; по-друге, для інвестування (реального та фінансового).

Великий вплив на економічну стійкість підприємства мають кошти, додатково мобілізовані на ринку позичкових капіталів.

Чим більше коштів може залучити підприємство, тим вищі його фінансові можливості; однак зростає й фінансовий ризик: чи здатне буде підприємство своєчасно розплачуватися зі своїми кредиторами? І тут значну роль відіграють резерви як одна з форм фінансової гарантії платоспроможності підприємства.

Отже, з погляду впливу на економічну стійкість підприємства визначальними внутрішніми факторами є:

- галузева приналежність підприємства;
- структура продукції (послуг), що випускається, її частка в загальному платоспроможному попиті;
- розмір сплаченого статутного капіталу;
- величина й структура витрат, їхньої динаміки порівняно із грошовими доходами;
- стан майна й фінансових ресурсів, включаючи запаси й резерви, їхній склад і структуру.

Ступінь їхнього інтегрального впливу на економічну стійкість підприємства залежить не тільки від співвідношення самих вищезгаданих факторів, але й від тієї стадії життєвого циклу, на якій в аналізований час перебуває підприємство, від компетенції й професіоналізму його менеджерів.

Практика показує, що значна частина невдач підприємства може бути пов'язана саме з

недосвідченістю або некомпетентністю керівників, з їхнім невмінням урахувати зміни внутрішнього й зовнішнього середовища.

Термін «зовнішнє середовище» містить у собі різні аспекти:

- економічні умови господарювання;
- переважну техніку й технологію;
- платоспроможний попит споживачів;
- економічну й фінансово-кредитну політику держави;
- законодавчі акти з контролю за діяльністю підприємства;
- систему цінностей у суспільстві й ін.

Ці зовнішні фактори впливають на все, що відбувається всередині підприємств.

У сучасних умовах для підвищення економічної стійкості підприємств велике значення має вирішення таких завдань:

- регулярне проведення оцінки й аналізу економічного стану підприємств;
- підтримка раціональної структури джерел коштів;
- розробка методів управління й контролю за рухом внутрішніх фінансових потоків;
- виявлення основних факторів, що впливають на ті або інші сторони економічної стійкості підприємства й розробка пропозицій із її поліпшення;
- інформаційне забезпечення прогностичних характеристик стійкості розвитку підприємства.

Висновки і перспективи подальших розробок. Основою стабільного положення підприємства є його економічна стійкість. На неї впливають різні причини — і внутрішні, і зовнішні: виробництво й випуск конкурентоспроможної продукції; міцне положення підприємства на товарному ринку; високий рівень матеріально-технічної оснащеності виробництва й застосування передових технологій; налагодженість економічних зв'язків з партнерами; ритмічність кругообігу коштів, ефективність господарських і фінансових операцій; малий ступінь ризику в процесі здійснення виробничої й фінансової діяльності й т.д. Така розмаїтість причин зумовлює різні грані самої економічної стійкості, що стосовно до підприємства може бути залежно від факторів, що впливають на неї, — внутрішньою й зовнішньою.

Визначення границь економічної стійкості підприємств належить до числа найбільш важливих економічних проблем в умовах переходу до ринку, тому що недостатня економічна стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємств і відсутності в них коштів для розвитку виробництва, а надлишкова економічна стійкість буде перешкоджати розвитку, обтяжуючи витрати підприємства зайвими запасами й резервами.

Отже, економічна стійкість повинна характеризуватися таким станом фінансових ресурсів, що відповідає вимогам ринку й відповідає потребам розвитку підприємства. Економічна стабільність є головним компонентом загальної стійкості підприємства.

Діяльність підприємств є комплексом взаємозалежних господарських процесів, що залежать від численних і різноманітних факторів. Якщо який-небудь фактор випадає з ланцюга розгляду, то оцінка впливу інших прийнятих у розрахунок факторів, а також висновки ризикують виявитися неправильними.

Література

1. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз / Ю. С. Цал-Цалко. — К.: ЦУЛ, 2008. — 566 с.
2. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций / В. П. Савчук. — К.: Максимум, 2001. — 600 с.
3. Гамалій В. Ф. Дослідження стійкості функціонування промислово-економічних систем / В. Ф. Гамалій, І. В. Ніколаєв // Вісник економічної науки України. — 2008. — № 1. — С. 14–17.
4. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. — К.: ЦУЛ, 2008. — 392 с.
5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. — К.: КНТУ, 2001. — 580 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У статті зроблено спробу проаналізувати процес формування конкурентного середовища ринку програмних продуктів. Дано характеристику основним групам юридичних та фізичних осіб, які займаються створенням та розповсюдженням комп'ютерних програм. Визначено пріоритетні фактори, що сприяють розвитку конкурентного середовища та проведено їх якісну оцінку. Розглянуто можливості збільшення загального потенціалу ринку програмного забезпечення.

In the article the attempt to analyze the process of forming the market's competition environment of software products is done. Description the basic groups of legal and physical entities, which are engaged in creation and distribution of the computer programs, is given. Factors, which assist development of competition environment and conducted them high-quality estimation, are determined. Possibilities of increase of market's general potential of software are considered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення та розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств будь-якої галузі. У ринковій економіці кожне підприємство та кожен ринок як сукупність підприємств діють в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на них визначальний вплив. Глобалізація ринків товарів та послуг та світова інформаційна інтеграція об'єктивно сприяють формуванню інтенсивного конкурентного середовища на ринку програмного забезпечення. Проте позиції переважної більшості вітчизняних підприємств на цьому ринку є достатньо слабкими, тому вони витісняються західними компаніями.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Найбільш значними змінами, що сталися в інформаційну еру, є зміни в характері конкуренції. В умовах інформаційного вибуху все більше і більше уваги приділяється різноманітності товарів і послуг та здатності фірм задовольняти найвишуканіші і непередбачувані запити споживачів. Підприємство в інформаційну еру є вже відкритою системою і розглядає інші підприємства (у тому числі в тій же галузі) не стільки як противників, скільки як можливих партнерів для створення спільних підприємств, програм або проектів. Перш за все, це стосується індустрії новітніх технологій до яких належить і програмне забезпечення (ПЗ).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, останні декілька років конкурентна боротьба саме на ринку ПЗ характеризувалась як напружена, динамічна і непередбачувана. Це було обумовлено, по – перше, тим, що завжди існувала велика вірогідність того, що у будь-який момент часу один з операторів ринку запропонує якесь ноу-хау, і внаслідок цього всі попередні розробки стануть абсолютно нецікаві споживачам. По – друге, інші розробники, прагнучи випередити лідера, можуть також запропонувати свої варіанти нового програмного продукту, використовуючи при цьому як цінові, так і нецінові методи конкурентної боротьби. І, нарешті, по – третє, окрім конкуренції між безпосередньо розробниками існує конкуренція між ліцензійним ПЗ призначеним для продажу, відкритим ПЗ, яке не є об'єктом купівлі – продажу, та «піратськими» копіями ПЗ.

Постановка завдання. У кожній галузі формується власне конкурентне середовище. Саме тому підприємство повинно правильно оцінити конкурентів та їх інтереси, галузь, в якій воно функціонує, щоб виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоздатність. Підвищена роль конкурентного середовища

у загальному розвитку ринку ПЗ вимагає здійснення відповідного спостереження. З цією метою повинні проводитися постійні дослідження, які дають можливість оцінити конкурентне середовище та охарактеризувати його структуру та динаміку, з метою побудови прогнозів подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок ПЗ є надзвичайно різноманітним і охоплює: операційні системи (ОС) та інше системне ПЗ, офісне ПЗ (наприклад, текстові редактори), спеціалізоване ПЗ, вертикальне ПЗ адаптоване для конкретних галузей, засоби розробки ПЗ, ігрове ПЗ, широкий спектр спеціалізованих продуктів (наприклад, системи безпеки). Відправною точкою історії розвитку ринку програмного забезпечення можна вважати 1969 рік, коли фірма IBM почала продавати своє програмне забезпечення, як самостійний товар. Особливо розширився ринок програмного забезпечення з появою персональних комп'ютерів, коли користувачами програмного забезпечення стають не тільки організації, але і спеціалісти будь-якої професії. Номенклатура ринку ПЗ увесь час поповнюється новими або поновлюваними програмними продуктами, новими групами програмних продуктів, що забезпечують принципово нові технології обробки інформації. До того ж поява нових поколінь і нових типів операційних систем викликає потребу у адаптації існуючих версій ПЗ, що відбивають актуальні потреби суспільства в сфері опрацювання даних. Основними характеристиками будь-якого ринку є його місткість і насиченість товаром. Ступінь насиченості ринку товаром визначається його кількістю, наявною на ринку. Кількість товару, необхідного для задоволення попиту покупців, що може бути реалізований на ринку, визначає місткість ринку за даним видом (групою) товарів.

Місткість ринку для такого специфічного продукту, як ПЗ визначається кількістю і типом комп'ютерів, установлених у країні, характером задач, що вирішуються, кваліфікацією користувачів тощо. Крім того, при оцінюванні місткості ринку в даному випадку необхідно враховувати, що ПЗ легко тиражується, витрати на тиражування неістотні порівняно з витратами на його розробку, рекламу і збут. Можливість тиражування ПЗ дає змогу швидко збільшувати насиченість ринку. Збільшення тиражів дасть можливість індустрії ПЗ досить швидко розвиватися при відносно низьких цінах, а також сприяти зростанню потенційної місткості внутрішнього ринку. Значна частина ПЗ на наш ринок потрапляє у складі апаратно-програмних комплексів на базі імпортованих комп'ютерів. Завдяки цьому співвідношення між імпортом та продукцією вітчизняного виробництва ринок ПЗ в Україні характеризується наступним чином: 90 % ПЗ, що реалізується на внутрішньому ринку розроблено західними компаніями і лише 10 % складають вітчизняні розробки. Економічний механізм існування ПЗ на ринку можна уявити у вигляді чотирьох стадій: I — розроблення нової ідеї; II — розроблення ПЗ; III — виробництво копій; IV — споживання копій.

Програмний продукт на будь-якій із цих стадій може слугувати предметом купівлі-продажу. Отже, для будь-якої із цих стадій (або їх взаємодії) може існувати свій ринок і свої покупці. Однак на першій стадії продукт, як правило, не буває предметом продажу, бо попри всю привабливість і цінність, невідома ідея може бути висловлена в одній або декількох фразах без опису, яким чином ця ідея має бути реалізована (вигідніше цю ідею вкрати). Тому немає ринку продуктів першої стадії (хоча, якщо ідея стане надбанням інших, то наслідки не завжди передбачувані). Результат взаємодії I та II стадій — ідея, реалізована у вигляді готового програмного продукту, якщо цей продукт виконано на замовлення окремого покупця для його внутрішніх потреб. Отже, він є об'єктом другого ринку. Інакше виникає третій ринок за взаємодії II та III стадій. Програмний продукт, отриманий на II стадії, є сировиною для III стадії. Четвертий ринок виникає за взаємодії III і IV стадій, коли тиражований ПЗ слугує товаром для користувача [1, с.94]. Однак слід зазначити, в Україні немає нормального ринку ПЗ тому, що нелегально розповсюджується майже 80 % загальної кількості застосовуваного ПЗ. Найвищий рівень пропозиції неліцензійного ПЗ у Миколаївській (94%), Одеській (84%) та Запорізькій (70%) областях, а найнижчий — у Дніпропетровській області (45%). Підприємства та кінцеві споживачі офіційно купують окремі легальні копії програмних продуктів досить рідко. Звідси — відсутність стабільності

в цінах і надійності у використанні програмних продуктів. Ціни формуються як дискримінаційні, і якщо на цивілізованому ринку дискримінаційні ціни мають сталу тенденцію до зниження і початкова висока ціна регулюється конкуренцією, то на нашому підпільному ринку початкова ціна, як правило, значно нижча, а далі, з підвищенням попиту, поступово підвищується, після чого різко падає. І це цілком зрозуміло. Низький користувацький рівень і відсутність інформації змушують продавця призначати більш низьку ціну порівняно з уже відомими програмними продуктами (або їх версіями), що зарекомендували себе. В міру розповсюдження і набуття популярності зростає попит і зростає ціна. Але паралельно з цим починається нелегальне тиражування і продаж на четвертій стадії – на рівні кінцевого користувача, а отже, ціна падає, бо для кінцевого користувача продаж є неофіційним додатковим прибутком, і ціна програмного продукту визначається тільки можливостями випадкового покупця [2, с.234].

Конкурентне середовище ринку ПЗ – це результат взаємодії великої кількості суб'єктів, який визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих операторів на ринкову ситуацію. На сучасному етапі усіх операторів ринку ПЗ умовно можна розділити на декілька категорій: виробники ПК; незалежні розробники ПЗ або розробники індивідуали; офіси – представники західних компаній; підприємства – виробники ПЗ, у якості товару

Виробники ПК складають досить незначну частку ринку, бо у більшості випадків не розробляють власноруч ПЗ, а замовляють його розробку у спеціалізованих фірмах. Це вигідно і виробникам комп'ютерів і власне розробникам, тому такі форми кооперації в розробці і постачанні програмного забезпечення є досить поширеними.

До незалежних розробників належить значна частина кваліфікованих програмістів які працюють на вітчизняному ринку інформаційних технологій. Представники цієї категорії найчастіше займаються так званим офшорним програмуванням, тобто розробкою ПЗ на замовлення західних компаній, а також виготовляють нескладні програмні продукти для внутрішнього ринку. Перспективним напрямом діяльності для цього сегменту також є спільні розробки інформаційних технологій у галузі телекомунікацій, оскільки західні аналоги практично не враховують специфіку нашої країни (стан засобів зв'язку, мовний бар'єр). Цей напрям має всі шанси на успіх і вихід на зарубіжний ринок ПЗ – у країни колишнього союзу або у західні країни. Також на українському ринку ПЗ присутні офіси - представники західних компаній. Це можуть бути повнофункціональні офіси, які мають свій штат співробітників, централізований склад, власне виробництво упаковки, оперативну логістику, сформовану партнерську мережу і можливість приймати грошові кошти від партнерів, тобто повноцінно презентують інтереси розробника. Такі представництво здійснює просування продуктів до кінцевих споживачів. Крім того існує велика кількість тіньових офісів, які можуть знаходитися у звичайній квартирі з виділеними каналами зв'язку де працює група з 5–10 програмістів. Приблизний процентний розподіл підприємств за кількістю програмістів наведено у табл. 1.

Замовником, і фактичним власником, таких офісів виступають західні софтові компанії, які направляють до України окремі замовлення, або частини замовлень. Тіньові офіси також тісно співпрацюють з розробниками індивідуалами.

І, нарешті, серед підприємств які виробляють ПЗ для тиражування та продажу виділяють дрібні (частка яких складає до 50% від загальної кількості), середні та великі (по всій Україні їх нараховується не більше ніж 10–15) підприємства. Усі вони, незалежно від розміру проводять самостійну маркетингову політику і реалізують ПЗ кінцевим споживачам. При цьому можливі два напрями цієї діяльності. По – перше, розробка ПЗ за попередньо укладеним контрактом, яке задовольняє потреби конкретного користувача. По-друге розробка, так званих пакетів «масового користування» [3, с.65].

Конкурентоспроможність цих підприємств на внутрішньому ринку залежить від наступних чинників: налагоджених зв'язків із зарубіжними постачальниками, що забезпечує прямі постачання необхідних компонентів інформаційних систем, отримання технічної, інформаційної і маркетингової підтримки; можливостей по навчанню фахівців замовника;

наявності розвиненої цілодобової служби інформаційної та технічної підтримки по всій території України; особистих контактів з керівництвом міністерств і відомств, обласних адміністрацій, керівниками підприємств і фінансових установ.

Таблиця 1

Кількісний розподіл програмістів

Кількість програмістів, осіб	Частка підприємств, %
До 5	39
Від 6 до 12	29
13—20	18
21—50	9
52—100	6

Залежно від місця виникнення фактори, що впливають на конкурентне середовище ринку ПЗ, поділяються на внутрішні та зовнішні. Виникнення та інтенсивність прояву внутрішніх факторів безпосередньо залежить від діяльності підприємств - складових конкурентного середовища, стану їх ресурсної бази, характеру організації системи стратегічного управління, системи загального менеджменту тощо. Виникнення та інтенсивність прояву зовнішніх факторів не залежить від діяльності підприємств і обумовлюється станом зовнішнього середовища. Фактори зовнішнього середовища містять у собі: локальні фактори, галузеві фактори, макроекономічні фактори та фактори світової економіки.

Залежно від свого характеру фактори, що впливають на конкурентне середовище ринку ПЗ, поділяються на загальні, специфічні та індивідуальні. Загальні фактори здійснюють вплив на усі складові конкурентного середовища без винятку; специфічні фактори – це ті, що здійснюють вплив на складові конкурентного середовища, що діють в межах певного регіону або певних видів ПЗ; дія індивідуальних факторів обумовлює зміни лише окремої складової конкурентного середовища.

Залежно від тривалості дії фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на постійні та тимчасові. Постійні фактори визначають загальний стан та динаміку конкурентного середовища ринку ПЗ; тимчасові – змінюють цей стан внаслідок тих чи інших подій, пов'язаних перш за все з науково – технічним прогресом.

Залежно від ступеню корисності фактори, що впливають на конкурентне середовище, існують: стимулюючі – фактори, що сприяють підсиленню конкурентних позицій і стимулюють зростання конкурентоспроможності кожного конкретного підприємства, яке працює на ринку ПЗ та дестимулюючі – фактори, що здійснюють негативний вплив на конкурентні позиції підприємства і стримують процес зростання його конкурентоспроможності [4, с. 50].

Згідно з моделлю п'яти сил конкуренції Портера конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:

1. Суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
2. Конкуренція з боку товарів, що виробляються підприємствами інших галузей, які є гідними заміниками, а також конкурентоспроможні за ціною;
3. Загроза входу в галузь нових конкурентів;
4. Економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;
5. Економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

У моделі М. Портера значення і сила впливу кожного з чинників конкуренції визначає ціни, витрати, розміри капіталовкладень у виробництво, збут продукції і, нарешті, прибутковість бізнесу. Тому розглянемо детальніше конкурентні сили ринку ПЗ.

З-поміж всіх конкурентних сил найбільший вплив здійснює конкуренція серед підприємств усередині галузі. Це обумовлено тим, що кожне з конкуруючих підприємств виробників різних версій одного й того ж програмного продукту для даної ринкової ніші, здійснюючи діяльність, прагне зміцнити та розширити свої позиції на ринку. Перш за все, це

стосується співвідношення «ціна – якість».

Ціна на ПЗ залежить від багатьох чинників: конкуренції на ринку аналогічного програмного забезпечення, вартості розробки, ринкового попиту на даний клас товарів, повноти відповідності вимогам ринку, потенційної бази клієнтів та інших. З погляду користувача цінність програмного забезпечення визначається рівнем його відповідності вимогам ринку. І, відповідно до цього, вплив вимог ринку є визначальним в утворенні ціни на програмне забезпечення. Ціноутворення має декілька особливостей на ринку ПЗ:

1. Частка умовно змінних витрат (тобто витрат на дискети, документацію, упаковку) у собівартості ПЗ є незначною, це дає можливість варіювати ціни у широкому діапазоні, використовувати upgrade-знижки і знижки в разі купівлі декількох копій;
2. Програмне забезпечення не продається користувачам, а ліцензується;
3. Існують додаткові способи розповсюдження ПЗ: freeware — вільне розповсюдження програмного продукту; shareware — варіант, коли користувач одержує продукт з мережі або в інший спосіб у тимчасове користування, а після цього, у разі задоволення використанням у роботі, перераховує розробникові означену суму; Application Service Providers (ASP) — оренда ПЗ.

Якість програмного забезпечення може бути визначена, як набір властивостей і характеристик, що дозволяють задовольнити заданим потребам користувачів. У залежності від призначення і специфіки поставленої задачі кількість і питома вага характеристик якості може бути різноманітним. Проте існують деякі узвичаєні характеристики якості ПЗ, а саме:

- функціональність, тобто спроможність програмного забезпечення правильно виконати набір передбачених функцій для задоволення вимог користувачів;
- надійність, тобто спроможність забезпечити необхідний рівень працездатності (безперебійної роботи) при заданих умовах;
- простота використання, тобто наявність таких атрибутів, що дозволяють мінімізувати зусилля користувача при вивченні, використанні й оцінці програмного забезпечення;
- економія ресурсів і часу, тобто спроможність програмного забезпечення виконати необхідні функції, використовуючи допустиму кількість ресурсів у визначений відрізок часу;
- сумісність, тобто можливість швидкого і легкого налаштування програмного забезпечення на інше устаткування (середовище функціонування);
- супровід, тобто наявність таких атрибутів, що сприяє мінімізації зусиль по модифікації і внесенню виправлень у програмному забезпеченні.

Однак слід зазначити, якщо на ринках стандартних товарів і послуг між конкурентами здійснюється боротьба лише за збільшення частки ринку, то розробники ПЗ мають право розраховувати на те, що створений ними товар створить новий ринок. Найбільш яскраві приклади нових ринків що з'явилися завдяки інформаційним технологіям і новітньому ПЗ за останні роки це ринок Інтернет – послуг, ринок DVD, ринок нано-технологій. Саме ці ринки вважаються найбільш перспективними на думку як західних, так і вітчизняних експертів.

Також при розробці стратегій підприємства зобов'язані враховувати замітники, що виступають як сила, що визначає цінову політику підприємства, політику в області оновлення продукції. Конкуренція з боку заміників залежить від того, наскільки легко покупці можуть віддати їм перевагу. Поява на будь-якому ринку продуктів-замінників звичайно веде до виникнення конкуренції, падіння ціни товару і скорочення прибутків продавця. На ринку ПЗ це не зовсім так, оскільки поява нового програмного продукту часто означає появу нового ринку. Проникнення на вже зайнятий ринок за рахунок часткового витискання якогось поширеного програмного продукту надто складне, оскільки користувач більш охоче купить нову версію продукту, що став уже звичним, ніж абсолютно новий продукт. Проте можлива інша ситуація коли, наприклад, у якості заміників достатньо дорогому ліцензійному ПЗ відомих західних виробників, покупці розглядають відкрите безкоштовне програмне забезпечення або контрафактні копії.

Поява нових конкурентів приводить до перерозподілу часток ринку підприємств

галузі, що тягне за собою загострення конкуренції і, як наслідок – зменшення цін і зниження рентабельності. Серйозність такої загрози залежить від двох факторів: рівня "вхідного бар'єру" в галузь і реакції діючих підприємств на появу нових конкурентів.

У сучасній економіці існує шість основних передумов, що створюють бар'єри для входу нових конкурентів: економія, обумовлена зростанням масштабів виробництва, диференціація продукту, потреба в капіталі, більш високі витрати, доступ до каналів розподілу, політика уряду. Для ринку ПЗ головною передумовою є диференціація продукту, тобто ототожнення споживачем продукції з конкретним виробником. Це обумовлено тим, що через різні, об'єктивні та суб'єктивні чинники, покупці не обізнані у повному обсязі про всі новинки на ринку ПЗ. До того ж рядовому споживачу важко розібратися в усіх тонкощах і особливостях запропонованого програмного продукту. Це підтверджує той факт, що у 2009-му році більше, ніж 40 % світового ринку ПЗ контролювали лише шість компаній: Microsoft, IBM, Oracle, SAP, Symantec і Adobe.

Також бар'єром для входу нових конкурентів є доступ до каналів розподілу. Канали збуту ПЗ достатньо обмежені до того ж існуючі конкуренти займають в них достатньо міцне положення. Тому проникнути в цю галузь дуже важко і нові розробники найчастіше вимушені або займатися офшорним програмуванням або створювати власні канали розподілу. Постачальники впливають на конкурентну боротьбу за допомогою двох засобів: ціни і якості товарів, що постачаються.

Покупці у свою чергу впливають на силу конкуренції галузі. Конкуренція з боку покупців виражається у: тиску на ціни з метою їх зниження; вимогах більш високої якості продукції; вимогах кращого обслуговування. Споживачі зіштовхують інтереси підприємств, що конкурують між собою, за допомогою спеціальних засобів впливу на ринок. Вплив кожної важливої групи покупців залежить від певних характеристик ринкового становища цієї групи та відносної важливості обсягу закупок на ринку порівняно із загальним бізнесом. Всіх споживачів ПЗ можна розділити на дві великих групи – фізичні особи, що купують ПЗ для особистого користування, а також фізичні та юридичні особи, що використовують ПЗ в ході господарської діяльності [5, с.112].

Таким чином, ми можемо визначити, що розвиток конкурентного середовища ринку ПЗ сповільнюють такі фактори:

1. Брак коштів для розвитку ринку ПЗ;
2. Проблеми формування каналів розподілу, перш за все дилерських мереж;
3. Висока ціна на легальні копії у порівнянні з піратськими;
4. Недосконалість законодавчої бази для регулювання ринку ПЗ;
5. Нестача висококваліфікованих спеціалістів у сфері продажів ПЗ.

Висновки і перспективи подальших розробок. Незважаючи на технологічно складний процес виробництва і значні інвестиції, на ринку ПЗ намагається функціонувати велика кількість операторів різного рівня від розробників-індивідуалів до великих підприємств. Це пояснюється постійно зростаючим попитом на ПЗ та високою прибутковістю в галузі. Внаслідок цього саме проблеми детального аналізу конкурентного середовища і є визначальними при формуванні стратегії функціонування підприємства на ринку ПЗ.

Література

1. Гороховський О. І. Інтелектуальна власність в галузі комп'ютерних технологій: навч. посіб. [для студ.] / О. І. Гороховський, І. С. Колесник. – Вінниця: ВНТУ, 2007. – 189 с.
2. Єжова Л. Інформаційний маркетинг: [навч. посіб.] / Л. Єжова. – К.: КНЕУ, 2002. – 560 с.
3. Ковальський В. Захист прав інтелектуальної власності: проблеми контрафакту / В. Ковальський // Теорія і практика інтелектуальної власності. – № 6. – 2007. – 34 с.
4. Коломієць Г. Інформаційна продукція: ринок, маркетинг, підготовка кадрів / Г. Коломієць, А. Маньковський. – К.: Либідь, 2001. – 292 с.
5. Филук Г. М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: [монографія] / Г. М. Филук. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2009. – 276 с.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Проведено дослідження та аналіз методологічних підходів до оцінки вхідних і вихідних фінансових потоків, наведено окремі положення методик оцінки фінансових потоків підприємства. Зроблено порівняльний аналіз методів оцінки фінансового потоку, визначено напрями подальшого дослідження.

Conducted of research and analysis of the methodological going near the estimation of input and initial financial streams, separate positions of enterprise's methods of financial streams estimation are pointed. Done of comparative analysis of enterprise's methods of financial streams estimation, directions of further research are certain.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Функціонування українських підприємств у трансформаційних умовах економіки вимагає зваженості та обґрунтованості управлінських рішень, що приймаються у сфері фінансів.

Ухвалення фінансових рішень по структурі капіталу, дивідендній політиці, інвестиційних проектах і управлінню оборотним капіталом супроводжується пошуком компромісу між ризиком і прибутковістю. Орієнтація на підвищення ефективності функціонування підприємства вимагає застосування наукового інструментарію щодо створення механізму управління фінансовими потоками, обґрунтування та вибір методик оцінювання їх динаміки. Від міри ефективності управління фінансовими потоками підприємств багато в чому залежить поліпшення інвестиційного клімату, передусім на регіональному рівні, перспектива поступального зростання підприємницької активності в українській економіці.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблематиці управління фінансовими потоками суб'єктів господарювання присвячено чимало монографічних та дисертаційних досліджень.

Значний внесок у розвиток теорії фінансових потоків зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г. Азаренкова, І. Алексєєв, О. Барановський, І. Бланк, О. Василик, В. Корнєєв, В. Опарін, А. Поддєрьогін, Р. Брейлі, Є. Брігхем, С. Майєрс та ін. Ученими досліджуються методологічні та практичні аспекти систем управління фінансовими потоками.

Пропонуються підходи щодо побудови організаційно-економічного механізму управління фінансовими потоками як на рівні підприємства, так і на макроекономічному рівні, методичні рекомендації щодо регулювання фінансових потоків на рівні державного управління.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, питання оцінки ефективності управління фінансовими потоками, визначення критеріїв ефективності залишаються недостатньо опрацьованими.

Основна увага у дослідженнях приділяється не оцінці фінансових потоків, а оцінці грошових потоків, що є не тотожним та значно звужує розуміння фінансового потоку. Удосконалення методів оцінки і важелів управління фінансовими потоками має бути націлене на узгодження завдань стратегічного і оперативного управління на підприємстві, зростання його ринкової вартості.

До пріоритетних питань управління фінансовими потоками підприємства, що вимагає подальшої розробки, можна віднести такі:

- дослідження механізму зв'язку між ефективністю управління фінансовими потоками і зростанням ринкової вартості підприємства;
- оцінка прибутковості і ризику управління фінансовими потоками;
- оптимізація управління фінансовими потоками в стратегічному і тактичному аспектах.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення та критичний аналіз методологічних та методичних підходів до оцінки фінансових потоків підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із основних питань, яке розглядається у системі фінансового менеджменту підприємства, є управління фінансовими потоками.

Вироблення управлінських дій базується на вихідних даних попереднього аналізу стану та динаміки фінансових потоків, а також узгоджується із загальними цілями функціонування підприємства. Загально прийнятим положенням є поділення фінансових потоків на вхідні та вихідні. Для оцінки кожного з них пропонується система відповідних показників (коефіцієнтів).

Методологічною засадою оцінки фінансового потоку підприємства стає системний підхід та комплексний аналіз. Так, для визначення параметрів фінансових потоків О.В. Єрмошкіна пропонує їх розподіл на статичні (обсяг, джерела формування) та динамічні (напрямок, швидкість, регулярність і вартість руху) [1, с.12-25].

При цьому вибір джерел фінансових потоків пропонується здійснювати з використанням оцінки ймовірності надходження вхідних фінансових потоків, врахуванням пріоритетності їх використання і передбачає здатність підприємства формувати вихідні фінансові потоки з визначеними базовими параметрами й терміном нормального функціонування підсистем обслуговування цих потоків.

Слід зазначити, що подана методика оцінки фінансових потоків не розділяє кількісні та якісні характеристики фінансових потоків. Здійснимо спробу застосування пропонованих підходів до оцінки фінансового потоку на прикладі конкретного підприємства.

До статичних фінансових потоків можна віднести ті фінансові потоки, які надходять через значний проміжок часу або достатньо довго існують у вигляді певного активу, а саме:

- довгострокові зобов'язання;
- короткострокові (до 1 року) кредити банків (вхідні потоки);
- довгострокові інвестиційні вкладення;
- поточні фінансові інвестиції (вихідні потоки);
- векселі видані.

До динамічних фінансових потоків віднесемо:

- кредиторську заборгованість;
- поточні зобов'язання за розрахунками (майбутні вихідні потоки);
- дебіторську заборгованість (майбутні вхідні потоки);
- грошові кошти та їх еквіваленти.

Як видно з наведеної класифікації, простий поділ на статичні і динамічні фінансові потоки потребує подальшої деталізації, а саме:

- на майбутні вхідні і вихідні потоки;
- поточні вхідні і вихідні потоки.

Це, в свою чергу, вимагає введення критерію щодо визначення параметрів – майбутні і поточні. Слід зазначити, що такий критерій буде для кожної галузі свій, залежно від специфіки виробництва.

Наведемо приклад застосування вищевказаного підходу до конкретного підприємства (дані зведено у табл.1).

За статичним фінансовим потоком отримуємо:

$$770-101+4000-5000-3000+2387 = (-)944 \text{ (тис. грн.)},$$

тобто фінансовий потік має характер вихідного, що зменшує фінансові ресурси підприємства.

За динамічним фінансовим потоком отримуємо:
 $71313-33689+11248-12794+11533-7921-4+512= (+)2574$ (тис. грн.),
 тобто динамічний фінансовий потік має позитивний результат.

За сукупним фінансовим потоком підприємство має позитивний фінансовий потік:
 $2574-944= (+)1530$ (тис. грн.),
 це означає, що підприємству достатньо фінансових ресурсів для покриття потреб.

Розрахуємо забезпеченість фінансовими ресурсами традиційним методом (теорія фінансового менеджменту) [2, с.250-276].

Таблиця 1

Показники балансу підприємства

п/п	Найменування фінансового потоку	Сума, тис. грн.	
		На початок року	На кінець року
1	довгострокові зобов'язання	-	-
2	короткострокові кредити банків	-	-
3	довгострокові інвестиційні вкладення	770	101
4	поточні фінансові інвестиції	4000	5000
5	вексіль видані	3000	2387
6	кредиторська заборгованість	71313	33689
7	поточні зобов'язання за розрахунками	11248	12794
8	дебіторську заборгованість	11533	7921
9	грошові кошти та їх еквіваленти	4	512
10	оборотні активи	59280	61929

Поточні фінансові потреби(ПФП)= поточні пасиви(ПП) – поточні активи(ПА) (1)

ПФП(на кінець року) = $45999-61929= (-)15930$ (тис. грн.),

тобто у підприємства не вистачає вхідного фінансового потоку для покриття потреб.

Таким чином, маємо суперечливий результат що до оцінки сукупного фінансового потоку підприємства.

Зазначимо, що за таким методологічним підходом до оцінки фінансових потоків виникає певна плутанина: статистичні фінансові потоки оцінюються за джерелом формування та обсягом потоку, а динамічні потоки – за швидкістю, регулярністю і вартістю. Тобто запропоновані оцінки мають різну спрямованість, не співставні та за сукупністю не дають комплексної оцінки фінансового потоку, а лише відображають певні характеристики. Так, на наш погляд зору, не можна оцінювати одні фінансові потоки за джерелом формування, а інші – за вартістю, адже відомо, що кожен фінансовий потік має вартість і не врахування цієї характеристики потоку викривлює його оцінку.

Існують й інші підходи до оцінки фінансових потоків, які пов'язані з методикою попередження (або визнання) банкрутства підприємства [3]. В аналізі фінансових потоків розглядаються 4 групи показників:

- надходження;
- витрати (чи «платежі»);
- їх різниця («сальдо», «баланс»);
- наявність сальдо («сальдо наростаючим підсумком», «закумульоване сальдо»), яке вказує на відповідну наявність коштів на рахунок.

Виникнення негативного сальдо по четвертому показнику означає появу непокритих боргів. За відсутності коштів для їх оплати і затребуванні цих боргів кредиторами через суд банкрутство стає найбільш вірогідним. Таким чином, виникнення негативного сальдо останнього показника – перша ознака підвищеної вірогідності банкрутства.

Метод оцінки вірогідності банкрутства на основі аналізу фінансових потоків широко

застосовується в економіці західних країн [4].

У Німеччині, наприклад, такий аналіз застосовується в законодавчому порядку для встановлення факту неплатоспроможності організації у вигляді загрози неспроможності [5].

Така загроза, як відомо, виникає за відсутності можливості боржника виконати готівкові платіжні зобов'язання у момент настання терміну сплати. При цьому визначення майбутньої неспроможності ґрунтується на прогнозованих отримуваних і витікаючих виплатах (позитивних і негативних грошових потоках).

При простоті розрахунків, наочності отримуваних результатів, достатній їх інформативності для ухвалення управлінських рішень аналіз фінансових потоків має істотні недоліки. Важко запланувати:

- обсяг вступів грошових коштів з необхідною мірою точності;
- обсяг майбутніх виплат на тривалу перспективу;
- необхідні дані аналітичного обліку на підприємстві.

У той же час фінансовий план, що включає наявність ліквідних засобів, заплановані їх надходження і вибуття, є важливим інструментом оцінки фінансової спроможності підприємства.

Для аналізу грошових потоків в умовах невизначеності і ризику пропонується використовуватися імітаційне моделювання.

Існують підходи до оцінки фінансових потоків за методом залишковій вартості. У цілому дуже схожий з попереднім (і багатьма фахівцями розцінюється як його простий різновид), але використовує як відправну точку не умовну ринкову вартість компанії, а оцінку її вільних грошових потоків [6].

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведене дослідження показало, що при наявності значної кількості методів оцінки фінансових потоків, вони дають різні результати.

Тому особливо важливими є застосування такого методологічного підходу, який би створював засади для розробки адекватної методики оцінки фінансових потоків. При цьому необхідним є вирішення низки питань:

- класифікація фінансових потоків з прив'язкою до форм фінансової звітності підприємства;
- врахування фактора інфляції (що є особливо важливими в умовах трансформаційної економіки);
- визначення системи оцінок для кількісної та якісної характеристик фінансових потоків.

Література

1. Єрмошкіна О. В. Система управління фінансовими потоками підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / О. В. Єрмошкіна. – Донецьк, 2009. – 31 с.
2. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика: [учебник] / Е. С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2001. – 656 с.
3. Анализ финансовой устойчивости предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.textreferat.com/referat-373-9.html.
4. Механизм планирования структуры финансовых потоков предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cis2000.ru/budgeting/barterAS.shtml.
5. Управление финансовыми потоками предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – www.planetadisser.com/see/dis_215665.html.
6. Виды отчетов о денежных потоках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rich-shop.ru/news.html.

ОЦІНКА ГРУПОВИХ ФАКТОРІВ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Розглянуто методичні питання кількісної оцінки інвестиційної привабливості підприємств промисловості на основі розробленої ієрархічної структури поняття «інвестиційна привабливість» в якій виділено два рівні латентних ознак. Запропоновано оцінювати їх на основі методів і моделей факторного аналізу.

The methodical questions of quantitative estimation of investment attractiveness of enterprises of industry are considered on the basis of the developed hierarchical structure of concept «investment attractiveness» in which it is selected two levels of latent signs. It is suggested to estimate them on the basis of methods and models of factor analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У перехідний до ринку період найбільшого занепаду в Україні зазнала саме інвестиційна діяльність. Кризу формування капіталу, яку українська економіка пережила впродовж 1991-1996 рр., і яка мала своїм наслідком скорочення обсягу валового нагромадження основного капіталу в 6,8 рази, так і не вдалося подолати в подальшому. Більше того, світова фінансова-економічна криза, що розпочалася влітку 2008 р., суттєво погіршила інвестиційну ситуацію в країні внаслідок активного відтоку іноземного капіталу.

Вищезазначене стримує структурну перебудову та перешкоджає розв'язанню нагальних соціально-економічних проблем у суспільстві. Сприяння зростанню інвестицій в українську економіку – це передусім забезпечення сталого економічного розвитку. Досвід економічно розвинених країн переконливо свідчить про те, що в сучасних умовах позитивні економічні параметри вирішальним чином залежать від масштабів та якісного рівня інвестиційної діяльності, структурно-технологічних змін тощо.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Методологічні питання оцінювання рівня інвестиційної привабливості підприємства висвітлені в роботах А.А. Алексєєва, Г.І. Великоіваненко, В.М. Гриньової, К.М. Мамонової, А.В. Матвійчук, О.В. Нечипорук, К.В. Орехової, А.І. Панченко, К.А. Приб, А.А. Садекова, О.М. Тридід, В.Г. Чернова, О.Г. Янкового.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На теперішній час як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі остається відкритим питання єдиного підходу щодо вибору критеріїв і системи показників оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, на основі яких потенційний інвестор може приймати рішення про необхідність і доцільність вкладення коштів у той чи інший об'єкт.

Постановка завдання. Метою дослідження є розглядання кількісної оцінки інвестиційної привабливості підприємств промисловості на основі розробленої ієрархічної структури поняття «інвестиційна привабливість» та оцінювання її на основі методів і моделей факторного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У даному дослідженні в якості конкретного об'єкта розглядалися підприємства зернопромислового комплексу півдня України, до якого, зокрема, належить борошномельно-круп'яна підгалузь харчової промисловості, що займається переробкою зернових культур. Тому розглянемо фактори, що обумовлюють рівень інвестиційної привабливості конкретних підприємств на основі практичного впровадження результатів проведеного дослідження.

Виходячи з проведеного аналізу існуючих підходів до класифікації внутрішніх

чинників інвестиційної привабливості підприємства, а також з урахуванням основних положень та рекомендацій «Методики аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектора економіки», затвердженої наказом МФУ від 14.02.2006 р. за № 170 [1, с.366-395], ми пропонуємо наступну систему факторів, які будуть використані нами в подальшому для кількісної оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Внутрішні фактори інвестиційної привабливості підприємства

Груповий фактор	Назва показників
1. Майновий стан	1.1. Темп зростання майна 1.2. Частка поточних активів у балансі підприємства 1.3. Частка запасів у поточних активах 1.4. Коефіцієнт придатності основних засобів 1.5. Коефіцієнт вводу основних засобів 1.6. Частка виробничих засобів у активах 1.7. Активна частка основних засобів
2. Ліквідність	2.1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності 2.2. Коефіцієнт швидкої ліквідності 2.3. Коефіцієнт поточної активності (покриття)
3. Фінансова стійкість	3.1. Коефіцієнт абсолютної автономії 3.2. Коефіцієнт стійкої автономії (фінансової сталості) 3.3. Коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу 3.4. Коефіцієнт покриття запасів власним оборотним капіталом 3.5. Коефіцієнт фінансового ризику 3.6. Коефіцієнт економічного зростання 3.7. Фінансовий леверидж
4. Ділова активність	4.1. Витрати операційної діяльності на 1 грн. реалізованої продукції, грн. 4.2. Темп зростання обсягу реалізованої продукції 4.3. Темп зростання чистого прибутку 4.4. Фондовіддача, грн. 4.5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості 4.6. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості 4.7. Коефіцієнт оборотності оборотних активів 4.8. Коефіцієнт оборотності запасів 4.9. Тривалість операційного циклу, днів 4.10. Тривалість фінансового циклу, днів 4.11. Коефіцієнт співвідношення дебіторської й кредиторської заборгованості 4.12. Коефіцієнт оборотності власного капіталу
5. Рентабельність	5.1. Рентабельність інвестицій 5.2. Рентабельність активів 5.3. Рентабельність власного капіталу 5.4. Рентабельність виробничих фондів 5.5. Операційна рентабельність реалізованої продукції 5.6. Рентабельність реалізованої продукції
6. Ринкова активність	6.1. Частка ринку або його сегмента 6.2. Реінвестований прибуток, грн. 6.3. Дохід на 1 акцію, грн.

Запропоноване групування факторів інвестиційної привабливості в табл. 1 дозволить всебічно охарактеризувати економічне поняття, що досліджується, обґрунтувати інформаційну базу дослідження, отримати адекватні результати для розробки рекомендацій

щодо підвищення зацікавленості інвесторів вкладати кошти у вітчизняні підприємства промисловості.

Можна відмітити, що поняття «інвестиційна привабливість підприємства» є не тільки складним, але ще й ієрархічним, тобто таким, структура якого містить декілька взаємопов'язаних та взаємно підпорядкованих рівнів показників. На наш погляд, можна виділити чотири головних ієрархічних рівня даного поняття (рис. 1).

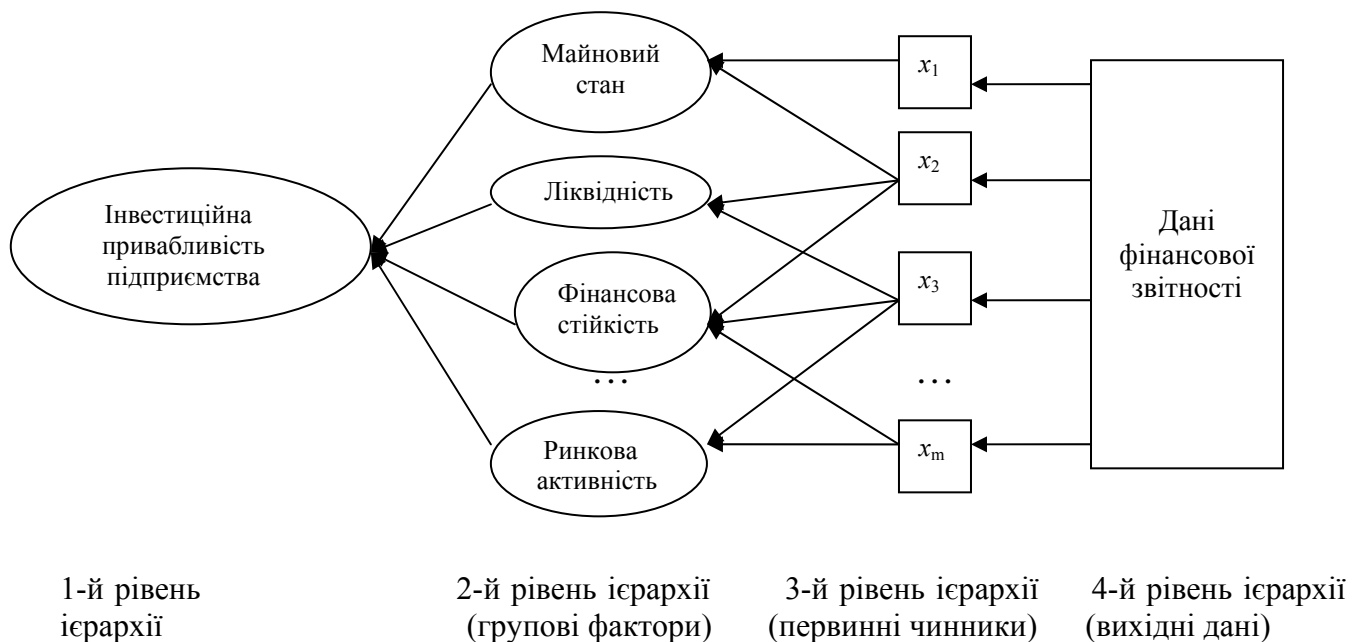


Рис. 1. Схема взаємодії ієрархічних рівнів структури поняття інвестиційної привабливості підприємства

На першому рівні знаходиться досліджуване економічне поняття – інвестиційна привабливість підприємства. Йому підпорядковуються групові фактори (див. табл. 1), які знаходяться на другому рівні ієрархії. Третій рівень складають первинні чинники, що входять до окремих груп – коефіцієнти оновлення, зносу основних фондів, показники маневреності, покриття, ліквідності, автономності, оборотності капіталу та інші. І на четвертому рівні ієрархії (вихідні дані) розташовані показники фінансової звітності, які створюють інформаційну базу для дослідження інвестиційної привабливості підприємства.

На нашу думку, вся процедура застосування факторного аналізу задля вирішення поставлених завдань складається з двох важливих послідовних стадій:

1. Оцінка групових латентних факторів інвестиційної привабливості підприємства – чинників-симптомів 2-го рівня ієрархії на основі інформації про ознаки метричної шкали 3-го рівня ієрархії.

2. Оцінка шуканого латентного показника інвестиційної привабливості підприємства на базі даних про визначені на попередній стадії групових латентних факторів 2-го рівня ієрархії.

Кожна з цих стадій складається з таких головних етапів:

1. Формування матриці X вихідних чинників-симптомів латентного показника.
2. Стандартизація ознак (побудова матриці Z).
3. Розрахунок кореляційної матриці r між вихідними чинниками-симптомами.
4. Побудова редуцированої кореляційної матриці r_h .
5. Знаходження матриці факторних навантажень A .
6. Аналіз першого стовпця матриці A з метою виявлення генерального фактора F_1 .
7. Знаходження нової матриці факторних навантажень A' , що включає лише ті чинники-симптоми, для яких $|a_{k1}| > 0,7$.

8. Вимірювання значень генерального фактора F_{1i} для всіх досліджуваних об'єктів.

У якості конкретного об'єкта дослідження інвестиційної привабливості виступали 12 борошномельно-круп'яних підприємств, що входять до чотирьох областей півдня України (Одеської, Миколаївської, Херсонської, АР Крим). До складу статистичної сукупності були включені 10 відкритих акціонерних товариств та два великих державних підприємства («Куліндорівський КХП» та «Одеський КХП»). Це в основному ті комбінати хлібопродуктів, які показали певну стабільність і ріст випуску та реалізації продукції за останні п'ять років (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка обсягу реалізованої продукції КХП південного регіону України
за 2004-2008 роки, тис. грн.

№ з/п	Підприємства	2004	2005	2006	2007	2008
1	ВАТ «Білгород-Дністр. КХП»	40 889,4	34 597	52 720,6	61161	108964
2	ВАТ «Каланчакський КХП»	30 461,8	27 102,6	34 024,7	49935	69408
3	ДП «Куліндорівський КХП»	59879,1	60276,6	66154,6	69372,6	113491
4	ВАТ «Миколаївський КХП»	60 886,3	45 609,7	47 021,2	89916	105834
5	ВАТ «Новокаховський КХП»	9 777,6	10 501,1	20 251	26311	42157
6	ДП «Одеський КХП»	11526,3	20928,5	7224	4751,7	8785
7	ВАТ «Сімферопольський КХП»	27 550,8	27 109,1	20 528,9	29217	43793
8	ВАТ «Урожайненський КХП»	19 181,7	19 824,4	26 605,3	47291,2	49290
9	ВАТ «Херсонський КХП»	58 371,5	69 168,9	111755,3	130689,1	193279
10	ВАТ «Чубівський КХП»	2 647,5	9 865,1	10 708	27898	14007
11	ВАТ «Кулєвчанський КХП»	4 747,4	2 571,6	2 233,9	3147	8983
12	ВАТ «Березінський КХП»	10 651,9	4 206,2	3 004,7	3033	5391

Інформаційну базу дослідження створили первинні дані фінансової звітності 12 борошномельно-круп'яних підприємств за 2008 р., які були зібрані на окремих КХП, а також в мережі Інтернет, зокрема на сайті Державної установи «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [2]. Чинники-симптоми 3-го рівня ієрархії (згідно зі схемою латентної ознаки, що оцінюється, на рис. 1.) розраховані відповідно до запропонованого переліку факторів, які наведені в табл. 1.

На першій стадії побудови інтегрального показника шуканої латентної ознаки здійснювалося оцінювання групових чинників-симптомів 2-го рівня ієрархії за допомогою методів факторного аналізу. Всі розрахунки виконувалися за допомогою системи STATISTICA в модулі «Факторний аналіз» (Factor Analysis) [3, с.305-377; 4, с.127-205; 5].

На шостому етапі цієї процедури відбувався відсів із факторних моделей тих чинників-симптомів 3-го рівня ієрархії x_k , для яких не виконувалася умова $|a_{k1}| > 0,7$. Крім того, зверталася увага на знак факторних навантажень a_{k1} , які представляють собою коефіцієнти парної кореляції між відповідними x_k і генеральним фактором F_1 . Якщо знак a_{k1} суперечив економічному уявленню про напрямок залежності між x_k і F_1 , то відповідний чинник-симптом 3-го рівня ієрархії виключався з подальшого розгляду.

У результаті проведеного аналізу й відсіву в факторній моделі майнового стану досліджуваних підприємств залишилися три чинники-симптоми 3-го рівня ієрархії: x_{11} – темп росту майна; x_{12} – частка поточних активів в балансі підприємства; x_{16} – частка виробничих засобів в активах.

У моделі ліквідності – всі три змінні (x_{21} – коефіцієнт покриття; x_{22} – коефіцієнт швидкої ліквідності; x_{23} – коефіцієнт абсолютної ліквідності).

У моделі фінансової стійкості – чотири чинники-симптоми 3-го рівня ієрархії: x_{31} – коефіцієнт абсолютної автономії; x_{32} – коефіцієнт стійкої автономії (фінансової сталості); x_{33} – коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу; x_{35} – коефіцієнт фінансового

ризик.

У моделі ділової активності – п'ять чинників: x_{41} – витрати операційної діяльності на 1 грн. реалізованої продукції, грн.; x_{45} – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості; x_{46} – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; x_{47} – коефіцієнт оборотності оборотних активів; x_{49} – тривалість операційного циклу, днів.

В моделях рентабельності і ринкової активності – відповідно всі шість і всі три вихідних змінних.

Отримані інтегральні показники шести групових факторів інвестиційної привабливості, які залишилися в моделях після відсіву досліджуваних підприємств представлені в табл. 3.

Відзначимо, що всі отримані в результаті проведення першої стадії процедури оцінки інвестиційної привабливості підприємств є стандартизованими. Вони варіюють у межах від -3 до $+3$, їхня сума дорівнює нулю, а дисперсія – одиниці. Це означає, що знайдені інтегральні показники майнового стану (X_1), ліквідності (X_2), фінансової стійкості (X_3), ділової активності (X_4), рентабельності (X_5) й ринкової активності (X_6), об'єктів, що вивчаються, є безрозмірними, певною мірою умовними.

На другій стадії процедури на основі отриманих шести інтегральних показників групових факторів інвестиційної привабливості досліджуваних 12 підприємств борошномельно-круп'яної підгалузі харчової промисловості здійснювалося безпосереднє оцінювання шуканої латентної ознаки. При цьому, як і на першій стадії, відбувався відсів із факторної моделі тих чинників-симптомів 2-го рівня ієрархії X_k , для яких:

- не виконувалася умова $|a_{k1}| > 0,7$;
- знак a_{k1} суперечив економічному уявленню про напрямок залежності між X_k і F_1 .

Таблиця 3

Результати оцінювання групових факторів інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств зернопереробного комплексу України в 2008 р.

№ з/п	Підприємство	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6
1	Білгород-Дністр. КХП	0,13271	-0,448	-0,1308	0,38532	-0,474	-0,1792
2	Каланчакський КХП	1,647733	0,15146	0,1243	-0,05450	0,03494	0,06264
3	Куліндорівський КХП	-0,50144	0,02231	0,9503	1,60654	-0,4832	-0,2291
4	Миколаївський КХП	0,12558	-0,2456	0,05257	0,01596	-0,9888	-1,8794
5	Новокаховський КХП	-1,03437	0,03712	0,7745	1,30747	-0,1598	0,79213
6	Одеський КХП	-1,57545	-1,0702	-0,0983	-0,53294	-1,4649	0,00145
7	Сімферопольський КХП	1,197674	-0,2572	-0,5029	-1,45638	0,8339	2,47538
8	Урожайненський КХП	-0,33471	-0,1286	0,29807	-0,66856	-0,7385	-0,5645
9	Херсонський КХП	-0,38035	-0,0466	0,57069	0,96607	-0,4373	-0,0062
10	Чубівський КХП	1,523221	-0,5244	-2,7764	-1,66077	0,50726	-0,1084
11	Кулєвчанський КХП	-0,64154	2,99549	1,00297	0,11694	1,79202	-0,5197
12	Березинський КХП	-0,15906	-0,4859	-0,2651	-0,02515	1,57827	0,15475

У результаті проведеного дослідження й відсіву змінних у факторній моделі інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств залишилися три з шести чинники-симптоми 2-го рівня ієрархії: X_2 – ліквідність; X_3 – фінансова стійкість; X_4 – ділова активність.

Отримана підсумкова модель інвестиційної привабливості підприємств зернопереробного комплексу України в 2008 р. має наступний вигляд (рис. 2).

Слід зазначити, що знаки всіх без винятку показників, наведених на рис. 1, не суперечать економічним уявленням щодо напрямку впливу відповідних чинників на результативні ознаки.

Розрахована модель інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств досить точна: інтегральний показник групового фактора «Ліквідність» знайдено з відносною

помилкою 8,9%, групового фактора «Фінансова стійкість» – 25,9%, групового фактора «Ділова активність» – 24,2 %, латентного показника «Інвестиційна привабливість» – 34,3%.

Ми вважаємо, що отримана модель, яка включає дванадцять чинників симптомів 3-го рівня ієрархії, поєднаних у три групових фактори 2-го рівня ієрархії, досить репрезентативно відображає шуканий латентний економічний показник.

Нагадаємо, що у вихідний перелік чинників-симптомів 3-го рівня ієрархії входило 38 внутрішніх показників виробничо-фінансової діяльності підприємств борошномельно-круп'яної підгалузі харчової промисловості.

Тобто майже третина первинних ознак увійшла до кінцевого варіанта факторної моделі інвестиційної привабливості досліджуваних об'єктів.

У табл. 4 наведені результати оцінювання латентного показника інвестиційної привабливості, а також ранги, визначені за отриманою інтегральною оцінкою.

Таблиця 4

Ранжирування підприємств зернопереробного комплексу України
за рівнем інтегрального показника інвестиційної привабливості

№ з/п	Підприємства	Стандартизована оцінка	Ранг
1.	ВАТ «Білгород-Дністровський КХП»	-0,03143	6
2.	ВАТ «Каланчакський КХП»	0,08165	5
3.	ДП «Куліндорівський КХП»	1,15596	2
4.	ВАТ «Миколаївський КХП»	-0,04252	7
5.	ВАТ «Новокаховський КХП»	0,94705	3
6.	ДП «Одеський КХП»	-0,60245	10
7.	ВАТ «Сімферопольський КХП»	-0,94875	11
8.	ВАТ «Урожайненський КХП»	-0,18641	8
9.	ВАТ «Херсонський КХП»	0,67655	4
10.	ВАТ «Чубівський КХП»	-2,20291	12
11.	ВАТ «Кулевчанський КХП»	1,43804	1
12.	ВАТ «Березінський КХП»	-0,28478	9

Дані таблиці показують, що рейтинг інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств очолює ВАТ «Кулевчанський КХП», стандартизована оцінка якого складає 1,43804. Друге місце посідає ДП «Куліндорівський КХП» (1,15596), третє – ВАТ «Новокаховський КХП» (0,94705).

До підприємств-середняків відносяться: ВАТ «Херсонський КХП» (0,67655), ВАТ «Каланчакський КХП» (0,08165).

Відстаючими підприємствами є: ВАТ «Білгород-Дністровський КХП» (-0,03143), ВАТ «Миколаївський КХП» (-0,04252), ВАТ «Урожайненський КХП» (-0,1864), ВАТ «Березінський КХП» (-0,28478).

До групи явних аутсайдерів відносяться ДП «Одеський КХП» (-0,60245), ВАТ «Сімферопольський КХП» (-0,94875). І найгіршим аутсайдером виявилось ВАТ «Чубівський КХП» (-2,20291).

Таким чином, можна говорити про наявність чотирьох груп підприємств у досліджуваній сукупності комбінатів хлібопродуктів за рівнем інтегрального показника інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств.

Аналіз фінансових показників, які характеризують інвестиційну привабливість підприємств-аутсайдерів (ВАТ «Чубівський КХП», ДП «Одеський КХП», ВАТ «Сімферопольський КХП»), показав, що вони мають нестачу власних оборотних коштів, котра, у свою чергу, відображається на обсягах виробництва та реалізації борошномельно-круп'яної продукції.

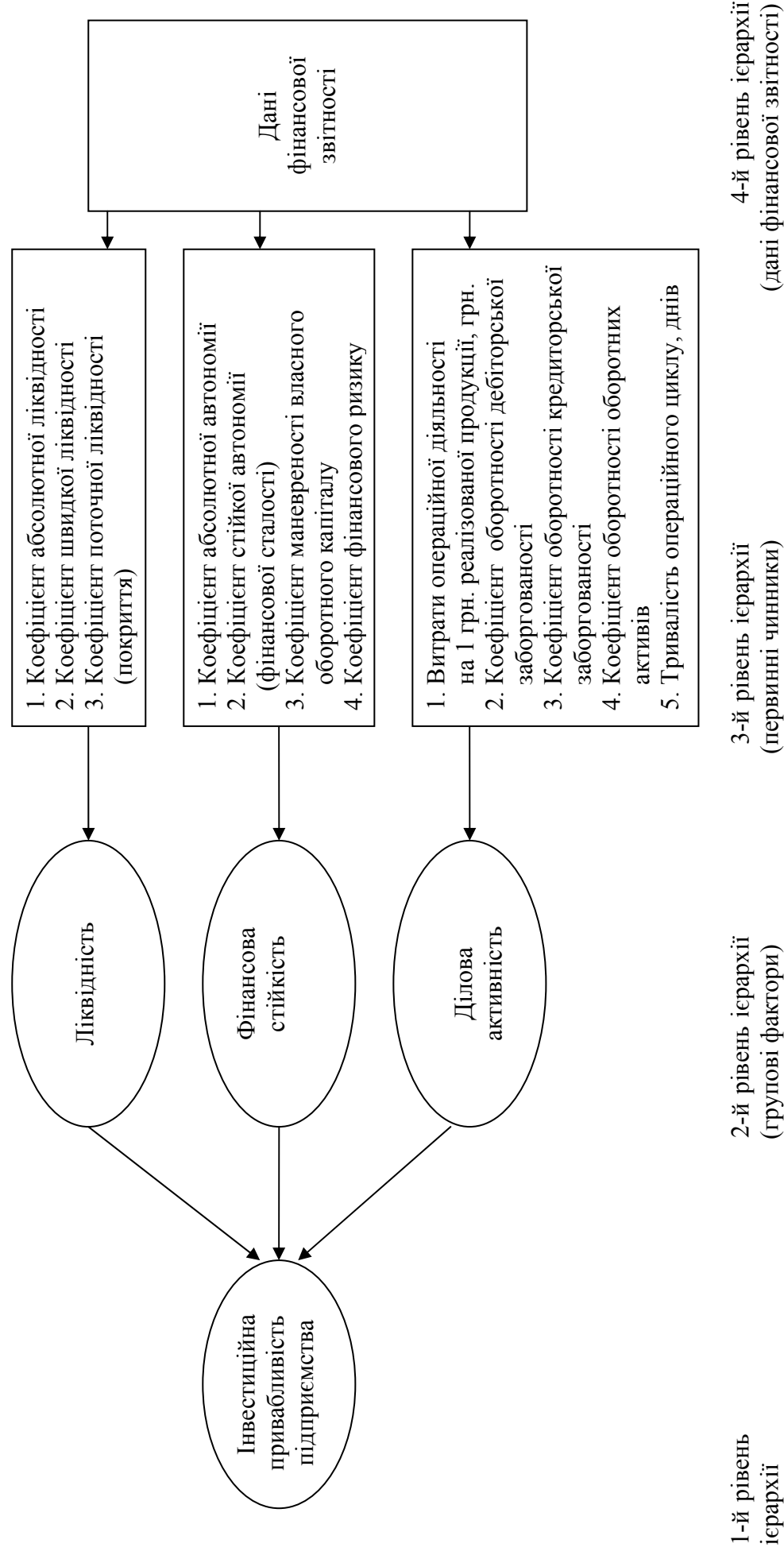


Рис. 2. Структура інтегрального показника інвестиційної привабливості 12 досліджуваних підприємств зернопереробного комплексу України

На нашу думку, важливим джерелом формування власних оборотних коштів у сучасних умовах фінансово-економічної кризи для даних підприємств є використання компромісної стратегії фінансування поточних активів.

Тобто за рахунок довгострокових зобов'язань фінансуються постійна частина оборотних активів, яка є незмінною та не залежить від сезонних та інших коливань операційної діяльності. Вона не пов'язана з формуванням запасів товарно-матеріальних цінностей сезонного характеру. Це ж джерело використовується для фінансування половини змінної частини оборотних активів, а інша половина фінансується за рахунок короткострокових зобов'язань.

Формування змінної частини оборотних коштів має сезонний характер, коли виникає необхідність формувати запаси товарно-матеріальних цінностей сезонного зберігання. Погашення заборгованості розтягнуте в часі, зменшує суму щомісячних платежів, що позитивно впливає на обсяг оборотних коштів.

Слід зазначити, що на ВАТ «Сімферопольський КХП» значна частина оборотних коштів сконцентрована в дебіторській заборгованості. Така обставина негативно впливає на розрахунки з кредиторами, забезпечення виробництва сировиною.

Висновки і перспективи подальших розробок. У цілому залучення інвестиційних коштів для підприємств зернопереробного комплексу дозволить:

- впровадити у виробництво сучасні автоматизовані та енергозберігаючі технології;
- оновити виробничі фонди;
- розширити виробництво і асортимент продукції;
- застосувати різні види сировини;
- покращити якість продукції та знизити її собівартість.

Крім того, з'являється можливість трансформації окремих зернопереробних підприємств у холдинги з повним циклом виробництва – від вирощування зерна до збуту готової продукції.

Ми вважаємо, що підвищенню інвестиційної привабливості досліджуваних комбінатів хлібопродуктів буде сприяти їх підтримка з боку держави, а саме: удосконалення законодавчої бази, пільгова політика оподаткування та кредитування сільськогосподарських виробників, забезпечення присутності сертифікованої борошномельно-круп'яної продукції на зовнішніх ринках, участь у інноваційних розробках.

Література

1. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки / затверджено наказом МФУ від 14.02.2006 р. за № 170, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 27.03.2006 р. за № 332/12206 // Офіційний вісник України. – 2006. – № 13. – С. 366–395.
2. Офіційний веб-сайт Державної установи «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.Smida.gov.ua>.
3. Боровиков В. П. STATISTICA – Статистический анализ и обработка данных в среде Windows / В. П. Боровиков, И. П. Боровиков. – М.: ИИД «Филинь», 1998. – 608 с.
4. Боровиков В. П. Популярное введение в программу STATISTICA / В. П. Боровиков. – М.: КомпьютерПресс, 1998. – 267 с.
5. Боровиков В. П. Нейронные сети. Statistica Neural Networks. Методология и технологии современного анализа данных [Электронный ресурс] / В. П. Боровиков. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/144249>.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ СУДНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто особливості відносин між банківськими установами та підприємствами суднобудування з врахуванням комплексного підходу. Проаналізовано розвиток таких відносин і взаємний вплив клієнтів та депозитних корпорацій при формуванні їхніх стосунків у якості фактору їх покращення.

The features of the relationship between banks and shipbuilding enterprises, considering the complex approach, are determined. The development of such relations and mutual influence of corporate customers and deposit corporations in the formation of relationships as a factor to their improvement is analyzed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Банківські установи, визначаючи для себе той чи інший підхід до власних клієнтів, або клієнтів інших установ, насамперед, керуються попитом та особливостями, які притаманні відповідній клієнтурі. Тільки після детального вивчення клієнта, аналізу його побажань, віднесення його до певної класифікаційної групи, фінансовий посередник розпочинає розробку власної програми співпраці з ним як з партнером. Особливо це стосується клієнтів – представників суднобудівної галузі. При такої співпраці у банківських установ виникає необхідність у розробці особливих тактик задля якісного та повного задоволення потреб згаданих клієнтів. Виникає питання про те, які саме проблеми та у який спосіб вирішуються у зв'язку з цим депозитні корпорації.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Відомі науковці, вивчаючи проблеми, які постають перед банківськими установами, що обслуговують суднобудування приділяють достатньо уваги особливостям галузі та, відповідно, особливим підходам до обслуговування клієнтів банківськими установами.

Так, В. Лисицький вважає, що розвиток суднобудування України насамперед залежить від його стосунків з банківськими установами [1, с.68].

Відомі українські дослідники В.Н. Бурков, В.С. Блинцов, А.М. Ввозний, К.В. Кошкін, К.М. Михайлов та інші підкреслюють, що у співпраці депозитних корпорацій з суднобудівною галуззю повинні використовуватися відповідні принципові підходи до формування таких взаємостосунків [2, с.48-49].

Відомий російський науковець – В.В. Чугунов, розглядаючи особливості співпраці фінансових посередників з судно-будівними підприємствами, звертає увагу на те, що у схемі будівельного фінансування судна саме банк верфі виконує провідну роль та вирішує питання пов'язані з можливістю, що виникає після постачального фінансування судна [3, с.454].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з цим, виникає питання щодо вивчення взаємного впливу клієнтів на депозитні корпорації та навпаки. Тобто, певні особливості, індивідуальні потреби, що притаманні суднобудівному виробництву впливають, спонукають, створюють попит на відповідні, зустрічні пропозиції послуг від банківських установ.

Цікаво дослідити, як саме формуються такі зустрічні вимоги та який зиск для банкірів у розвитку цього взаємовпливу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження розвитку взаємовідносин між суднобудівною галуззю та банківськими установами:

- а) історично;
- б) згідно сучасної світової практики;

в) на прикладах українських банківських установ узагальнити результати та внести пропозиції удосконалення таких стосунків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для співпраці з клієнтами – суднобудівниками та мореплавцями банківські установи споконвіку використовували спеціальні програми.

Так, ще в Стародавній Греції, де видавалися позики для морської торгівлі, хоча ризик такої співпраці був доволі високим, через піратство, війни та політичні події; банкіри, якщо вважали для себе прийнятним рівень ризику, компенсували його високими відсотками (20 – 30% за одне плавання) [4, с.38]. Тобто, перші стосунки банків з судновласниками розвивалися саме тоді, в епоху античності. Стосунки банківських домів з клієнтами – судновласниками та мореплавцями в епоху середньовіччя схематично зображено на рис. 1 (розроблено на підставі [4, с.98]).

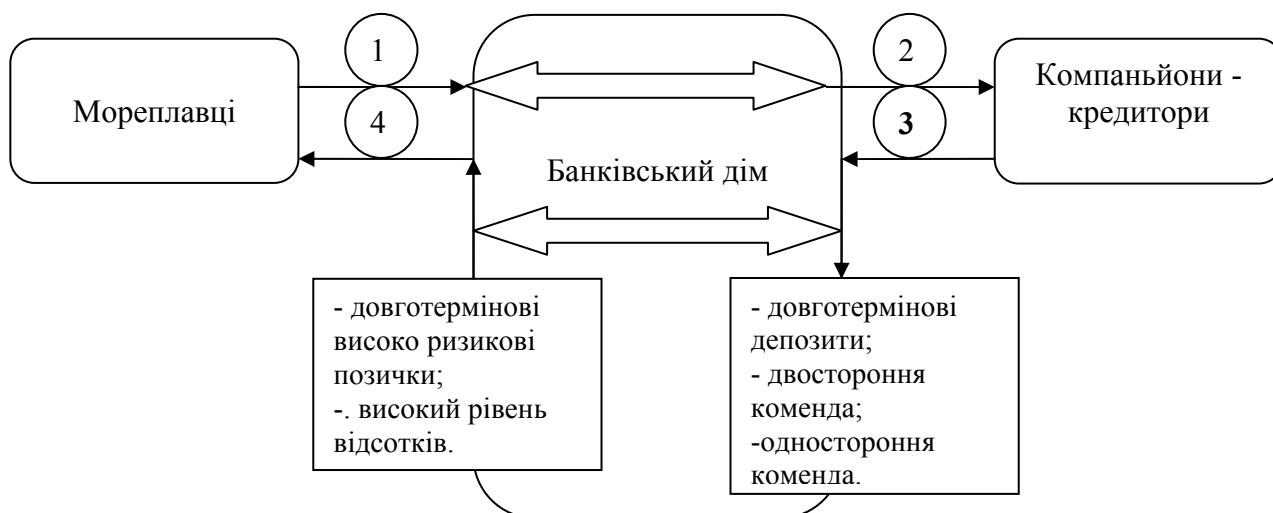


Рис. 1. Взаємостосунки середньовічних банків з мореплавцями

- 1 – вимоги мореплавців до банкірів;
- 2 – відповідні, трансформовані вимоги банкірів до кредиторів;
- 3 – зустрічні пропозиції кредиторів банкам;
- 4 – зустрічні пропозиції банків, після відповідної трансформації отриманих депозитів.

Особливостями таких взаємовідносин була необхідність мореплавців у отриманні позичок у великих сумах на довгі терміни та з високим ступенем ризику.

Задля вирішення проблем фінансування таких клієнтів банківські дома залучали:

- а) довготермінові депозити;
- б) застосовували: – двосторонню коменду (компаньйон, що лишався на березі вносив дві третини необхідного капіталу, купець – решту, а прибуток розподілявся порівну);
- в) односторонню коменду, коли компаньйон, що лишався на суші вносив весь капітал, а отримував 75% прибутку).

Причому, за використання коменди мореплавець повинен був звітувати кредитору по статтям витрат, а не тільки повернути відсотки. Саме так працювали банкіри в середньовічній Італії, відсотки за такими позичками наприкінці XII сторіччя складали 20 – 25% на термін плавання [4, с.98-99].

У Київській Русі особлива увага приділялася тим, хто позичав гроші для купівлі товарів та перевезенню їх морським шляхом. Купцям, «що втратили куплене за позичені гроші майно під час подолання морського чи річкового шляху в результаті військових дій чи пожежі надавалося право відтермінування платежів за позиками» [4, с.117]. Тобто, вже в той час добре усвідомлювали ступень ризику та особливий характер позичок, пов'язаних з мореплаванням.

Обслуговування машино та суднобудування в Україні у складі Російської імперії (крім західних земель – Галичини, Буковини та Закарпаття) проводили філії Петербурзького

міжнародного комерційного банку (станом на 01.03.1914, з 56 власних філій якого – 36 було розташовано на Україні). Окрім цього, банк приймав участь у фінансуванні пароплавних товариств.

В СРСР підприємства суднобудівної галузі, як і інших галузей обслуговувалися в Держбанку СРСР та отримували цільові кошти на реалізацію відповідних державних програм та замовлень. Після 1991 року, в незалежній Україні підприємства суднобудування досить успішно обслуговував Промінвестбанк. Саме його клієнтами були провідні суднобудівні підприємства України (Чорноморський суднобудівний завод, Суднобудівний завод ім. 61 комунара, завод «Океан» та інші.)

Зараз, українських суднобудівників обслуговують різні банківські установи, у тому числі, Райффайзен Банк Аваль, ВТБ банк, Морський транспортний банк та інші.

Банківські установи стикаються багатьма з проблемами суднобудівних підприємств, і перша проблема, яку необхідно вирішувати, таким підприємствам – їм необхідні ресурси задля реалізації відповідних проектів. Для установ, що створюють технічно складну, капіталомістку продукцію, з довготривалим циклом виробництва, забезпеченість ресурсами на протязі усього виробничого циклу має стратегічне значення.

Окрім цього, кожен етап виробничого циклу потребує окремого фінансування. Для банківських установ, такі клієнти, насамперед – потенційні позичальники, що висувають певний набір вимог щодо: обсягу кредитів, їх термінів, та плати за позички, формуючи відповідний попит. Крім замовників суден, позички потрібні саме суднобудівним підприємствам та їх контрагентам – постачальникам обладнання, комплектуючих та матеріалів. А фінпосередники, цілком логічно, пропонують назустріч зазначені ресурси, формуючи їх пропозицію. При цьому, установи керуються твердженнями капіталотворчої теорії про первинність активних операцій банків по відношенню до пасивних. За відомостями [3, с.455], сучасна банківська установа, яка обслуговує верф у схемі взаємостосунків з замовниками суден, суднобудівними підприємствами та їх контрагентами відіграє головну роль, забезпечуючи суднобудівне виробництво необхідними коштами та надаючи відповідні гарантії. Тут кредитор у якості забезпечення залучає «правовий титул» на судно, яке будується. Тобто, судно улюбий з періодів його будівництва – до моменту постачання (в тому числі усі його деталі, комплектуючі, обладнання та матеріали) належать банківській установі. Власність на судно переходить до судновласника тільки на момент виплати останнього платежу.

Зазвичай, банківська установа реєструє «правовий титул» у якості першої закладної, оскільки, така застава є для неї найкращою. Причому, реєстрація відбувається в одному з реєстрів, що визнаний у світі. Окрім цього, може вимагатися і додаткове забезпечення. Відмітимо, що між банком та суднобудівним підприємством укладаються угоди щодо фінансування не одного судна, а зазвичай, їх серії. При відносно невисоких цінах, 10–15 млн. євро за кожне судно, з розривами у здаванні – до 5 місяців буде досягатися піковий попит на кредитні ресурси порядку 100 млн. євро; відповідно, підприємства, які будують судна з інтервалами до трьох місяців за ціною до 40 млн. грн. за судно будуть створювати максимальний попит 300 млн. євро та вище. При тому, що прогнозується зростання рівня цін на судна, що будуються, зрозуміло, що перед банківськими установами досить гостро постає питання про надійність та достатність застави та формування відповідної ресурсної бази.

Для замовників суден та суднобудівних підприємств, позички повинні бути:

- а) «супервеликими»;
- б) довготерміновими;
- в) доступними та стабільними за ціною.

Сформувані активи вказаної якості з прийнятним для себе значенням ліквідності, ступенем ризику та рівнем рентабельності – основне завдання банківської установи, яка бажає задовольнити такий попит.

Оскільки, мова йде про «супервеликі» кредити, банківська установа, що вирішує

вищевказану задачу повинна: по-перше, встановити для себе відповідні нормативи капіталу: мінімального розміру регулятивного капіталу, платоспроможності, адекватності основного капіталу; по-друге, постає необхідність проаналізувати можливість виконання нормативів кредитного ризику, а саме: максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, великих кредитних ризиків, максимального розміру кредитів, гарантій та порук, наданих одному інсайдеру, та максимального сукупного розміру кредитів також з погляду на майбутні суми кредитних вкладень.

Зважаючи на сучасні тенденції суднобудування, банківським менеджерам, скоріше за все, прийдеться підняти для себе планку щодо розміру регулятивного капіталу, сформувавши його у сумі, що дозволить надавати вищезгадані позички. Щодо інших складових вимог до позичок – довгостроковості та доступності, то саме за рахунок використання збільшеного власного капіталу, кредитор зможе їх забезпечити.

Залучені ж кошти, які банкіри повинні будуть акумулювати у великих обсягах на тривалі терміни та, бажано, під відносно невеликі відсотки за джерелами можуть бути, як відомо, коштами фізичних осіб, фізичних осіб – підприємців або юридичних осіб, у т. ч. підприємств, органів державної влади та «банків». Безперечно, тут буде працювати принцип диференціації ресурсної бази.

Але, специфіка вимог до ресурсів вимагає особливого підходу до їх формування за пріоритетами.

Кошти населення, обсяги яких залежать від рівня макроекономічних показників країни, політичної та економічної стабільності та рівня довіри до банківської системи; можна акумулювати у достатньої кількості, вони досить легко розподіляються за обсягами. Дослідження [5, с.828] вказують на те, що депозитні корпорації, при формуванні ресурсної бази, віддають перевагу заощадженням населення.

Навіть, не зважаючи на глобальну фінансово – економічну кризу, частка коштів фізичних осіб у загальній сумі зобов'язань провідних фінансових посередників світу залишається досить високою.

Щодо термінів залучення, то депозити саме фізичних осіб «є найбільш довгостроковими на відміну від інших видів ресурсів», саме так вважає В. Кириленко [6, с.38]. Відносно стабільності вищезгаданих коштів, то їх вважають надійнішими у світі [6, с.31-38].

І дійсно, зважаючи на середній вік українських громадян, (згідно з відомостями Держкомстату [7], ми підраховали, що на початок 2010 року питома вага населення України віком понад 45 років складає більше, ніж 42%) та, якщо користуватися сегментацією клієнтської бази (RBC «ROYAL BANK»), можемо акцентувати на цьому увагу.

Населення України – це на 42% «заощаджувачі», які готуються до старості, мають потребу у заощадженні коштів та вірному інвестуванні, щоб вихід на пенсію не примусив їх змінювати їхні власні звички й обідніти та «зберігачі» – пенсіонери, що мають вік понад 60 років та опікуються забезпеченням відповідного рівня доходу від власних інвестицій [8, с.199].

Кошти фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб для банківських установ є, безперечно, також бажаними, оскільки амплітуда коливань щоденних залишків від вказаних джерел є відносно невисокою, але вони дорожчі. Залишки коштів на бюджетних рахунках зазнають сильних коливань і не є стабільними. Коефіцієнт варіації за ними, відповідно аналізу зробленому А. Баторовою [9, с.28-31] складає 70%.

Кошти «банків» є надійними, стабільними, «зручними», тобто можливо оперувати великими сумами, але їх ціна є досить мінливою та доволі високою. За їхньою допомогою банківські установи поповнюють нестачу ресурсів від інших джерел, а коли виникає загроза ліквідності звертаються до НБУ.

Взаємозв'язок між основними параметрами позичок суднобудівних підприємств та джерелами ресурсів банківської установи за пріоритетами схематично зображено на рис. 2.

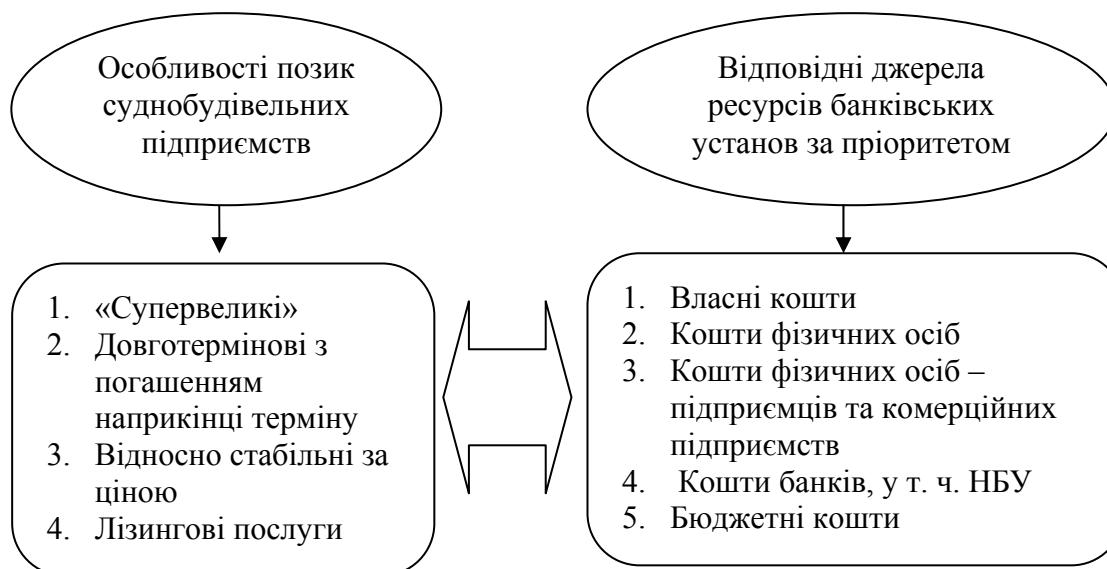


Рис. 2. Взаємозв'язок основних параметрів позичок для суднобудівних підприємств та відповідних джерел ресурсів банківських установ

Можна спробувати зробити висновок, що клієнтами – кредиторами, які потребують особливого піклування для фінпосередника, що обслуговує суднобудівну галузь, є, насамперед – фізичні особи, фізичні особи – підприємці та комерційні підприємства. Органи державної влади, позабюджетні фонди, комерційні банки – можуть утримуватися на рівні достатньої прибутковості або беззбитковості. Необхідно відмітити здійснення особливого впливу НБУ.

До нього фінпосередник, обслуговуючий суднобудівні підприємства, звернеться при нестачі ліквідності. І тоді центральний банк виконує свою роль кредитора останньої інстанції.

Слід відзначити також попит на оренду суден. Депозитні корпорації у такому випадку можуть пропонувати лізингові послуги. Реальні переваги лізингу перед альтернативними способами фінансування, будівництва або покупки нових судів (власні кошти або банківський кредит) добре відомі.

Серед них можна назвати: від лізингоотримувача не потрібно одноразового відволікання значних оборотних коштів, крім виплати в період будівництва авансових платежів у розмірі від 15 до 25% вартості судна; можливість використання прискореної амортизації судна зі спеціальним коефіцієнтом до основної норми амортизації, що досягає 3-х та дозволяє практично в стільки ж раз знизити загальну величину податку на майно; можливість відносити лізингові платежі в повному обсязі на собівартість своїх послуг, що забезпечує значну економію податку на прибуток, оскільки платежі по погашенню традиційного кредиту покриваються за рахунок чистого прибутку та інші.

Послуги лізингу дуже важливі для невеликих судноплавних компаній, що не мають можливості отримати доступ до фінансування.

Відзначимо, що саме такі послуги набувають все більшої популярності у США, Великобританії, та і в країнах Європи, це пов'язано, насамперед з тим, що при наданні судна в лізинг від лізингоотримувача не вимагаються додаткові гарантії, він має можливість отримати фінансування судна у повному обсязі (ця особливість лізингу набуває особливого значення сьогодні – при підвищенні цін на судна). Дуже важливим, як для майбутнього судновласника так і для фінансового посередника – лізингодавця є достатньо великий термін потрібний для викупу судна. Цілком зрозуміло, що лізингодавець прагне повністю амортизувати власні витрати та додану маржу. Термін «великого лізингу» може дорівнювати 10 рокам (тобто такий термін, що дозволить лізингоотримувачу за рахунок експлуатації судна отримати кошти на погашення заборгованості).

Завданням лізингового підрозділу в банківської установі може стати розрахунок таких лізингових платежів, які б повністю відповідали рівню доходів у відповідності до контрактів майбутнього судновласника.

За роки розвитку незалежної України, в області суднобудування практично не укладалося повноцінних лізингових угод для нових суден, коли лізингодавець за рахунок притягнутих або власних коштів організує будівництво судна на певному заводі згідно обраному або замовленому судновласником проекту. Це можна пояснити низьким рівнем обізнаності судновласників з одного боку, а з боку депозитних корпорацій – лізингодавців є повністю зрозуміле побоювання тих ризиків, які пов'язані, насамперед, з рівнем розвитку та організації суднобудівного виробництва в Україні, достатньою кількістю проблем (станом та якістю фондів та обладнання, рівнем фінансової дисципліни, професійним рівнем персоналу та інше), окрім цього, доволі великим є термін окупності суден (до 12 років). Приймати на себе згадані ризики можливо лише при наявності повної впевненості у власному майбутньому, хоча б на період окупності суден та відповідної підтримки з боку держави.

Слушним тут є досвід Російської Федерації, яка у в серпні 2007 року проголосила конкурс Минпромэнерго Росії, за результатами якого розподіляються розподілятися бюджетні кошти, що направляються державою на розвиток і підтримку лізингу в суднобудівній галузі (в конкурсі взяли участь дві компанії: ВАТ «Фінансові лізингові компанії» і ФГУП «Судоекспорт»). Варто відзначити, що для ефективного впровадження лізингу в суднобудування необхідне залучення до цієї діяльності потужних банківських установ, які будуть здатні організувати замовлення, фінансування й будівництво на українських суднобудівних підприємствах суден для потенційних замовників та забезпечити довгостроковий лізинг цих суден. Крім того, вони повинні бути здатні вирішувати весь комплекс технічних, фінансових і юридичних проблем, що виникають у період формування та реалізації лізингових угод.

Друга проблема, або, скоріше, запитання яке виникає паралельно з рішенням проблеми ресурсів – можливість суднобудівельних підприємств отримувати якісне розрахунково-касове обслуговування. Тут на перший план виходить саме суднобудівник. Тобто, підприємство, яке береться виконати угоду будівлі судна за вимогами замовника. Сучасне суднобудівне підприємство – це складний комплекс, який вимагає від банківської установи: якісного, швидкого та надійного виконання розрахунків з контрагентами, державним та місцевим бюджетами, власними працівниками, і нарешті, із замовниками. Контрагенти суднобудівного підприємства – постачальники комплектуючих, обладнання, матеріалів (їх кількість може сягати 200).

Причому, ці постачальники здебільше – нерезиденти. Фінансовий посередник повинен мати налагоджену систему зв'язків із відповідними банківськими установами. Бажано використовувати всі три моделі систем міжбанківських розрахунків: прямі кореспондентські відносини (лоро-ностро); розрахунки через кореспондентські рахунки, що відкриваються в установах центральних банків; клірингові розрахунки.

Весь сучасний інструментарій безготівкових розрахунків може бути запитаний. Тобто розрахунки за допомогою акредитивів, платіжних доручень, вексельні розрахунки та інші. Причому, набір форм безготівкових розрахунків повинен бути узгодженим з рівнем господарського розвитку, традиціями, звичаями, стереотипами відповідних країн, де знаходяться контрагенти. Бездоганно повинні виконуватися розрахунки з державним та місцевими бюджетами. Розрахунки з власними працівниками суднобудівника передбачають реалізацію, в першу чергу, зарплатних проектів; по-друге – надають можливість розвивати мікрокредитування, впроваджувати нові банківські продукти. Розрахунки із замовниками повинні виконуватися на рівні, що задовольняє як майбутніх судновласників, так і суднобудівників.

Схематично представимо основні вимоги підприємств галузі щодо операцій з цінними паперами та зустрічні пропозиції фінансових посередників (рис. 3).



Рис. 3. Основні зустрічні вимоги суднобудівних підприємств та банківських установ з приводу цінних паперів

Тобто, третя проблема, яка постає перед сучасним суднобудівельним підприємством – отримання можливості мати прибуток від цінних паперів, використовувати їх у власних розрахунках, здійснювати інвестування, та приймати участь в управлінні ними. Коли ставиться мета – утворити потужну банківську установу, яка зможе задовольнити потреби суднобудівних підприємств, то, цілком логічно, що її засновниками повинні стати потужні суднобудівельні підприємства, замовники суден, власники терміналів, держава. Акціонери банку будуть прагнути отримати достатній рівень прибутку від власних інвестицій, лишаючи за собою право прийняття рішень з приводу керування установою. Разом з тим, вони вимагатимуть від банківських менеджерів відповідного рівня рішень, який дозволить використовувати весь інструментарій сучасного банківництва для досягнення стратегічних та оперативних завдань. На наш погляд, саме такий підхід, коли потреба споживача – суднобудівника знаходить адекватну відповідь постачальника банківської установи заслуговує на увагу. Наприклад, мета клієнта керувати діяльністю фінансового посередника відповідає потребі останнього у збільшенні статутного фонду, а бажання клієнта отримувати додатковий дохід знаходить відповідну пропозицію, коли залучаються додаткові ресурси за допомогою спеціальних депозитних програм. Коли замовник судна відчуває нестачу коштів, то його бажання отримати їх у тимчасове користування цілком логічно знаходить їх пропозицію та відповідає меті депозитної корпорації – залучити додатковий доходний актив. Різноманіття сучасних операцій з цінними паперами спонукає клієнтів шукати надійних виконавців цих операцій, починаючи від первинного розміщення цінних паперів, здійснення операцій з їх купівлі – продажу, подальшого зберігання, обліку та довірчого управління. Виконання вищевказаних операцій для банківської установи відповідає його основній меті – отримання прибутку, причому, саме такого, що є досить мало ризиковим. Різноманіття сучасних операцій з цінними паперами спонукає клієнтів відшукувати надійних виконавців цих операцій, починаючи від первинного розміщення цінних паперів, здійснення операцій з їх купівлі – продажу, подальшого зберігання, обліку та довірчого управління. Разом з тим, тут доцільно ввести поняття «мета використання цінного паперу». Саме мета, яку ставить перед собою банківська установа – визначає, на наш погляд, групу операцій та вид інструменту, який при цьому використовується. Тому, розглянемо використання цінних паперів саме в залежності від основної мети, яку ставить перед собою установа.

Наступна проблема для суднобудівельників – бажання реалізувати потребу використання тимчасово вільних коштів для отримання додаткового прибутку. Існує можливість створення накопичувальних фондів на підприємствах, особливо під час заготівельного періоду. Тут депозитні корпорації пропонують власні депозитні програми, які враховують особливості галузі. А саме, добре знаючи виробничий цикл підприємства, готують відповідні пропозиції до придатних термінів. Зрозуміло, що депозитні корпорації можуть пропонувати такі проекти як суто підприємствам так і їх працівникам – фізичним особам. Причому, можуть залучатися кошти: саме підприємств та їх працівників.

Окрім всього, суднобудівні підприємства бажають отримувати якісні, на достатньо високому професійному рівні, вчасні та доречні консультаційні послуги. Такі послуги можуть бути досить різноплановими. Наприклад, пов'язані з професійною діяльністю клієнтів – сумісна розробка проектів фінансування та інвестиційних, допомога при розробці схем розрахунків з контрагентами та впровадженні цих схем. Можливі також консультації щодо обрання форм кредитування, напрямів та форм інвестування коштів, методів та форм розрахунків з контрагентами – постачальниками або замовниками; консультації з юридичних питань, нарешті – інформаційні послуги. Назустріч банкіри пропонують комплексну експертизу та аналіз інвестиційних та інших проектів, розробку та забезпечення умов їх реалізації, включаючи залучення додаткових грошових коштів. Можливо формування сумісних робочих груп для реалізації програм по співпраці, сумісна розробка та реалізація фінансових схем розрахунків, співпраця з конкретними підприємствами галузі, сумісна розробка та реалізація їх маркетингової стратегії. До речі, консалтинг для посередників – це свого роду скарбниця. Тут вони можуть пропонувати клієнтам велику кількість нових, особливо інформаційних послуг, з використанням сучасних технологій, наприклад Mobile Banking, Інтернету та іншого. Депозитні корпорації прагнуть використовувати задля досягнення плідної співпраці з клієнтурою все що відбувається навколо: прискорення темпів життя, зміну політичної ситуації, зміну пори року, настання свят. Всі основні мотиви накопичення грошей використовуються. Відомі науковці, наприклад, М.І. Савлук, А.І. Щетинін вважають, що основними цілями накопичення грошей є: створення запасу купівельних і платіжних засобів заради задоволення поточних потреб економічних суб'єктів у товарах та послугах та накопичення грошей як капіталу, що надасть власникові дохід у вигляді відсотка. Тому що тут можливо побудувати такі відносини, які базуються на взаєморозумінні, тісній співпраці та, як наслідок, задовольняють обидві сторони зростанням прибутків. Слід зазначити, що при розбудові згаданих відносин банківська установа повинна продемонструвати високий рівень професіоналізму, застосовувати індивідуальний підхід до клієнтів, намагатися, щоб клієнт знов забажав звернутися за допомогою. Влучна порада – ціниться досить високо та коштує відповідно.

Сучасні банківські установи прагнуть бути більше ніж банками, вони пропонують власним клієнтам досить багато різних видів та форм фінансових послуг. Під впливом процесів глобалізації світової фінансової системи вони крім традиційного кола операцій беруть на себе «функції операторів на фондових і валютних ринках, як у власних інтересах, так і за дорученнями клієнтів», вважає О. Дзюблюк [10, с.37-45]. У боротьбі за клієнтів, за рівень конкурентоспроможності банкіри впроваджують все більше нових послуг, підвищують рівень якості старих. Слід зазначити, що фінансові посередники, що обслуговують суднобудування, активно розвиватися як універсальні фінансові установи, постійно закріплюючи власні позиції в комплексному обслуговуванні корпоративних клієнтів фінансуванні та обслуговуванні середнього та малого бізнесу, населення. Саме вони, чітко усвідомлюють необхідність рухатися на крок уперед від розвитку інших банківських установ, тому що суднобудування – особлива галузь. Її об'єктивно можна віднести до галузей, що володіють великим науково-технічним і виробничим потенціалом, властивих впливати на розвиток технологій в суміжних галузях промисловості. Саме це підштовхує банківські установи приділяти особливу увагу власному розвитку.

Висновки і перспективи подальших розробок. Зроблено такі висновки:

- відносини між суднобудівниками, мореплавцями та банківськими установами склалися історично та мають низку особливостей;
- задовольняючи попит суднозамовників та суднобудівельників на довготермінові та «супервеликі» позички, посередники відповідно формують власну ресурсну базу за сумами та термінами та джерелами; для здійснення необхідних розрахунків клієнтів – банківські установи пропонують коло розрахунково – касових операцій, їх набір повинен бути повним, узгодженим з країнами – контрагентами та виконуватися на високому професійному рівні; бажання клієнтів управляти банком, вкладати кошти в фондові інструменти, грати на їх курсах знаходить відповідні пропозиції так, що кожна мета клієнта знаходить відповідну мету банківської установи; прагнення клієнтів отримати додатковий прибуток від вкладання тимчасово вільних коштів породжує низку депозитних послуг з урахуванням особливостей галузі; необхідність здобування клієнтами – суднобудівниками якісних, вчасних та конкретних консультацій породжує банківський консалтинг, причому, на наш погляд, банківські установи мають досить багато можливостей для розвитку саме цих відносин. Це пов'язано з їх досить потужними можливостями: отримання інформації, наявністю високопрофесійних фахівців, розгалуженістю мережі та ін.; та особливими вимогами галузі: масштабністю проблем, потребою у розробці та узгоджуванні міждержавних проектів та угод, впровадженню швидких та надійних систем розрахунків та інше.
- до таких клієнтів повинен, на наш погляд, застосовуватися комплексний підхід, а саме: пропонуватися одразу набір пропозицій, що задовольняють майже всі потреби клієнта, а при достатньому рівні менеджменту банку, навіть нададуть можливість йому розсунути горизонт власних можливостей. Окрім цього, взаємний вплив банківських установ та їх клієнтів повинен стати прискорювачем задля покращення їх стосунків.

Література

1. Лисицкий В. Подъём судостроения – расцвет нации / В. Лисицкий // Судостроение. – 2008. – № 4–5. – С. 66–68.
2. Механизмы управления проектами и программами регионального и отраслевого развития: монография / [В. Н. Бурков, В. С. Блинцов, А. М. Ввозный и др.]. – Николаев: Торубари О.С., 2010. – 176 с.
3. Логачев С. И. Мировое судостроение современное состояние и перспективы развития / С. И. Логачев, В. В. Чугунов, Е. А. Горин. – СПб.: Мор Вест, 2009. – 544 с., ил.
4. Історія грошей і банківництва: підруч. / [І. Г. Скоморович, С. К. Реверчук, Я. Й. Малик та ін.]. – К.: Атака, 2004. – 340 с.
5. Крамаренко О. М. Джерела притягнених ресурсів провідних банків України у динаміці / О. М. Крамаренко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Випуск 239: В 5 т. – Т. IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – С. 823–830.
6. Кириленко В. Аналіз депозитної бази банку / В. Кириленко // Банківська справа. – 2007. – № 5. – С. 31–38
7. Офіційний сайт Держкомстату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Кириленко В. Б. Організація обліку, контролю та аналізу депозитних операцій банку: монографія / В. Б. Кириленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 264 с.
9. Баторова А. Анализ клиентской ресурсной базы: метод измерения вариации признака / А. Баторова // Банковские технологии. – 2006. – № 5. – С. 28 – 31.
10. Дзюблюк О. Глобалізаційні процеси та участь іноземного капіталу у розвитку вітчизняної банківської системи / О. Дзюблюк // Банківська справа. – 2008. – № 2. – С. 37–45.

ФОРМУВАННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ: КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ

У статті розроблено концептуальну модель формування стійких конкурентних переваг на підставі комплексного використання здобутків підходів галузевого позиціонування та ресурсного. Обґрунтовано специфічну роль управлінської здібності організації як важливої передумови формування стійких конкурентних переваг.

In the article the conceptual model of stable competitive advantage forming is first developed on the basis of the complex use of branch positioning approach and resource approach. The specific role of organization management capabilities as important precondition of stable competitive advantage forming is grounded.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах розвитку національної економіки, вступу України до світової організації торгівлі гостро постає проблема конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Одним із базових понять теорії конкуренції, що забезпечує конкурентоспроможність є конкурентні переваги. Новітні технології дозволяють легко копіювати видимі конкурентні переваги. Тому виникає потреба створювати підприємствами унікальні переваги та визначити підходи щодо їх формування.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Витоками визначення конкурентних переваг виступають підходи, сформовані в межах теорії конкуренції школою класичної політекономії: Адамом Смітом було сформульовано поняття абсолютної переваги, згідно з яким експорт продукції стає можливим лише в разі зниження її собівартості порівняно з іншими державами. Пізніше, розвиваючи положення абсолютної переваги, Давід Рікардо запропонував концепцію порівняльних переваг, сутність якої полягає у тому, що ринкові сили самі спрямовують ресурси туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно. Фундаментальні дослідження М. Портера дозволили трансформувати теорію порівняльних переваг в теорію конкурентних переваг організації. Він довів, що показники діяльності компанії знаходяться у залежності від конкурентних переваг або відставання у порівнянні з її галузевими суперниками: компанія може випередити конкурентів за умови створення своїх відмінних якостей та їх подальшого збереження. Отже, виникає питання: яким чином підприємство повинно визначати конкурентні переваги та як підтримувати останні й у такий спосіб забезпечувати конкурентоспроможність. Зважаючи на важливість порушеного питання нами було вивчено відповідні наукові доробки [1, с.8-33; 2, с.102-190; 3, с.41-71; 4, с.509-533], що дозволило в історичному вимірі виокремити два фундаментальні підходи щодо формування конкурентних переваг: галузевого позиціонування та ресурсний.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вирішення проблеми формування та підтримки стійких конкурентних переваг потребує визначення того, який із згаданих підходів найбільш повно відповідає сучасним умовам.

Постановка завдання. Метою статті є розробка концептуальної моделі щодо формування стійких конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений нами аналіз підходів галузевого позиціонування та ресурсного [5, с.117-183] дозволяє стверджувати, що вони мають дуже виражену різноспрямованість. Галузевий підхід зосереджений на виборі галузевої позиції фірми та вирішенні питання щодо розподілу ресурсів. У цьому випадку процес ідентифікації і розвитку внутрішніх ресурсів не має значення та не представляється проблематичним.

За умови браку останніх припускається можливість купити їх на ринку. Ресурсний у такому ракурсі є повністю протилежним підходом, оскільки передбачає, що стійкі

конкурентні переваги можна отримати лише за рахунок розвитку відмінного від конкурентів набору ресурсів та використання їх у виваженій стратегії. Така різноспрямованість стала підставою вважати, що один підхід взаємовиключає інший. Нові функціональні зміни у зовнішньому оточенні (перш за все глобалізаційні процеси) дозволили багатьом авторам [1, с.8-33; 2, с.120-180; 4, с.509-533; 6, с.281-305; 7, с.203-289] стверджувати, що ресурсний підхід є у сучасних умовах домінуючим й застосування підходу галузевого позиціонування неефективне. Існує й інша точка зору, прихильники якої вважають за доцільне інтегрувати позитивні риси обох згаданих підходів. У своїх працях її висловлюють Д. Коліс та С. Монтгомері [3, с.70], В. Осадник [8, с.84-85]. Дж. Тіс та ін. також наголошують на необхідності розвитку здібностей особливого типу – з розпізнавання нових можливостей бізнесу погоджених із змінами бізнес-середовища [4, с.509-533]. Однак висунуті науковцями положення не мають обґрунтування, що піддає його сумніву. До того ж не розроблено методичних підходів щодо його реалізації. Спробу заповнити методологічний вакуум зробили В.С. Єфремов та І.А. Хаников, розглянувши аналіз потреб споживачів [1, с.17-20].

Теоретичне обґрунтування даного етапу зробили К.К. Прахалад та В. Рамасвалі, котрі довели, що традиційні уявлення про ринок як місце взаємодії, де визначається економічна вартість продукту, треба замінити концепцією «ринок як форум», в якій компанія і споживач розглядаються як співники у творенні цінностей [9, с.113-129] й відповідно споживачі є джерелом здібностей організації [9, с.133-135]. Зауважимо, що в даному випадку науковці звужують розгляд зовнішнього середовища до однієї складової – покупців, що суперечить системному підходу в менеджменті. Зробимо спробу теоретично обґрунтувати комплексне вирішення проблеми формування стійких конкурентних переваг. Принципово важливим є доведене нами у попередніх працях [10, с.44-46] положення, що витоками конкурентних переваг є галузеві фактори успіху (ГФУ) та здібності організації. Під ГФУ розуміємо фактори галузевого середовища загальні для всіх підприємств однієї галузі, що визначають спроможність фірм оперувати на відповідному ринку. Галузеві фактори успіху формуються як протидія силовим полям галузі. Зміни у їхньому складі відбуваються у зв'язку із змінами інтенсивності впливу силових галузевих полів, які в свою чергу, є реакцією на зрушення у середовищі непрямого впливу. Тим самим оволодіння ГФУ дозволяє підприємству відповідним чином реагувати на зміни зовнішнього середовища та скористатися новими можливостями або протистояти загрозам. Водночас ГФУ є загальними для підприємств однієї галузі. Тому опанування ними дозволяє отримувати загальноприйнятий набір цінностей для споживачів, що надає перспективи зайняти певну позицію на ринку і у такий спосіб створює умови для формування конкурентних переваг.

Оскільки в даному випадку зусилля спрямовані на прояви конкурентних переваг, які загальні для даної галузі, то володіння ГФУ є необхідною умовою для тривалого лідирування у галузі, але не достатньою. Зовнішні прояви конкурентних переваг нескладно ідентифікувати, а в умовах глобального характеру конкуренції, коли компанії мають досить вільний доступ до фінансових ресурсів, розпізнані переваги можна швидко копіювати. Отже, вельми необхідним є комплексне вирішення проблеми формування стійких конкурентних переваг з використанням іншої складової – ключових здібностей організації.

На відміну від попередників, ми розглядаємо здібність організації не як сукупність бізнес-процесів, що створюють можливість досягати успіху, а як уміння ефективно виконувати їх. У зв'язку з цим нами обґрунтовано, що здібності організації реалізуються через дві складові, які є носіями формалізованого та неформалізованого знання, а саме: технологію та компетенції персоналу [5, с.197-223]. У даному випадку технологія є носієм формалізованих знань про можливість найбільш ефективно виконувати процеси в організації. Людська складова доповнює її як носій неформалізованих знань й у такий спосіб створює перепони для імітування конкурентами. У такий спосіб здібність організації нами визначено як специфічну властивість, що проявляється через технологію виконання процесів та компетенції персоналу і забезпечує компанії можливість брати участь у ринковій діяльності. Відповідно ключова здібність організації – це здібність або сукупність

здібностей, яка дозволяє створити унікальну цінність для споживача і у такий спосіб забезпечує стійкі конкурентні переваги компанії на ринку. Створення ключових здібностей організації, котрі залучають її внутрішні ресурси, дозволяє запропонувати споживачу унікальну додаткову цінність стосовно відношення до конкурентів, яка буде відрізняти компанію на ринку. Треба особливо підкреслити, що її формування неможливе без опанування галузевими факторами успіху оскільки саме вони акцентують увагу на пристосуванні до змін зовнішнього середовища. Вищенаведені логічні роздуми дають можливість запропонувати концептуальну модель формування стійких конкурентних переваг на перетині зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей фірми (рис. 1).

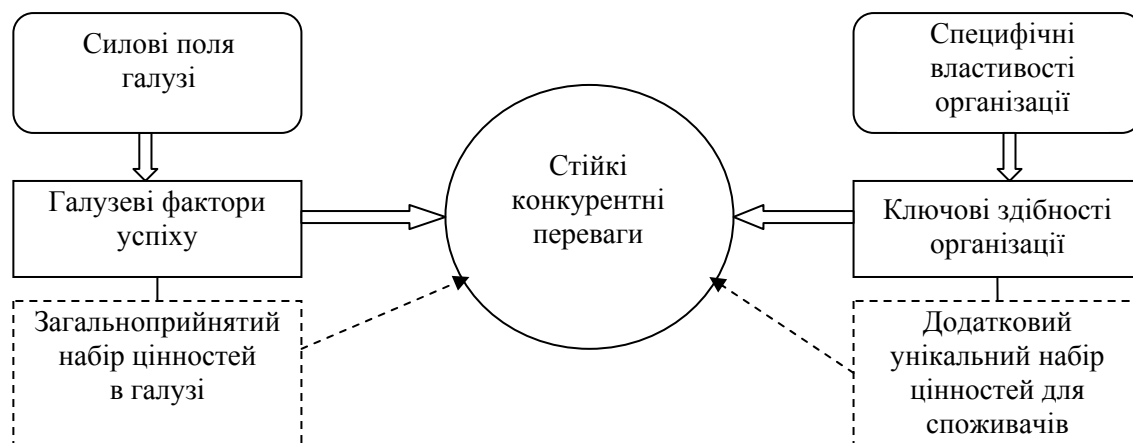


Рис. 1. Концептуальна модель формування стійких конкурентних переваг

Запропонована модель демонструє, що стійкі конкурентні переваги формуються на перетині використання зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей підприємства, виражених відповідно через галузеві фактори успіху та ключові здібності організації. Опанування галузевими факторами успіху створює необхідні умови (загальноприйнятий набір цінностей для споживачів), а формування ключових здібностей організації через залучення її внутрішніх ресурсів дозволяє запропонувати споживачу унікальну додаткову цінність по відношенню до конкурентів, яка буде відрізняти підприємство на ринку, тобто достатні умови для отримання ним стійких конкурентних переваг. Ідентифікація ключових здібностей ґрунтується на використанні моделі ланцюга цінності, невід'ємною складовою якої є процес управління. Проте сучасні методичні підходи щодо формування здібностей організації [1, с.8-33; 4, с.509-533; 11, с.200-323] розглядають лише процеси виробничо-господарської діяльності. Таке нехтування процесом управління, на нашу думку, знижує вірогідність або взагалі позбавляє організацію отримати стійкі конкурентні переваги. У силу цілеспрямованості діяльності підприємства всі його матеріальні і нематеріальні активи активізують працею менеджерів, які виконують управлінські функції. У результаті менеджери об'єднують всі види ресурсів (природні, капітальні, матеріально-сировинні, людські, фінансові, інформаційні, інтелектуальні) у єдине ціле, що дозволяє виконувати операційні процеси — проектувати нову продукцію, досліджувати ринок, забезпечувати постачання матеріалів, виробляти продукцію, збувати її та здійснювати після продажне обслуговування. Отже, управління, з одного боку, є важливою складовою будь-якого процесу з ланцюга цінності — жоден з них не може відбуватися без управління, з іншого, воно приводить у дію весь механізм отримання цінності продукції у ланцюгу її створення, тобто є його двигуном. З цього випливає, що управління у ланцюгу отримання цінності є особливим процесом, котрий виконує наскрізну роль та за рангом стоїть вище за інші процеси. До того ж воно відіграє важливу роль у створенні та підтримці як галузевих факторів успіху так і ключових здібностей організації, отже, без управління неможливе опанування жодною умовою формування стійких конкурентних переваг. Таким чином, ми доходимо висновку, що створення та підтримка управлінської здібності організації є важливою передумовою формування стійких конкурентних переваг. З наданого нами визначення здібності випливає, що вирішення

згаданого завдання потребує визначення двох складових: технології управління та компетенції управлінського персоналу, що й визначає напрями подальшого дослідження.

Висновки і перспективи подальших розробок.

1. Комерційного успіху підприємство досягає завдяки стійким конкурентним перевагам, що потребує визначення факторів їх формування. Вивчення наукових доробок стосовно розв'язання згаданої проблеми дозволяє в історичному вимірі виокремити два фундаментальні підходи: галузевого позиціонування та ресурсний. Головна відмінність згаданих підходів в тому, що перший зосереджений на виборі галузевої позиції фірми, другий, навпаки, передбачає, що стійкі конкурентні переваги можна отримати лише за рахунок розвитку відмінного від конкурентів набору здібностей організації та використання їх у виваженій стратегії.
2. Проблему формування стійких конкурентних переваг доцільно вирішувати на підставі запропонованої автором концептуальної моделі, яка зумовлює їхнє створення на перетині використання зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей фірми, виражених відповідно через галузеві фактори успіху та ключові здібності організації. Опанування галузевими факторами успіху створює необхідні умови (загальноприйнятий набір цінностей для споживачів), а формування ключових здібностей організації через залучення її внутрішніх ресурсів дозволяє запропонувати споживачу унікальну додаткову цінність стосовно відношенню до конкурентів, яка буде відрізняти підприємство на ринку, тобто достатні умови для отримання фірмою стійких конкурентних переваг.
3. На підставі виключної ролі управління як у ланцюга отримання цінностей (виконує наскрізну роль та за рангом стоїть вище за інші процеси), так і в опануванні галузевими факторами успіху й ключовими здібностями організації, – принципово важливим є визнання необхідності створення та підтримки управлінської здібності організації як важливої передумови формування стійких конкурентних переваг.
4. Формування складових управлінської здібності: технології управління та компетенцій управлінського персоналу, – визначає напрями подальшого дослідження.

Література

1. Ефремов В. С. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа / В. С. Ефремов, И. А. Ханыков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2. – С. 8–33.
2. Каткало В. С. Эволюция теории стратегического управления: [монография] / В. С. Каткало. – СПб: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. – 488 с.
3. Коллис Д. Конкуренция на основе ресурсов / Д. Коллис, С.Монтгомери // Корпоративная стратегия; [пер. с англ. А. Куницына]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – С.41–71.
4. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – Vol. 18. – № 7. – P. 509–533.
5. Кузнецова І. О. Моніторинг як складова процесу управління підприємством хлібопродуктів: теорія та методологія: [монографія] / І. О. Кузнецова. – Одеса: ВПП „Друкарський дім“, 2009 – 228 с.
6. Дюран Т. Алхимия компетенции / Т. Дюран // Стратегическая гибкость; [пер. с англ. Л.Круглов-Морозова]. – СПб.: Питер, 2005. – С. 281–305.
7. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Boston: Harvard Business School Press, 1994. – 327 p.
8. Осадник В. Значение интеграции рыночного и ресурсного подходов для стратегического управления предприятием / В. Осадник // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 4 – С. 80–86.
9. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / К. К. Прахалад, Венкат Рамасвами; [пер. с англ. М. Ставицького]. – К.: Видавництво Олексія Капусти, 2005. – 258 с.
10. Кузнецова І. О. Підходи до визначення границь моніторингу / І.О. Кузнецова // Економіст. – 2008. – № 11. – С. 44–46.
11. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р. М. Грант; [пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова]. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.

ЗНАЧЕННЯ СЕНСОРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ПОЛІТИЦІ ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

У статті розглянуті перспективи використання методів сенсорного аналізу для оптимізації маркетингової політики виробників харчових продуктів. Проведено моделювання процесу розрахунку конкурентоспроможності та визначення конкурентного потенціалу молочного шоколаду вітчизняних виробників.

The article examines the outlook of using sensory analysis methods to optimize articles of food producers' marketing policy. Modeling of competitiveness calculation process and determination of competitive potential of milk chocolate produced domestically have been conducted.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Науковою основою сучасної маркетингової політики підприємства є розробка нових підходів для визначення конкурентоспроможності своєї продукції.

Одним із напрямків такої політики є проведення досліджень сенсорних характеристик продукту, які впливають на вибір споживача. Адже у сенсорних дослідженнях основну увагу сконцентровано на отриманні інформації про сприйняте враження споживача від продукту на основі власних відчуттів та потреб [1, с.14].

Розробляючи продукти, українські виробники приділяють необґрунтовано мале значення методам сенсорного аналізу, роблячи основну ставку на агресивний маркетинг. На наш погляд, це досить однобокий підхід, тому що саме професійне використання сенсорних методів оцінки смакових переваг та зовнішньої привабливості продукту, дозволяє істотно скоротити бюджет маркетингових досліджень і уникнути помилок при просуванні товару на ринок.

Результати сенсорних досліджень можуть успішно застосовуватися при розробці та впровадженні затребуваних на ринку продуктів, оцінці їх якості, прогнозуванні ринку збуту продуктів.

Для здійснення обґрунтованої маркетингової політики підприємства необхідно провести повномасштабне дослідження сектора ринку харчових продуктів, щоб визначити вимоги споживачів, встановити конкурентоспроможність товарів окремих виробників, яка полягає в порівнянні продукції конкурентів на основі їх сенсорних характеристик.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Найважливішу роль в розробці маркетингової політики відіграють якісні методи сенсорного аналізу.

Сенсорна оцінка, яку проводять за допомогою органів чуття людини із використанням сучасних методик, є одним із найважливіших способів отримання інформації про розвиток продукту і можливості оптимізації його характеристик [2, с.4].

Згідно з дослідженнями, сенсорні властивості продукту, зокрема його смакові якості, стоять для споживача на другому місці після ціни при формуванні рішення про покупку [1, с.23].

Отже, виробникам необхідно докласти максимум зусиль, щоб продукт почав «продавати себе сам» завдяки унікальній рецептурі й смаку, привабливому для покупців.

Як правило, різні сенсорні аспекти та їх комбінації оцінюються на стадіях концепту або прототипу, що істотно знижує ризик випустити на ринок продукт, що не має попиту, оскільки є можливість модифікувати прототип чи концепцію відповідно до отриманої інформації [1, с.15].

Тому необхідно залучати до розробки нових продуктів не тільки технологів-

новаторів, але й експертів з сенсорного аналізу та фахівців-маркетологів.

Тільки активна спільна робота технологічного відділу підприємства та відділу маркетингу дає можливість створення сильного, конкурентоспроможного бренду.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. До цього часу більшість дослідників не враховували важливість сенсорних властивостей товару як чинника, який формує маркетингову політику підприємства.

Ми вважаємо, що за допомогою багатофакторного дослідження сенсорних характеристик продукту з метою визначення його прихованих можливостей, можна розробити ідеальний «маркетинговий продукт», здатний залучити потенційного споживача. Таке дослідження служить основою для випуску конкурентоспроможного товару та удосконалення маркетингової політики підприємства.

Постановка завдання. Мета роботи – аналіз і визначення конкурентоспроможності зразків молочного шоколаду з використанням методів сенсорного дослідження; розробка рекомендацій виробникам шоколаду щодо удосконалення маркетингової політики з урахуванням конкурентного потенціалу продукту.

Для аналізу конкурентоспроможності молочного шоколаду було досліджено зразки п'яти найвідоміших торгових марок на українському ринку шоколаду, а саме:

1. Молочний шоколад «Корона», ЗАТ «Крафт Фудз Україна».
2. Молочний шоколад «Світоч», ЗАТ «Львівська кондитерська фірма Світоч», ТМ Nestle.
3. Молочний шоколад «Любимов», ПП Агенство «Малбі», ТМ Rainford.
4. Молочний шоколад «Люкс Оленка», ЗАТ «Одесакондитер».
5. Молочний шоколад «Roshen Classic. Темний молочний», ЗАТ «Київська кондитерська фабрика ім. К. Маркса», корпорація «Roshen».

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробництво шоколаду та шоколадних виробів є одним із сегментів вітчизняної кондитерської промисловості, який динамічно розвивається. Основними виробниками на ринку плиткового шоколаду є:

- компанія «АВК»;
- ЗАТ «ВО КОНТИ»;
- корпорація «Бісквіт-шоколад»;
- ВАТ «Полтавакондитер»;
- ЗАТ «Львівська кондитерська фірма «Світоч»;
- ЗАТ «Житомирські ласощі»;
- ЗАТ «Одесакондитер»;
- АТЗТ «Херсонська кондитерська фабрика»;
- Дніпропетровська фабрика «Малбі», на чолі із лідерами – корпорацією «Roshen» та ЗАТ «Крафт Фудз Україна» [3, с.89].

Дослідження споживчих переваг свідчить, що максимальним попитом користується молочний шоколад, другу позицію займає чорний, білий шоколад й досі знаходиться на останньому місці, а багатьом покупцям взагалі є байдужим тип шоколаду (рис. 1) [4, с.26].

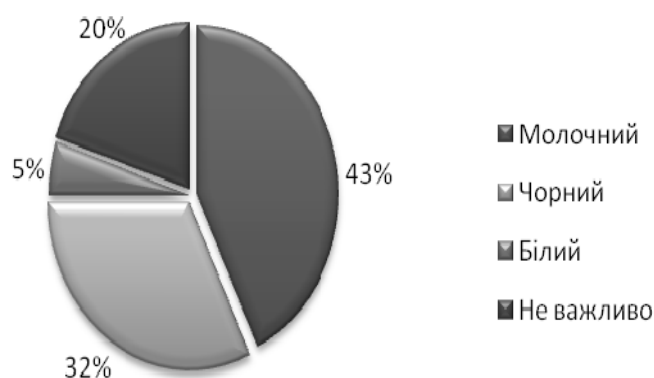


Рис. 1. Структура споживацьких вподобань за видами шоколаду

У своїй більшості (84%) українці купують шоколад відомих їм марок: 58% довіряють 2-3 маркам, ще 26% – лише одній.

При цьому жінки частіше обирають молочний шоколад з наповнювачами, чоловіки – чорний шоколад без добавок, молодь – нові марки в зручній невеликій упаковці, люди похилого віку – вже давно відомі старі марки.

Отже, необхідно зазначити, що для успіху на насиченому та висококонкурентному ринку українського шоколаду, виробник повинен забезпечити високу якість та конкурентоспроможність свого товару, орієнтуючись на визначену групу споживачів. Конкуруючий товар повинен повністю задовольняти їхні запити та більшою мірою відповідати їхнім вимогам, аніж товари конкурентів.

Конкурентоспроможність визначається тільки тими властивостями, що становлять помітний інтерес покупця і гарантують задоволення його потреб. Так, наприклад, для молочного шоколаду найбільше значення у формуванні споживчих властивостей мають органолептичні показники.

Органолептичні властивості молочного шоколаду визначаються за допомогою сенсорного аналізу за такими показниками:

- а) зовнішній вигляд – включає характеристики стану поверхні, а саме наявність блиску, подряпин, плям та бульбашок;
- б) показник запаху – виділяється як самостійна ознака, його оцінюють без урахування смакових відчуттів;
- в) показник смаку – характеризується основними видами смаку, такими як солодкий чи гіркий, та наявністю смаку какао або ж сторонніх присмаків;
- г) консистенція – включає такі характеристики, як тонкодисперсність, плавкість, важкість укусу.

Оцінювання органолептичних властивостей шоколаду проводилося за допомогою методики бальної оцінки якості, в основі якої лежить залежність між якістю та відповідною оцінкою в балах.

Ми використовували уніфіковану систему – 5-бальну шкалу, яка включає 5 основних рівнів якості для оцінки кожного показника:

- 1 – абсолютно незадовільна якість.
- 2 – ледь задовільна якість;
- 3 – задовільна якість;
- 4 – добра якість;
- 5 – відмінна або дуже добра якість.

На основі споживчих опитувань був визначений коефіцієнт вагомості по кожній ознаці – це кількісна характеристика значимості даного показника серед інших показників якості.

Коефіцієнт вагомості визначався за допомогою «метода фіксованої суми», за яким сума коефіцієнтів вагомості по всіх виділених показниках якості повинна дорівнювати попередньо визначеному числу

$$\sum_{i=1}^n = const, \quad (1)$$

в нашому випадку:

$$\sum_{i=1}^{14} = 1. \quad (2)$$

Розрахунок узагальненого комплексного показника якості за органолептичними ознаками (УКПЯ) проводився за формулою:

$$R = M_i * D, \quad (3)$$

де R – узагальнений комплексний показник якості;

D – середня балова оцінка по кожній з 14 ознак, розрахована по кожному зразку;

M_i – коефіцієнт вагомості кожної ознаки [5, с.124].

Результати остаточних розрахунків наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Результати визначення узагальненого комплексного показника якості за
органолептичними показниками

Органолептичні показники		Коеф. вагомості	"Корона"		"Світоч"		"Любимов"		"Люкс Оленка"		«Roshen»	
			Середня балова оцінка (с. оц.)	Компл. показник якості (ком. пок. як.)	С. оц.	Ком. пок. як.	С. оц.	Ком. пок. як.	С. оц.	Ком. пок. як.	С. оц.	Ком. пок. як.
Зовнішній вигляд	Блиск	0,03	4,30	0,13	3,70	0,11	3,00	0,09	4,30	0,13	5,00	0,15
	Бульбашк	0,04	3,00	0,12	3,30	0,13	2,70	0,11	3,70	0,15	5,00	0,20
	Плями	0,03	3,70	0,11	3,00	0,09	2,70	0,08	4,00	0,12	5,00	0,15
	Подряпин	0,02	4,00	0,08	4,00	0,08	4,70	0,09	4,00	0,08	4,30	0,09
Запах	Какао-аромат	0,11	5,00	0,55	3,30	0,36	4,00	0,44	3,00	0,33	5,00	0,55
	Нечистий запах	0,09	5,00	0,45	3,70	0,33	3,70	0,33	3,00	0,27	5,00	0,45
Смак	Смак какао	0,10	5,00	0,50	3,30	0,33	3,70	0,37	3,30	0,33	5,00	0,50
	Гіркий	0,09	4,30	0,39	3,70	0,33	3,00	0,27	3,70	0,33	5,00	0,45
	Солодкий	0,10	5,00	0,50	4,70	0,47	5,00	0,50	4,70	0,47	5,00	0,50
	Присмак	0,11	4,70	0,52	3,30	0,36	4,70	0,52	2,70	0,30	5,00	0,55
Консистенція	Важкість укусу	0,05	3,30	0,17	4,00	0,20	5,00	0,25	3,70	0,19	3,70	0,19
	Плавкість	0,08	4,00	0,32	4,70	0,38	5,00	0,40	4,00	0,32	4,00	0,32
	Тонко-дисперсність	0,08	4,00	0,32	4,30	0,34	5,00	0,40	4,30	0,34	4,70	0,38
	Липкість	0,07	4,70	0,33	4,00	0,28	3,30	0,23	4,30	0,30	4,70	0,33
Узагальнений комплексний показник якості за органолептичними показниками		1,00	4,48		3,81		4,08		3,66		4,80	

Порівнявши отримані дані комплексних показників якості шоколаду різних виробників, можна зазначити, що найкращим з них є шоколад «Roshen», УКПЯ якого складає 4,80 з максимальних 5,00.

Трохи відстає від безперечного лідера шоколад «Корона» (4,48), а третє місце посідає «Любимов» (4,08). Найгіршу якість за органолептичними показниками продемонстрували «Люкс Оленка» та «Світоч» (3,66 та 3,81 відповідно).

Після проведення сенсорної оцінки якості зразків, ми можемо провести розрахунки їх конкурентоспроможності.

На основі загальновідомих методів визначення конкурентоспроможності було розроблено алгоритм розрахунку, який відповідає задачам даного дослідження [6, с.71].

Його перевагами є проведення розрахунків за різними групами показників (а саме функціональними, естетичними та економічними) та порівняння їх з показниками зразку-еталону, що робить даний метод найбільш достовірним. Разок-еталон за всіма показниками має найвищу оцінку.

Відповідно до алгоритму розраховуємо:

а) збірний параметричний індекс для функціональних показників за формулою:

$$P_{\Phi\Pi} = \sum q_i, \quad (4)$$

$$P_{\Phi\Pi} = \sum q_i, \quad (4)$$

де q_i – відносний показник якості, який розраховується за формулою:

$$q_i = a_i * \frac{P_{\text{досл}}}{P_{\text{ет}}}, \quad (5)$$

де a_i – коефіцієнт вагомості;

$P_{\text{досл}}$ – середня бальова оцінка показника якості досліджуваного зразка;

$P_{\text{ет}}$ – середня бальова оцінка показника якості зразка-еталону.

б) збірний параметричний індекс для естетичних показників за формулою:

$$P_{\text{ЕП}} = \sum q_i, \quad (6)$$

в) параметричний індекс для економічних показників за формулою:

$$q_{\text{ЕкП}} = \frac{C_{\text{досл}}}{C_{\text{ет}}}, \quad (7)$$

де $C_{\text{досл}}$ – цінові характеристики досліджуваного зразку;

$C_{\text{ет}}$ – цінові характеристики зразку-еталону.

г) інтегральний показник відносної конкурентоспроможності (ІПВК) за формулою:

$$\text{ІПВК} = \frac{(P_{\Phi\Pi} + P_{\text{ЕП}})}{q_{\text{ЕкП}}}, \quad (8)$$

Результати розрахунку інтегрального показника відносної конкурентоспроможності наведено в таблиці 2.

Вони свідчать, що шоколад «Roshen» має найкращу якість і найвищу ціну. ІПВК для цього зразка шоколаду складає 0,82.

Найменшим значенням щодо якості відзначається шоколад «Люкс Оленка», при цьому його ІПВК складає 0,88.

Це є свідченням того, що продукт буде достатньо конкурентоспроможним на ринку за рахунок своєї низької ціни.

Найбільш оптимальними характеристиками відзначається «Світоч» при показнику якості 0,88 та ІПВК 0,95.

Це означає, що виробник обґрунтовано визначив ціну даного виду шоколаду при збереженні високої якості продукції та привабливості для споживача.

Зразки «Корона» та «Любимов» характеризуються ІПВК 0,92 та 0,91 відповідно, що свідчить про те, що вони можуть бути конкурентами. Але ті споживачі, для яких при виборі шоколаду більш вагомим фактором є якість, будуть віддавати перевагу шоколаду «Корона».

Менш свідомі споживачі можуть обрати «Любимов», звернувши увагу на його відносно низьку ціну.

Отже, інтегральний показник визначає конкурентоспроможність того чи іншого зразка, але він не може відобразити його конкурентний потенціал.

Таблиця 2

Результати визначення інтегрального показника ідносної конкурентоспроможності шоколаду різних виробників

Параметри	Коефіцієнт вагомості	Зразок-еталон	"Корона"		"Світоч"		"Любимов"		"Люкс Оленка"		«Roshen»	
		Балова оцінка	Середня балова оцінка	Відносний показник якості	Середня балова оцінка	Відносн. показник якості	Середня балова оцінка	Відносн. показник якості	Середня балова оцінка	Відносн. показник якості	Середня балова оцінка	Відносн. показник якості
Функціональні показники (ФП)												
Органолептичні показники	0,25	5,00	4,48	0,22	3,81	0,19	4,08	0,20	3,66	0,18	4,80	0,24
Показники безпеки	0,18	5,00	4,90	0,18	4,90	0,18	4,90	0,18	4,90	0,18	5,00	0,18
Фізико-хімічні показники	0,12	5,00	4,50	0,11	4,20	0,10	4,20	0,10	3,50	0,08	4,90	0,12
Хімічний склад та харчова цінність	0,10	5,00	4,48	0,09	4,20	0,08	4,20	0,08	2,54	0,05	5,00	0,10
Термін зберігання	0,05	5,00	5,00	0,05	5,00	0,05	5,00	0,05	4,00	0,04	5,00	0,05
Естетичні показники (ЕП)												
Оригінальність і правильність форми	0,08	5,00	4,90	0,08	4,80	0,08	4,80	0,08	4,00	0,06	5,00	0,08
Яскравість і виразність упаковки	0,10	5,00	5,00	0,10	4,80	0,10	4,20	0,08	2,70	0,05	5,00	0,10
Ефективність реклами	0,12	5,00	5,00	0,12	4,50	0,11	3,00	0,07	2,00	0,05	5,00	0,12
Збірний параметричний індекс ФП та ЕП	1,00		0,95		0,88		0,85		0,70		0,99	
Економічні показники (ЕкП)												
Ціна 100 г виробу		6,25	6,40	1,02	5,80	0,93	5,80	0,93	5,00	0,80	7,50	1,20
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності			0,92		0,95		0,91		0,88		0,82	

Для розгляду цього питання було розроблено матрицю, яка б дозволила проаналізувати причини отриманих результатів ІПВК та надати виробнику конкретних порад

щодо удосконалення своєї маркетингової політики.

Будуємо поле матриці: на горизонтальній лінії відкладаємо фактор ціни, адже він є визначальним для більшості споживачів.

Граничні точки – 5,00 та 7,50, адже саме в цьому діапазоні розташовані ціни на досліджувану продукцію (рис. 2).

		Ціна за 100 г виробу		
		Висока 7,50-6,78	Середня 6,77-5,84	Низька 5,83-5,00
Збірний параметричний індекс ФП та ЕП	Висока 0,90 – 1,00	«Roshen» 1	«Корона» 2	«Світоч» 3
	Середня 0,80 – 0,89	4	5	«Любимов» 6
	Низька 0,70 – 0,79	7	8	«Оленка» 9

Рис. 2. Визначення стану зразків шоколаду на ринку за матрицею

На вертикальній лінії відкладаємо фактор збірного індексу функціональних та естетичних показників із граничними точками 0,7 та 1,00 за тим же принципом. Поле матриці розділяємо на 9 квадратів, які формують три зони. За положенням в цих зонах можна визначати конкурентний потенціал кожного із зразків.

Положення кожного зразку шоколаду в матриці визначаємо, відкладаючи її узагальнювальну оцінку за факторами ціни та індексу функціональних та естетичних показників.

Відповідно до положення в матриці, для кожної торгової марки формується маркетингова стратегія. Першій зоні відповідають квадрати 2, 3, 6. Вона охоплює торгові марки, які діють на дуже перспективному ринку і мають на ньому стійкі конкурентні позиції.

Центром зони слід вважати квадрат 3, адже саме в ньому поєднуються такі параметри, як найвища якість та найнижча ціна.

В квадратах 2 та 6 розташовано торгові марки, які мають великий конкурентний потенціал та високу конкурентоспроможність.

Відповідно до цього, для першої зони рекомендованою буде стратегія укріплення і захисту своїх позицій на ринку, вкладання інвестицій, розширення виробництва.

Друга зона охоплює квадрати 1, 5, 9. До неї входять торгові марки з високим конкурентним потенціалом, головним завданням яких є пошук стратегічних можливостей переходу до першої зони.

Для виробників, що потрапили в другу зону, ми рекомендуємо стратегію вибіркового розвитку, зорієнтовану на отриманні максимального прибутку через вдосконалення одного з параметрів. Для квадрату 1 таким параметром є фактор ціни виробу, а для квадрату 9 – фактор якості.

Отже, виробник повинен в першому випадку провести певні заходи щодо скорочення собівартості продукту, а в другому – щодо поліпшення його якості.

Квадрат 5 включає в себе середні за конкурентним потенціалом торгові марки та поєднує в собі обидві вищезазначені рекомендації.

Третя зона охоплює квадрати 4, 7, 8.

Торгові марки, які до неї відносяться, мають низький конкурентний потенціал та є неконкурентоспроможними на ринку.

Для них головним завданням є глибинний аналіз діяльності підприємства, визначення слабких сторін та пошук нових шляхів покращення якості продукції.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведено дослідження сенсорних характеристик молочного шоколаду вітчизняних виробників.

Показано ефективність використання методів сенсорного аналізу для розрахунку конкурентоспроможності продукції та формування маркетингової політики виробників. Розроблена матриця, яка дозволяє сформулювати рекомендації виробникам щодо підвищення конкурентного потенціалу своєї продукції.

Таким чином, враховуючи вимоги споживачів до сенсорних характеристик при розробці продукту, можна розробити обґрунтовану політику просування товарів на ринок.

Перспективами подальших досліджень є моделювання «маркетингових продуктів» з високими споживчими властивостями шляхом коректування комплексу їх характеристик.

Література

1. Кантере В. М. Сенсорный анализ продуктов питания: [монография] / В. М. Кантере, В. А. Матисон, М. А. Фоменко. – М.: Типограф. РАСХН, 2003. – 400 с.
2. Дослідження сенсорне: [методологія] / Загальні настанови: ДСТУ ISO 6658:2005. – К.: Держспоживстандарт України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrndnc.org.ua>.
3. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари [підруч.] / за ред. О. О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 564 с.
4. Акинфиева И. Рынок шоколадных изделий стабильно кастет / И. Акинфиева //Продукты и ингредиенты. – 2008. – № 8. – 37 с.
5. Родина Т. Г. Сенсорный анализ продовольственных товаров / Т. Г. Родина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 214 с.
6. Должанський І. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І. Должанський, Т. Загорна. – К: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ

У статті визначено основні завдання стратегічного контролінгу персоналу щодо підтримки процесів розробки і реалізації стратегій персоналу. Визначено процес розробки і реалізації стратегій управління персоналом, з точки зору забезпечення ефективності використання технології контролінгу персоналу. Розглянуто альтернативні стратегії управління персоналом.

The main tasks of strategic controlling of staff, concerning support of the process and realization of staff strategy, defined in the article. The process of development and realization of staff running strategies from the point of view of ensuring the efficiency of usage the technologies of controlling the staff is determined. The alternative staff running strategies are looked through.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах динамічності середовища функціонування підприємств і обмеженості ресурсів ефективність діяльності підприємств багато в чому залежить від оптимальності стратегічного набору щодо управління персоналом підприємств, який спроможний забезпечити досягнення цілей щодо управління персоналом, що розглядається як основний стратегічний ресурс підприємства.

Для формування стратегічного набору щодо управління персоналом відповідним підприємством повинні бути визначені інструменти та критерії оцінки альтернативних стратегій. Вирішенню цього завдання сприятиме використання на підприємствах технології стратегічного контролінгу персоналу, основною метою якого є методична та інформаційна підтримка стратегічного управління персоналом підприємств, розробка рекомендацій щодо досягнення цілей в цій сфері.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питаннями формування стратегічного набору підприємств щодо управління персоналом та використання технології контролінгу з метою його оптимізації присвячено роботи вітчизняних та закордонних авторів: М. Амстронга [1, с.120-160], Л.В. Балабанової [2, с.156-210; 3, с.201-355], О.В. Стельмашенко, І.С. Фоломкіної, О.О. Гасило [4, с.369-374], Ю.Г. Одегова та Т.В. Никонової [5, с.350-412], О.А. Тимохіної [6, с.200-315].

Автори приділяють увагу питанням визначення сутності, видів стратегій управління персоналом; розгляду вимог та бар'єрів, що перешкоджають процесу реалізації стратегій управління персоналом; аналізу процесів розробки і реалізації стратегій управління персоналом; визначенню цілей та завдань контролінгу персоналу стосовно підтримки стратегічного управління персоналом.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на багату чисельність робіт, що стосуються питань аналізу стратегій в вирішенні питань контролінгу, слід зауважити, що такі питання як: аналіз типів процесів для розробки і реалізації стратегій управління персоналом з точки зору можливостей використання технології контролінгу; визначення стратегічних альтернатив в сфері управління персоналом для формування стратегічного набору; формулювання задач стратегічного контролінгу стосовно підтримки процесів розробки та реалізації стратегій управління персоналом лишаються не вирішеними, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних завдань стратегічного контролінгу персоналу, а також типу процесу розробки і реалізації стратегій управління персоналом, спрямованого вирішити ці завдання; визначення можливих варіантів альтернативних стратегій управління персоналом з точки зору їх включення до стратегічного

набору підприємства в сфері управління персоналом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контролінг персоналу розглядають як технологію управління, спрямовану на розробку рекомендацій та підтримку управлінських рішень в сфері управління персоналом, спроможну забезпечити досягнення цілей підприємства на засадах підвищення гнучкості та адаптивності системи управління персоналом та вдосконалення підходів щодо планування, інформаційно-аналітичного забезпечення та контролю окремих процесів управління персоналом.

Так, О.О. Гасило розглядає контролінг персоналу як функціональний контролінг і визначає його як систему управління персоналом, яка за допомогою реалізації функцій контролінгу покликана забезпечити підтримку прийняття управлінських рішень щодо управління персоналом та спрямована на забезпечення досягнення цілей підприємства щодо управління персоналом. Автор виділяє два види контролінгу персоналу: стратегічний і оперативний.

Стратегічний контролінг персоналу покликаний забезпечити досягнення стратегічних цілей управління персоналом.

Об'єктами стратегічного контролінгу управління персоналом підприємства на думку цього автора виступають: кадрова політика; стратегії щодо управління персоналом підприємства; кадровий потенціал підприємства; функції управління персоналом підприємства [4, с.369-374].

Вчені Ю.Г. Одегов та Т.В. Ніконова визначають одним з основних завдань контролінгу в системі управління персоналом підтримку планування та координацію в межах функціональних підсистем системи управління персоналом [5, с.371-374]. Однак не достатньо конкретизують питання щодо підтримки планування, тобто не визначають цілі і інструментарій контролінгу персоналу, що використовується для досягнення поставлених цілей в підтримці підприємства щодо вибору стратегій та розробці стратегічного набору управління персоналом.

Отже, можна зробити висновок, що завданнями стратегічного контролінгу стосовно підтримки процесів розробки та реалізації стратегій персоналу виступають:

- оцінка бар'єрів, що перешкоджають реалізації стратегії управління людськими ресурсами;
- оцінка та забезпечення відповідності стратегії управління персоналом вимогам, що до неї висуваються;
- аналіз стратегічних альтернатив та розробка рекомендацій щодо вибору найбільш оптимального варіанту стратегії управління персоналом;
- надання методичної підтримки щодо розробки стратегічного набору підприємства в сфері управління персоналом;
- попередній, поточний та заключний контроль розробки та реалізації стратегій управління персоналом;
- розробка рекомендацій і надання необхідної інформації щодо підтримки управлінських рішень.

Для вирішення цих завдань підприємством повинен бути обраний такий процес розробки і реалізації стратегій управління персоналом, що передбачав би можливість агрегування з іншими стратегіями підприємства.

На думку М. Амстронга, існує три типи процесу розробки і реалізації стратегій управління персоналом:

1. Інтегрований процес. Даний підхід передбачає розгляд стратегії управління людськими ресурсами як однієї з функціональних стратегій в межах ділової стратегії організації.
2. Процес відповідності. При даному підході стратегія управління людськими ресурсами розробляється паралельно з діловою стратегією. Паралельна розробка даних стратегій підвищує вірогідність їх взаємопроникнення і отримання цілісного результату.
3. Ізольований процес. При цьому найменш розповсюджені підході ведеться розробка самостійного плану дій в сфері управління персоналом. Він формулюється і складається

окремо від загального бізнес-плану, одночасно з ним, або передчасно (тоді він виступає його частиною), або по завершенні (для співставлення). Оцінка зовнішнього оточення проводиться незалежно і фокусується на питаннях людських ресурсів. Повноцінність стратегії управління людськими ресурсами, таким чином, залежить від достатності інформації, що має відношення до бізнесу. Такий підхід характеризує поняття людських ресурсів як сферу інтересів кадрових спеціалістів, що займаються виключно кадровими питаннями [1, с.67-68].

З точки зору можливості використання технології контролінгу персоналу підприємствам доцільно застосовувати інтегрований процес, що спроможний забезпечити високу ефективність безпосередньо процесу контролінгу та процесу стратегічного управління персоналом в цілому.

Рішення, що формуються в результаті стратегічного управління людськими ресурсами формують модель поведінки компанії в сфері управління людськими ресурсами і визначають напрямки, за якими будуть розроблятися необхідні конкретні стратегії управління людськими ресурсами.

Коло питань, що охоплюють дані стратегії, містить забезпечення компанії необхідним персоналом, його навчання, мотивацію, системи винагородження, гнучкість, командну роботу і стабільні трудові відносини. Стратегії управління людськими ресурсами, як і корпоративні (ділові) стратегії, виступають результатом використання стратегічного підходу до управління, що конкретизує наміри компанії відносно основних питань, конкретних функцій, або дій [1, с.58-59].

Ділова стратегія визначає цілі для стратегії управління персоналом в наступних сферах: місія людських ресурсів; цінності, культура і стиль керівництва; організаційна філософія і підхід до управління персоналом; вище керівництво як корпоративний ресурс; забезпечення ресурсами; отримання навичок і вмінь, їх розвиток; управління посиленням прихильності; управління підвищенням ефективності [1, с.109].

Стратегії управління персоналом повинні відповідати і бути ув'язані з корпоративними стратегіями, а тому повинна бути забезпечена узгодженість управлінських ініціатив в сфері управління персоналом з рішеннями, що стосуються інших функціональних сфер бізнесу, а також з результатами дослідження ринкової ситуації.

Особливої важливості набуває питання забезпечення відповідності стратегій управління персоналом стратегічному напрямку діяльності організації, тобто стратегічної орієнтації компанії.

Не менш важливими питаннями є: забезпечення відповідності стратегій управління персоналом діловим стратегіям, характерним різним етапам життєвого циклу підприємства; розробка такої стратегії управління персоналом, що підтримує ініціативи підприємства в таких галузях, як: інновації, маркетингова орієнтація, організаційна реструктуризація, розвиток товарів і ринків та інших; врахування організаційних особливостей; встановлення взаємозв'язку між визначеною стратегією управління персоналом, що стосується якісних питань і отриманими результатами на індивідуальному і організаційному рівнях; інтеграція стратегії управління персоналом з корпоративними стратегіями підприємства; забезпечення збалансованості елементів системи управління персоналом; забезпечення гнучкості стратегії управління персоналом, тобто можливості її корегування в відповідь на нові вимоги зовнішнього середовища, що постійно змінюється; забезпечення раціональності процесу розробки стратегії; формування ефективного механізму практичної реалізації стратегії управління персоналом (табл.1).

Автори Л. В. Балабанова і О. В. Стельмашенко визначають необхідність узгодженості стратегій управління персоналом з корпоративною і конкурентною стратегіями. Так, на їх думку, корпоративній стратегії відповідають наступні кадрові стратегії: стратегії зростання – стратегія залучення персоналу високої кваліфікації, удосконалення системи мотивації персоналу, удосконалення системи розвитку персоналу, підтримка морально-психологічного клімату в колективі; стратегії обмеженого зростання – стратегія підвищення кваліфікації,

стратегія переміщення персоналу; удосконалення системи розвитку персоналу; стратегії скорочення – стратегія організації масових звільнень; визначення вимог до персоналу, ділове оцінювання персоналу. Конкурентній стратегії, в залежності від її виду відповідають: стратегії лідерства в витратах – стратегія залучення персоналу широкого профілю, підтримка морально-психологічного клімату в колективі; стратегії диференціації – стратегія залучення спеціалізованого персоналу високої кваліфікації, підвищення кваліфікації персоналу стосовно конкретних товарів, удосконалення системи розвитку персоналу; стратегії фокусування – стратегія залучення висококваліфікованого персоналу вузької спеціалізації, удосконалення системи розвитку персоналу, удосконалення системи мотивації персоналу [2, с.28-29].

Л.В. Балабановою разом із І.С. Фоломкіною доповнено цей перелік: на рівні корпоративної стратегії також пропонується використовувати комбіновану стратегію управління персоналом, що передбачає включення у залежності від ситуації елементів трьох вище описаних стратегій [3, с.298].

О.А. Тимохіною запропоновано елементи кадрової стратегії за такими елементами стратегічного управління персоналом як: планування потреб в персоналі, організація набору і відбору персоналу, управління витратами на персонал, адаптація персоналу фірми, управління витратами на персонал, оплата праці і соціальне забезпечення кадрів, управління діловою кар'єрою персоналу, підвищення кваліфікації і перепідготовка кадрів, оцінка персоналу фірми, звільнення персоналу [6, с.529]. Однак більш доцільно виділяти окремо певні види стратегій за означеними елементами стратегічного управління персоналом.

Підхід конкурентної стратегії передбачає реалізацію трьох видів стратегії управління персоналом: забезпечення ресурсами, розвитку людських ресурсів, винагороди [1, с.113].

М. Амстронг виділяє загальні стратегії управління людськими ресурсами: підвищення ефективності, розширення бази вмінь і навичок, забезпечення компетентності і розвитку кар'єри, забезпечення підвищення статусу зайнятості, підвищення прихильності, підвищення рівня мотивації [1, с.120].

Таблиця 1

Рекомендовані альтернативні стратегії управління персоналом за видами

Вид кадрової стратегії	Альтернативні варіанти стратегії
1	2
Організаційні стратегії	
Стратегії організаційного розвитку	Стратегії підвищення організаційної ефективності
	Стратегії розвитку організаційних процесів
	Стратегії організаційної трансформації
Стратегії управління корпоративною культурою	Зміна існуючої корпоративної культури
	Стратегія підтримки і зміцнення існуючої корпоративної культури
Стратегії управління змінами	Стратегія «розморожування»
	Стратегія «зміни»
	Стратегія «заморожування»
Стратегії розвитку трудових відносин	Стратегія розвитку позитивного психологічного контакту
	Стратегія підвищення рівня прихильності
	Стратегія створення клімату довіри
Функціональні стратегії	
Стратегії управління ефективністю	Стратегії управління витратами на персонал
	Стратегії, спрямовані на підвищення продуктивності праці

1	2
Стратегії розвитку персоналу	Стратегії індивідуального навчання
	Стратегії організаційного навчання
	Стратегії управління знаннями
	Стратегії розвитку керівників підприємств
	Стратегії розвитку «емоційної культури»
	Стратегія розвитку «стратегічної спроможності»
Стратегії забезпеченості ресурсами	Стратегія залучення персоналу
	Стратегія удержання
	Стратегія гнучкості
Стратегії мотивації	Стратегія доповнення матеріальної мотивації переважно організаційними методами нематеріальної мотивації
	Стратегія доповнення матеріальної мотивації переважно моральними методами нематеріальної мотивації
Стратегії трудових відносин	Акцент на управління людськими ресурсами і трудові відносини
	Пріоритет трудових відносин без управління людськими ресурсами
	Висока пріоритетність управління людськими ресурсами
	Стратегія відсутності трудових відносин
Стратегії створення фізичних умов праці	Стратегія ігнорування незадовільних умов праці
	Стратегія часткового створення мінімально необхідних умов праці для персоналу
	Стратегія створення необхідних умов праці для персоналу
	Стратегія створення оптимальних умов праці для персоналу
Стратегії залучення персоналу	Стратегія відмови від використання внутрішніх джерел залучення
	Стратегія переважного використання зовнішніх джерел залучення
	Стратегія рівнозначного використання усіх джерел залучення
	Стратегія переважного використання внутрішніх джерел залучення
	Стратегія відмови від використання зовнішніх джерел залучення
Стратегії управління трудовою адаптацією	Стратегія ігнорування адаптації як елементу управління персоналом
	Стратегія пасивної політики трудової адаптації персоналу
	Стратегія використання окремих елементів трудової адаптації
	Стратегія активної політики трудової адаптації персоналу
Стратегії підготовки кадрового резерву	Стратегія ігнорування необхідності підготовки кадрового резерву
	Стратегія пасивної підготовки кадрового резерву
	Стратегія активної підготовки кадрового резерву
Стратегії вивільнення персоналу	Стратегія переважного використання переміщення персоналу
	Стратегія переважного використання припинення найму персоналу

Розглянуті вище стратегії управління персоналом є недостатньо конкретизованими і не можуть розглядатись в якості альтернативних, оскільки декільком видам корпоративних та конкурентних стратегій відповідають однакові стратегії управління персоналом, а тому запропонована класифікація стратегій управління персоналом не може бути використана задля вирішення завдань контролінгу персоналу і формування стратегічного набору

підприємств щодо управління персоналом.

Альтернативні стратегії управління персоналом, що можуть бути використані задля вирішення завдань контролінгу персоналу і формування стратегічного набору підприємств представлено в таблиці 1.

Висновки і перспективи подальших розробок. Завданнями стратегічного контролінгу відносно підтримки процесів розробки та реалізації стратегій персоналу являються: оцінка бар'єрів, що перешкоджають реалізації стратегії управління людськими ресурсами; оцінка та забезпечення відповідності стратегії управління персоналом вимогам, що до неї висуваються; аналіз стратегічних альтернатив та розробка рекомендацій щодо вибору найбільш оптимального варіанту стратегії управління персоналом; надання методичної підтримки щодо розробки стратегічного набору підприємства в сфері управління персоналом.

Попередній, поточний та заключний контроль розробки та реалізації стратегій управління персоналом; розробка рекомендацій і надання необхідної інформації щодо підтримки управлінських рішень:

- процесом розробки і реалізації стратегій управління персоналом, що спрямований вирішити завдання стратегічного контролінгу персоналу є інтегрований процес, який передбачає розгляд стратегії управління людськими ресурсами як однієї з функціональних стратегій в межах ділової стратегії організації;
- альтернативними стратегіями управління з точки зору їх включення до стратегічного набору підприємства в сфері управління персоналом являються стратегії за наступними видами: організаційного розвитку, управління корпоративною культурою, управління змінами, розвитку трудових відносин, забезпеченості ресурсами, управління ефективністю, розвитку персоналу, мотивації, трудових відносин, створення фізичних умов праці, залучення персоналу, управління трудовою адаптацією, підготовки кадрового резерву, вивільнення персоналу. Перспективами подальших розробок у даному напрямі є визначення критеріїв оцінки альтернативних стратегій управління персоналом, що доцільно використовувати під час формування стратегічного набору щодо управління персоналом для вирішення завдань стратегічного контролінгу персоналу.

Література

1. Амстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / М. Амстронг; [пер. с англ.]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 328 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: [монографія] / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 238 с.
3. Балабанова Л. В. Управління реалізацією стратегій підприємства: маркетинговий підхід: [монографія] / Л. В. Балабанова, І. С. Фоломкіна. – М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 402 с.
4. Гасило О. О. Контролінг управління персоналом підприємств торгівлі і ринок України: [зб. наук. праць]. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – Т. 1 – С. 369–374.
5. Одегов Ю. Г. Аудит и контроллинг персонала / Ю. Г. Одегов, Т. В. Никонова. – М.: Экзамен, 2004. – 544 с.
6. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь: [монографія] / под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова; отв. Л. И. Донец. – Донецк: ДонНУЕТ, 2009. – 550 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті запропоновано визначення енергозбереження та енергетичної ефективності на підприємстві, показано, що енергозбереження та енергоощадність є частинами діяльності підприємства щодо підвищення енергетичної ефективності. Результатом діяльності щодо підвищення енергетичної ефективності на підприємстві є покращення показників енергетичної ефективності, таких як енерговіддача та енергоємність.

In the article determination of energy-savings and power efficiency on an enterprise is offered, it is shown that an energy-savings and energy-safety are parts of activity of enterprise concerning the increase of power efficiency. The result of activity in relation to the increase of power efficiency on an enterprise is an improvement of indexes of power efficiency, such as an energy return and energy input.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Питання енергетичної ефективності є актуальним для економіки України. Наша країна є надзвичайно залежною від імпорту енергоресурсів, таких як природний газ, нафта та паливо для атомних електростанцій. Залежність економіки України від поставок енергоресурсів була закладена ще за часів Радянського Союзу, коли підприємства отримували енергоресурси майже за безцінь. Це призвело до того, що на підприємствах, особливо промислових, створювалися енергонеефективні технологічні процеси. У результаті витрати енергії для виробництва одиниці валового внутрішнього продукту в Україні є одними з найбільших у світі. Навіть, країни, які повністю забезпечені власними енергоресурсами, наприклад Росія, не можуть дозволити собі такі витрати енергії для виробництва внутрішнього продукту.

Ситуація погіршується ще й тим, що ціни на енергоресурси на світових ринках за останні десять-п'ятнадцять років підвищилися у кілька раз. Незважаючи на зменшення цін підчас світової кризи, можна очікувати їх подальше зростання цін на енергоресурси на світових ринках найближчим часом.

Таким чином, частка енергетичних витрат у собівартості продукції українських підприємств буде неодмінно збільшуватися, що призведе до обов'язкової необхідності зменшення витрат енергії для виробництва одиниці товарів та послуг на українських підприємствах.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблема ефективності використання ПЕР розглядається в багатьох монографіях, дисертаційних дослідженнях, наукових публікаціях.

Деякі науковці вважають, що підвищення енергетичної ефективності є одним із напрямків енергозбереження. М.П. Ковалко, С.П. Денисюк наводять таке визначення енергозбереження: «Енергозбереження – це процес, під час якого скорочується потреба в ПЕР на одиницю кінцевого корисного ефекту від їх використання. Оскільки в процесі виробництва матеріальних благ та послуг споживається тільки та частина енергії, яка здатна виконати роботу, енергозбереження зводиться як до заощадження ПЕР, так і до забезпечення максимальної ефективності їх використання» [1, с.218; 2, с.158].

Інші науковці, такі як А.К. Шидловський, І.Б. Швець, О.В. Захарова, В.Б. Тонкаль, Ю.О. Вихарев, Е.В. Мних, Є.І. Галиновський та О.С. Суходоля практично повністю повторюють вище наведене визначення процесу енергозбереження на підприємстві [3, с.125-280; 4, с.24-170; 5, с.12-140; 6, с.36-150; 7, с.12-17; 8, с.37-40; 9, с.31-36].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не зовсім погоджуючись із зазначеною точкою зору провідних науковців, на нашу думку, процес енергозбереження є лише одним із шляхів підвищення енергетичної ефективності. При цьому виходимо із загального визначення поняття ефективності – відношення результатів діяльності до витрат, або ресурсів, які забезпечують такий результат [10, с.135].

Постановка завдання. На сьогодні відсутні чіткі визначення і характеристики сутності ефективності енергоспоживання. Різні автори по-різному визначають і розуміють взаємозв'язок між поняттями «енергетична ефективність», «енергозбереження», «енергоощадність», «енергоємність». Саме вирішенню проблеми визначення взаємозв'язків та взаємовідмінностей між вище наведеними поняттями присвячується дана стаття.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розгляд взаємозв'язків та взаємовідмінностей між поняттями «енергетична ефективність», «енергозбереження», «енергоощадність», «енергоємність» пропонуємо розпочати з розгляду сутності ефективності використання енергетичних ресурсів.

Ефективність використання енергії в матеріальному виробництві, як і будь-яких інших видів ресурсів підприємства, можна визначити як відношення результатів використання енергії до величини витрат енергії з метою одержання даних результатів. Показниками ефективності використання енергії можуть бути: енерговіддача – прямий показник, та енергоємність – зворотній показник ефективності.

Існує два узагальнених напрямки діяльності щодо підвищення ефективності використання енергії. У загальному вигляді їх можна представити як зниження витрат енергії та підвищення рівня результатів діяльності. Тобто перший напрямок діяльності пов'язаний зі зменшенням витрати енергії при незменшеному рівні обсягу виробництва, другий – зі збільшенням обсягу виробництва при незбільшеному обсязі витрат енергії. Вище були наведені екстремальні напрямки діяльності, між ними існує велика кількість напрямків діяльності, які призводять або до більш стрімкого збільшення обсягів виробництва порівняно з обсягами споживання енергії, або до більш стрімкого зменшення обсягів споживання енергії порівняно з обсягами виробництва.

Перший напрямок реалізується за допомогою заходів щодо зниження рівня витрат енергії на всіх стадіях руху енергії. Напрямок дій щодо підвищення енергетичної ефективності, спрямованих на зниження витрат енергії, пропонуємо визначити як енергозбереження.

Другий напрямок реалізується за допомогою заходів щодо збільшення обсягу виробництва з використанням інтенсивних методів, спрямованих на модернізацію устаткування, впровадження нових технологій із більшою енергетичною ефективністю.

Також існує третій напрямок дій щодо підвищення ефективності використання енергії, зміна структури споживання енергії як на міжгалузевому рівні, так і на внутрівиробничому рівні.

Розглянемо більш докладно кожен із напрямків підвищення енергетичної ефективності.

Як вже відзначалося, пропонуємо називати енергозбереженням діяльність щодо заощадження на всіх стадіях руху енергії, збереження енергії від витрат. Але виникає протиріччя визначення енергозбереження з загальновідомими законами фізики. А саме, згідно з першим законом термодинаміки енергія не виникає з нічого і не зникає, тобто енергія тільки змінює свою форму і не змінює своєї кількості. На перший погляд цей закон суперечить поняттям «енергозбереження» і «втрати енергії», тому що відсутня необхідність зберігати енергію і не існує поняття втрачена енергія. Теж саме протиріччя виникає у випадку подібного вивчення поняття «економія енергії».

У своїй статті використовуємо терміни «енергозбереження» і «втрати енергії», і не тільки тому, що вони використовуються в широких наукових колах і у нормативно-правовій документації. Вважаємо можливим використання перерахованих вище термінів у такому змісті: «економія енергії» – усунення витрат енергії; «втрати енергії» – втрата енергії свого

корисного, працездатного стану; «енергозбереження» – заощадження і збереження енергії в працездатному стані, в стані, який може бути корисним для людини або підприємства.

Часто для усіх видів енергії застосовується один вид виміру – кількісний, але це не дозволяє врахувати інші характеристики енергії, що визначають її корисність у виконанні визначеної роботи. Якісною мірою будь-якого виду енергії є так звана ексергія.

Згідно з загально визначенням ексергія – це максимальна робота, яку може здійснити термодинамічна система при зворотному переході від даного стану до стану рівноваги з навколишнім середовищем за відсутності інших, крім навколишнього середовища, джерел енергії. Тобто, якщо теплову енергію, яка виходила з парами з димаря в навколишнє середовище, перетворити у електричну енергію за допомогою генератора, з фізичної точки зору нічого не зміниться – кількість енергії буде незмінною, але з економічної точки зору зміниться багато – енергію атмосфери використати набагато складніше, ніж електричну енергію. Іншими словами можна сказати, що під енергією ми будемо розуміти тільки ту енергію, яка може бути використана в корисних цілях. І, як слідство, якщо енергія переходить із стану корисного до стану, який не може бути використаним людиною, при сьогоdnішньому рівні розвитку науки і техніки, це означає для людства, що воно цю енергію втрачає. Діяльність людей з припинення процесу переходу енергії з корисного стану у некорисний можна, на нашу думку, назвати енергозбереженням, економією енергії та усуненням втрат енергії.

У такий спосіб показано, що використання термінів «енергозбереження», «втрати», «економія енергії» не суперечать законам фізики і може використовуватися в економічній науці.

Переходячи до вивчення процесу підвищення ефективності використання енергії за допомогою енергозбереження, необхідно відзначити, що наше розуміння енергозбереження відрізняється від загальноприйнятого. Ми не вважаємо енергозбереження найбільш узагальненим визначенням усіх заходів щодо зменшення втрат і підвищення ефективності використання енергії. Для доведення нашої точки зору пропонуємо звернутися до головного нормативно-правового документа України в енергетичній сфері – Закону України «Про енергозбереження».

Згідно з положенням Закону України «Про енергозбереження»: «Енергозбереження – це діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна), яка спрямована на раціональне використання та економне витрачання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів у національному господарстві і яка реалізується з використанням технічних, економічних та правових методів» [11].

Для більшого розуміння наведемо визначення поняття «раціональне використання ПЕР» та «втрати енергії». Раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів – досягнення максимальної ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів при існуючому рівні розвитку техніки та технології й одночасному зниженні техногенного впливу на (навколишнє природне середовище) довкілля. Під економним витрачанням енергії розуміємо зменшення втрат енергії всіх видів. Втрати енергії – це різниця між використаною кількістю енергії та кількістю енергії, що теоретично необхідна для виконання будь-яких енергетичних процесів.

Таким чином, енергозбереження об'єднує види діяльності спрямовані на скорочення втрат енергії при існуючому рівні розвитку науки і техніки. Види втрат енергії залежно від стадії, на якій вони утворилися, поділяються на: втрати при видобутку ПЕР, втрати при транспортуванні, втрати при перетворенні, втрати при збереженні, втрати у виробничому процесі. Більш докладно розглянемо напрямки діяльності щодо енергозбереження під час безпосереднього використання енергії на енергетичних установках, тобто у виробничому процесі. З метою вивчення втрат енергії у виробничому процесі пропонуємо розглянути структуру робочого часу [12, с.48-57].

Як відомо, календарний фонд часу – це кількість годин у календарному році (365дб*24години). Дійсний фонд робочого часу – це максимально-можливий фонд робочого

часу при встановленому режимі роботи підприємства без врахування часу на заплановані ремонтні роботи:

$$\Phi_d = ((D_k - D_v - D_c) D_{zm} - D_{ps}) * K_{zm} - D_p, \quad (1)$$

де Φ_d – дійсний фонд робочого часу;

D_k – кількість діб в календарному році;

D_v – кількість вихідних днів в календарному році;

D_c – кількість святкових днів в календарному році;

D_{zm} – тривалість робочої зміни;

D_{ps} – кількість скорочених годин роботи у передсвяткові дні;

K_{zm} – коефіцієнт змінності роботи;

D_p – тривалість планових ремонтних робіт.

Дійсний фонд робочого часу складається з операційного та позаопераційного. У свою чергу, операційний час складається з ефективного часу, під час якого виконуються основні (технологічні) ланки операції, та часу операційних перерв. Операційні перерви можуть бути викликані: здійсненням ручних операцій, не перекритих часом здійснення основних операцій з використанням енергії; здійсненням допоміжних операцій (завантаження, вивантаження, контроль і т.і.), не перекритих часом здійснення основних операцій з використанням енергії; операціями, що здійснюються природно. Таким чином, операційний час розраховується як наступне додавання:

$$T_o = T_e + T_{op} = T_e + (T_p + T_d + T_n), \quad (2)$$

де T_o – операційний час;

T_e – ефективний час;

T_{op} – час операційних перерв;

T_p – час здійснення ручних операцій;

T_d – час здійснення допоміжних операцій;

T_n – час природних операцій.

У цій формулі і надалі кожен показник розраховується як сума часу всіх відповідних частин операційного циклу. Наприклад, T_e – ефективний час, розраховується як сума ефективного часу всіх операційних циклів за рік.

Позаопераційний час складається з перерв, що виходять за межі операційного часу, але знаходяться у межах дійсного робочого часу. Такі перерви, пов'язані: з організаційно-технічним рівнем виробництва (перерви пов'язані з поточним обслуговуванням робочого місця, з регламентованими невиходами робітників, з поганою організацією системи постачання, з поганою трудовою дисципліною робітників, з порушенням нормальних режимів енергопостачання, з диспропорцією заводських потужностей, з аваріями та позаплановим ремонтом); з серійним випуском продукції (перерви пов'язані з переналагоджуванням обладнання та ознайомленням робітника з новим завданням); із невідповідністю обсягу виробництва виробничій потужності (перерви пов'язані з диспропорціями між потужностями окремих агрегатів або цехів, з незавантаженістю). Таким чином, позаопераційний час розраховується як додавання:

$$T_{po} = T_{ot} + T_{sv} + T_{ov}, \quad (3)$$

де T_{po} – позаопераційний час;

T_{ot} – перерви пов'язані з організаційно-технічним рівнем виробництва;

T_{sv} – перерви пов'язані із серійним випуском продукції;

T_{ov} – перерви, пов'язані з невідповідністю обсягу виробництва і виробничої потужності.

У цілому дійсний фонд робочого часу має такий вигляд:

$$\Phi_d = T_e + T_p + T_d + T_n + T_{ot} + T_{sv} + T_{ov}. \quad (4)$$

З точки зору роботи обладнання дійсний фонд робочого часу поділяється на корисну роботу (T_e) та перерви корисної роботи ($T_p + T_d + T_n + T_{ot} + T_{sv} + T_{ov}$). Таким чином:

$$\Phi_d = T_e + T_{pk}, \quad (5)$$

де T_{pk} – час перерв корисної роботи обладнання.

Далі розглянемо структуру споживання енергії залежно від періоду робочого часу, на якому це споживання відбувається.

Час перерв корисної роботи в енергетичному відношенні поділяється на час холостих ходів (гарячих простоїв) та на час зупинок обладнання. Об'єднання часу корисної роботи та часу холостих ходів може бути названо машинним часом, або часом робочого стану. У цей період дійсного робочого часу відбувається витрачання технологічної енергії.

В економічному сенсі й холості ходи й зупинки обладнання супроводжуються втратами енергії. При холостих ходах втрачається енергія на роботу обладнання, а при зупинках втрачається енергія на розігрів обладнання (пускові втрати). Таким чином, загальне споживання енергії за дійсний час роботи обладнання можна навести графічно (рис. 1).



Рис. 1. Структура споживання енергії під час здійснення виробничого процесу

Як свідчить рис. 1, витрачання енергії під час виробничого процесу розподіляється на ефективне споживання та чотири види втрат енергії: пускові операційні втрати, втрати операційних гарячих простоїв, пускові позаопераційні втрати, втрати позаопераційних гарячих простоїв.

Виходячи з визначення енергозбереження, зменшення втрат енергії всіх видів належить до напрямів діяльності з енергозбереження. Метою енергозбереження у конкретному виробничому процесі є доведення обсягів споживання технологічної енергії до рівня обсягів споживання енергії окремо за ефективний робочий час. Повне досягнення цієї мети неможливе, тому процес енергозбереження є нескінченним.

Збільшенням ефективності енерговикористання за ефективний час займається другий напрям діяльності щодо підвищення ефективності використання енергії, який пов'язаний із збільшення обсягу виробництва. Метою заходів цього напрямку є впровадження нового обладнання і технологій, що дозволяють змінити якісні характеристики споживання енергії. У виробничому процесі це належить до скорочення ефективного часу одного операційного циклу, чи, іншими словами, до збільшення кількості операційних циклів у рамках річного ефективного робочого часу, що приводить до збільшення обсягу виробництва. Упровадження нових технологій і модернізація устаткування під час видобутку, транспортування і перетворення енергії повинні приводити до підвищення якісних характеристик цих процесів, наприклад, до підвищення ККД енергетичного устаткування, до зниження часу транспортування ПЕР, до збільшення продуктивності устаткування тощо.

У зв'язку з тим, що зменшити ефективний час одного операційного циклу або втрати енергії до нуля неможливо, процес підвищення ефективності використання енергії є також нескінченним.

Останнім напрямком дій щодо підвищення ефективності використання енергії у сфері

матеріального виробництва є структурні зміни в споживанні енергії. Кожен цех, підприємство, галузь і група галузей має свої співвідношення чинників результативності енергоспоживання – витрат енергії і результатів діяльності. Між цехами одного підприємства і між однорідними підприємствами існують розходження в структурі споживання енергії в залежності від виду частини технологічного часу. Це приводить до різних співвідношень кількості операційних циклів і обсягу витраченої енергії для їхнього здійснення.

У випадку зміни структури обсягу виробництва або споживання енергії цілою системою змінюється ефективність використання енергії в системі. Наприклад, у результаті змін в економіці України в період з 1990 по 2002 роки структура суспільного виробництва істотно змінилася. У першу чергу, у бік збільшення частки виробництв і галузей з низькою ефективністю витрат енергії, таких як чорна і кольорова металургія. Такі структурні зміни зумовили різке зниження ефективності використання енергії в цілому в економіці України.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, на сьогоднішній день відсутні чіткі визначення і характеристики сутності ефективності енергоспоживання. Різні автори по-різному визначають і розуміють взаємозв'язок між поняттями «енергетична ефективність», «енергозбереження», «енергоощадність», «енергоємність». У статті запропоновано визначення енергозбереження та енергетичної ефективності, показано, що енергозбереження та енергоощадність є частинами діяльності підприємства щодо підвищення енергетичної ефективності. Також у статті визначено енергозбереження як напрямок діяльності щодо скорочення втрат енергії під час всіх проміжків технологічного процесу (як в операційний, так і в позаопераційний час) за виключенням часу ефективної діяльності обладнання.

Література

1. ПЕК України на порозі третього тисячоліття / під заг. ред. А. К. Шидловського, М. П. Ковалка. – Київ: УЕЗ, 2001. – 400 с.
2. Ковалко М. П. Енергозбереження – пріоритетний напрямок державної політики України / М. П. Ковалко, С. П. Денисюк. – Київ: УЕЗ, 1998. – 506 с.
3. Енергетичні ресурси та потоки / під заг. ред. А. К. Шидловського. – Київ: УЕЗ, 2003. – 472 с.
4. Шве́ц И. Б. Управление энергетическими ресурсами на предприятии: [монография] / И. Б. Шве́ц, О. В. Захарова / НАН Украины, Институт экономики промышленности. – Донецк, 2002. – 184 с.
5. Тонкаль В. Б. Методи та засоби розробки та впровадження регіональних комплексних науково – технічних програм енергозбереження; част. 2. / В. Б. Тонкаль, С. П. Денисюк, Ю. О. Вихарев. – К.: ІПЕ НАН України, 1995. – 142 с.
6. Мных Е. В. Анализ эффективности использования ТЭР / Е. В. Мных. – Львов: Свит, 1991. – 176 с.
7. Проблемы энергосбережения. – К.: ИПЭ НАН України, 1995. – № 1. – С. 12–17.
8. Галиновський Є. І. Показники ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів / Є. І. Галиновський // Енергетика и электрификация. – 1996. – № 1. – С. 37–40.
9. Суходоля О. Поєднання ринкового і державного регулювання енергозбереження / О. Суходоля // Економіка України. – 2004. – № 5. – С. 31–36.
10. Осипов В. І. Економіка підприємства: [підручник] / В. І. Осипов. – Одеса: Маяк, 2005. – 720 с.: 12 л. іл.
11. Закон України «Про енергозбереження» від 01 липня 1994р. – №74/94-ВР. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
12. Гофман И. В. Нормирование потребления энергии / И. В. Гофман. – М.: Энергия, 1996. – 176 с.

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

У статті визначено типологію підприємств у залежності від поведінки власників, а також удосконалено загальну конкурентну матрицю М. Портера. Розроблено матрицю ведення конкурентної боротьби. Надано рекомендації щодо формування стратегії розвитку підприємства в залежності від його конкурентної позиції.

In the article has defined the typology of enterprises depending on the conduct of proprietors, the general competition matrix of M. Porter is improved. The matrix of competitive activity conduct is developed. Recommendations concerning forming the strategy of enterprise's development subject to its competitive position are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток теорії управління підприємствами обумовив зміну всієї загальної парадигми управління, у тому числі стратегічного управління маркетинговою діяльністю, яке починає розглядатися як основа подальшого розвитку підприємства, що визначає, у першу чергу, успіх його діяльності.

Стратегічне управління маркетинговою діяльністю орієнтує підприємство на ефективне функціонування в майбутньому та розглядає його як систему, що визначає свою конфігурацію й цільову орієнтацію залежно від змін зовнішнього середовища.

Аналіз досліджень і публікації останніх років. Дослідженням окремих питань, що стосуються стратегічного управління маркетинговою діяльністю останнім часом приділяється значна увага. Це знайшло своє відображення в працях українських економістів, які були опрацьовані при написанні роботи: Л. В. Балабанової, О. А. Бриндіної, А. В. Войчака, Г. А. Дмитренко, В. В. Холод, Р. А. Фатхутдинова а також в працях зарубіжних авторів – І. Ансоффа, Дж. Гебей, С. Дибб, П. Дойль, А. А. Томпсон, Ф. Котлер, Ж-Ж Ламбена та інших. У їхніх працях акцентується увага на виборі стратегічного напрямку розвитку підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні сучасного стану реалізації маркетингових стратегій підприємства та розробка рекомендацій щодо формування стратегії розвитку підприємства в залежності від його конкурентної позиції.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Основне завдання концептуальної моделі інтегрованого управління маркетинговою діяльністю є не тільки створення внутрішньофірмового потенціалу успіху підприємств, але й перетворення його в стратегічні фактори успіху в динамічному маркетинговому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічні фактори успіху мають формуватися на стратегічному рівні інтегрованого управління маркетинговою діяльністю. Перед безпосередньою розробкою маркетингових стратегій підприємства необхідно визначитися із "сценарієм майбутнього", який являє собою опис майбутнього, що складається і узгоджених, логічно взаємопов'язаних подій і послідовності кроків, які з певною імовірністю ведуть до кінцевого стану підприємств, що прогнозується, тобто образу підприємств у майбутньому. Підприємствам доцільно розробляти два типи сценаріїв: перший тип містить опис послідовності кроків, які ведуть до кінцевого стану підприємств, що прогнозується, явищ, подій, факторів, що надають вирішальний вплив на цей процес; й другий тип сценаріїв, який містить опис можливих наслідків для підприємств, якщо вони досягнуть образу, що прогнозується. При розробці сценаріїв необхідно дотримуватися наступних загальних положень [1, с.115]:

– вихідним пунктом завжди повинна бути об'єктивна оцінка стратегічної ситуації

підприємств на даний момент, що веде до розуміння динаміки факторів, які впливають на їхню діяльність;

- для факторів з невизначеними тенденціями розвитку, що впливають на діяльність підприємств, мають бути розроблені спеціальні прогнози та пропозиції експертів;
- повинно бути розроблено декілька альтернативних сценаріїв, що представляють певну логічну картину;
- альтернативні сценарії не повинні містити суперечностей.

Основний принцип стратегічного планування – багатоваріантність, що передбачає необхідність розробки декількох стратегічних альтернатив, із яких і здійснюється остаточний вибір стратегій підприємств, реалізація яких буде сприяти максимальному підвищенню їхньої довгострокової ефективності [2, с.205].

Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, що розробляються підприємством на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також його місце і роль у маркетинговому середовищі.

Вимоги до стратегічного набору [3, с.410]:

- орієнтація на досягнення реальних взаємозв'язаних цілей;
- ієрархічний характер;
- гнучкість і динамічність стратегічного набору;
- збалансованість між прибутковими і витратомісткими стратегіями.

Істотний вплив на формування стратегічного набору надає внутрішня і стратегічна гнучкість підприємства.

Стратегічна гнучкість – це здібність підприємства до ефективної адаптації, що забезпечує своєчасну і ефективну зміну набору стратегій і що проводиться відносно товарної, цінової, інвестиційної або іншої політики. Вона повинна бути заснована на конгломератній побудові стратегічного набору підприємств, які залежать від різних технологій, вимагають різномірних економічних, соціальних і інших умов.

Стратегічну гнучкість, тобто незалежність ні від однієї стратегії з погляду її впливу на життя фірми можна забезпечити шляхом постійного відстежування ринку і випереджаючої зміни набору стратегій. Для управління стратегічним набором в підприємстві створюються спеціальні відділи стратегічного розвитку, які відповідають за розробку і реалізацію стратегії в конкурентній зоні господарювання. Оскільки стратегічний набір складається з сукупності стратегій доцільно визначити, що собою являє стратегія як економічна категорія.

Варто погодитися з Л. В. Балабановою [1, с.25], Д. Джорджем [4, с.44], О'Шонессі Дж. [3, с.56] та іншими авторами, які розглядають стратегію як загальний напрямок розвитку підприємства, що стосуються сфери його діяльності, системи взаємин усередині нього, позиції підприємства в навколишньому середовищі, способів використання засобів для досягнення поставлених цілей. У цьому випадку стратегія, визначаючи напрямок убік кінцевого стану, залишає волю вибору з урахуванням ситуації, що змінюється. Тобто стратегія припускає готовність до змін, невизначеності й ризику, використанню сприятливих можливостей, пристосуванню до змін зовнішнього середовища, у тому числі шляхом зміни місця в середовищі. Таким чином, маркетингові стратегії повинні орієнтувати на максимальну і своєчасну адаптацію діяльності підприємств до динамічного маркетингового середовища для досягнення їхніх стратегічних цілей.

Маркетингові стратегії – це основні напрями зосередження зусиль, філософія бізнесу підприємства в умовах маркетингової орієнтації.

Розвиток ринкових відносин висуває нові вимоги до якісного рівня управління діяльністю сучасних підприємств, характеру розв'язуваних при цьому задач, а також до методів їхнього рішення. Це обумовлює необхідність розробки нової концепції управління, що адекватним образом повинна враховувати зміни ринку.

Вибір напрямків стратегічного розвитку та розробка ефективної стратегії повинна починатися з визначення поведінки підприємства на ринку, яка залежить від типу власника. Таким чином, доцільно визначити тип підприємства на основі класифікаційної матриці

«Типологія власників (Модель ZOO-CAM®)» [5] в залежності від прибутковості, ризику і часу. При цьому прибутковість і ризик, як правило, мають прямопропорційну залежність: чим вище ризик, тим вище необхідна прибутковість.

Що ж стосується такого заходу як час, то найбільш важливим нам представляються два аспекти: швидкість реакції, швидкість ухвалення рішення, а також горизонт інвестування – той відрізок часу, на який орієнтоване фінансове рішення або цілі інвестора: на короткий строк або на більш тривалу перспективу. Отже, з погляду компромісу «прибутковість-ризик», можна умовно розділити всі підприємства на дві великі групи – «венчурні», які орієнтовані на більшу прибутковість і, відповідно, на високоризикований бізнес (далі – група «В»), та низькоризикований – (група «Н»).

З погляду часових характеристик, розходження можна віднести також до двох груп: динамічної, де підприємство характеризується підвищеним темпом прийняття рішень (група «Д»), та статичної для якої притаманний стабільний темп прийняття рішень (група «С»), які в пропонованій далі моделі спільно характеризують таку рису як «мобільність». Група «Д» – це ті підприємства, власники та персонал яких розташовані до інновацій, легше адаптуються до мінливого середовища й нестандартних ситуацій. Саме ця частина власників найбільшою мірою генерує перетікання капіталу, впливає на його ліквідність і диверсифікованість. З іншого боку, для групи «С» важлива стабільність і спадкоємність. Вони, як правило, прихильники одного виду бізнесу.

Різне сполучення зазначених характеристик дає нам чотири основні комбінації в типології підприємств: ВС, ВД, НС і НД. Якщо ж додати до цього ціннісний пріоритет підприємства (ЦПП), обумовлений стосовно інвестицій у нематеріальні чи фізичні активи, – для одних важливіше персонал, ідеї, інновації й т.п., для інших же пріоритетними є матеріальні активи, акції або інші матеріальні цінності. Таким чином, до зазначених чотирьох комбінацій додаємо ще позитивний й негативний різновид (ЦПП відзначені далі знаками «+» і «-», відповідно). Власники з позитивним ЦПП («+») не зневажають можливістю відправити підлеглих на навчання, стати спонсором якої-небудь акції або благодійного проекту. Вони мають, як правило, більше високу репутацію, соціальне визнання, партнерські зв'язки й т.п. Цінності власників з негативним ЦПП («-») замикаються на суцільно матеріальних речах. Таким чином, у результаті викладеного, ми можемо виявити вісім типів підприємств в залежності від поведінки власників (рис. 1., табл. 1)

Метою розробки маркетингових стратегій є забезпечення конкурентних переваг підприємств на ринку відносно активних конкурентів.

Для забезпечення довгострокових конкурентних переваг, які здатні зміцнити позиції підприємств на ринку або збільшити їхню ринкову частку, привернути увагу більшої кількості споживачів, які зможуть задовольнити свої потреби саме у даному підприємстві, доцільно розробити матрицю ведення конкурентної боротьби, стратегії якої при вдалому поєднанні дозволять підприємствам отримати певну перевагу у конкурентній боротьбі (рис. 2).

При виборі конкурентних маркетингових стратегій за матрицею ведення конкурентної боротьби враховуються:

- роль підприємств на ринку: лідер, челенджер (претендент), послідовник, нішер;
- частка ринку: значна, незначна;
- конкурентна перевага: диференціація товарів, низькі витрати;
- дії підприємства по відношенню до конкурента: атака (наступ), оборона (захист).

Матриця ведення конкурентної боротьби пропонує різні стратегії відносно певного типу конкурентної переваги (табл. 2):

- товар як головна складова конкурентної переваги – стратегії націлені на розвиток товару, нововведення, активізацію маркетингових дій, а також марки, іміджу підприємств;
- ціна як фактор досягнення конкурентної переваги – досягнення переваги за витратами, ведення цінової війни, використання всіх цінових методів конкурентної боротьби.

		Мобільність	
		С	Д
Прибутковість ризик	В	«Лев» (BC+)	«Орел» (ВД+)
		«Тигр» (BC-)	«Акула/Вовк» (ВД-)
	Н	«Вол» (НС+)	«Мавпа» (НД+)
		«Ведмідь» (НС-)	«Лис» (НД-)

Рис. 1. Типологія підприємств в залежності від поведінки власників

Таблиця 1

Характеристика основних типів підприємств

Тип підприємства	Характеристика	Розмір підприємства	Позиція на ринку
1	2	3	4
Лев (BC+)	Мають активну конкурентну політику, чітко контролюють свою зону впливу та найчастіше формують навколо себе чітку ієрархічну структуру. При цьому для них важлива не тільки власна репутація та особисті інтереси, але й інтереси їхнього найближчого оточення, імідж підприємства	велике	лідерство на ринку
Тигр (BC-)	Реагує на будь-які замаху на свої володіння, підприємство-тигр усією своєю поведінкою демонструє, що його краще не чіпати і він завжди готовий відстоювати свої інтереси	велике	лідерство на ринку
Орел (ВД+)	Девіз такого підприємства – «Думай глобально, дій локально!». Підприємство-орел веде ризиковану гру, але ретельний прорахунок ризику й диверсифікованість вкладень дозволяє досягти найбільшого прибутку. Вони збирають кваліфікований персонал, надихають підлеглих, управляють бізнесом по показниках і цілям, соціально орієнтовані й відкрите декларують свої цінності	середнє, дрібне	впровадження нововведень (нішери)
Акула/Вовк (ВД-),	Такі підприємства характеризуються здатністю швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Їх діяльність направлена на збільшення прибутку. Підприємство-акула ведуть атакуючу конкурентну боротьбу	середнє, дрібне	переслідувачі лідера (челенджер)
Віл (НС+)	Підприємства-воли завзятою працею й ощадливістю наращують капітал, що приносить їм широку популярність. При сприятливій кон'юктурі підприємство може тривалий час успішно розвиватися.	велике, середнє	послідовник
Ведмідь (НС-)	З розвитком ринкової економіки й правової держави даний тип підприємств зустрічається дуже рідко. Ведмеді звичайно займаються «проїданням» вартості, як бізнесу, так і держбюджетних коштів.	велике, середнє	послідовник

1	2	3	4
Мавпа (НД+).	Такі підприємства є інноваторами, вони знаходяться в постійному пошуку нових ідей. Диверсифікованість, оборот і низька маржа – також типові характеристики їхнього бізнесу.	середнє, дрібне	впровадження нововведень (нішери)
Лис (НД-).	Спритність і обережність, поряд з негативним ЦПП характеризують останній з описуваних нами типів. Спритно маніпулюють людьми й інформацією. Лис непогано передбачає непередбачені обставини й ходи конкурентів, іде, добре захищаючи свої тили.	середнє, дрібне	переслідувачі лідера (челенджер)

		Роль підприємств на ринку				Дії підприємства по відношенню до конкурента	
		Лідер (Лев, Тигр)	Челенджер (Акула/Вовк, Лис)	Послідовник (Віл, Ведмідь)	Нішер (Орел, Мавпа)		
Товар		"Захват ринку"	Стратегія компіляції	Стратегія адаптації	Люксовна стратегія		Атака (наступ)
		Фронтальна оборона	Мобільна оборона	Обхід конкурентів	Стратегія наслідування		Оборона (захист)
Ціна		"Цінова війна"	"Партизанська війна"	Стратегія минулих перемог	Стратегія захоплення вільних ніш		Атака (наступ)
		Активна оборона	Стратегія розпилення уваги	Стратегія імітації	"Захист ніші"		Оборона (захист)
		Значна		Незначна			
Частка ринку							

Рис. 2. Матриця ведення конкурентної боротьби

Також на основі вивчення класичної конкурентної матриці М. Портера були отримані висновки, що дана матриця зовсім не враховує позицію, яку займають підприємства на ринку, тому підприємствам важко оцінити, яку стратегією доцільно використовувати для перспективного розвитку. Отже, враховуючи конкурентну роль підприємств – підприємств-новачок або підприємство, що зарекомендувало себе на ринку, -- була удосконалена конкурентна матриця М. Портера (рис. 3).

Стратегію «Швидкого прориву» використовують підприємства, які виходять на ринок з відомо логічним заниженням цін на товари чи послуги. Метою даної стратегії є альтернатива якнайшвидшого проникнення на ринок за рахунок привернення до себе уваги покупців як до підприємств, що пропонують товари за доступними цінами, використовують цінові знижки і заходи СТИЗ, засновані на ціні, і зайняти певну позицію в галузі. При створенні достатньо великої бази клієнтів, яких приваблюють цінові стимули і попит яких є еластичним, підприємства можуть припинити знижувати ціни та навіть поступово підвищувати їх, розраховуючи на те, що споживачі вже не відмовляться від даних фірм, марок та будуть здійснювати покупки, пам'ятаючи про те, що в даному магазині ціна завжди нижче.

Стратегія «Товарна дифузія» характерна для підприємств, що пропонують унікальні

чи дуже різноманітні товари. На перше місце ставиться висока якість товару, як конкурентна перевага, а також широкий і глибокий асортимент, який до того ж вдало оптимізований, та обслуговування покупців, яке забезпечує повний набір послуг, здатних підкріпити товар в повній мірі і збільшити прихильність споживачів до продукції підприємств.

Таблиця 2

Рекомендовані стратегії за матрицею ведення конкурентної боротьби

Конкурентна перевага	Роль підприємства на ринку			
	Лідер	Челенджер (претендент)	Послідовник	Нішер
1	2	3	4	5
Товар	«Захват ринку» – комплексний наступ підприємства-лідера, основною метою якого є збільшення попиту на продукцію підприємства за рахунок використання продуктового лідерства з орієнтацією на перспективний ринок масового споживача	Стратегія копіювання є наслідуванням претендентом на лідерство найбільшого конкурента «крок у крок» за всіма елементами його конкурентної маркетингової стратегії, що може привести до дискредитації іміджу ринкового лідера	Стратегія адаптації вдосконалення підприємством зі слабкою конкурентної позицією елементів комплексу маркетингу, зокрема товарних і сервісного обслуговування, адаптація його конкурентних маркетингових стратегій до певних ринків збуту	Люксова стратегія – підприємство-нішер використовує дану стратегію для збільшення попиту на номенклатуру товарів у ході конкурентної боротьби, намагаючись підвищити попит за рахунок використання концепції бренд-менеджменту
	Фронтальна оборона є створенням підприємством-лідером ліцензій, використання марок, етикеток, голограм та інших захисних бар'єрів для запобігання конкурентної боротьби	Мобільна оборона – розширення зони дії челенджера на перспективному ринку з метою запобігання конкурентної боротьби за рахунок диференціації, виявлення більш істотних потреб споживачів, лояльного відношення споживачів до підприємства	Обхід конкурентів – ексклюзивні дії підприємства-послідовника на ринку щодо запобігання конкурентної боротьби, а саме: упродовження нових товарів, освоєння нових ринків	Стратегія наслідування – означає копіювання підприємством-нішером, що має незначну частку на ринку, дій насильнішого конкурента, як засіб мінімізації ризику відповідного удару, існуючого при прямому або побочному виклику лідеру
Ціна	«Цінова війна» – дії лідерів ринку щодо встановлення такого рівня цін на товари за рахунок великих обсягів виробництва або закупки продукції великими партіями, що забезпечить максимальний попит споживачів, і не дасть можливості конкурентам знизити ціни	«Партизанська війна» є активністю підприємства, що претендує на лідерство, в ході конкурентної боротьби за принципом «удар-відхід»: атака покупців із слабкою перевагою до товарів конкурента, атака на сегменти ринку, що незайняті лідером, тактика разових знижень цін	Стратегія минулих перемог використання підприємством, що має незначну ринкову частку, конкурентних переваг, отриманих раніше в ході конкурентної боротьби	Стратегія захоплення вільних ніш – підприємство-нішер знаходить ринкову нішу достатнього розміру і прибутковості, що має потенціал зростання, не привертаючи уваги конкурентів, а також пошук ексклюзивної цінності для нішера, що зможе привернути увагу покупців

1	2	3	4	5
	Активна оборона – дії підприємства, що володіє значною конкурентною силою та має велику частку ринку у ході конкурентної боротьби за рахунок цінових методів	Стратегія розпилення уваги – отримання переваги над підприємством-лідером за рахунок використання декількох суттєвих конкурентних переваг у ході конкурентної боротьби, зокрема, за допомогою поєднання декількох елементів комплексу маркетингу: цінові знижки + надання сервісу	Стратегія імітації – наслідування підприємством з незвичною частою на ринку окремих елементів конкурентної маркетингової стратегії ринкового лідера з метою запобігання конкурентної боротьби: зниження ціни слідом за ціновими знижками конкурентів	«Захист ніші» – захист підприємством-нішером своєї ніші усіма можливими ціновими маркетинговими засобами, можливий пошук іншої ніші на більш привабливому ринку

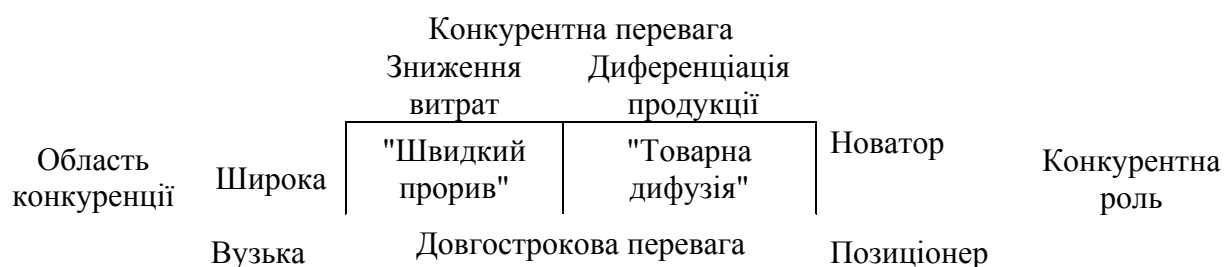


Рис. 3. Удосконалена загальна конкурентна матриця М. Портера

У межах стратегії «Товарна дифузія» підприємства можуть реалізовувати марочні товари, розраховуючи на прихильність клієнтів до бренду, якості, відчутних функціональних властивостей товару та за рахунок цього здобути конкурентні переваги, хоча ціна на товари може бути високою. Стратегія «Довгострокова перевага» можлива для підприємств, які вже зарекомендували себе на ринку, тобто мають велику ринкову частку, володіють розвиненою мережею фірмових магазинів, налагодили вигідні зв'язки з постачальниками, а отже, забезпечують великі обсяги реалізації товарів. Своєю прерогативою вони обирають ту чи іншу перевагу або використовують їх у сукупності. Вдале поєднання різних елементів комплексу маркетингу «ціна-якість» здатне забезпечити стабільний розвиток підприємств на перспективу та дозволить закріпити або збільшити власну ринкову позицію.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, ефективне формування та успішна реалізація маркетингових стратегій підприємства сприятиме чіткій логіці побудови дій у його діяльності, що прискорить досягнення стратегічних цілей бізнесу та зменшить енергетичні, тимчасові та інші витрати. Перспективами подальших досліджень в даному напрямі є розробка механізму реалізації маркетингових стратегій підприємства та вдосконалення стратегічного управління маркетинговою діяльністю.

Література

1. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: [монографія] / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 294 с.
2. Walker Orville C. Marketing strategy. Planning and implementation / Стратегический маркетинг. Планирование и внедрение / О. С. Walker, Harper W. Boyd, Jean-Claude Larreche. – Boston: Irwin: McGraw-Hill, 1997. – 392 p.
3. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический поход / Дж. О'Шонесси; [пер.с англ. под. ред. Д. О. Ямпольской]. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
4. Дэй Джордж. Стратегический маркетинг: Как завоевать и удержать лидерские позиции в эпоху глобальной конкуренции / Дэй Джордж; [пер.с англ. В. Егоров]. – М. : ЭКСМО, 2003. – 632 с.
5. Інтернет-портал для управлінців: маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua>.

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МОТИВАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті наведено характеристики основних концепцій мотивації з моменту виникнення і до наших часів. Надається групування концепцій за їх характерними рисами. Автор визначає мотивацію як невід'ємну складову стратегічного управління та дає рекомендації щодо підходів до мотивації персоналу в умовах реалізації стратегії.

In this article the basic theories of motivation since its origin until the present day are described. The concept of motivation is shown to be an essential part of strategic business management. A classification of motivation theories is proposed here and guidelines on employee motivation approach which can be utilized during the strategy realization are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Динамічний розвиток ринкового середовища робить гнучкість необхідним фактором виживання підприємства у конкурентній боротьбі. У зв'язку з цим керівництвом підприємств чи сторонніми консультуючими фірмами активно розробляються нові стратегії, у тому числі й антикризові. Проте навіть вдало розроблена стратегія ще не є запорукою успіху підприємства на ринку. Для її реалізації потрібно сформулювати чіткий та ефективний механізм, який би забезпечував мотивацію персоналу до впровадження цих стратегічних змін. Такого механізму досі не винайдено. З цієї причини мотивація персоналу виходить на перший план стратегічного управління.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. На протязі останніх років проблема мотивації персоналу продовжує привертати увагу багатьох вчених США, Європи, Росії та Японії. Лінс та Дороті Бергери вивчають мотивацію як органічний компонент загальної стратегії підприємства, який повинен виходити із місії та цілей компанії. Мануель Зайферт та Райнер Нирмайер розглядають основні елементи різних систем мотивації та мотивуючий вплив кожного з них на персонал. Брюс Р. Елліг у своїй монографії висловлює думку про те, що мотивація знаходиться у тісному взаємозв'язку із корпоративною культурою підприємства. Н. Сумаркіна стверджує, що мотивувати персонал треба базуючись на вивченні потреб кожного окремо взятого працівника.

В Україні проблемі мотивації персоналу присвячують свої праці такі видатні вчені, як Д.П. Богиня, М. В. Семикіна, Г.Т. Куліков. Вони розглядають мотиваційні процеси у руслі економіки праці та демографічної політики, описують залежність мотивації від заробітної плати, загального стану добробуту населення та ментальних чинників. Мотивації присвячено також дослідження Д.А. Колота, А.Н. Афоніна, П.З. Капустянського, які розглядають організаційно-економічні аспекти мотивації трудової діяльності на підприємствах. Г.А. Дмитренко вивчає мотивацію як складову стратегічного менеджмента, у той час як не обійшли увагою проблему мотивації й українські психологи, вона знайшла своє відображення у працях С. С. Занюка.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В науковій літературі недостатньо уваги приділяється мотивації персоналу як складової стратегічного управління, досі не виявлено, які саме заходи із широкого спектру існуючих схем та методів необхідно вживати задля реалізації стратегій, на які потреби індивідуумів треба орієнтуватися та які підходи до мотивації використовувати при реалізації стратегії підприємства.

Постановка завдання. Автор намагається систематизувати існуючі концепції мотивації з метою визначення основних напрямків мотивації персоналу як складової

стратегічного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перші паростки наукового підходу до усвідомлення сутності мотивів людини, що спонукають їх до праці, з'явилися на етапі переходу суспільства від феодального ладу до капіталістичного. В середині вісімнадцятого сторіччя класик англійської політичної економії А. Сміт (1723 – 1790) вчив, що в умовах ринку людьми керують, передусім, економічні інтереси. Зауважимо, що ця концепція була породжена реаліями того часу: більшість людей перебувало в скрутних умовах, коли треба боротися за фізичне виживання, тобто першочерговою проблемою було задоволення базових потреб. Отже висновок Сміта про те, що «людина завжди, коли їй видаватиметься нагода, буде намагатися покращати своє економічне становище» є зрозумілим. Погляди Сміта з приводу мотивації розділяли Д. Рікардо, Ш. Фур'є, Р. Оуен. Проте думки А. Сміта про мотивацію праці не можна віднести до систематизованих наукових знань у цій галузі.

Суттєвий внесок у створення мотиваційних концепцій зробили також українські вчені дев'ятнадцятого сторіччя. Так, М. Вольський (1834-1876) вважав за необхідне поліпшувати фізичні, моральні та інтелектуальні умови існування людини. Г. Цехановецький (1833-1889) не поділяв думки А. Сміта що людина завжди намагається поліпшити свій добробут власними силами. На думку вченого багато людей прагнуть зробити це передовсім за рахунок інших. Проте фундатором теорії потреб в історії української економічної думки називають І.В. Вернадського (1863 – 1945), також представника класичної економічної школи. Розвиваючи ідеї А. Сміта, вчений дав всебічний аналіз національних, регіональних, індивідуальних та інших видів потреб, розкрив їх залежність і об'єктивний характер, довів, що суспільство повинно не протистояти, а сприяти задоволенню потреб [1, с.7]. Зазначимо, що потреби духовного порядку науковець відносив до вагомих чинників господарського розвитку.

Ідеї І.В. Вернадського знайшли свій подальший розвиток у думках М.І. Туган-Барановського (1865-1919), який заперечував однобічне трактування людських інтересів і мотивацій. У з'ясуванні сутності потреб вчений застерігав від такого підходу матеріалізму, який обмежується поглядами лише з позиції економічних детермінант, і звертав увагу на аналіз ролі психологічних мотивів, виняткове значення почуття національності і релігії. Економіст одним з перших у світі розробив чітку класифікацію потреб, виділивши п'ять їхніх груп: фізіологічні, статеві, симптоматичні інстинкти та потреби, альтруїстичні та потреби практичного характеру. З точки зору М.І. Туган-Барановського, «мотиви і інтереси негосподарського роду мали особливо великий вплив на розвиток господарства: люди часто віддавали перевагу некорисному» [2, с.113].

Більш ретельне вивчення мотивації персоналу як окремого напрямку почалося в епоху наукового менеджменту. Один з засновників цієї концепції був Ф. Тейлор (1856 – 1915), який запропонував систематичний аналіз виконуваних робочих завдань, метою якого було підвищення продуктивності. Увага прихильників цієї теорії, а саме Г. Гантта, Ф. Гілберта, М. Фоллета, Г. Емерсона, О. Шелдона та ін., була зосереджена на оплаті праці, тобто вони стверджували, що людина готова робити більше за більші гроші. Розвиток такого підходу привів до розробки стимулюючих систем оплати праці, умов, коли рівень заробітної плати персоналу жорстко прив'язаний до кількості та якості виробленої продукції.

Проте багато промисловників були розчаровані результатами впровадження принципів наукової організації праці, тому що ті привели до погіршення морального клімату та страйкам. Генрі Форд, відомий практик та теоретик бізнесу, зокрема, у своїй системі довів все до автоматизму, наповнивши процес праці повторюючимися діями, щоб збільшити швидкість конвеєру. У 20-х роках минулого століття дослідження Гарвардського університету під керівництвом Е. Мейо (1880 – 1949) на базі підприємства Western Electric (США) показали, що вирішальну роль відіграють не стільки фактори навколишнього середовища, скільки підвищення уваги до персоналу. Це відкриття стало фундаментом для нового напрямку, яке стало відомо сьогодні як школа людських відносин й перенесло проблему мотивації у центр уваги наукового менеджменту.

Одночасно з Е. Мейо аналогічні ідеї розробляли в СРСР такі вчені, як О. Гастев (1882 – 1939), П. Керженцев, П. Єсманський, М. Вітке, І. Шпильрейн, К. Кекчєєв та інші. П. Єсманський приходив до висновку про те, що управління людьми порівняно з управлінням речами має ставитися на перше місце; М. Вітке вперше висловлює ідею щодо створення науки управління людьми; І. Шпильрейн, К. Кекчєєв закликають фахівців до вивчення психологічного стану людини при взаємодії з виробничим середовищем [3, с.99]. Ми також вважаємо, що в стратегічному управлінні в центрі уваги менеджерів повинні бути не технології, бізнес-процеси, виробництво та продукція, а персонал, бо саме люди безпосередньо забезпечують випуск та реалізацію продукції; без людського ресурсу інші фактори виробництва є мертвими.

Багато уваги у своїх дослідженнях вивченню потреб приділяв німецький вчений Курт Левін (1890-1947). Згідно з поглядами психолога поведінка людини розглядається як функція «цілісного життєвого простору». Певна тотальна мотиваційна атмосфера, в якій знаходиться працівник, опосередковано або прямо впливає на мотиваційне поле людини, визначаючи актуалізацію його потреб, обумовлюючи ті чи інші дії в певній ситуації. Видатний психолог зробив предметом своїх досліджень потреби та мотиви людської поведінки, перший в науці знайшов шляхи експериментального дослідження мотиваційної сфери; йому також належить ідея проведення групових тренінгів для зміни тих чи інших особливостей поведінки. Вчений писав: «звичайно легше змінити індивідуумів, які зібрані у групу, ніж змінити кожного з них взятого окремо» [4, с.31]. На нашу думку, такі групові тренінги, пов'язані із навчанням, підвищенням кваліфікації, створенням команд, психологічно здорового колективу тощо, повинні стати невід'ємними важелями у стратегічному управлінні сучасного підприємства.

Внесок, який неможливо переоцінити, в теорію мотивації вніс А. Маслоу (1908-1970), що розробив піраміду потреб, від базових фізіологічних до самореалізації. Дослідження А. Маслоу суттєво вплинули на процеси планування праці та управління, примусили переглянути поширену думку про те, що погана поведінка чи низький моральний дух викликані відсутністю трудової етики, а не помилками в управлінні людьми. У 1943 році вийшла його праця «A Theory of Human Motivation» («Теорія людської мотивації»), в якій вчений висловлює свою думку про те, що людині властиве прагнення до самореалізації, спочатку для підвищення самооцінки, потім, коли базові матеріальні та соціальні потреби будуть задоволені для самовираження та внутрішнього задоволення. Існує чітка різниця між базовими потребами та самореалізацією: остання не може бути швидко та легко задоволена, оскільки завжди залишається прагнення досягти більшого; пробуджене бажання самореалізації викликає бажання подальшого росту та розвитку [5, с.33]. На нашу думку, усі подальші розробки вчених у той чи іншій мірі спиралися на цю просту, але досконалу та актуальну за усіх часів ієрархію потреб за Маслоу.

Фредерік Герцберг (1923 – 2000), розвинув теорію А. Маслоу про відмінності між матеріальними та духовними потребами. Ф. Герцберг задоволення базових потреб (через політику компанії, оплату праці, організацію базових робочого часу, місця та ін.) називав «гігієною», а задоволення вищих потреб (прагнення досягнень, визнання, професійного росту а також, власно, процес праці та відповідальність) відносив до мотивації. На його думку, недотримання «гігієни» може привести до демотивації, хоча поліпшення «гігієни» не дуже підвищує мотивацію [6, с.25]. Відповідно до так званої двохфакторної теорії Ф. Герцберга, мотиваторами є потреби вищих рівней, та за умови їх наявності у індивіда виникає спонукання до праці.

Американський психолог Девід МакКлеланд (1917 – 1998) у своїх дослідженнях на відміну від своїх сучасників та попередників вже повністю зусередився на потребах вищого порядку, розробивши свою теорію придбаних потреб, за якою визначені типи людських потреб формуються на протязі життя індивіда під впливом соціального оточення. На основі своїх досліджень на протязі шістнадцяти років в компанії «AT&T» вчений дійшов висновку, що вивчення потреб індивіда мають суттєве значення в науці управління людьми. МакКлеланд виділяв наступні типи потреб: 1) потреба у досягненні: бажання вирішити деякі

завдання, досягти успіху, перевершити інших людей; 2) потреба приєднання: бажання до встановлення тісних особистих стосунків, прагнення запобігання конфліктів; 3) потреба у владі: бажання впливати на діяльність інших людей чи контролювати її, нести відповідальність [7, с.104].

В 1960 році раціональну основу під сформульовані іншими вченими концепції спробував підвести Д. Мак-Грегор (1906 – 1964), який виклав свої ідеї про управління у праці «The Human Side of Enterprise» («Людська сторона підприємства»). Вчений запропонував розподіл теорій мотивації на так звану теорію «Х» та теорію «У», пізніше ці назви були модифіковані на процесуальну та змістовну теорії, але не змінилися за своєю суттю. На думку МакГрегора, менеджери-прихильники теорії «Х» – гадають, що люди ледачі за своєю природою, їх необхідно примушувати до виконання своїх функціональних обов'язків. Прихильники теорії «Х» віддають перевагу каральним методам. Вони обирають системи оплати праці за принципом «батога та пряника». Менеджери, прихильники теорії «У» – стверджують, що люди хочуть досягти успіхів у своїй професії, шукають сенс в роботі, що творчість та висока продуктивність праці неможливі без почуття причетності загальній справі та без розуміння сенсу у виконуваній роботі. Менеджери теорії «У» заохочують самостійність та делегують повноваження [8, с.22].

У 1963 році Д.С. Адамсом була розроблена теорія справедливості, яка полягає в тому, що людина суб'єктивно зв'язує винагороду та витрачені на його отримання зусилля, а також порівнює свою винагороду із винагородою, отриманою іншими людьми за аналогічну працю. Ця теорія отримала лише обмежене підтвердження при проведенні відповідних практичних досліджень. На нашу думку, описане Адамсом явище має місце в організаціях, але воно є лише одним з багатьох взаємопов'язаних факторів та вирішального впливу на поведінку індивіда, як, наприклад, базові потреби чи потреби вищого порядку, не мають. Проте в процесі управління, а саме, при встановленні грошової винагороди працівникам вищому керівництву треба мати на увазі цей факт, що кожен співвідносить свою винагороду із винагородою інших. Якщо очікування не виправдовуються, спостерігається демотивуючий ефект, заради запобігання якого необхідно встановлювати максимально прозорі та справедливі системи матеріальної винагороди.

Процесуальну теорію очікування розробив професор Йельського університету Віктор Врум (1932), який 1964 року опублікував свою книгу «Work and Motivation» («Праця та мотивація»). На погляд вченого, мотиваційний ефект надають не самі потреби людей, а розумовий процес, в якому індивід оцінює реальність досягнення поставленої мети й отримання бажаної винагороди. Під валентністю розуміється цінність чи привабливість для індивіда отриманих результатів. Якщо результати, які можна досягти сумлінною працею та значними зусиллями, не представляють для даного індивіда інтересу, його мотивація знаходиться на низькому рівні. Навпаки, цінні для людини результати, створюють високу мотивацію [9, с.44]. Проблема стратегічного управління, на нашу думку, лежить в тому, що кожен працівник є індивідуальністю та відповідно має індивідуальні цінності: для одного працівника цінним є підвищення заробітної плати чи грошова премія, а для іншого – службове підвищення чи надання більших повноважень. Задача управління полягає своєчасно виявити ці індивідуальні потреби чи вчасно скоригувати обрану стратегію мотивації, адже потреби індивіда мають тенденцію змінюватися у часі.

Наприкінці 60-х років Лайман Портер та Едвард Лоулер розробили комплексну процесуальну теорію мотивації, яка включає елементи теорії очікування та теорії справедливості. У цій моделі фігурує п'ять змінних: витрачені зусилля, сприйняття, отримані результати, винагорода, ступінь задоволення. Відповідно до моделі Портера-Лоулера, досягнуті результати залежать від доданих співробітником зусиль, його здібностей та характерних особливостей, а також усвідомлення їм своїй ролі. Рівень доданих зусиль визначається цінністю винагороди та ступінню впевненості в тому, що даний рівень зусиль дійсно спричинить за собою досить визначений рівень винагороди [10, с.5]. Більш того, в теорії Портера-Лоулера встановлюється співвідношення між винагородою та результатами,

тобто людина задовільняє свої потреби шляхом винагороди за досягнуті результати. Вже багато років ця модель в значній мірі підтверджується дослідженнями. Наприклад, вони показали, що рівень зусилля та його напрямок дуже важливі при поясненні трудової діяльності окремих членів організації. Також підтверджується велике значення заохочення та взаємозв'язок між виконанням роботи та задоволеністю.

В 1970-х роках професор Йельського університету Клейтон Альдерфер розробив свою теорію мотивації, взявши за основу ієрархію потреб А. Маслоу. Він також, як і Маслоу, виходить з того, що потреби людини можуть бути об'єднані в окремі групи. Але на відміну від попередника, він вважає, що таких груп існує три: потреба існування (фізіологічні потреби та потреби в безпеці), потреба зв'язку (причетність, належність), потреби росту (самовираження). Рух вгору по рівням потреб Альдерфер називає процесом задоволення, а рух вниз – процесом фрустрації. Ці три групи потреб також, як в теорії Маслоу, розташовані ієрархічно, але відмінність у тому, що рух йде в обидві сторони, а не послідовно знизу догори [11, с.43]. При цьому Альдерфер вважає, що у випадку незадовільності потреб верхнього рівня посилюється ступінь дії потреби більш низького рівня, що перемикає увагу людини на цей рівень. Важливо, що Альдерфер не співвідносить потреби із ієрархічною структурою та стверджує, що усі потреби можуть бути активними у будь-який момент. Деякі з них, наприклад, потреба у рості, можуть практично посилюватись по мірі того, як задовольняються. Незважаючи на те, що результати практичних досліджень у сфері людських потреб краще вписуються в теорію Альдерфера, вона не склала альтернативи популярній та більш зрозумілій ієрархії потреб Маслоу. На наш погляд, така концепція має як свої переваги, так і недоліки. Ми вважаємо, що подібно тому, що додаткова порція води не може задовольнити потребу індивіда у їжі, так і підвищення заробітної плати чи посилення корпоративних заходів не може задовольнити чи якоюсь мірою компенсувати потребу працівника у кар'єрному рості чи навчанні та навпаки.

Ще один підхід до мотивації персоналу, який отримав назву теорії «Z», у 1978 році запропонував Уільям Оучі, вчений зі Стенфордського університету. Він у співавторстві із Альфредом Йегером опублікував працю «Type Z Organization: Stability in the Midst of Mobility» («Організація типу «Z»: стабільність в умовах мобільності»), яка містила у собі положення Вебера, Мейо, Хоуманса та Маслоу. Теорія «Z» – це теорія творчого потенціалу людини з урахуванням національних особливостей та культури. Ця теорія базується на тому припущенні, що досягнення високих результатів виробництва обумовлене координацією індивідуальних зусиль із використанням трьох головних складових: довіри, такту та близькості. В організаціях типу «Z» допускається колективне прийняття рішення, допускається нечаста оцінка роботи чи неформальна процедура оцінки, індивідуальна відповідальність, всебічна дбайливість про людей [12, с.47]. Такий тип управління є поширеним у Японії та, на нашу думку, безумовно, є ефективним у процесі реалізації стратегій, але потребує високого рівня свідомості як керівництва, так і персоналу, є можливим за умови створення не просто корпоративної культури, а цілісної філософії компанії, яка пронизує всю її структуру з верхньої до нижньої ланки. На жаль, на даному етапі розвитку підприємств у нашій країні, такий спосіб організації виробництва є важко досяжним, проте може стати еталоном, якого треба прагнути.

Дослідження процесів мотивації трудової діяльності у післявоєнні роки проводили й радянські вчені: економісти, психологи та соціологи. Ще в 1967 році російськими соціологами А.Г. Здравомисловим, В.П. Рожиним та В.А. Ядовим була опублікована методика зіставлення значущості мотивів праці, визначені поняття та структура мотивів трудової діяльності. До числа найбільш важливих мотивів, виявлених експериментальним шляхом, були віднесені орієнтація працівників на зміст праці та заробітну плату, а також на підвищення кваліфікації. Заслуговує уваги запропонована А.Г. Здравомисловим структура ієрархії мотивів, яка відображає усвідомлення суспільної значущості праці. Вчений виділив чотири групи мотивів: 1) матеріальна зацікавленість, 2) інтерес до змісту своєї праці, 3) колективні установки, 4) усвідомлення суспільної значущості праці [13, с.33]. Схожих

висновків дійшов у своїх дослідженнях російський соціолог В.Г. Подмарков, який виділяв три групи мотивів: 1) мотиви забезпечення – оцінка певної сукупності матеріальних засобів для задоволення життєвих потреб працівників, їх орієнтація та заробіток; 2) мотиви визнання – усвідомлене прагнення індивіда реалізувати у праці свій духовний та фізичний потенціал; 3) мотиви престижу – прагнення працівника реалізувати свою соціальну роль, брати участь у суспільно значущій діяльності. Зауважимо, що деякими авторами до числа найбільш значущих були віднесені й інші трудові мотиви. Зокрема, українські соціологи А.А. Ручка і Н.А. Сакада. серед груп працівників виявляли такі істотні фактори, як змістовність праці, професіональний зріст, організація праці та санітарно-гігієнічні умови праці.

Зауважимо, що в СРСР, починаючи з 60-х років інтенсивно проводилися дослідження проблем відношення співробітників до праці, її взаємозв'язок із трудовою поведінкою та ефективністю виробництва. Проте ці наукові пошуки були більшою частиною теоретичні, без впровадження результатів у виробничу практику. До того ж, вони носили недосконалий, непослідовний характер, тому в результаті створити більш-менш чітку систему, не кажучи вже про механізм мотивації так і не вдалось. Тим не менше, дослідження та напрацювання радянських вчених дали змогу все ж таки підійти до теоретичних пояснень щодо мотиваційних чинників працівників. Так, відповідно концепції, розробленої групою ленинградських вчених на чолі із В. А. Ядовим, були сформульовані теоретичні положення про те, що у свідомості працівника під впливом багатьох соціальних та виробничих факторів та умов формується «мотиваційне ядро», тобто сукупність мотиваційних цінностей. Базовими цінностями при цьому є «цікава робота» та «добрий заробіток», кожне з цих понять включає уточнюючі фактори та в залежності від того, які базові чинники превалюють, вчені виділяють різні типи працівників. Таким чином, мотивація являє собою вибір із багатьох компонентів, які надходять у свідомість людини у вигляді зовнішній (навколишній світ) та внутрішній (потреби індивіда) інформації. На базі цих компонент значущі для суб'єкта у даних обставинах фактори будують мотиваційне ядро, домінанту психічних утворень, регулюючих трудову поведінку та трудову діяльність.

Значний вплив на українських та російських вчених мала книга Хайнца Хекхаузена (1926-1988) «Motivation und Handeln» («Мотивація та діяльність»), яка була переведена на російську мову та 1986 року вийшла в СРСР, де здобула значне поширення та популярність в науковому середовищі. На погляди вченого вплинули розробки попередників, у першу чергу Курта Левіна. Х. Хекхаузен поглибив вивчення волі, потреб індивіда, дав своє визначення мотивації. На думку вченого, поведінка визначається як мотивоване «зсередини» (інтрінсивно) чи «ззовні» (екстрінсивно). Автор визначає мотиви як ціннісні диспозиції «вищого порядку», вони не відіграють вирішальної ролі у підтримці функціонування організму, вони не є вродженими, а розвиваються у процесі онтогенезу та залежать від соціалізації [14, с.194]. У поняття мотиву, як стверджує вчений, не входять фізіологічно зумовлені потреби у тамуванні голоду, спраги, потреби у сні тощо. Отже, потреби нижчого порядку Хекхаузен навіть не пов'язує з мотивацією. Ми вважаємо, що такий погляд є досить обґрунтованим та справедливим, адже людина тим і відрізняється від тварини, що має високий рівень свідомості та є соціальною істотою. Але, на жаль, на сучасному етапі розвитку української економіки, в нашому суспільстві проблема задоволення первинних потреб (їжа, одяг, дах над головою тощо) є недостатньо вирішеною, а в деяких регіонах стає дуже гостро. Тому первинні потреби для українських працівників, звісно, необхідно вважати мотивами та використовувати їх як важіль в управлінській діяльності.

У 90-х роках минулого сторіччя інтерес до питання мотивації у науковому колі не тільки не вщухав, а й перейшов у фокус уваги стратегічного управління.

Професор Лондонської школи бізнесу Лінда Граттон свою науково-практичну роботу присвятила вивченню значимості осмисленості та цілей праці. В процесі десятирічного дослідження мультинаціональних компаній Граттон дійшла висновку, що підприємства із ідентичними процесами та організацією праці радикально відрізняються рівнем лояльності

працівників та фінансовими результатами. Вона стверджує, що високий рівень продуктивності визначається високою мірою інтеграції цілей компанії та устремліннями працівників. Вчений наводить приклад компанію «Hewlett-Packard» з її відмінною кадровою політикою та стверджує, що такі нематеріальні фактори, як довіра та відданість забезпечили цій компанії таку перевагу, яку конкурентам важко зімітувати.

Серед наукових видань останніх років слід звернути увагу на роботи таких вчених, як Ланс та Дороті Бергери, Брюс Еллінг, Р. Шпренгер, М. Зайферт та Р. Нирмайер, Й. Кондо, С.А. Шапіро, Є.П. Ільїн, Ланс та Дороті Бергери у своїй книзі «The Compensation Handbook: A State-of-The Art-Guide to Compensation Strategy and Design» («Енциклопедія систем мотивації та оплати праці: підходи, методи, рекомендації») висловлюють думку про те, що філософія заохочень та винагороди не повинна вступати у протиріччя стратегії, цінностям та місії компанії, а навпаки, повинна органічно доповнювати їх. Також треба виявляти, які зміни є необхідними для впровадження цих програм мотивації в організаційній структурі компанії, уставі, принципах роботи тощо. Брюс Еллінг також наголошує на тому, що треба спочатку встановити, чи не має протиріч у обраного варіанту системи мотивації із загальною корпоративною культурою? В цьому випадку така система може мати зворотний ефект, стати демотивуючим фактором.

На протязі останніх майже двох десятиріч незалежності України немало вітчизняних вчених займалися дослідженням питань мотивацій. Вагомий внесок у розвиток цього напрямку зробив академік НАН України, доктор економічних наук Д.П. Богиня, на рахунок якого велика кількість наукових статей, а також підручники та монографії на тему мотивації праці. Д.П. Богиня вважає, що в питаннях розробки мотиваційного механізму не можна обмежуватись лише розглядом внутрішніх спонукальних сил та впливом на працівника чинником з боку підприємства, як це характерно для підходів зарубіжних авторів очікування, справедливості та моделі Лоулера-Портера [15, с.176]. Вагому роль у формуванні трудових мотивів також має вплив зовнішнього середовища, зокрема соціально-економічне становище країни. Визначну роль вчений приділяє також духовним чинникам індивіда та національному менталітету, дослідженню впливу якого на мотивацію присвячена одна з його монографій.

Дослідженню мотивації присвячує свої наукові праці М.В. Семикіна, наука вдячна їй появою нового терміну «мотивація конкурентоспроможної праці». Автор надає рекомендації науково-практичного змісту щодо сприяння мотиваційному регулюванню конкурентоспроможності. Вони дозволяють оцінювати конкурентоспроможність персоналу та враховувати її в оплаті праці, вимірювати та прогнозувати наслідки ризику неконкурентоспроможності працівників підприємства, оцінювати доцільність та ефективність інвестицій в навчання працівників тощо.

Вагомий внесок у вивчення питань мотивації зробили також такі українські вчені, як А.С. Афонін, Г.Т. Куліков, А.М. Колот, Г. А. Дмитренко ті ін. Зокрема, Г.Т. Куліков вважає, що головним мотивом економічної поведінки працівників продовжує залишатися дохід та інтерес до оплати праці привалює над її змістом. Схожої думки дотримується також й інші вчені, зокрема П.З. Капустянський та А.М. Колот, який у своїх наукових працях приділяє увагу оплаті праці на підприємстві, її організації та вдосконаленню. Тобто ми бачимо, що думки сучасних українських вчених як і погляди іноземних вчених середини двадцятого сторіччя також розділяються.

Отже, на основі усього вищевикладеного матеріалу ми бачимо, що розвиток вивчення мотивації можна розглядати як еволюційний, в процесі якого виникали концепції, які органічно доповнювали, конкретизували одна іншу чи поєднували в собі частини попередніх досліджень та здобутків. На нашу думку, усі теорії мотивації з моменту виникнення й до наших часів можна розділити на три групи: теорії, які зосереджувалися на вивченні екзогенних факторів мотивації, тобто оточення та зовнішніх чинників, які впливають на поведінку людини, теорії ендогенних факторів, які базуються на вивченні потреб людини та її внутрішнього світу. Концепцію, яка розглядає обидві групи чинників, можна назвати теорією комплексного підходу.

Ми вважаємо, що механізм мотивації персоналу на підприємстві повинен витікати із загальної стратегії компанії та її цілей. На наш погляд, спочатку формується місія компанії, далі затверджуються цілі та шляхи їх досягнення. Наступним кроком має бути формулювання для кожного працівника чи групи працівників службових інструкцій, які, на нашу думку, повинні стати носієм інформації про місію, цілі та корпоративну культуру організації. За допомогою лаконічно, але чітко складених службових інструкцій стає зрозумілим не тільки зміст праці, але й короткострокові та довгострокові цілі персоналу, на основі яких потрібно створювати мотиваційний механізм.

На наш погляд, в першу чергу зусилля стратегічного управління повинні бути направлені на мінімізацію впливу демотивуючих чинників аж до повного їх усунення. До таких чинників належать, насамперед, ціла низка страхів (перед звільненням, штрафними санкціями, моральним покаранням чи приниженням з боку керівництва чи співробітників), відсутність згуртованості, командного духу чи високий рівень конфліктності та психологічне напруження в трудовому колективі а також низький рівень забезпечення так званої «гігієни» (затримання виплати винагородження, недостатнє облаштування робочого місця, ненормований графік роботи тощо). Інакше кажучи, необхідно запустити процес гуманізації праці на підприємстві, і в першу чергу це означає дотримання з боку керівництва уставу, колективного договору та своїх декларованих обіцянок.

Проте ми дотримуємося тієї точки зору, що фактори, які задовольняють первинні потреби людини, не можна вважати мотиваторами. Заробітна плата сама по собі може стимулювати працівника тільки до найму на роботу, фізичної присутності на робочому місці, механічному виконанню завдань чи ще гірше – до формальної «відомості» роботи. Коли мова йде про реалізацію конкретних стратегій, коли ми маємо справу із масштабними цілями та орієнтацією на довгострокові результати комплексного характеру, постає питання мотивації персоналу на високоефективну сумлінну працю на протязі тривалого періоду. Тому ми вважаємо, що необхідно максимально сконцентруватися на ендогенних факторах мотивації, які активізують потенціал працівників, та у свою чергу, направлені на підвищення ініціативності персоналу та розробці творчих ідей. Велике значення в умовах реалізації стратегічних змін, на нашу думку, відіграють тренінги з навчання, підвищення кваліфікації та створення командного духу. Такі заходи актуалізують одночасно цілу низку потреб: у навчанні, у причетності та самореалізації. Ендогенні фактори мотивації повинні буди пробуджені в кожному співробітнику за допомогою нематеріальних методів мотивації, які базуються на задоволенні таких потреб як причетність до колективу, потреба в навчанні та пошані, в самореалізації. До таких методів належать: усна подяка за успішне виконання завдання з боку керівництва, особиста, а у разі важливих досягнень - публічна; проведення щомісячного конкурсу на звання кращих у свої професії із врученням призов та грамот та розміщення фотографій переможців на дошці об'яв чи на веб-сайті компанії; публікація статей в ЗМІ про кращих співробітників та їх досягнення; створення кадрового управлінського резерву, демонстрування можливостей професійного зросту; публічне особисте привітання з днем народження. До мотиваторів, які задовольняють потребу у причетності до колективу, відноситься все розмаїття корпоративних заходів, спрямовані на створення згуртованості колективу. Це святкування державних та професійних свят, а також урочистих подій, пов'язаних безпосередньо с підприємством (день заснування, відкриття, запуск нової лінії тощо) та колективом (дні народження, дні вступу на посаду, річниця і т.д.). Слід зазначити, що результати проведених автором анкетувань вказують на те, що одним з найсильніших мотиваторів для працівників усіх рівнів незалежно від віку та статі є створення індивідуального фонду вільного часу: надання відгулів чи вільного графіка за умови успішного вчасного виконання завдань.

Зауважимо, що усі вищезазначені заходи повинні використовуватися системно, не повинні мати дискретний характер, в іншому випадку вони не принесуть бажаного результату. Інформація щодо виявлення явних та латентних потреб персоналу може бути отримана шляхом опитування, анкетування та ретельного дослідження та зіставлення

результатів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже на основі даного дослідження, автор дійшов наступних висновків:

1. Усі теорії мотивації можна умовно розділити на концепцію екзогенних факторів, концепцію ендогенних факторів та концепцію комплексного підходу.
2. На сучасному етапі розвитку економіки у нашій країні мотивацію за допомогою екзогенних факторів не можна позбавляти уваги, бо проблеми вирішення первинних потреб індивідумів не є остаточно вирішеними.
3. При формуванні ефективного мотиваційного механізму в стратегічному управлінні необхідно: по-перше, мінімізувати вплив демотивуючих чинників, в основі яких лежить незадоволеність базових потреб людини, порушення так званої «гігієни» праці; по-друге, сконцентруватися на ендогенних факторах мотивації, тобто на задоволенні потреб персоналу вищого порядку, які лежать в руслі виконання місії та досягнення цілей підприємства.
4. Концепція комплексного підходу до мотивації на основі всебічної довіри, дбайливості про людей, індивідуальної відповідальності, неформальної процедури контролю та оцінки є еталоном, якого треба прагнути.

З причини того, що людських потреб існує майже стільки, скільки людей, та ці потреби мають тенденцію трансформуватися у часі у зв'язку із розвитком кожного індивіда окремо та розвитком суспільства в цілому, вивчення мотивів є безперервним та скрупульозним процесом та може стати поштовхом до створення прогресивного, високоефективного типу управління підприємством.

Література

1. Вернадский И. В. Очерк теории потребностей / И. В. Вернадский. – С-Пб, 1852. – 87 с.
2. Туган-Барановський М. І. Потітична економія / М. І. Туган-Барановський. – К.: Наукова думка, 1994. – 263 с.
3. У истоков НОТ. Забытые дискуссии и нереализованные идеи: социально-экономическая литература 20-30-х годов // Сборник ЛГУ. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. – 570 с.
4. Левин К. Теория поля в социальных науках / К. Левин; [пер. Е. Сурпина]. – С-Пб.: Речь, 2000. – 290 с.
5. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
6. Herzberg F. The Motivation to Work / F. Herzberg. – New York: John Wiley and Sons, 1971. – 259 p.
7. МакКлелланд Д. Мотивация человека / Д. МакКлелланд. – С-Пб.: Питер, 2007. – 672 с.
8. McGregor D. The Human Side of Enterprise / D. McGregor. – New York: McGraw-Hill, 1960. – 239 p.
9. Vroom Victor H. Work and Motivation / Victor H. Vroom. – New York: Wiley, 1964. – 135 p.
10. Porter Lyman W. Managerial Attitudes and Performance / Lyman W. Porter, Edward E. Lawler. – Homewood: Irwin, 1968. – 165 p.
11. Alderfer C. Existence, Relatedness and Growth / C. Alderfer. – New York: Free Press, 1972. – 230 p.
12. Ouchi William G. Theory Z. Reading / Ouchi William G. – Mass.: Addison-Wesley, 1981. – 234 p.
13. Здравомислов А. Г. Людина та праця / А. Г. Здравомислов, В. П. Рожина, В. О. Ядов та ін. – К.: Наукова думка, 1967. – 178 с.
14. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: в 2-х томах. – [Т. 1] / Х. Хекхаузен; [пер с нем. Б. М. Величковского]. – М.: Педагогика, 1986. – 392 с.
15. Богиня Д. П. Ментальний чинник у сфері праці / Д. П. Богиня, М. В. Семикіна – Київ, 2003. – 389 с.

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ

У статті розкрито основні етапи процесу розробки маркетингових стратегій управління збутом, розроблено маркетингові стратегії управління збутом для торговельних підприємств, охарактеризовано маркетингові стратегії управління збутом для підприємств, які знаходяться на різних стадіях життєвого циклу

There are the basic stages of process of development of marketing strategy of sales management are opened, the marketing strategy of sales management for the enterprises are developed, the marketing strategy of sales management for the enterprises which are at different stages of life cycle are described in article.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Невизначеність і мінливість стратегічного маркетингового клімату, у якому функціонують сучасні українські підприємства, вимагають від них шукати нові механізми зміцнення конкурентної позиції. При цьому найбільшої уваги потребує процес розробки маркетингових стратегій збутом, який повинен базуватись на всебічних маркетингових дослідженнях та характеризуватись обґрунтованістю, своєчасністю та адекватністю.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблема розробки маркетингових стратегій присвячені роботи багатьох сучасних вчених, серед яких А.В. Балабаниць [1, с.10-79], Л.В. Балабанова [2, с.15-164; 3, с.36-201], О.А. Бриндіна, Д. Блекуел, О.В. Зозульов, Ф. Котлер, Н.В. Куденко [4, с.100-212], К.В. Савельєва.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У наукових працях сучасних вчених не існує єдиного уніфікованого підходу щодо розробки маркетингових стратегій управління збутом.

Постановка завдання. Метою статті є визначення етапів процесу розробки маркетингових стратегій управління збутом та розробка маркетингових стратегій управління збутом.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі комплексних маркетингових досліджень (моніторингу стратегічного маркетингового клімату), стратегічного аналізу (визначення стадії життєвого циклу підприємства та аналіз позиції підприємства на ринку), сегментування ринку здійснюється вибір стратегічного напрямку розвитку підприємства, що слугує основою для розробки маркетингових стратегій управління збутом. Цей процес має індивідуальний характер для кожного конкретного підприємства. В загальному вигляді цей процес представлено на рис. 1.

На будь-якій стадії життєвого циклу підприємства результативність збутової діяльності цілком залежить від ефективності маркетингових стратегій управління збутом.

Система маркетингових стратегій управління збутом охоплює такі сім груп стратегій:

- маркетингові стратегії управління бізнесом;
- маркетингові стратегії управління цільовим ринком;
- маркетингові стратегії управління товарним портфелем;
- маркетингові цінові стратегії;
- маркетингові стратегії управління збутовим потенціалом;
- маркетингові стратегії управління збутовими ризиками;
- маркетингові стратегії управління збутовим персоналом (табл. 1).

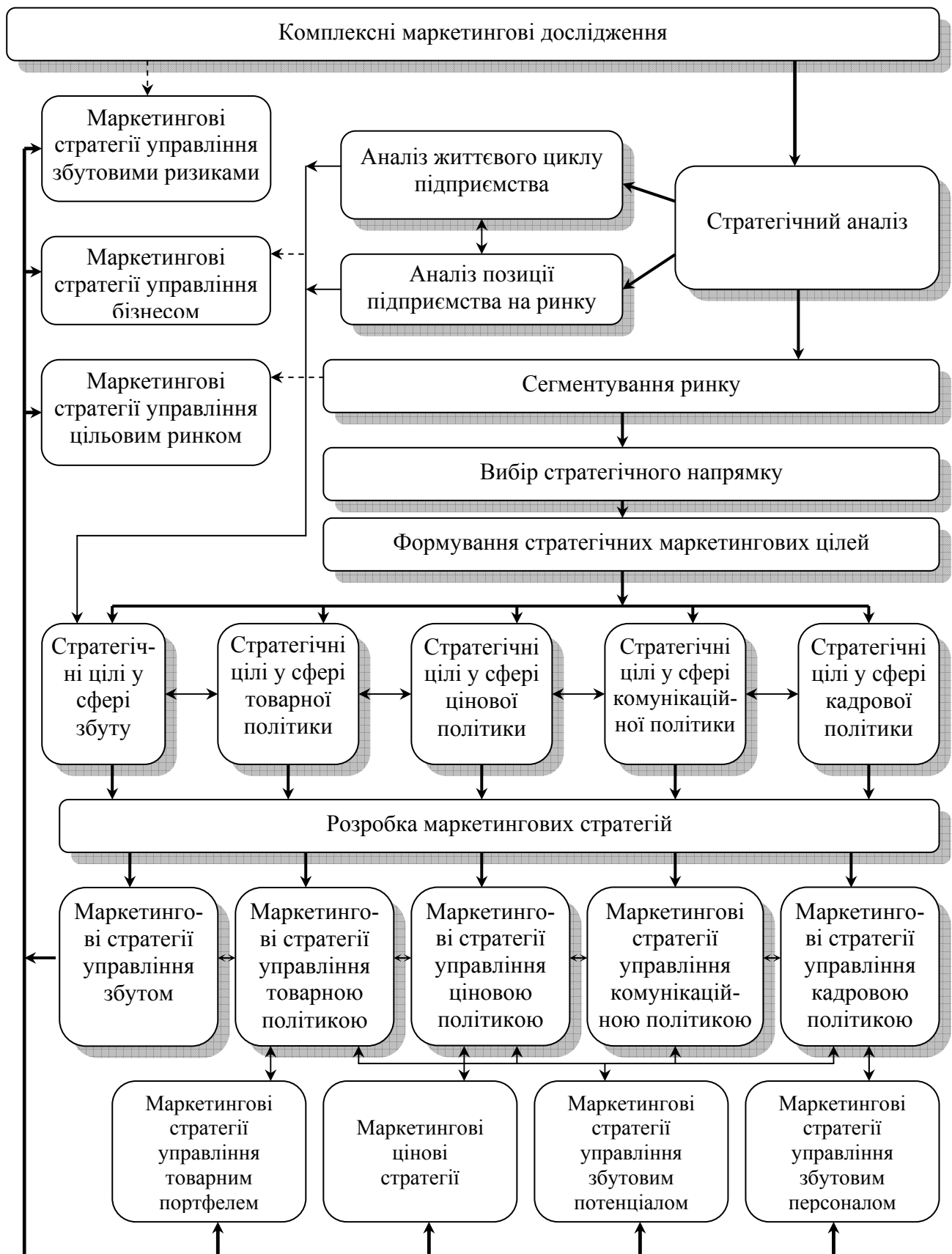


Рис.1. Етапи процесу розробки маркетингових стратегій управління збутом

Маркетингові стратегії управління бізнесом для досліджуваних підприємств було розроблено на основі стратегічного аналізу, проведеного за допомогою матриць ADL/LC і Shell/DPM.

Стратегічний аналіз життєвого циклу бізнесу за матрицею ADL/LC показав, що підприємства кластеру А (стадія народження) знаходяться в полях «сильна/народження», «сприятлива/народження» і «міцна/народження», які можуть бути неприбутковими і вимагають від підприємств реалізації відповідних маркетингових заходів для покращення позиції на ринку.

Таблиця 1

Рекомендовані маркетингові стратегії управління збутом для торговельних підприємств

Види стратегій	Стадія життєвого циклу підприємства			
	Народження (кластер А)	Зростання (кластер В)	Зрілість (кластер С)	Старіння (кластер D)
1	2	3	4	5
Маркетингові стратегії управління бізнесом				
Маркетингові стратегії за матрицею ADL/LC	— поліпшити конкурентне положення; — швидке зростання частки ринку; — вибіркове придбання частки ринку; — довести життєздатність	— лідерство в цінах; — утримання частки ринку; — швидке зростання частки ринку	— утримання конкурентного положення; — зростання частки ринку із збільшенням обсягів продажу; — пошук і захист ринкової ніші	— експлуатація ринкової ніші; — утримання ринкової ніші; — вихід з ринку
Маркетингові стратегії за матрицею Shell/DPM	— стратегія зростання; — обережно продовжувати бізнес	— лідер у бізнесі; — стратегія зростання	— стратегія зростання; — обережно продовжувати бізнес	— обережно продовжувати бізнес
Маркетингові стратегії управління цільовим ринком				
Маркетингові стратегії управління "прихильністю покупців"	— набуття прихильності; — розвиток прихильності; — підтримка прихильності; — збереження прихильності	— формування прихильності; — розвиток прихильності; — стабілізація прихильності; — збереження прихильності	— формування прихильності; — активний розвиток прихильності; — стабілізація прихильності; — зміцнення прихильності; — збереження прихильності	— формування прихильності; — активний розвиток прихильності; — зміцнення прихильності; — збереження прихильності
Маркетингові стратегії управління збутовим	Найбільшу увагу слід приділяти підсистемам інформаційного	Найбільшу увагу слід приділяти підсистемам товарного	Найбільшу увагу слід приділяти підсистемам маркетингового	Найбільшу увагу слід приділяти підсистемам інформаційного

потенціалом	забезпечення, кадрового забезпечення, програмування, маркетингових комунікацій опосередкованого впливу	забезпечення, програмування, організації	аудиту, маркетингових комунікацій безпосереднього впливу, сервісної підтримки	забезпечення, маркетингового аудиту, маркетингових комунікацій опосередкованого впливу
Маркетингові стратегії управління збутовими ризиками	Систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази України. Створити маркетингову інформаційну систему. Безперервно відстежувати зміни у конкурентному середовищі. Підвищити рівень інформованості покупців. Систематично проводити маркетингові дослідження. Підвищити рівень комунікаційних зв'язків між підрозділами підприємства	Систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази України. Створити маркетингову інформаційну систему	Систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази України. Створити маркетингову інформаційну систему. Безперервно відстежувати зміни у конкурентному середовищі	Систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази України. Створити маркетингову інформаційну систему. Безперервно відстежувати зміни у конкурентному середовищі. Систематично проводити маркетингові дослідження. Використовувати прогресивні інформаційні технології. Впровадження заходів мерчендайзингу
Маркетингові стратегії управління збутовим персоналом	Розрахунок потреби у персоналі; аналіз кадрової ситуації у регіоні; розробка системи стимулювання праці; залучення персоналу високої кваліфікації; формування кадрової політики і плану кадрових заходів; розробка системи збору, збереження і використання інформації з кадрової політики	Залучення персоналу особливо високої кваліфікації; створення належної системи оплати праці і мотивації; формування сприятливого морально-психологічного клімату; постійне підвищення кваліфікації; забезпечення можливостей службового зростання; зміцнення корпоративної культури	Стабілізація колективу; виявлення резервів зростання продуктивності і якості праці; внутрішнє переміщення кадрів; розробка системи планування кар'єри; перенавчання персоналу; посилення соціальних гарантій; зниження витрат на персонал	Діагностика кадрового потенціалу підприємства; збереження найбільш кваліфікованої частини персоналу, що відповідає майбутнім напрямкам роботи підприємства; перекваліфікація працівників; підвищення продуктивності праці; вирішення конфліктів у колективі

Підприємства кластеру В (стадія зростання) знаходяться у полях «домінуюча/зростання» і «сильна/зростання», що свідчить про прибутковість їхньої збутової діяльності. Підприємства кластеру С (стадія зрілості) знаходяться у полях «сильна/зрілість» (прибуткова збутова діяльність) і «сприятлива/зрілість» (помірно прибуткова збутова діяльність). Підприємства кластеру D (стадія старіння) знаходяться у полі «сприятлива/старіння», яке характеризується помірною прибутковістю збутової діяльності. Спираючись на ці результати, було розроблено маркетингові стратегії для підприємств, що досліджуються.

Як свідчить проведений стратегічний аналіз за матрицею Shell/DPM, підприємства кластеру:

- А (стадія народження) знаходяться у полях «стратегія зростання» і «обережно продовжувати свій бізнес»; підприємства кластеру.
- В (стадія зростання) – «лідер у бізнесі» та «стратегія зростання»; підприємства кластеру.
- С (стадія зрілості) – «стратегія зростання» і «обережно продовжувати свій бізнес»; підприємства кластеру.
- D (стадія старіння) – «обережно продовжувати свій бізнес».

Наступною складовою системи маркетингових стратегій управління збутом є маркетингові стратегії управління цільовим ринком, які включають: стратегії сегментації; стратегії вибору цільового ринку; стратегії позиціонування; стратегії "залучення/утримання" покупців; стратегії управління «прихильністю» покупців.

Стратегія сегментації безпосередньо впливає на рівень ефективності стратегічного маркетингового управління збутом.

Необхідність проведення сегментування ринку для торговельних підприємств в сучасних умовах господарювання зумовлена перевагами, які вона надає: створюється більш повне уявлення про потреби і переваги покупців; з'являється можливість підвищення ефективності збуту своїх товарів; полегшується процес планування і організації збуту товарів з орієнтацією на чітко визначені цільові сегменти ринку; скорочуються витрати на просування товарів на ринок; виявляються потенційні, сприятливі можливості на основі ретельного вивчення покупців; формуються переваги перед конкурентами, які не здійснюють сегментування ринку.

В умовах ринкової економіки підприємствам доцільно використовувати стратегію диференційованого маркетингу, сутність якої полягає в тому, щоб продавати значну розмаїтість товарів, розрахованих на різні сегменти ринку, кожний з яких вимагає певного комплексу маркетингових заходів [5]. Особливо це стосується тих підприємств, які займають слабку позицію на ринку (підприємства, які знаходяться на стадії народження або старіння свого життєвого циклу).

Стратегія вибору цільового ринку допомагає підприємству визначити, скільки сегментів доцільно йому обслуговувати і яким чином.

Стратегія позиціонування дозволяє виділити підприємство серед інших і забезпечити бажане місце на ринку і у свідомості покупців.

Як показали дослідження, різні типи покупців по-різному сприймають досліджувані підприємства.

Тому маркетингові стратегії позиціонування підприємств повинні розроблятися з урахуванням ключових факторів вибору підприємства покупцями. Крім того, підприємствам необхідно розробляти стратегічні рішення щодо підвищення рівня залучення і утримання покупців, а також прихильності цільового ринку.

Невід'ємними складовими маркетингових стратегій управління збутом є стратегії управління товарним портфелем, які можна розробити на основі матриці Мак-Кінзі.

Досить важливими в умовах маркетингової орієнтації підприємств є маркетингові цінові стратегії, які повинні бути не тільки гнучкими з метою пристосування до змін у

маркетинговому середовищі, але й враховувати тип покупців (оскільки для економічних покупців ціна є вирішальним фактором здійснення купівлі, а для інших типів покупців вона є важливим, однак не вирішальним фактором).

Наступним елементом маркетингових стратегій управління збутом є стратегії управління збутовим потенціалом. Маркетингові стратегії управління збутовим потенціалом доцільно розробляти в залежності від стадії життєвого циклу підприємства, оскільки на різних стадіях життєвого циклу різні підсистеми збутового потенціалу мають пріоритетне значення.

В умовах підвищеного динамізму маркетингового середовища, невизначеності майбутніх перспектив, особливого значення для удосконалення стратегічного маркетингового управління збутом мають маркетингові стратегії управління збутовими ризиками, які було розроблено за результатами оцінки збутових ризиків. Найбільшу кількість невідкладних заходів щодо управління збутовими ризиками мають здійснювати підприємства, які знаходяться на стадіях народження і старіння, оскільки саме на цих стадіях життєвого циклу підприємства спостерігається значна кількість ризиків у сфері стратегічного маркетингового управління збутом.

Крім того, усім підприємствам доцільно систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази України і створити маркетингову інформаційну систему, що дозволить мінімізувати зовнішні збутові ризики.

У сучасних умовах господарювання, які характеризуються високою інтенсивністю конкурентної боротьби, ефективність стратегічного маркетингового управління збутом підприємства багато в чому залежить від результативності управління збутовим персоналом.

На стадії народження підприємствам доцільно приділяти основну увагу формуванню колективу, залученню висококваліфікованих працівників, які зможуть забезпечити конкурентні переваги підприємства у перші роки його діяльності.

На стадії зростання основну увагу слід приділяти розвитку збутового персоналу: підвищенню його кваліфікації і зміцненню корпоративної культури. На стадії зрілості доцільно реалізовувати заходи, спрямовані на стабілізацію збутового персоналу: здійснювати ротацію кадрів, підвищувати кваліфікацію персоналу, посилювати соціальні гарантії.

На стадії старіння доцільно зменшити чисельність персоналу і оновити його структуру.

Таким чином, реалізація маркетингових стратегій управління збутом у комплексі дозволить всебічно забезпечити стійку конкурентну перевагу підприємства (незалежно від стадії його життєвого циклу) на ринку у довгостроковій перспективі.

Висновки і перспективи подальших розробок. По даній проблематиці автором надано такі висновки:

1. Система маркетингових стратегій управління збутом охоплює сім груп стратегій: управління бізнесом, управління цільовим ринком, управління товарним портфелем, цінові стратегії, управління збутовим потенціалом, управління збутовими ризиками, управління збутовим персоналом.

2. В якості маркетингових стратегій управління бізнесом за матрицею ADL/LC підприємствам кластеру

- А (стадія народження) доцільно застосовувати проникнення на ринок, вибіркове придбання або швидке зростання частки ринку, зосередження або доведення життєздатності; для підприємств кластеру
- В (стадія зростання) – лідерство в цінах, утримання частки ринку або швидке зростання частки ринку; для підприємств кластеру
- С (стадія зрілості) – утримання конкурентного положення, зростання частки ринку із збільшенням обсягів продажу або пошук і захист ринкової ніші; для підприємств кластеру
- D (стадія старіння) – експлуатація ринкової ніші, утримання ринкової ніші або вихід з

ринку.

3. В якості маркетингових стратегій управління прихильністю покупців підприємствам кластеру:

А (стадія народження) доцільно застосовувати такі стратегії, як набуття прихильності, розвиток прихильності, підтримка прихильності або збереження прихильності; підприємствам кластеру

В (стадія зростання) – формування прихильності, розвиток прихильності, стабілізація прихильності або збереження прихильності; підприємствам кластеру

С (стадія зрілості) – формування прихильності, активний розвиток прихильності, стабілізація прихильності, зміцнення прихильності або збереження прихильності; підприємствам кластеру

Д (стадія старіння) – формування прихильності, активний розвиток прихильності, зміцнення прихильності або збереження прихильності.

4. В якості маркетингових стратегій управління товарним портфелем за матрицею Мак-Кінзі підприємствам доцільно використовувати стратегію захисту позицій, стратегію розвитку, стратегію вибіркового розвитку, стратегію збору врожаю або стратегію елімінації.

5. Найбільш важливими маркетинговими стратегіями управління збутовим потенціалом для підприємств кластеру:

- А (стадія народження) є стратегії стосовно підсистем інформаційного і кадрового забезпечення, підсистеми програмування і підсистеми маркетингових комунікацій опосередкованого впливу; для підприємств кластеру.
- В (стадія зростання) – підсистеми товарного забезпечення, підсистем програмування та організації; для підприємств кластеру.
- С (стадія зрілості) – підсистеми маркетингового аудиту, підсистем маркетингових комунікацій безпосереднього впливу і сервісної підтримки для підприємств кластеру.
- Д (стадія старіння) – підсистеми інформаційного забезпечення, підсистеми маркетингового аудиту і підсистеми маркетингових комунікацій опосередкованого впливу.

Перспективами щодо подальших досліджень у даному напрямку представляється детальна розробка моделі, яка полягає оптимізації маркетингових стратегій управління збутом.

Література

1. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта: [монография] / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаниц. – Донецк: ДонГУЭТ им.М.Туган-Барановского, 2003. – 189 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: [монографія] / Л. В. Балабанова, О. А. Бриндіна. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 230 с.
3. Балабанова Л. В. Зв'язки з громадськістю в системі маркетингового менеджменту підприємств: [монографія] / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 273 с.
4. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : [монографія] / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
5. Бутенко Н. В. Основи маркетингу [Електронний ресурс] / Н. В. Бутенко. – Режим доступу: <http://www.books.efaculty.kiev.ua/mrk/3>.

ОЦІНКА ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Виконано математичне моделювання варіацій податкового навантаження від частки доданої вартості в ціні виготовленої продукції для чинних податкових ставок по основних видах податків. Отримані залежності дозволяють підприємству вибрати оптимальну стратегію роботи з мінімізації податкового навантаження.

A mathematical modelling of variations of the tax load of an added value portion of production price for an effective tax rate of basic types of taxes has been performed. The relationships that have been acquired could allow an enterprise to choose an optimal strategy for the minimization of tax load.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах стрімкої інтеграції та глобалізації економічного світу все більшого значення набувають інноваційні чинники розвитку національних економік, здатність їх виробляти наукомісткі, конкурентноздатні товари, а також виробляти сам науковий продукт і технології на його основі. В умовах України під інноваційними чинниками розвитку цілком можна розуміти також впровадження будь-яких технологічних процесів, що забезпечують заміщення імпорту, включаючи й ті, які вже широко використовуються в більш розвинених країнах. Однак за останні роки подібні інновації у вкрай незначних обсягах з'являються на просторах України. Ці обставини ведуть до зубожіння населення, згортання господарської діяльності, перешкоджають економічному зростанню і процвітанню України.

Через слабкість малого бізнесу локомотивом технічного прогресу в Україні переважно можуть виступати тільки середні та великі промислові підприємства [1, с.10-12]. Однак це відбувається у вкрай обмежених обсягах. Тому пошук причин цього явища й пошук шляхів виходу із ситуації, що створилася, є актуальним завданням.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемам дослідження низької інвестиційної та інноваційної діяльності українських підприємств, включаючи розвиток імпортозаміщувальних виробництв, а також детінізації економіки України, присвячено досить багато праць, включаючи дисертаційні дослідження. Основні засади вирішення означених проблем закладені низкою наукових праць відомих вітчизняних вчених: В.Л. Андрущенко, В.Ф. Беседіна, В.П. Вишневецького, О.С. Власюка, А.А. Гриценка, Т.І. Єфименко, Ю.Б. Іванова, А.І. Крисоватого, М.І. Крупки, О.О. Лапко, Т.І. Лепейко, І.О. Луніної, І.І. Мазура, С.Г. Міщенко, С.В. Онишка, А.М. Соколовської, В.П. Соловйова, Л.Л. Тарангул, Л.М. Шаблитої, В.О. Шевчука, О.М. Ястремської.

Аналізуючи ж всю сукупність наукових досліджень, можна відзначити загальноприйняте положення про те, що податкові важелі здатні найбільш ефективно вплинути на виправлення ситуації. Щодо ж конкретних способів вирішення проблеми більшість науковців поки не сформуvala єдиних підходів до її вирішення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Різні дослідження зазначеної проблеми поки в основному концентруються на аналізі окремих податкових важелів. Через складність у дослідженні мало уваги приділяється комплексному аналізу взаємозв'язків у розглянутій проблемі.

Так, наприклад, досліджуються впливи на економічну ситуацію в різних масштабах – у цілому по країні, у конкретному регіоні, в окремо взятій галузі, у певних масштабах бізнес структур по окремих видах податків – податок на прибуток, податок на додану вартість, нарахування на фонд заробітної плати, особові податки на доходи [2, с.2-18; 3, с.2-19;

4, с.3-19]. Частина праць присвячується економічному моделюванню [5, с.2-16; 6, с.2-31]. Причому, в останньому випадку через апріорну складність самої економічної моделі висновки можуть набувати неоднозначного трактування, цифрові оцінки взаємозв'язків недостатньо переконливі.

Постановка завдання. За допомогою математичного моделювання на простих моделях, що забезпечує більшу стабільність одержуваних результатів, автор поставила завдання досліджувати вплив частки доданої вартості на податкове навантаження промислового підприємства. Моделювання виконується для умовно законотворного підприємства. Це повинно допомогти зрозуміти причини масового відведення частини діяльності українських підприємств в «тінь».

Виклад основного матеріалу дослідження. Будемо називати різні види примусових вилучень, а саме: податки, нарахування, внески, платежі, збори й т.п. одним терміном – «податки», оскільки для підприємства суть їх така ж сама – примусове вилучення. Причому сюди належать і нарахування на заробітну плату працівників. Як правильно зазначено у [7, с.7-8] множинність термінології примусових вилучень в Україні «не сприяє створенню досконалої нормативно-правової бази для комплексного податкового регулювання сфер економіки».

Складемо модель оподаткування середньостатистичного підприємства. При цьому будемо вважати, що воно обкладається такими видами податків: податок на прибуток, ПДВ, група соцстрахівських податків на фонд заробітної плати, група утримуваних податків із заробітної плати. Причому ніякими пільгами щодо оподаткування підприємство не користується. Підприємство чесно веде бухгалтерський облік і виплачує всі види податків.

Крім того, є велика група податків, які залежать від специфіки діяльності підприємства: податки на природні ресурси, податки на імпорт, ліцензії, збір у вигляді цільової надбавки до чинного тарифу на електричну та теплову енергію й т. ін. Ці податки при моделюванні будуть ураховуватися постійним коефіцієнтом, у частці податків, пов'язаних із доданою вартістю. Для розрахунку цього коефіцієнта були використані дані по бюджету України за 2008 рік, аналогічні дані по бюджету пенсійного фонду та фондів соціального страхування [8; 9; 10; 11; 12].

Усі необхідні дані для розрахунку згаданого постійного коефіцієнта наведені в таблиці 1. При цьому частина «неподаткових надходжень» відповідно до офіційної термінології переведені в поняття «податки», що дане на початку статті, оскільки їм властиві всі загальноприйняті ознаки податків. Це – рентна плата, частина адміністративних зборів (державне мито, митні збори та ін.), частина «інших неподаткових надходжень» (збір за користування радіочастотним ресурсом, надходження від збору за проведення гастрольних заходів, збір у вигляді цільової надбавки до чинного тарифу на електричну та теплову енергію та ін.), частина власних надходжень бюджетних установ (плата за послуги, що надаються бюджетним установам та ін.).

Таким чином, загальна сума всіх видів податків у зведеному бюджеті становить приблизно 384354 млн.грн., причому 119710 млн.грн. з них у передбачуваному моделюванні брати участь не будуть. Тому, поправочний коефіцієнт до результатів моделювання складе приблизно $384354 / (384354 - 119710) = 1,45$.

При цьому, з обліком того, що ВВП України в 2008 році склав 948056 млн.грн. [13], середнє реальне податкове навантаження на економіку України в 2008 році приблизно склало 41% до ВВП. Насправді, якщо врахувати трансакційні витрати на супроводження податкової системи України з боку підприємств і різні види "переконання" чиновників, то рівень цього навантаження буде помітно більше.

Складемо математичну модель оподаткування. Нехай 1 – це вартість виготовленої продукції (ціна без ПДВ), тоді 1,2 – ціна продажу продукції (врахований ПДВ). Нехай X – матеріали, комплектуючі і т.п. (мають ПДВ), що може бути врахований підприємством, як податковий кредит. Тоді $(1 - X)$ – створена додана вартість, що за українськими законами буде обкладатися ПДВ.

Таблиця 1

Розрахунок частки не модельованої частини податків (млн.грн.)

Найменування показників	Частина, що відноситься до поняття «податки»	Частина, що не піддається моделюванню
Державний бюджет		
Податок на прибуток підприємств	42282	0
Збори за спеціальне використання природних ресурсів	2816	2816
Внутрішні податки на товари та послуги*	99604	46663
Податки на міжнародну торгівлю та зовнішні операції	12590	12590
Інші податки	418	418
Рентна плата	10598	10598
Адміністративні збори	1309	1309
Інші неподаткові надходження	11726	11726
Власні надходження бюджетних установ	12000	12000
Цільові фонди	774	774
Соцстрахівські фонди		
Збори в пенсійний фонд із різних джерел	101809	0
Власні надходження фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності	6334	0
Власні кошти Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття	7239	0
Власні кошти Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань	8144	0
Місцеві бюджети		
Податок на доходи фізичних осіб	45896	0
Збори за спеціальне використання природних ресурсів	6922	6922
Власні надходження бюджетних установ	5168	5168
Внутрішні податки на товари та послуги	1701	1701
Податок з власників транспортних засобів	1558	1558
Інші податки	2804	2804
Цільові фонди	2324	2324
Адміністративні штрафи та інші санкції	60	60
Державне мито	279	279
Всього	384354	119710

Не моделюється: імпорتنний ПДВ, бюджетне відшкодування ПДВ, акцизи, ліцензії.

Нехай Y – прибуток, тоді $0,25 * Y$ – податок на прибуток, а $((1 - X) - Y - A)$ – соцстрахівські податки на фонд заробітної плати підприємства + фонд заробітної плати, де A – амортизаційні відрахування та інші елементи ціни, що не мають у своєму складі ПДВ і не враховані раніше. Тоді $(1 - X - Y - A)/1,39$ – фонд заробітної плати, де $0,39$ – сума податків: пенсійного (0,332), соцстрахівського по безробіттю (0,016), соцстрахівського по тимчасовій непрацездатності (0,014), соцстрахівського по нещасному випадку на виробництві (0,018).

Далі $0,19 * (1 - X - Y - A)/1,39$ – податки з фонду заробітної плати, де $0,19$ – сума утриманих податків: податку на доходи фізичних осіб (0,15), пенсійного (0,02),

соцстрахівського по безробіттю (0,01), соцстрахівського по тимчасовій непрацездатності (0,01). У підсумку, виконавши нескладні математичні перетворення, одержуємо наступні приблизні рівності:

$(0,19 + 0,39) \cdot (1-X-Y-A)/1,39 = 0,42 \cdot (1-X-Y-A)$ – сума податків соцстрахівських і податків на заробітну плату та із заробітної плати;

$1,45 \cdot (0,42 \cdot (1-X-Y-A) + 0,25 \cdot Y) \cdot 1,2 = 0,73 - 0,73 \cdot X - 0,73 \cdot A - 0,29 \cdot Y$ – сума всіх податків (1,2 – облік ПДВ, 1,45 – коригувальний коефіцієнт, що враховує податки, не взяті в моделювання);

$(0,73 - 0,73 \cdot X - 0,73 \cdot A - 0,29 \cdot Y) / (1-X)$ – податкове навантаження.

Тут прийнятий найпоширеніший варіант визначення податкового навантаження для підприємства щодо доданої вартості. Як бачимо, навіть, математично ПДВ на Україні виконує роль повторного оподатковування всіх основних податків, що як відомо суперечить загальному принципу побудови податкових систем [14, с.27].

Далі задаємо у варіацію параметр X від 0 до 0,9, при відповідному значенні параметра Y й одержуємо рівні податкового навантаження, представлено в таблиці 2 (A = 0).

Таблиця 2

Рівні податкового навантаження на підприємство залежно від рівня матеріальних витрат X та рівня прибутку Y для A = 0

X \ Y	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0
0,0	0,73	0,70	0,67	0,64	0,61	0,59	0,56	0,53	0,50	0,47	0,44
0,1	0,73	0,70	0,67	0,63	0,60	0,57	0,54	0,50	0,47	0,44	
0,2	0,73	0,69	0,66	0,62	0,59	0,55	0,51	0,48	0,44		
0,3	0,73	0,69	0,65	0,61	0,56	0,52	0,48	0,44			
0,4	0,73	0,68	0,63	0,59	0,54	0,49	0,44				
0,5	0,73	0,67	0,61	0,56	0,50	0,44					
0,6	0,73	0,66	0,59	0,51	0,44						
0,7	0,73	0,63	0,54	0,44							
0,8	0,73	0,59	0,44								
0,9	0,73	0,44									

Другий розрахунок був пророблений для «амортизації» (у розумінні даної статті) рівної 0,1 (A = 0,1). По даним [13] це приблизно середньостатистичний випадок для Української промисловості. Результати розрахунків представлено в таблиці 3.

Таблиця 3

Рівні податкового навантаження на підприємство залежно від рівня покупних матеріальних витрат X и рівня прибутку Y для A = 0,1

X \ Y	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9
0,0	0,66	0,63	0,60	0,57	0,54	0,51	0,48	0,45	0,43	0,40
0,1	0,65	0,62	0,58	0,55	0,52	0,49	0,46	0,42	0,39	
0,2	0,64	0,60	0,57	0,53	0,49	0,46	0,42	0,39		
0,3	0,63	0,58	0,54	0,50	0,46	0,42	0,38			
0,4	0,61	0,56	0,51	0,46	0,42	0,37				
0,5	0,58	0,53	0,47	0,41	0,35					
0,6	0,55	0,48	0,40	0,33						
0,7	0,49	0,39	0,29							
0,8	0,37	0,22								
0,9	0,18									

У відповідність зі значеннями таблиці 1 побудуємо графік – рис.1, де замість рівня матеріальних витрат наведена частка додаткової вартості у вартості продукції, створеної на підприємстві.

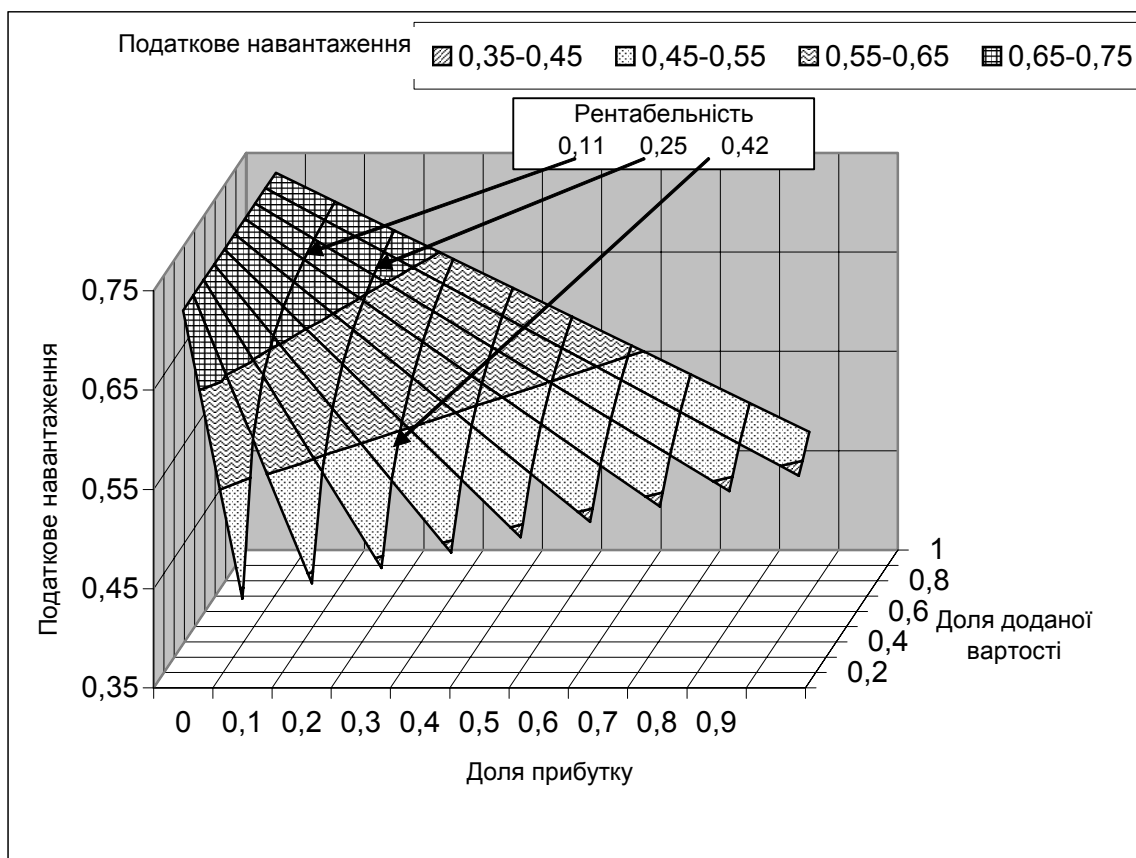


Рис.1. Взаємозв'язок податкового навантаження на підприємство, частки створеної додаткової вартості у вартості продукції й частки прибутку для $A = 0$ («зубастість» у нижній частині графіка обумовлена обраною дискретністю параметрів)

Як бачимо, навіть у найкращих випадках рівень податкового навантаження на підприємства, які дотримуються чинного законодавства, не опускається нижче 0,45. У зоні ж умовно «нормальних» рентабельностей (0,1 – 0,4) ситуація ще гірше – можна вважати, що податкове навантаження не опускається нижче 0,55. До того ж, зона мінімального податкового навантаження одночасно вимагає невисокого рівня доданої вартості, що, в основному, обумовлюється низьким рівнем оплати праці. Але ж у розрахунках не враховані трансакційні витрати підприємства – витрати на супровід підприємством прийнятої податкової системи, включаючи облікові операції, які за даними роботи [15, с.8] досягають 50% не виробничих витрат у собівартості продукції. Крім того, необхідно врахувати інші обов'язкові платежі підприємства, які умовно не підпадають під визначення податкових витрат: по примусовій роботі з банківською системою України, витрати по обов'язковому спілкуванню з нотаріусами й т.ін. Зона мінімумів податкового навантаження лежить у зоні високих рівнів рентабельності, що змушує підприємство максимально завищувати вартість реалізації продукції й одночасно підтримувати низький рівень оплати праці на підприємстві. В остаточному підсумку для «чесно» працюючого підприємства на Україні є вкрай складні умови роботи. Фактично по загальноприйнятих світових нормах – так працювати підприємство не зможе [6, с.15-17]. У відповідності зі значеннями таблиці 2 побудований графік – рис.2, де замість рівня матеріальних витрат наведена частка додаткової вартості у вартості продукції, створеної на підприємстві.

Як бачимо, ситуація трохи покращилася. У зоні ж умовно «нормальних» рентабельностей (0,1 – 0,4) можна вважати, що податкове навантаження може забезпечуватися на рівні 0,45–0,55. Але також, як й у першому випадку ($A = 0$), зона мінімального податкового навантаження одночасно вимагає невисокого рівня доданої вартості, що в основному можна забезпечити за рахунок низького рівня оплати праці. У розрахунках, як і раніше, не враховані трансакційні витрати підприємства, витрати по

примусовій роботі з банківською системою України, витрати по обов'язковому спілкуванню з нотаріусами тощо.

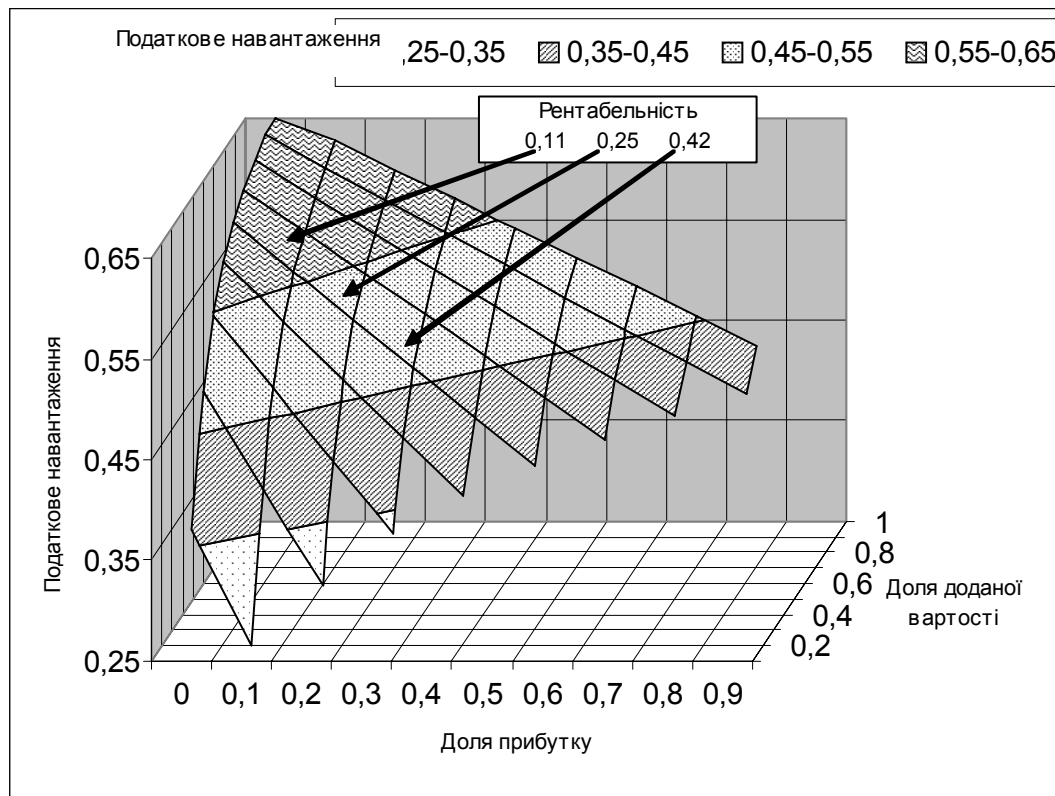


Рис. 2. Взаємозв'язок податкового навантаження на підприємство, частки створеної додаткової вартості у вартості продукції й частки прибутку для $A = 0,1$ («зубастість» у нижній частині графіка обумовлена обраною дискретністю параметрів)

Також, як й у попередньому розрахунку, більш широка зона мінімумів податкового навантаження лежить у зоні високих рівнів рентабельностей, що змушує підприємство максимально завищувати вартість реалізації продукції й одночасно підтримувати низький рівень оплати праці на підприємстві. Навіть у високорозвинених європейських країнах зі стійкою, виразною системою оподаткування, орієнтованою на задоволення соціальних потреб суспільства, рівні оподаткування рідко перевищують 40%. У країнах, економіка яких розвиваються більш стрімко – це південно-східна Азія, рівень оподаткування не доходить до 30%. У таких умовах спочатку знайдеться хоча б одне підприємство, що перейде на часткове приховування своєї діяльності для зниження оподаткування. Воно отримає дуже вагомі переваги в конкурентній боротьбі й серйозні економії фінансів, які забезпечать "достатні аргументи" як для контролюючих служб, про те, що робота підприємства протікає в рамках законодавства, так і для самих працівників підприємства і їхніх власників. Щоб не стати банкрутами, через якийсь час на таку схему роботи перейде основна маса українських підприємств. Властиво, це ми й спостерігаємо в наступний час, коли розміри «тіньового» сектора економіки України за деякими оцінками досягають майже 70% ВВП [16, с.14]. Щоб забезпечити промисловим підприємствам України порівнянні умови роботи з підприємствами країн південно-східної Азії, у яких інтенсивно росте економіка, необхідно зменшити податкове навантаження до 0,25 – 0,35 від доданої вартості в зоні «умовно нормальних рентабельностей», що еквівалентно зниженню існуючого податкового навантаження приблизно на 30%.

Висновки і перспективи подальших розробок. Виконане математичне моделювання показало, що для повністю легально діючих українських промислових підприємств, рівень оподаткування надмірно високий і становить у найкращому разі 0,45–0,55 від створюваної доданої вартості на підприємстві. При такому рівні оподаткування вони не можуть бути конкурентноздатні в сучасному глобалізуючому світі й сама виживаність їх

на території України вкрай проблематична. Із цієї причини просто для того, щоб вижити на території України, вони повинні в масовому порядку ухилятися від оподаткування, концентруючи свою діяльність в «тіні».

При подальших дослідженнях у даному напрямку доцільно:

1. Щоб більш точно оцінити ефективність відведення діяльності в тінь, змоделювати діяльність промислового підприємства України в умовах часткової діяльності в «тіні».

2. Змоделювати вплив зміни ставок окремих податків України для досягнення ефективності легальної діяльності приблизно еквівалентної ефективності діяльності підприємства з обліком «тіні».

Література

1. Чеберкус Д. В. Державне регулювання розвитку інноваційного підприємництва в Україні: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Д. В. Чеберкус. – Київ, 2009. – 20 с.
2. Литвиненко Є. О. Податкове регулювання розвитку промисловості в Україні: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Є. О. Литвиненко. – Ірпінь, 2009. – 19 с.
3. Мазур Ю. О. Регулювання темпів економічного зростання методами податкової політики: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Ю. О. Мазур. – Донецьк, 2008. – 20 с.
4. Колісник В. В. Податкове стимулювання розвитку інвестиційної діяльності: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка управління національним господарством» / В. В. Колісник. – Харків, 2008. – 20 с.
5. Семерак О. Ф. Моделювання впливу податків на підприємництво: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» / О. Ф. Семерак. – Львів, 2007. – 20 с.
6. Лондар С. Л. Моделі прийняття рішень з проблем вдосконалення податкової політики в умовах ринкової трансформації економіки України: автореф. дис. на здобуття ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» / С. Л. Лондар. – Львів, 2002. – 32 с.
7. Короленко В. В. Вдосконалення організації оподаткування в системі державного регулювання розвитку національної економіки: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / В. В. Короленко. – Харків, 2009. – 20 с.
8. Верховна рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
9. Пенсійний фонд України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/index>.
10. Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fse.gov.ua/fse/control/welcome>.
11. Державна служба зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/index>.
12. Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.social.org.ua>.
13. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Крисоватий А. Моніторинг реалізації податкової політики України / Андрій Крисоватий // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2006. – № 1. – С. 18–30.
15. Мельникова О. П. Вплив оподаткування на розвиток підприємництва в трансформаційній економіці: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец.: 08.01.01 «Економічна теорія» / О. П. Мельникова. – Харків, 2006. – 20 с.
16. Фрадинський О. А. Фінансові домінанти тіньової економіки: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / О. А. Фрадинський. – Тернопіль, 2006. – 20 с.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЛОКАЛЬНИХ СЕГМЕНТАХ РИНКУ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ

Розглядаються трансформаційні процеси в локальних сегментах ринку морської торгівлі, які істотно залежать від інтеграційних процесів у світовому судноплаванні, а також зумовлюють умови обробки світових вантажопотоків. Увага акцентується на систематизації чинників, що викликають вдосконалення організації роботи флоту і портів окремих морських регіонів з урахуванням збалансованості інвестиційної та операторської діяльності. Викладено принципи розвитку регіональної транспортної системи.

Changeable processes in local segments of the market of sea trade which appreciably depend on integration processes in world navigation are considered and also predetermine the conditions of processing of world goods traffics. The attention ordering of conditions which lead to improvement of the organization of work of fleet and ports of separate sea regions taking into account equation of investment and camera activity is accented. Principles of the development of the regional transport system are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Механізм ухвалення економічних рішень у системі оптимізації регіонального розвитку торговельного флоту і портів повинен об'єктивно відображати порівнянність витрат і результатів.

Навіть, якщо абстрагуватися від морської ренти, результати комерційної діяльності повинні чітко віддзеркалювати зусилля колективу підприємства. Зіставлення результатів діяльності портів, які екстенсивно використовують підприємства спільної діяльності з аналогічними показниками портів, що засновані на принципі єдності виробничого потенціалу, свідчить про порушення принципу аллокації результату і витрат [1, с.106-146].

Так, у 2008 році в портах першої групи прибуткова ставка переробки однієї тони вантажу складала: 32,3 грн. у Миколаївському морському торговельному порту; 26,4 грн. у Одеському, при відповідних витратах – 31,2 та 20,5 грн. Прибуткові ж ставки в портах, які самостійно виконують вантажні роботи в гривні становили: Херсон – 43,8; Южний – 58,6; Іллічівськ – 52,7; Маріуполь – 52,0. При цьому в першому і другому варіантах виробничий потенціал порту засновано на загальнонаціональних ресурсах.

Фактично порушено принцип єдності стимулювання використання власного капіталу. Як показує досвід компаній «Трансінвестсервіс», «Нібулон» та інших, цей принцип жорстко реалізовано в системі створення підприємницьких терміналів. Тому виникає проблема оптимізації управління портовою діяльністю на основі розподілу функцій, результатів і власності [2, с.63-98].

Важливо збалансувати відносини стивідорної діяльності, інтересів держави та гарантій безпеки мореплавства, як найважливіших чинників формування конкурентних пріоритетів регіонального сегменту торговельного судноплавання.

Морська адміністрація, яка зацікавлена в максимізації грошових потоків для майбутнього фінансування суднобудівельних програм, повинна враховувати регіональну незбалансованість використання термінальних потужностей. Частково цим пояснюється прагнення окремих судноплавних компаній придбати або орендувати спеціалізовані термінали. Саме ця стратегія дозволяє повніше розкрити переваги розвитку поромного судноплавання на Чорному морі [3, с.125-134].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Поява нових показників динаміки та рівня збалансованості відображає процес формування нового тимчасового стану сегментів фрахтового ринку по рівню тарифних і фрахтових ставок (рис. 1).

При цьому не має значення форма власності капіталу судноплавних компаній і торговельних портів. Економічна теорія [4, с.356-490; 5, с.760-908] не диференціює власність за ознаками ефективності.

Результати проявляються безпосередньо через систему використання виробничого потенціалу. Головними залишаються інституціональні стосунки та якість менеджменту, що і забезпечує ефективність капіталу підприємницьких структур і віддзеркалення умов позиціонування підприємств.

З рис. 1 видно, що розширення регіонального сектора ринку морської торгівлі призводить до оптимізації співвідношення провізної здатності флоту ($S'd$) і вантажопотоків з об'ємами Q_{so} і Q_{si} .

Внаслідок цього оптимізується співвідношення рівня фрахтових ставок і конкурентних витрат, у тому числі за рахунок скорочення часу доставки на кожній тоні вантажу ($C_s = C_{so} - C_s$).

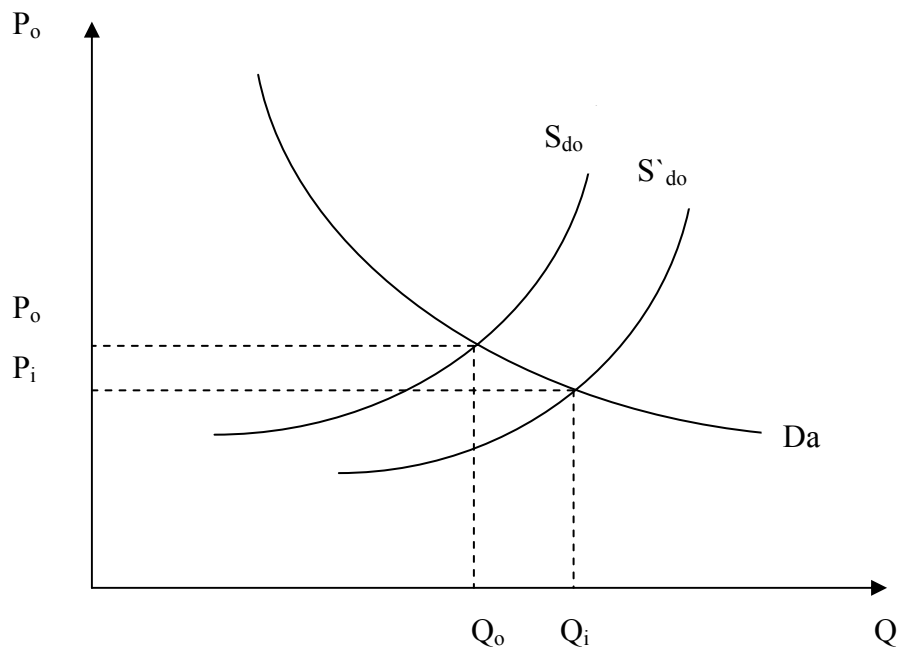


Рис. 1. Зміна тенденції ринкової рівноваги в структурі секції фрахтового ринку

У цьому аспекті слід критично сприймати принципи і напрямки розвитку Одеського морського торговельного порту на підставі намівання території, який виправдовується тим, що інвестор вкладає власні кошти, а податкові вклади разом із створенням нових робітничих місць слід вважати як основний критерій цього проекту.

По-перше, цього ефекту можна досягти при альтернативному варіанті розміщення об'єкту в регіонах з меншим екологічним збитком.

По-друге, в Одесі назріває проблема з трудовими ресурсами, а не новими робітничими місцями.

Необхідно чітко дотримуватися принципів UNCTAD [6, с.25-173] по обґрунтуванню ефективності інвестиційних проектів. При цьому одеський варіант стає проблемним з позиції логістичних технологій з тієї ж жорсткої територіальної обмеженості. Найбільш перспективними терміналами можуть стати об'єкти, які розташовані в Южному порту або в регіоні гирла Дунаю.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на суперечність формулювань ренти [7, с.543-545], вона проявляється в регіональних морських

транспортних системах (портах, судноплавних компаніях) і відбиває певні переваги участі в доставці вантажів в цей регіон відносно рівноважних тарифів і зборів. Саме наявність такої ренти в північно-західному регіоні Чорного моря у порівнянні з портами Криму та Азовського моря і формує інвестиційний клімат на основі зростання вантажопотоків по маршруту АТР – Європа через зони Євразійського транспортного коридору. Цим і визначається необхідність відповідно до морської стратегії, яка розроблена Радою національної безпеки, визначити параметри поетапного нарощування провізної і пропускну здатності флоту і портів з урахуванням критеріїв макроекономічної доцільності і підприємницької ефективності.

Постановка завдання. Локальні сегменти глобального ринку морської торгівлі, що забезпечують функціональну діяльність національної економіки, значною мірою залежать, з одного боку, від інтеграційних процесів у світовому судноплавстві, а, з іншою, зумовлюють умови обробки світових вантажопотоків. Через це виникають завдання забезпечення збалансованості інвестиційної та операторської діяльності, тому основною метою дослідження є систематизація показників, що викликають вдосконалення організації роботи флоту і портів окремих морських регіонів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із найменш розроблених для умов Чорноморського регіону є інструментарій взаємодії морських і суміжних країн у формуванні потенціалу на основі максимуму сукупного ефекту і раціональної позиції кожного учасника проекту. Оптимізація вантажопотоків може бути досягнута при збалансованому розвитку портового потенціалу, незалежно від національних меж.

Слід звернути увагу на ту обставину, що більшість портів обслуговують транзитні транспортно-економічні зв'язки [8, с.230-262]. У цьому аспекті виникає принципово новий підхід в системі координації проектів підтримки національних морських транспортних підприємств окремими державами. За основу механізму ухвалення рішень необхідно використовувати не лише форми і методи реалізації принципів оптимізації доставки товарів, але і різні критерії та міри координації пропорційності розвитку транспорту в структурі транспортно-економічних зв'язків (рис. 2).



Рис. 2. Механізм формування і оптимізації розвитку локальних транспортних систем

При цьому необхідно враховувати геополітичне значення окремих регіональних транспортних комплексів і проектів. Про це свідчить виділення 50 млн. дол. США Європейським банком реконструкції і розвитку (ЄБРР) на реконструкцію поромного комплексу порту Туркменбаши у рамках Євразійського транспортного коридору.

З рис. 2 видно, що економічність функціональної діяльності різних видів транспортного обслуговування вантажопотоків виявляється в умовах їхньої взаємозамінюваності. У цьому аспекті враховується наявність паралельних напрямів, можливість взаємодії, міра інтеграції і правові форми обслуговування внутрішніх і зовнішніх вантажопотоків.

В умовах різкого зростання вартості палива та екологічних обмежень зростають обсяги і зони перевезень морським транспортом на внутрішніх напрямках, що демонструють країни Євросоюзу. Енергоємність морських перевезень на рівні відстані в порівнянні з наземними сполученнями в десятки разів менше, ніж у останніх. Тому тарифи повинні встановлюватися не лише з позиції покриття витрат, але і з урахуванням ефективності користувачів транспортними послугами.

В період формування політичних трансформацій різко погіршилися умови використання виробничого потенціалу морських портів. Втрати були обумовлені фактичною відмовою від переваг інтеграційних процесів, що характерно для країн Європи. Українські державні реформатори зруйнували базовий рівень кооперації. Це згодом призвело до зниження обсягів виробництва, а, отже, і транспортної роботи.

У стратегії поточних менеджерських рішень визначальним завданням стає необхідність фрахтування флоту за найбільш вигідними умовами альтернативних пропозицій. У основі цих рішень лежить процес ітерації відповідно до ряду котирувань різних фрахтувальників з конкретними умовами перевезення. Необхідно вибрати пропозицію і реалізувати умови, що дозволяють оптимізувати вартісні параметри, які гарантують досягнення максимальної відповідності критерію ефективності угоди.

В цьому відношенні автором розділяється наукове положення: «Разработка сбалансированной системы показателей – это интерактивный процесс, реализация которого призвана обеспечить построение единой системы целей компании [9, с. 178]».

З урахуванням ролі судноплавних компаній, які зорієнтовані на систему траншпінгента, можна запропонувати підхід до побудови збалансованої системи показників і цілей взаємопов'язаного комплексу: добування (придбання) – доставка – споживання ресурсів при ефективному їхньому розподілі по структурних складових об'єднання. Визначальне значення здобуває уточнення області діяльності кожної ланки в проекті розвитку.

Проект розвитку регіональної транспортної системи має бути побудований не на відомчому принципі, а на принципі стійкості ринкової галузі [10, с.70-95]. Основною метою і головним завданням залишається міра конкурентного освоєння вантажопотоків з допустимими транспортними витратами відносно рівноважних тарифних ставок. Принциповим положенням стійкості системи протягом середньострокового циклу є збалансованість розвитку усіх транспортних підприємств регіону. Як критерій повинні розглядатися економічність процесів обробки транспортних і вантажних потоків.

Відмова від реалізації ряду регіональних проектів обумовлюється певною розпливчатістю, неточністю віддзеркалення особливостей і тенденцій розвитку зовнішньоекономічних відносин.

Особливо це видно на постійній трансформації ідеї та складу міжнародних транспортних коридорів.

Проблемою залишається реалізація як європейської її частини, так і регіональних підходів інших учасників. Для України проблематичними стали Дунайський транспортний коридор, а також коридори Європа – Кавказ – Азія і Балтійське море – Чорне море у зв'язку з неструктурованою стратегією ГУАМ. Це і зумовлює завдання вдосконалення методів ухвалення рішень та обґрунтування ефективності окремих проектів.

При цьому часто розвиток транспорту виявляється масштабнішим та узгодженим без орієнтації на систему відомих транспортних коридорів. У Південно-Східній Азії не використовується ідея транспортних коридорів, але в цьому регіоні переробляється 55% усіх контейнерних потоків. Головною стає реальна дієвість відносно реалізації потенційних переваг регіону.

При розробці механізму та інструментарію реалізації і посилення переваг спеціалізації морського транспортного підприємства можливе використання принципу збалансованої системи показників з урахуванням положення: «Целевые значения показателей в динамике описывают то, как ... будет улучшаться та или иная характеристика» [9, с.239]. У регіональних транспортних підсистемах такі спеціалізовані характеристики є важливими. І це стосується не лише торговельних портів, що мають індивідуальні ознаки, але й поромних сполучень, які працюють в олігопольному сегменті. При цьому необхідно враховувати, що жодне підприємство морського транспорту у своєму арсеналі не має в необхідному обсязі інвестиційних ресурсів, які достатні для реалізації потенціалу стратегічних заходів щодо управління довгостроковою стійкістю в секторі операторської діяльності. Тому традиційно використовується підхід до вибору пріоритетів, в основі якого лежить оцінка кінцевих фінансових показників.

Стандартно, з одного боку, розглядаються потрібні ресурси, а, з іншого, результати, які очікується отримати після реалізації проекту. Їхнє співвідношення і визначає вибір рішення. Таким чином, оцінюється не лише поточні і стратегічні аспекти, але і простежується досягнення цілей, що обумовлені конкретною проблемою. В той же час при цьому методі втрачається ряд відмінних особливостей стратегічних підходів до досягнення оптимального положення.

Висновки і перспективи подальших розробок. При обґрунтуванні напрямків розвитку морського транспортного комплексу України необхідно враховувати два принципові положення.

Перше – це приналежність України до великої комплексно-регіональної системи Причорноморських держав. Ця система має ряд загальних соціальних, геополітичних та економічних цілей.

Друге – чітка регіоналізація окремих приморських зон України в системі глобального і локального ринків морських транспортних послуг.

У першому аспекті помітний конкуруючий розвиток інших країн Причорноморського регіону: Росії, Туреччини, Румунії, Болгарії і Грузії. Слід зазначити прояви як суто національної стратегії позиціонування, так і використання геополітичних чинників та інструментарію протистояння.

На жаль, Україна не скористалася перевагами розвитку локальної частини Євразійського транспортного коридору. Те, що ЄБРР виділив 190 млн. євро на реалізацію проекту свідчить про зацікавленість європейської спільноти в інтеграції українського транспортного комплексу в трансєвропейські маршрути. Потрібно основну увагу приділити повному та якісному рішення цієї задачі, а потім приступати до реалізації чисто локальних проектів, до яких по їх непродуктивності слід віднести комплекс Одеса–Броди і так званий глибоководний судновий хід Дунай–Чорне море по гирлу «Швидкий». Ці проекти не дали позитивних результатів Україні, окрім заморожування капітальних вкладень і зниження іміджу.

Інертність оцінки стратегічних дій у регіональних транспортних підсистемах призводить до наростання втрат Україною в транзитному просторі. Одним із таких чинників є розвиток поромного повідомлення між російським портом Поті і болгарськими портами Варна і Бургас.

Нова поромна лінія збільшує товарообіг між Європою і Азією через болгарську транспортну систему з одночасним зниженням сукупного тарифу. Одночасно розвиваються контейнерні термінали, що і призвело до зацікавленості італійських портів Барі та Бриндізі на підключення до цього маршруту.

У цьому аспекті Україні на підставі транзитної переваги необхідно зосередити увагу на реальних проектах інтеграції. Зокрема, на розширенні позиції проекту обслуговування вантажопотоків на Каспійському і Скандинавсько-європейському напрямках.

Для вирішення цієї проблеми в Україні не повинні розглядатися транзитні переваги як спосіб придбання прибутку. У світі існує безліч альтернативних сполучень. Порти Іллічівськ і Одеса як транзитні для Кавказького регіону програють в порівнянні з вантажопотоком Гамбург – Санкт-Петербург – Середня Азія, незважаючи на збільшення відстані перевезення, тому що паромна лінія Іллічівськ – Поті дорожча сполучень з включенням Балтійських портів. Спроба створення фідерного контейнерного сполучення Іллічівськ – Поті не реалізована з причин прирівнювання вартості перевезення контейнера на контейнеровозі до вартості перевезення залізничних платформ на поромі. Звідси, перевезення контейнерів по Північному і Балтійському морям виявляється дешевше в порівнянні з перевезенням по Чорному морю, навіть, за складніших умов першого маршруту.

Невиконана оцінка результатів та наслідків і відсутність системи показників, які б чітко відображали цілі та особливості їх досягнення з урахуванням економічних реалій не зуміли вирішити проблему. Ситуація передбачена положенням: «Постановка цели неуклонного повышения эффективности требует постоянного мониторинга затрат на расчет значения того или иного показателя» [9, с.233]. Збалансована система показників дозволяє коригувати результати в процесі зміни поточних і перспективних умов функціональної та інвестиційної діяльності. Вступ України в СОТ істотно понизив межі протекціоністських заходів відносно морських портів, що до певної міри вплинуло на їхню конкурентоспроможність.

Література

1. Примачев Н. Т. Методы измерения эффективности морского транспортного комплекса / Н. Т. Примачев. – Одесса: ИнфрмИздат, 2009. – 238 с.
2. Степанов О. Н. Экономическая стратегия эффективного развития морских торговых портов: [монография] / О. Н. Степанов. – Одесса: Колсалтинг, 1988. – 182 с.
3. Курлянд А. М. Экономические основы эффективного развития морских паромных сообщений Украины / А. М. Курлянд. – Одесса: Консалтинг, 1997. – 157 с.
4. Макконелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; [пер. с англ. научн. конс. В. С. Автономов]. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 972 с.
5. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус; [пер. с англ. О. Л. Пелявского]. – М.: И. Д. Вильямс, 2007. – 1360 с.
6. Review of Maritime Transport 2008: Report by the UNCTAD secretariat. – United Nations New York and Geneva, 2008. – 184 p.
7. Словарь современной экономической теории Макмиллана / общ. ред. Д. У. Пирса, [пер. с англ. А. Г. Пивоварова]. – М., 1997. – 608 с.
8. Примачев Н. Т. Торговые порты в системе международных транспортно-экономических связей / Н. Т. Примачев, Н. Н. Примачева. – Одесса: Автограф, 2008. – 284 с.
9. Внедрение сбалансированной системы показателей / [пер. с нем. В. Толкача, С. Данишевич, М. Гавриша]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 478 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).
10. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Джоббер; [пер. с англ. под ред. В. М. Неумоина]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 688 с.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджено конкурентний потенціал підприємств молочної промисловості та їхньої продукції. Проаналізовано показники, що характеризують ефективність виробничих процесів, збуту та конкурентоспроможності продукції. Виявлено конкурентні переваги та можливості утримання позицій на ринку в майбутньому.

A competitive potential of dairy enterprises and their products is investigated in the article; some indexes, which are characterizing production processes efficiency, sale and competitiveness of the dairy products are analyzed. The competitive advantages and opportunities of maintaining market position in the future are found out on the market in the future.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний економічний стан населення України вкрай несприятливо позначається на кількості та якості спожитих продуктів. В умовах кризи люди харчуються гірше, незважаючи на насиченість споживацького ринку продовольчими товарами. Головна причина змін у раціоні пересічного громадянина країни – це різке зниження рівня життя і купівельної спроможності населення, важке положення харчового комплексу України, як і всієї економіки в цілому. Виробництво деяких видів продовольства впало аж на 60-70% [1, с.24]. Спад виробництва відбувся із – за відсутності державної підтримки в здійсненні реформ і недостаті практичного досвіду в роботі підприємств харчової і переробної промисловості в умовах ринкових відносин. У результаті такої політики держави вказані галузі практично не розвиваються. Лише в виробництві окремих продуктів харчування вдалося досягти деяких позитивних зрушень [2, с.115-160].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемам оцінки конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників приділяється значна увага в наукових працях багатьох вітчизняних вчених економістів, таких як І.О. Бланк, Д.О. Бараболю, С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, В.П. Чагоровський та ін.

У наукових працях представлено як теоретичні, так і практичні аспекти діяльності підприємств. Однак в період нестабільної економічної ситуації визначення факторів конкурентоспроможності продукції та розробка прогнозу попиту на неї стає нагальною проблемою.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогоднішній день вітчизняна молочна промисловість переживає нелегкі часи. Головними проблемами галузі є дефіцит сировини, через скорочення поголів'я молочного стада, появи негативної тенденції до зниження рентабельності виробництва, а також погіршилася якість молочної продукції. Згідно встановлених норм тепер молочною продукцією можна вважати той продукт, який містить 50% молока та 50% харчових замінювачів [3, с.5-9; 4, с.156-194].

Підприємства-виробники молочної продукції вживають заходи щодо залучення в промислову переробку вітчизняної сировини та раціонального її використання, працюють над випуском більш конкурентоздатної продукції поліпшеної якості з тривалішим терміном зберігання. Але все одно утримати позиції на ринку тяжко і, тому не витримуючи конкуренції, кожного року з ринку молочної продукції йдуть все більше вітчизняних виробників. Прогнози економістів такі, що через декілька років ринок молочної продукції буде належати кільком великим компаніям, переважно іноземним [5, с.112-189].

Постановка завдання. Мета статті полягає у здійсненні оцінки

конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості та визначенні конкурентних сил, які в більшій мірі впливають на конкурентоспроможність молокопереробних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкуренція є стихійним регулятором пропорцій суспільного виробництва, виступає зовнішньою примусовою силою, що примушує товаровиробників підвищувати на своїх підприємствах продуктивність праці, якість продукції, обновляти її асортимент і т.п. Конкурентом на ринку є товаровиробник, розширення його діяльності веде до зменшення ринкової частки іншого товаровиробника, який є суб'єктом ринку цього ж або взаємозамінного товару.

В умовах конкуренції на ринку об'єктивно формується конкурентоспроможність товару і підприємства [6, с.58-63; 7, с.312-360]. Вона, в свою чергу, характеризує ступінь відповідності окремого товару визначеним ринковим потребам, тобто – попиту на нього, а відносно підприємства – його можливості забезпечити конкурентні переваги. Без створення відповідних виробничо-технологічних умов на всіх етапах виробництва неможливо створити конкурентоздатні продукти [8, с.41].

Слід зазначити, що загальної прийнятої методики оцінки конкурентоспроможності немає, оскільки підходи для стадій стратегічного і оперативного управління різні. Так, на стадії оперативного управління діють фактори, що визначають конкурентоздатність: ціна, якість, рентабельність. Для стратегічного управління – фактори які визначають конкурентоспроможність: майбутній прибуток, потенціал організації, структура і життєвий цикл галузі. Для забезпечення конкурентоспроможності необхідно здійснювати комплексну оцінку шляхів досягнення певних конкурентних позицій із урахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів з регулювання конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток і підтримку конкурентної переваги в майбутньому [9, с.106-169].

В процесі дослідження, оцінювання та управління конкурентоспроможністю підприємств молочної галузі здійснювалися такі етапи:

- виявлялися чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства та оцінювання їх значимості;
- проводився аналіз їхніх внутрішньо – групових і між групових взаємозв'язків;
- оцінювався вплив вибраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня;
- прогнозувались зміни, включених у модель чинників, у зв'язку із можливими змінами умов зовнішнього та внутрішнього середовища;
- розроблявся прогноз рівня конкурентоспроможності підприємства;
- визначалися шляхи і методи підвищення конкурентоспроможності [10, с.5-9].

Серед методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства заслуговують на увагу специфічні методи, які дають можливість оцінити її по окремих аспектах діяльності підприємства: виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому.

Діагностика конкурентоспроможності продукції проводилась в 4 етапи (рис. 1). Поетапна діагностика дозволяє робити глибокий аналіз по значній кількості показників.

Дослідження конкурентного потенціалу підприємства нами проводилося шляхом порівняльного аналізу діяльності конкурентів. Проаналізувавши зв'язки з постачальниками і споживачами продукції були внесені необхідні корективи, які при їх використанні дозволять досягти переваги в порівнянні з конкурентами.

Для аналізу нами також використовувався метод теорії ефективної конкуренції. Даний метод передбачає аналіз чотирьох груп показників, які комплексно оцінюють ефективність використання ресурсів підприємства, діючого на певному сегменті ринку [10, с.5-9].

До першої групи входили показники, що характеризували ефективність управління виробничим процесом: раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення продукції, організацію праці на виробництві.

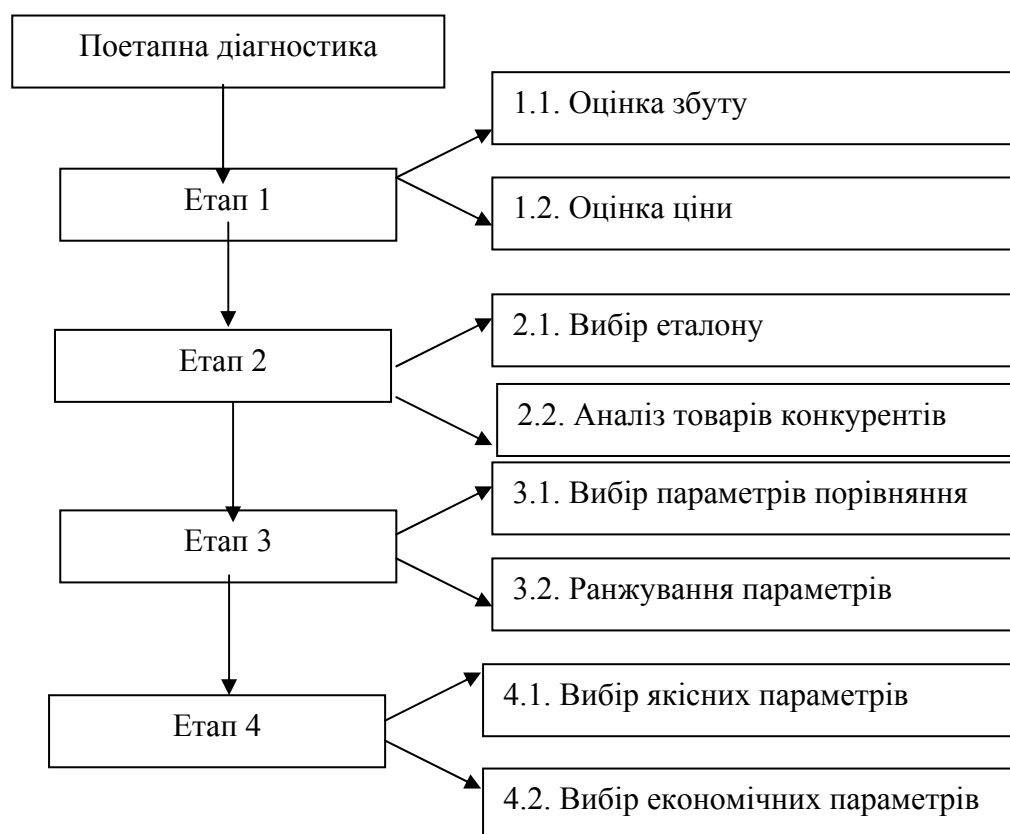


Рис. 1. Поетапна діагностика конкурентоспроможності продукції [11, с.5-10]

У другу групу було об'єднано показники, що відображали ефективність управління оборотними коштами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства гасити свої борги, можливість розвитку підприємства в майбутньому. У третю групу включено показники, що дозволили одержати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням продукції на ринку як засобами реклами; так і стимулюванням збуту. В четверту групу взято показники конкурентоспроможності товару, в першу чергу, що характеризують якість і ціну.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства (ККП) експертним шляхом розроблені коефіцієнти вагомості критеріїв. Наприклад, розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства здійснювалася по формулі середньозваженої арифметичної:

$$\text{ККП} = 0,15\text{ЕВ} + 0,29\text{ФС} + 0,23\text{ЕЗ} + 0,33\text{КТ}, \quad (1)$$

де, КП – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства;

ЕВ – коефіцієнт критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

ФС – значення критерію фінансового стану підприємства;

ЕЗ – значення критерію ефективності організації збуту і просування продукції на ринок;

КТ – значення критерію конкурентоспроможності продукції;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Розрахунок критерію конкурентоспроможності молокопродуктів здійснювався по формулі:

$$\text{КТ} = \text{Я}/\text{Ц}, \quad (2)$$

де, КТ – показник конкурентоспроможності товару;

Я – показник якості;

Ц – показник ціни молочного продукту.

Схему оцінки конкурентоспроможності підприємства по цьому методу представлено на рис. 2.



Рис. 2. Схема оцінки конкурентоспроможності підприємства при застосуванні теорії ефективної конкуренції

В умовах достатньо високої конкуренції необхідно не тільки здійснювати аналіз конкурентоспроможності підприємства та його продукції але і розробляти прогнози. Згідно з прогнозами фахівців [8, с.346-360] з кожним роком буде зменшуватися кількість підприємств молочної промисловості. Якщо у 2005 році їх було зареєстровано 440 одиниць то у 2010 році працює не більше 300, тобто щорічно значна кількість підприємств галузі йде з ринку, не витримуючи конкуренції. Тенденція поглинання малих підприємств великими буде продовжуватись. На даному ринку через декілька років може залишитися 100-120 підприємств, більша частина яких буде належати 10-15 великим іноземним компаніям. Для утримання позиції на ринку молочних продуктів необхідно більш глибоко досліджувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства [12, с.5-6].

У даній статті наводяться дані аналізу діяльності Виробничо-комерційної фірми (ВКФ) «Агромарін» та Балтського молочноконсервного комбінату далі (ВАТ «БМКК») за 2008-2009 роки. На основі здійснених розрахунків зроблено певні висновки (таблиця 1).

Таблиця 1

Аналіз показників діяльності підприємства ВКФ «Агромарін» та ЗАК «БМКК» у 2008-2009 р.

Показники	Зміни в % до попереднього року на ВКФ «Агромарін»		Зміни в % до попереднього року на ЗАК «БМКК»	
	2008р.	2009р.	2008р.	2009р.
1. Ефективність виробничої діяльності	101,4	102,7	95,1	96,7
Витрати виробництва на 1 т. продукції				
Фондовіддача	116,1	118,4	119,9	121,2
Рентабельність продукції	85,3	76,7	74,3	71,1
Продуктивність праці	99,4	98,5	112,5	134,9
2. Фінансовий стан підприємства	100,1	100,5	70,1	72,3
Коефіцієнт автономії				
Коефіцієнт ліквідності і платіжоспроможності	77,8	75,6	162,2	158,4
Коефіцієнт загальної ліквідності	101,9	103,3	115,4	126,2
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	108,1	115,2	120,7	150,9
3. Ефективність організації збуту	89,5	77,3	82,8	71,1
Рентабельність продаж				
Коефіцієнт завантаження виробничої потужності	117,2	129,8	112,4	130,0
Коефіцієнт ефективності реклами і стимулювання збуту	0	0	110,1	113,4

Як показують дані ВКФ «Агромарін» у 2009 році зменшилася ефективність виробничої діяльності і суттєво знизилася рентабельність продаж, що свідчить про недоліки в ціноутворенні та про зменшення прибутковості. Цей фактор має викликати занепокоєність керівництва. Аналіз даних ВАТ «БМКК» свідчить, що на підприємстві значно зросла продуктивність праці, покращився фінансовий стан але недоліком є зменшення рентабельності продажу продукції. З метою встановлення якості продукції вимогам споживачів проводилося анкетування покупців у м. Одесі та в містах Одеської області. Результати анкетування свідчать про те, що продукція фірми «Агромарін», що випускається під торгівельною маркою «Лавіта», задовольняє смакові потреби покупців, але стримує попит фактор ціни. Крім того, продукція є маловідомою, тому необхідно проводити широку рекламну кампанію, направлену на підвищення інтересу до продукції підприємства.

Дослідження відповідності якості продукції ВАТ «БМКК» вимогам покупців показало що молочна продукція цього підприємства продається під торгівельною маркою «Ласуня» яка більш відома на ринку, споживачів задовольняє і якість продукції, і зовнішній вигляд пакування, і смакові якості. Проблемним є ціновий фактор, споживачі вважають продукцію ВАТ «БМКК» досить дорогою.

На основі аналізу та розрахунків визначено коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства, за останній рік він збільшився на 0,083 (рис. 3).

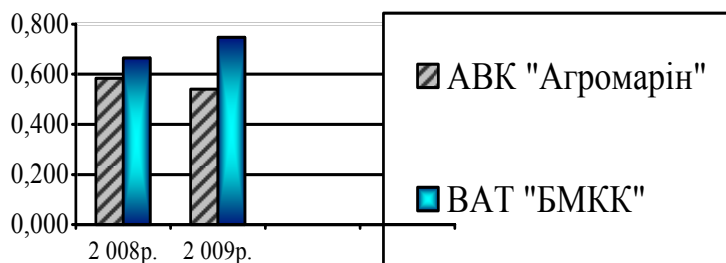


Рис. 3. Зміна конкурентоспроможності АВК «Агромарін» та ВАТ «БМКК»

Максимальний коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства може дорівнювати 1, на підприємстві «БМКК» він дорівнює в 2009р. 0,747.

Порівнюючи конкурентоспроможність підприємств молочної промисловості, можна зробити висновок, що Балтський молочноконсервний комбінат дитячого харчування є більш конкурентоспроможним в порівнянні з ВКФ «Агромарін», оскільки коефіцієнт конкурентоспроможності першого вище ($0,747 > 0,540$). Перевагами Балтського молочного комбінату є більш конкурентоспроможна продукція, вона має добре відому торгівельну марку, безпосередньо підприємство веде більш ефективну діяльність та надає рекламу, спрямовану на просування і збут продукції. Використовуючи показники діяльності Балтського молочноконсервного комбінату та фірми «Агромарін» для оцінки стійкості їх функціонування, отримуємо результати розрахунків, які наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Визначення показника стійкості функціонування підприємств

Показники	ВКФ «Агромарін»		ВАТ «БМКК»	
	2008р.	2009р.	2008 р.	2009 р.
1.Показник ефективності робочого капіталу	0,176	0,187	0,099	0,349
2.Показник ефективності накопиченого капіталу	0,476	0,479	0,361	0,261
3 .Рентабельність виробництва	0,181	0,215	-0,320	-0,341
4.Показник заборгованості	0,571	0,560	0,960	0,739
5.Показник ефективності активів	0,234	0,268	1,230	1,511
Показник стійкості функціонування підприємства, Z	2,051	2,207	1,376	1,613

Для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі слід визначити стійкість підприємств на даному сегменті ринку.

Зміни показника стійкості підприємств-виробників молочної продукції наочно представлено на рис. 4.

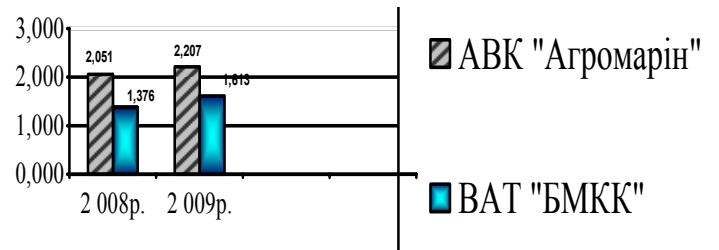


Рис. 4. Зміна показників стійкості ABK «Агромарін» та ВАТ «БМКК»

Не зважаючи на покращення результатів діяльності ВАТ «БМКК» і зростання на ньому стійкості більш високими темпами, його показники ще значно відстають від встановленого рівня $Z > 3$. Для того, щоб в майбутньому підприємства зберегли конкурентні позиції і не пішли з ринку, треба запроваджувати заходи по підвищенню конкурентоспроможності підприємств вже сьогодні.

Висновки і перспективи подальших розробок. Оцінка конкурентоспроможності проаналізованих підприємств молочної промисловості та аналіз їхньої продукції показали, що підприємства, незважаючи на складні економічні умови та наявність великої кількості конкурентів, утримують певні конкурентні позиції, але для впевненості у майбутньому необхідно постійно працювати як у напрямку поліпшення якості, так і по впровадженню заходів, що сприяють активізації попиту на продукцію вітчизняних виробників.

Література

1. Агеева І. М. Стратегія конкуренції як основа досягнення конкурентних переваг харчових підприємств / І. М. Агеева, М. Д. Міляєва // Економіка і організація підприємств. – 2009. – № 2. – С. 23–26.
2. Демин Н. Я. Управление экономикой фирмы: Конкуренция. Ценообразование. Конкурентоспособность / Н. Я. Демин. – М.: Экономика, 2003. – 290 с.
3. Котельников Д. Управление конкурентоспособностью: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закладів] / Д. Котельников, С. М. Задорожна. – К.: Слово, 2004. – 315 с.
4. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с.
5. Омеляненко Т. В. Управление конкурентоспособностью предприятия: навч. метод. посіб. [для самост. вивч. дисц.] / Т. В. Омеляненко, Д. О. Бараболь, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 272 с.
6. Солоха Д. В. Формування основних засад оцінки конкурентного потенціалу підприємства / Д. В. Солоха // Економіка і управління. – 2008. – № 4. – С. 58–63.
7. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: [монографія] / за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенко. – К.: ІНЖЕК, 2006. – 384 с.
8. Управление конкурентоспособностью предприятия: [навч. посіб.] / [С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
9. Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность / Т. Г. Философова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 271 с.
10. Ринок молока і молочних продуктів України 2006 (УкрАгроКонсалт) // Молочна промисловість. – 22.02.2007. – № 2. – С. 5–9.
11. Чагаровський В. П. Молочна промисловість України (минуле, сьогодення та майбутнє) / В. П. Чагаровський // Молочна промисловість. – 2005. – № 6 (21). – С. 5–10.
12. Чагаровський В. П. Структуризація молочного ринку України / В. П. Чагаровський // Молочна промисловість. – 2005. – № 7 (22). – С. 5–6.

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто питання, що пов'язані із більш глибоким осмисленням визначення поняття конкурентоздатності підприємства. Узагальнено сучасні теоретичні підходи щодо визначення розглядаємої економічної категорії на основі аналізу пропозицій вітчизняних та зарубіжних вчених. Запропоновано визначення поняття конкурентоздатності підприємства.

The article deals with issues related to a deeper comprehension of the definition of enterprise competitiveness. Modern theoretical approaches to the definition examined economic categories based on analysis of the proposed domestic and foreign scientists are generalized. The author's definition of the competitiveness of enterprise is proposed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах ринкової економіки визначення поняття «конкурентоздатності» має велике значення. Кожне підприємство постійно веде боротьбу за кожний сегмент ринку свого товару і розуміє, що конкурентоздатність має велике значення. Конкурентоздатність є одним із тих факторів, що значно впливає на комерційний успіх діяльності організації. Відмінною рисою переходу до ринкової економіки є те, що український ринок відкритий для великої кількості однорідних товарів як вітчизняного виробництва, так і закордонних виробів, що за радянських часів було просто неможливим. Тоді не існувало поняття конкуренції, а отже, і не існувало поняття конкурентоздатності підприємства, адже ця економічна категорія присутня лише за умов конкурентного середовища. Саме тому у радянські часи питання конкурентоздатності розглядалося лише на тих підприємствах, чиї товари реально експортувалися за кордон, або просто в теоретичному аспекті.

Сьогодні в Україні існує велика кількість малих і великих виробничих структур, які виходять на міждержавний, або навіть на міжконтинентальний ринок. Ці пострадянські зміни призвели до нових видів економічного співробітництва – міжнародної конкуренції. З нею підприємства стикаються внаслідок імпорту та експорту товарів. Сьогодні самі українські підприємства, які не обмежені у виборі конкурентної стратегії, ведуть боротьбу, але часто в умовах відсутності державної підтримки [1, с.110]. Від конкурентоздатності підприємства залежить його ефективна виробничо-господарська діяльність та його становище на вітчизняному та міжнародному ринках.

У нас немає конкурентів!» – цю фразу фактично не можливо почути від жодного підприємства. Всі знають, що конкурентоздатність підприємства – основа розвитку та збільшення продажів, конкурентоздатність необхідно постійно аналізувати, оцінювати та підвищувати. Проте сама по собі оцінка конкурентоздатності не приводить до збільшення продажів та прибутків, тобто вона не є рентабельним заходом. Більш того, для правильної оцінки необхідно провести не одне дослідження, на яке необхідно витратити фінансові ресурси, а чи буде віддача і коли – невідомо.

Незважаючи на значну кількість публікацій, конкурентоздатність підприємства, фактори що впливають на неї, ще недостатньо вивчені. Перед тим, як вивчати фактори було б доцільно визначитись з самим поняттям «конкурентоздатність підприємства».

Під час економічної кризи задля підтримання своєї конкурентоздатності, кожне підприємство повинно постійно відстежувати і негайно реагувати на всі зміни економічно нестабільних конкурентних середовищ. У тій економічній ситуації, що склалася в Україні,

дослідження поняття конкурентоздатності дає змогу розглядати його як комплексну характеристику забезпечення конкурентних переваг. Джерелами конкурентних переваг є технологічна база підприємства, економічна і соціальна бази, а також вміння своєчасно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі підприємства та своєчасно впроваджувати заходи щодо підтримки та підвищення конкурентних переваг. Цьому слід приділяти особливу увагу, адже саме оцінка рівня та аналіз конкурентоздатності підприємства є необхідною складовою частиною на всіх етапах його позавиробничого процесу.

Слід звернути увагу на те, що в основі економічної категорії «конкурентоздатність» лежить поняття «конкуренція». Конкуренція (від лат. "concurrentia" — стикатися) означає суперництво між суб'єктами ринкового господарства за найбільш вигідні умови виробництва, продажу і купівлі товарів [2, с.82]. Існує декілька видів конкуренції:

- внутрішньогалузева, міжгалузева, міжнародна. Якщо конкуренція означає суперництво, то конкурентоздатність можна назвати спроможність до цього суперництва. В свою чергу і конкурентоздатність може бути декількох рівнів:
- конкурентоздатність товару;
- конкурентоздатність підприємства;
- конкурентоздатність галузі;
- конкурентоздатність країни.

Між рівнями конкурентоздатності існує тісна внутрішня і зовнішня залежність. З одного боку, конкурентоздатність країни і галузева конкурентоздатність, зрештою, залежать від здатності конкретних товаровиробників випускати конкурентоздатні товари. Але, з іншого боку, випуск конкурентоздатної продукції може здійснюватися в умовах, створених для товаровиробників як у галузі і в країні в цілому [3, с.122]. Звернемося до визначень економічної категорії «конкурентоздатність підприємства» і спробуємо їх проаналізувати.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Єдиної думки, єдиного підходу до визначення поняття «конкурентоздатність підприємства» не існує. В економічній літературі є різні інтерпретації саме поняття «конкурентоздатність», в залежності від того, до якого економічного об'єкта воно використовується: чи до продукції підприємства, чи до самого підприємства, чи до економіки в цілому. Класиками в дослідженні поняття «конкурентоздатність» вважаються М. Портер, Г.Хемел, І. Ансофф. Ось яке визначення Портер дав поняттю «конкуренція»: «конкуренція - суперництво між організаціями з метою заняття лідируючого положення на ринку по якому-небудь показнику, тобто реалізація конкурентної переваги [4, с.36]». М. Портер робить висновки про те, що без конкуренції на внутрішньому ринку жодна фірма не може мати успіху на світовому ринку. Щодо конкурентоздатності підприємства, об'єднань підприємств або галузі, на думку М. Портера вона визначається наявністю у підприємства, об'єднань підприємств або галузі конкурентних переваг [4,с.39]. Необхідно відмітити, що конкурентна перевага – це ті характеристики підприємства, властивості товару або торгівельної марки, які створюють для нього певну перевагу над конкурентами [5, с.122]. Конкурентні переваги можуть бути внутрішніми (перевага підприємства у витратах виробництва, що є цінним для нього самого) та зовнішніми (перевага у властивостях товару, його якості, що створює цінність для покупця).

Багато сучасних вчених у своїх працях опираються на дослідження класиків Р. Фатхутдінова, І. Акімової, Л. Шевченко, А. Шутенко, З. Шершневої, В. Тарасевич. Такими вченими, як Р. Пейсом і Е. Стефан запропонована модель історичного розвитку конкурентоздатності. М. Портер вважав визначення конкурентної переваги та конкурентоздатність, що походить від неї, необхідними умовами для стратегії, яка є ефективною. М. Якубовський, Ф. Павленко і М. Портер визначають наявність конкурентоздатності підприємств найбільш важливим фактором конкурентоздатності держави, у якій вони існують.

Конкурентоздатність є складною багатогранною економічною категорією. І ця категорія побудована на основі різних підходів [5, с.123].

Конкурентоздатність підприємства в світі визначається по різному. Наприклад, А. П. Градов визначає її як «відносну перевагу підприємства над іншими підприємствами даної галузі в середині країни та за її межами» [6, с.125]. Відмітимо те, що А. П. Градов підкреслює у своєму визначенні те, що про конкурентоздатність двох і більше підприємств може йти мова тоді, коли ці підприємства однієї галузі, тобто виробляють однорідну продукцію. Б. Губський відмічає, що в більшості досліджень на всіх рівнях аналізу поняття конкурентоздатності, в тому числі і поняття конкурентоздатності підприємства, вчені та дослідники виділяють цінову та загальну, тобто структурну конкурентоздатність. При розгляді цінової конкурентоздатності, конкуренція здійснюється за рахунок цін, а при розгляді структурної конкурентоздатності, конкуренція здійснюється за рахунок виробництва. Підкреслимо те, що і цінова конкуренція, і загальна здійснюються за умови, що підприємства виробляють однорідну продукцію.

Р. Фатхутдінов визначає конкурентоздатність підприємства як здатність підприємства витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами в умовах конкурентного ринку [6, с.125]. Відразу відмітимо, що під конкурентним ринком мається на увазі ринок, в якому багато продавців і покупців однорідного товару, у зв'язку із чим, ніхто не може значно вплинути на ринкову ціну цього товару. Т. Щедріна розглядає конкурентоспроможність підприємства як можливість ефективної господарської діяльності і прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [6, с.125].

О. В. Кондратенко відмічає у своїй публікації що конкурентоздатність підприємства відображає пристосованість цього підприємства до ринкових змін у довгостроковий період. В той же час, конкурентоздатність продукції – це можливість конкурувати на ринку у короткий проміжок часу. Мова йде про те, що поняття конкурентоздатності підприємства та конкурентоздатність продукції взаємопов'язані. Монографія М. Г. Долинської та Ш. О. Соловйової є однією з перших праць в цьому напрямку [5, с.123].

Вихід підприємства на ринок із конкурентоспроможним товаром, який вироблений в економічно сприятливих умовах, із сприятливими умовами його збуту є одним із найважливіших моментів у роботі підприємства щодо освоєння нового ринку і формування його довгострокової конкурентоздатного потенціалу.

З цієї точки зору поняття конкурентоздатності підприємства розглядають такі вчені, як І. Герчикова, Р. Седегов, В. Власова, А. Дудник, А. Маренич, Т. Пітерс, Р. Уотермен. Розглянемо їх визначення більш детально.

І. Герчикова визначає конкурентоздатність підприємства як «сукупність економічних характеристик, що визначають становище підприємства на галузевому ринку, ця сукупність може включати характеристики товару, які визначаються сферою виробництва, а також фактори, що формують в цілому економічні умови виробництва та збуту товарів» [6, с.125]. Слід відзначити, що це визначення поняття «конкурентоздатність» є значно детальнішим і повнішим. І воно вказує на те, що конкурентоздатність підприємства значно залежить від конкурентоздатності його товару.

Звернемося до Р. Седегова та В. Власова, які дають своє визначення: «Конкурентоспроможність підприємства – відносна характеристика відмінностей товару даного виробника й конкурента з погляду рівня задоволення суспільних потреб та ефективності виробничої діяльності, що характеризує вміння виробника пристосовуватись до змін конкретних умов ринку» [6, с.125]. Вчені акцентують увагу на відмінності товару виробників та ефективності виробничої діяльності, на здатності виробника пристосовуватись до умов ринку. Відмітимо, що ця здатність є необхідною для формування конкурентоспроможного потенціалу будь-якого підприємства. Здатність підприємства пристосовуватись до умов ринку, особливо нашого ринку, який проходить етап формування, етап переходу від планової економіки до повноцінної ринкової економіки є невід'ємною частиною конкурентоздатності підприємства.

А. Дудник наводить таке визначення: «Конкурентоспроможність підприємства – спроможність підприємства виробляти та реалізовувати якісну продукцію швидко, дешево

(порівняно з конкурентами), у достатній кількості, при високому технічному сервісі» [6, с.125]. Це визначення дуже просте і не має тої ємкості, що повинно нести в собі визначення даної економічної категорії. Але в ньому вказано на дешевість та швидкість виробництва продукції підприємства порівняно із продукцією підприємств-конкурентів, про що жодний автор вище згаданих визначень не говорив. Але, якщо ми виготовляємо продукцію швидко, хіба це не означає що і дешево, і навпаки. Слід відмітити, що в цьому визначенні вказується на «високий технічний сервіс». Знову виникає запитання, а що саме автор має на увазі під «високим технічним сервісом»? Чи то якісне обслуговування проданих товарів, а може мається на увазі сервіс на виробництві цього товару. Слід відмітити, що виникає багато питань щодо визначення А. Дудника, а отже, воно не є досконалим.

Вчений А. Маренич, дає своє визначення: «Конкурентоздатність підприємства - це комплексна характеристика економічного потенціалу, фінансового стану, організаційної структури, ринкової стратегії підприємства, конкурентоздатності товарної продукції [6, с.125]». Цей вчений намагався в своєму визначенні дати повну характеристику конкурентоздатності підприємства. Відзначимо, що саме він звернув увагу на фінансовий стан підприємства і його організаційну структуру. Але одночасно це визначення здається незавершеним.

Американські вчені Т. Пітерс і Р. Уотермен відмітили, що конкурентоздатність підприємства – вміння підприємства оновлюватись, пристосовуючи до змін свої стратегії, системи, продукцію, культуру, щоб пережити потрясіння і повернути собі на користь обставини, що можуть негативно впливати на підприємство [6, с.125]. Про необхідність вміння підприємства оновлюватись і пристосовуватись до негативних обставини в попередньо розглянутих визначеннях ніхто не писав, що значно вирізняє його від інших.

В. Герасимчук дає своє визначення, в якому також йде мова про вміння постійно оновлюватись, миттєво реагувати на зміни ринку, забезпечувати прибуток, який перевищуватиме середньогалузевий рівень, здобувати основну частку ринку [6, с.125].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасна економічна ситуація характеризується подальшим розвитком глобального світового ринку, що призводить до посилення конкуренції не тільки на міждержавному та міжконтинентальному, а й на внутрішніх ринках. Багато економістів дійшли висновку, що у новій ринковій економіці, коли підприємства – це великі структури по виробництву декількох абсолютно різних видів товару, необхідною є оцінка конкурентоздатності всього підприємства, а не окремих його виробництв. Необхідною умовою є існування єдиного визначення поняття «конкурентоздатність підприємства». У зв'язку із переходом від планової до ринкової економіки, у якій ускладнюються умови господарювання, необхідним є процес переосмислення цієї економічної категорії. Над цією проблемою працювали і працює велика кількість вчених і незважаючи на різноплановість та глибину проведених досліджень проблема визначення поняття конкурентоздатності підприємства є недостатньо вивченою.

Постановка завдання. Необхідно дослідити поняття конкурентоздатності підприємства, проаналізувати сучасні теоретичні підходи щодо визначення цього поняття на основі праць вітчизняних та зарубіжних вчених, спробувати запропонувати власне визначення поняття конкурентоздатності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Багато вчених стверджує, що конкурентоздатність будь-якого підприємства характеризується наявністю у виробника всіляких переваг: організаційних, технічних, фінансових, кадрових. І саме за допомоги цих переваг товаровиробник може оновлювати виробництво, асортимент продукції, підвищувати її якість [6, с.125].

Розглядаючи визначення конкурентоздатності підприємства різних авторів, звернемо увагу на те, що дехто цю економічну категорію називає конкурентоспроможністю, а дехто конкурентоздатністю. Наприклад, А. Дудник, А. Маренич називають її конкурентоспроможністю підприємства. В. Герасимчук, Т. Щедрина, І. Герчікова –

конкурентоздатністю підприємства. Відразу можна задати питання, а як правильно, або як правильніше?

З одного боку ці поняття є рівнозначними і, можна сказати, що кожне з них має однакове право на існування. Конкурентоспроможність і конкурентоздатність – ці слова складаються з двох слів кожне. Тобто, поняття конкурентоспроможність можна виразити як спроможність до конкуренції, а конкурентоздатність – як здатність до конкуренції. Звернемо увагу на лексичне значення слів «спроможність» і «здатність».

За тлумачним словником української мови А. Івченка: «Здатність – уміння, а також можливість робити які-небудь дії, або, здатність - індивідуальні особливості особи, що є суб'єктивними умовами успішного здійснення певного роду діяльності [7, с.231]». Поняття «спроможність» не можна цілком пояснити раціональним шляхом. Спроможність – наявність здібностей, вміння здійснювати будь-що [7, с.395]. Але у кожній спроможності може бути присутня вірогідна неспроможність. Отже, на мою думку, економічну категорію, яку ми вивчаємо, правильно називати не «конкурентоспроможність», а «конкурентоздатність».

Слід відзначити, що наведені різними авторами визначення конкурентоздатності підприємства показують, що кожний автор виділяє ті чи інші фактори, які впливають на конкурентоздатність. Складемо групи визначень конкурентоздатності підприємства за наявністю тієї чи іншої ознаки.

1 група: наявність ознаки «Конкурентна перевага підприємства». Про це пишуть у своїх визначеннях М. Портер, А. П. Градов, Р. Седегова та В. Власова. Слід відмітити те, що в визначенні Р. Седегової та В. Власової конкурентні переваги мають місце, але вони відразу поділені на внутрішню (задоволення суспільних потреб) та зовнішню (ефективність виробничої діяльності).

2 група: «умова конкурентного ринку». Про конкурентоздатність підприємства, що розглядається в у мовах конкурентного ринку пишуть у своїх визначеннях Р. Фатхутдінов та Т. Щедріна.

3 група: наявність ознаки «оновлення та пристосування підприємства до ринкових змін». Про цю ознаку конкурентоздатності підприємства пишуть такі автори, як О. В. Кондратенко, Р. Седегова та В. Власова, Т. Пітерс і Р. Уотермен, В. Герасимчук.

4 група: наявність ознаки «економічні характеристики підприємства та його товарів». У своїх визначеннях конкурентоздатності підприємства про цю ознаку згадали І. Герчикова, А. Маренич.

5 група: «здатність підприємства витримувати конкуренцію». Про конкуренцію у своїх визначеннях конкурентоздатності підприємства згадав Р. Фатхутдінов та натякнув на неї А. Маренич.

Отже, бачимо, що у авторів немає єдиної думки щодо визначення поняття конкурентоздатності підприємства, та ознак, що мають бути присутні в ньому.

Спробуємо надати своє визначення поняттю «конкурентоздатності підприємства». Звернемо увагу на те, що воно складається з трьох слів: конкуренція, здатність і підприємство. Необхідно надати лексичне значення кожному з цих слів і перевірити, чи не криється визначення цього поняття в ньому самому.

Як вже вище було сказано, здатність – це уміння, а також можливість робити які-небудь дії, або, здатність – це індивідуальні особливості особи, що є суб'єктивними умовами успішного здійснення певного роду діяльності [7, с.231].

Надамо визначення терміну «конкуренція».

Конкуренція – боротьба відокремлених товаровиробників за найбільш вигідні умови виробництва і збуту продукції; стихійний регулятор пропорції суспільного виробництва [8, с.223]. І нарешті, визначення терміну «підприємство». Підприємство – самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який володіє правами юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою отримання відповідного доходу [8, с.437].

Отже, запропонуємо слідуєчий варіант визначення поняття «конкурентоздатність підприємства». Конкурентоздатність підприємства – наявність індивідуальних особливостей підприємства і можливостей їх використання в боротьбі за найбільш вигідні умови виробництва і збуту продукції, з метою досягнення поставлених цілей.

Перевіримо присутність ознак груп визначень конкурентоздатності підприємства в складеному визначенні.

1 група, 3 група, 4 група: ознаки цих груп присутні у вступній частині визначення: «Конкурентоздатність підприємства – наявність індивідуальних особливостей підприємства і можливостей їх використання...»

2 група: «умова конкурентного ринку»: ця ознака відсутня, адже, як ми вище сказали, мова не може йти про конкурентоздатність підприємства без умови конкурентного ринку.

5 група: «здатність підприємства витримувати конкуренцію». Ознака цієї групи присутня в другій частині запропонованого нами визначення: «...в боротьбі за найбільш вигідні умови виробництва і збуту продукції, з метою досягнення поставлених цілей».

Висновки і перспективи подальших розробок. Автор прийшов до таких висновків:

1. У результаті вивчення визначень поняття «конкурентоздатність підприємства», ми прийшли до висновку, що ця економічна категорія не тільки є однією з найважливіших у процесі становлення ринкових умов, а й викликає велику кількість дискусій, які, будуть актуальними і в майбутньому.
2. Кожний автор визначень поняття «конкурентоздатність підприємства» в тій чи іншій мірі віддає перевагу окремим факторам або групам факторів конкурентоздатності підприємства, тобто відсутня єдина концепція.
3. Багато визначень зводиться до того, що підприємство повинно, використовуючи свої ресурси (технологічні, фінансові, організаційні), формувати конкурентну перевагу, яка є основою для підтримання або розвитку конкурентоздатності підприємства.
4. Правильніше буде називати розглядаєму у статті економічну категорію не конкурентоспроможність підприємства, а конкурентоздатність підприємства.
5. В результаті проведеного дослідження автором запропоноване слідуєче визначення поняття конкурентоздатності підприємства: Конкурентоздатність підприємства – наявність індивідуальних особливостей підприємства і можливостей їх використання в боротьбі за найбільш вигідні умови виробництва і збуту продукції, з метою досягнення поставлених цілей.

Література

1. Жамойда О. А. Методичні особливості визначення конкурентоспроможності промислового підприємства / О. А. Жамойда // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1(91). – С. 110–117.
2. Белецкая И. И. Конкурентоспособность в её современной трактовке / И. И. Белецкая // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10(40). – С. 81–88.
3. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб. пособ.] под ред. Р. А. Фатхутдинова; [2-е изд., испр. и доп.]. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
4. Портер М. Конкуренция: [пер. з англ.] / М. Портер. – Издат. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
5. Кондратенко О. В. Продуктивный аспект управления конкурентоспособностью машиностроительных предприятий / О. В. Кондратенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9(99). – С. 155–159.
6. Ладунка І. С. Конкуренція: теоретичний аспект / І. С. Ладунка // Держава та регіони. – 2008. – № 6. – С. 22–28.
7. Тлумачний словник української мови: спеціальна література / [під ред. А. Івченка]. – К.: Фоліо, 2005. – 540 с.
8. Экономика предприятия: [учеб.] / под ред. В. И. Осипова. – Одесса: Маяк, 2005. – 720 с.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ПРИ ВИБОРІ ПОРТФЕЛЮ ЕКОНОМІЧНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті проведено дослідження теоретичних аспектів економічної стратегії підприємства та обґрунтовано доцільність використання теорії нечітких множин при виборі портфелю економічних стратегій підприємства харчової промисловості. Запропоновано стадії вибору портфелю економічних стратегій розвитку підприємства.

In the article research of theoretical aspects of economic strategy of enterprise is conducted and expediency of the use of theory of fuzzy sets is reasonable at a choice to the brief-case of economic strategies of enterprise of food industry. The stages of choice to the brief-case of economic strategies of development of enterprise are offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах ринкової економіки важливою особливістю зовнішнього середовища підприємства є наявність ринкової невизначеності, оскільки на підприємство харчової промисловості впливають неконтрольовані фактори зовнішнього середовища. У нових умовах, коли зовнішнє середовище стало менш сприятливим, а конкуренція є більш жорсткою, роль наукового підходу у вирішенні актуальних завдань управління економічною стратегією підприємства різко зростає. У сучасних умовах підприємство повинно саме визначати і прогнозувати параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції та послуг, ціни, постачальників, ринки збуту, свої довгострокові цілі та стратегію їх досягнення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженню проблем економічної стратегії присвятили свої наукові праці такі вчені як А.П. Градов, М.В. Макаренко, О.М. Махаліна, О.М. Скібіцький, В.А. Горемикін, Я.А. Жаліло, О.О. Шубін та інші. Апарат нечіткої логіки досліджувався у роботах таких вчених, як: Л. Заде, А.В. Матвійчук, О.О. Недосекінін, О.В. Морозом, А.О. Свентухом та іншими.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недолік науково обґрунтованих методів прийняття рішень істотно ускладнює стратегічний процес прийняття рішень з управління економічною стратегією на підприємстві. У світлі явної недостатності наукових методів для управління економічною стратегією підприємства, яке функціонує в умовах невизначеності, велике сприяння може надати теорія нечітких множин, закладена біля півстоліття тому в фундаментальних роботах Лотфі Заде.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування використання теорії нечітких множин при виборі портфелю економічних стратегій підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні одним з найбільш перспективних напрямків наукових досліджень в галузі аналізу, прогнозування та моделювання економічних явищ і процесів є нечітка логіка (fuzzy logic). Нечітко-множинні моделі, часто представлені у вигляді програмного забезпечення для персональних комп'ютерів, які дозволяють як менеджерам різного рівня, так і власникам підприємств приймати економічно обґрунтовані рішення.

Хоча вперше згадка про новий метод математичного моделювання з'явилася близько півстоліття тому, дана галузь наукових досліджень до сих пір залишається мало дослідженою. У 1965 р. Л. А. Заде, професор інформатики Каліфорнійського університету в Берклі, ввів в науку поняття нечітких множин (fuzzy set), що дало назву однойменній теорії (fuzzy logic) [1, с.100].

Заслугою Заде є те що він розширив класичне поняття множини, допустивши, що характеристична функція (функція приналежності елемента безлічі) може приймати будь-які значення в інтервалі $(0; 1)$, а не лише значення 0 або 1. Такі безлічі були названі ним нечіткими (fuzzy). Л. Заде визначив також ряд операцій над нечіткими множинами і запропонував узагальнення відомих методів логічного виведення *modus ponens* і *modus tollens*. Ввівши потім поняття лінгвістичної змінної і допустивши, що в якості її значень (термів) виступають нечіткі множини, Л. Заде створив апарат для опису процесів інтелектуальної діяльності, включаючи нечіткість і невизначеність виразів.

Для оцінювання ризику окремих видів діяльності підприємства можна використовувати апарати нечіткої логіки та нечітких множин, що об'єктивно дає змогу моделювати виробничі, комерційні, фінансові та інвестиційно-інноваційні аспекти діяльності підприємства.

Апарати нечітких множин та нечіткої логіки призначені для роботи із числовими і нечисловими даними та налаштування моделі відповідно до реальних даних. Теоретичні розробки основ теорії нечітких множин та нечіткої логіки були закладені Л. Заде [2, с.167].

В Україні дослідження проблем ризику з використанням елементів теорії нечітких множин здійснюють науковці під керівництвом О.В. Мороза, А.В. Матвійчука [3, с.206; 4, с.177].

Провідний напрям застосувань теорії нечітких множин в економіці - це обґрунтування форм функцій належності відповідних нечітких чисел і класифікаторів, що використовуються в моделі. Якщо всі вихідні моделі, що мають нечіткий вигляд, обґрунтовані, то можна отримати науково обґрунтований результуючий показник. Проблема виникає тоді, коли результуючий показник, отриманий у нечіткому вигляді, вимагає кількісної і якісної інтерпретації.

За допомогою нечітких описів строгою мовою математики можна формулювати та розв'язувати навіть такі задачі, в яких присутні лише лінгвістичні висловлювання (нечислові змінні), а також оцінювати ефективність функціонування системи через поєднання кількісних і якісних показників, розглядаючи їх не тільки у статичі, але й динаміці.

Основним поняттям теорії нечіткої логіки є лінгвістична змінна. Згідно Лотфі Заде, лінгвістичною називається змінна, значеннями якої є слова або вирази природної чи штучної мови [2, с.67].

Загальна процедура побудови моделі об'єкта з використанням методів нечітких множин включає створення множини значень змінних для можливих станів об'єкту і відповідно множини оцінок (бальних чи лінгвістичних) цих значень [5, с.289].

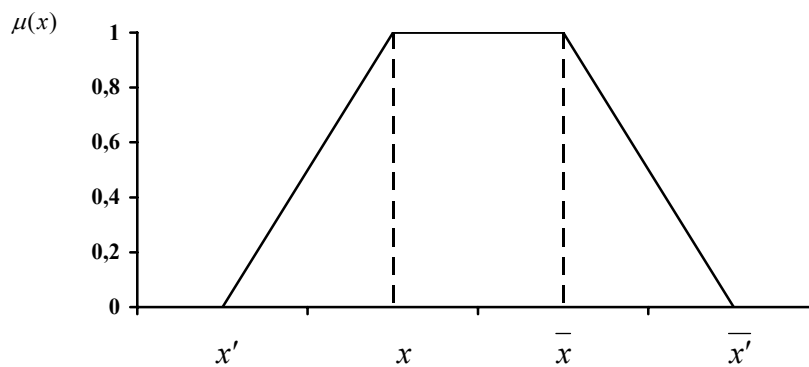
Нечіткі описи у структурі методу аналізу ризику з'являються у зв'язку з невпевненістю експерта, яка виникає у процесі різноманітного роду класифікацій. Наприклад, коли треба провести межу між середнім та низьким рівнем значень параметру. Тоді застосування нечітких описів має наступне значення:

1. Експерт буде лінгвістичну змінну зі своєю терм-множиною значень. Наприклад: змінна «Рівень ризику банкрутства» може володіти терм-множиною значень «Дуже низький, Низький, Середній, Високий, Дуже високий».

2. Експерт обирає відповідну для неї кількісну ознаку, для того щоб конструктивно зробити опис лінгвістичної змінної – наприклад, сконструйований показник рівня ризику банкрутства, який приймає значення від нуля до одиниці.

3. Експерт кожному значенню лінгвістичної змінної (яке, за своєю будовою, є нечіткою підмножиною значень інтервалу $(0,1)$ – галузі значень показників рівня ризику банкрутства) зіставляє функцію приналежності рівня ризику банкрутства тієї або іншій нечіткій підмножині. Загальноприйнятими функціями у цьому випадку є трапецієподібні функції приналежності (рис.1).

Верхня основа трапеції відповідає повній впевненості експерта у правильності своєї класифікації, а нижня – впевненості у тому, що ніякі інші значення інтервалу $(0,1)$ не потраплять у обрану нечітку множину.

Рис. 1. Нечітка змінна x із трапецієподібною функцією належності

Нижня основа трапеції $[x', \bar{x}']$ виражає всю припустиму множину значень нечіткого фактора x , верхня $[x, \bar{x}]$ - тих значень, для яких експерт встановлює гарантовану відповідність обраному значенню лінгвістичної змінної. Бічні ребра трапеції відображають зміну ступеня впевненості експерта щодо його оцінки від 1 до 0. Усі інші значення фактора x , що виходять за межі основи трапеції, однозначно не будуть відповідати обраній лінгвістичній змінній.

Для компактного опису трапецієподібної форми нечіткого числа x зручно користуватись трапецієподібними числами виду $x = \langle x', x, \bar{x}, \bar{x}' \rangle$. Інтервал $[x, \bar{x}]$ називають оптимістичною оцінкою параметра x , а інтервал $[x', \bar{x}']$ - песимістичною оцінкою параметра x . Представимо трапецієподібну функцію належності, зображену на рис. 1, в аналітичній формі:

$$\mu(x) = \begin{cases} 0, & x < x' \\ \frac{x - x'}{x - x'}, & x' \leq x \leq x \\ 1, & x \leq x \leq \bar{x} \\ \frac{x' - x}{x' - \bar{x}}, & \bar{x} \leq x \leq \bar{x}' \\ 0, & x > \bar{x}' \end{cases} \quad (1)$$

Опис лінгвістичної змінної на даному етапі закінчено, і аналітик може використовувати її як математичний об'єкт у відповідних операціях і методах [6, с.64].

В умовах нестабільності ринкового середовища, поряд з іншими теоріями обробки невизначеності, виправдане використання апарату теорії нечітких множин у вирішенні різних завдань управління діяльністю підприємства.

Одним з актуальних завдань у системі управління економічною стратегією підприємства є здійсненні правильного вибору портфелю економічних стратегій розвитку.

В сучасних умовах господарювання головною метою переважної більшості підприємств – виробників соків є адаптація до умов підвищеної динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища. Відтак підприємствам необхідна відповідна стратегія розвитку, яка стала б основою прийняття ефективних управлінських рішень.

Стратегічний характер вибору мети функціонування вітчизняних підприємств набуває пріоритетного значення для управлінського персоналу.

Управлінське рішення стосовно вибору портфелю економічних стратегій підприємства включає наступні стадії (рис. 2):

Перша стадія – «Розпізнання проблеми розвитку» – складається з наступних етапів:



Рис. 2. Стадії вибору портфелю економічних стратегій розвитку підприємства

Перший етап – «Попереднє визначення проблеми розвитку» – припускає визначення головної проблеми, яка виникла на підприємстві в процесі його розвитку.

Другий етап – «Оцінка розпізнавання ситуації в розвитку» – містить у собі оцінку конкурентного статусу підприємства та дослідження стану підприємства.

Третій етап – «Визначення головної мети розвитку» – передбачає встановлення головної мети в розвитку підприємства.

Четвертий етап – «Оцінка відповідності ситуації головної мети розвитку» – містить у собі зіставлення стану підприємства, у якому воно знаходиться в даний момент часу, з головною метою його розвитку, до якої підприємство повинно прагнути.

На п'ятому етапі – «Уточнення проблеми розвитку» – виходячи з порівняльної оцінки відповідності ситуації головній меті розвитку, уточнюється проблема розвитку.

На першому етапі I стадії буде отримана конкретна кількісно-якісна оцінка стану підприємства і, у зв'язку з цим, конкретна проблема, що стоїть перед ним у розвитку.

Друга стадія – «Діагностика проблеми розвитку» – складається з наступних етапів:

Етап – «Діагностика проблем розвитку» – здійснюється за допомогою експертної системи оцінки. У результаті діагностики визначається перелік підпроблем по окремих компонентах конкурентного статусу підприємства.

Етап – «Ранжирування проблем розвитку» – виробляється ранжирування проблем розвитку підприємства по їхнім якісним критеріях.

На етапі – «Побудова «дерева проблем» розвитку» – виходячи з переліку проранжованих проблем, будується «дерево проблем», для цієї мети використовується ієрархічне дерево, засноване на теорії графів.

Третя стадія – «Рішення проблеми розвитку» – складається з наступних етапів:

Етап – «Початковий вибір портфелю економічних стратегій розвитку» – здійснюється первісний вибір портфелю економічних стратегій розвитку підприємства.

У теорії та практиці склалися досить добре відомі стратегії розвитку бізнесу, що зазвичай називають базисними або еталонними: ріст, розширення, диверсифікованість, скорочення. У цілому вони відбивають чотири різні підходи до розвитку підприємства і пов'язані зі зміною стану одного або декількох наступних елементів: продукт, ринок, галузь, положення підприємства усередині галузі, технологія. Кожний з даних п'яти елементів може знаходитися в одному з двох станів: існуючий стан (функціонування) або новий стан (розвиток).

Першу групу еталонних стратегій складають стратегії концентрованого росту. Тобто ті стратегії, що пов'язані зі зміною продукту або ринку і не тркаються трьох інших елементів. Дотримуючись цих стратегій, підприємство намагається поліпшити свій продукт або почати виробляти новий, не змінюючи при цьому галузі. Конкретними типами першої групи є: стратегія посилення позиції на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту.

Другу групу еталонних стратегій складають стратегії інтегрованого росту. Підприємство може здійснювати інтегрований ріст шляхом придбання власності, так і шляхом розширення зсередини. При цьому в обох випадках відбувається зміна положення підприємства всередині галузі. Виділяють два основних типи стратегії інтегрованого росту: стратегія зворотної вертикальної інтеграції і стратегія вперед направленої вертикальної інтеграції.

Третю групу еталонних стратегій складають стратегії диверсифікованого росту. Ці стратегії реалізуються в тому випадку, якщо підприємства далі не можуть розвиватися на даному ринку з даним продуктом у рамках даної галузі. До них відносять: стратегія вертикальної диверсифікації, стратегія горизонтальної диверсифікації, стратегія конгломерантної диверсифікації.

Четвертим типом еталонних стратегій розвитку бізнесу є стратегії скорочення. До них відносять: стратегія «збору врожаю», стратегія скорочення, стратегія скорочення витрат.

П'ятим типом є стратегія реструктуризації, сутність якої складається в перманентному процесі керування змінами на підприємстві у таких перетворених формах як: адаптивна реструктуризація, досудове фінансове оздоровлення, санація і банкрутство підприємства [7, с.107-110].

Для здійснення цього етапу використовується матриця вибору портфеля економічних стратегій розвитку підприємства, що відображає рівні управління: корпоративний, діловий і функціональний (табл. 1).

У табл. 1 наведено матрицю вибору портфеля економічних стратегій для підприємств.

Знаючи оцінку по тому чи іншому приватному показнику, що характеризує проблемний компонент економічної стратегії підприємства, здійснюється первісний вибір портфеля стратегії його розвитку.

Етап «SWOT-аналіз розвитку» передбачає аналіз можливостей та загроз зовнішнього середовища, а також сильних та слабких сторін внутрішнього середовища для розвитку підприємства.

Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз розвитку підприємства. Потім встановлюються зв'язки між ними, які в подальшому можуть бути використані для формування портфелю економічних стратегій розвитку підприємства.

На етапі – «Заключний вибір портфеля економічних стратегій розвитку» – виходячи з результатів SWOT-аналізу, здійснюється остаточний вибір портфеля економічних стратегій розвитку підприємства.

Етап – «Визначення мети розвитку» – уточнюється головна мета розвитку підприємства.

На етапі «Побудова «дерева цілей» розвитку, головна мета розвитку за допомогою ієрархічного дерева розкладається на підцілі, які її визначають. На рис. 3 зображено «дерево цілей» розвитку підприємства [8, с.280].

Матриця вибору портфеля економічних стратегій для підприємства

Стратегії для відповідного рівня управління		
Корпоративна	Ділова	Функціональна
1. Зростання (розвитку)	1.1. Інтенсифікація 1.2. Диверсифікація 1.3. Інтеграція 1.4. Техніко-технологічний розвиток	1.1.1. Стратегія активного маркетингу 1.1.2. Повне задоволення попиту 1.1.3. Проведення дивідендної політики 1.1.4. Наступальна стратегія НДНКР
2. Стабілізації	2.1. Економія витрат 2.2. Постійна адаптація до зовнішнього середовища 2.3. Збереження науково-технічного і кадрового потенціалу	2.2.1. Стратегія вибіркового проникнення 2.2.2. Орієнтація на середній попит 2.2.3. Розробка ефективної структури капіталу
3. Реструктуризація та реорганізація	3.1. Диференціація продукції 3.2. Збільшення або розширення обсягів продажу (звуження або розширення СЗГ) 3.3. Спеціалізація продукції в СЗГ (фокусування) 3.4. Входження у нові СЗГ	3.3.1. Фінансове оздоровлення 3.3.2. Підвищення технічного рівня виробництва 3.3.3. Підвищення конкурентоспроможності продукції
4. Приєднання. Продаж. Злиття	Збільшення обсягів виробництва продукції на яку є попит і зменшення обсягів виробництва продукції на яку попиту не має (звуження або розширення СЗГ)	Фінансове оздоровлення
5. Ліквідація	Припинення виробництва продукції в усіх стратегічних зонах господарювання	Розпродаж усіх активів за мінімальною їх вартістю

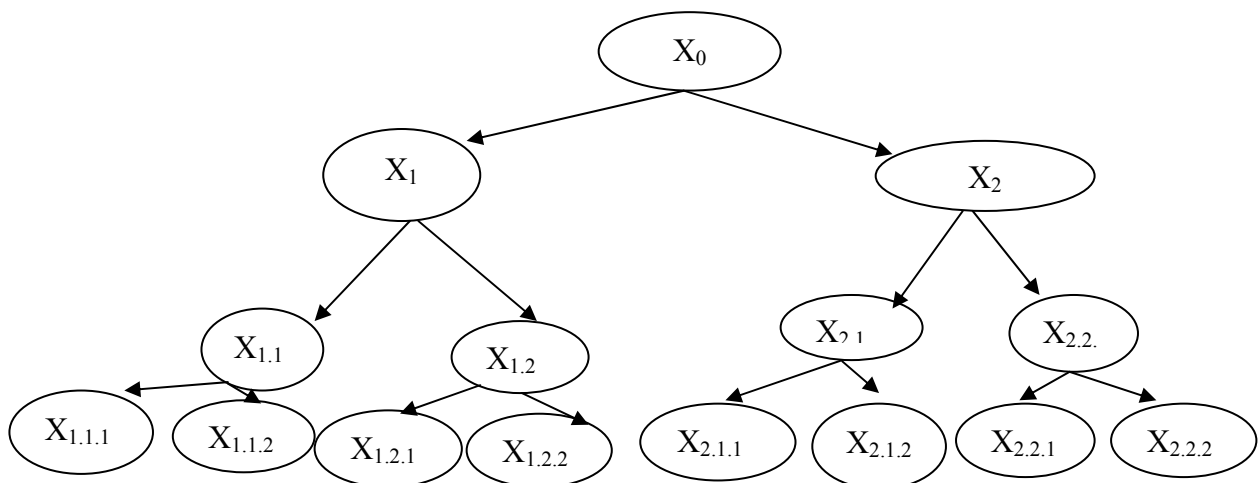


Рис. 3. Дерево цілей розвитку підприємства

На рис. 3 – X_0 головна мета розвитку підприємства;

X_1 і X_2 – підцілі I-го рівня розвитку підприємства;

$X_{1.1}$, $X_{1.2}$ і $X_{2.1}$, $X_{2.2}$ – підцілі II рівня розвитку підприємства – підтримка на високому рівні складових елементів підцілі підприємства;

$X_{1.1.1}$, $X_{1.1.2}$, $X_{1.2.1}$, $X_{1.2.2}$, $X_{2.1.1}$, $X_{2.1.2}$, $X_{2.2.1}$, $X_{2.2.2}$ – підцілі III рівня розвитку підприємства – підтримка на високому рівні складових елементів підцілі підприємства.

Таким чином, наведений вище підхід дозволяє обрати портфель економічних стратегій підприємства в залежності від його рівня управління.

Вихідною передумовою для вибору портфеля економічних стратегій розвитку підприємств – виробників соків є результати оцінки ризику банкрутства за допомогою теорії нечітких множин.

Висновки і перспективи подальших розробок. Узагальнюючи вищевикладене, автори акцентують увагу на таких моментах:

Невизначеність, присутня в завданнях управління діяльністю будь-якого підприємства, характеризується розмитістю використовуваних думок і оцінок експертів, неповнотою і нечіткістю інформації про основні параметри і умови аналізованого завдання.

Таким чином, невизначеність, що приводить до значного підвищення складності завдань управління діяльністю підприємства, породжується великою кількістю чинників.

Поєднання цих чинників на практиці створює великий спектр різних видів невизначеності.

Проблема розвитку економічного потенціалу, пов'язана, насамперед, з вибором економічної стратегії підприємства.

Вибір портфелю економічних стратегій розвитку підприємств сокової галузі здійснено базуючись на технології прийняття управлінських рішень. У статті запропоновані етапи процесу підготовки та прийняття рішень щодо вибору портфелю економічних стратегій підприємств – виробників соків.

Література

1. Zadeh L. A. Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility / L. A. Zadeh // Fuzzy Sets and Systems. – 1978. – Vol. 1. – №1. – 100 p.
2. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений / Л. Заде. – М.: Мир, 1976. – 167 с.
3. Матвійчук А. В. Аналіз та прогнозування розвитку фінансово-економічних систем із використанням теорії нечіткої логіки: [монографія] / А. В. Матвійчук. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 206 с.
4. Мороз О. В. Оптимальне управління економічними системами в умовах невизначеності та ризику: [монографія] / О. В. Мороз, А. В. Матвійчук. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. – 177 с.
5. Лук'янова В. В. Механізм діагностики діяльності підприємств з урахуванням ризику: дис. д-ра екон. наук: 08.00.04 / В. В. Лук'янова. – Хмельницький, 2008. – 391 с.
6. Свентух А. О. Оцінка ризикованості функціонування об'єктів комунального господарства на основі нечітко-множинного підходу: дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук: 08.03.02 / А. О. Свентух. – Хмельницький, 2005. – 180 с.
7. Ковальов А. І. Організація та управління реструктуризацією підприємств промисловості: навч. посіб. / А. І. Ковальов. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2008. – 316 с.
8. Тридід О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: дис. д-ра екон. наук / О. М. Тридід. – Х, 2003. – 393 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЕВОЛЮЦІЇ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГУ

У статті охарактеризовано періоди еволюційного розвитку персонал-маркетингу; уточнено місце персонал-маркетингу в еволюції концепцій управління персоналом; а також визначено основні етапи в еволюції персонал-маркетингу в контексті розвитку підходів щодо управління персоналом.

In the article periods of evolutionary development of personnel-marketing are described; the place of personnel-marketing in the evolution of conceptions of a personnel management is specified; stages in the evolution of personnel-marketing in the context of development of conceptions of a personnel management are revealed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Умови ринкової економіки, що пов'язані із необхідністю пошуку нових засобів і методів підвищення конкурентоспроможності підприємств, вимагають впровадження у їх діяльність сучасних і дієвих інструментів кадрового менеджменту, одним із яких виступає персонал-маркетинг. Так, проблеми, які існують нині у сфері управління персоналом у вітчизняних підприємствах пов'язані, у першу чергу, з відсутністю моніторингу і контролю над кадровою роботою з боку відповідного фахівця-маркетолога. При цьому як маркетингове управління, так і робота з персоналом не повинні полягати лише у прийомі на роботу нових фахівців. Ця робота повинна включати постійну взаємодію маркетолога з персоналом підприємства і має за мету стимулювання працівників явними і прихованими маркетинговими прийомами. Діяльність з персонал-маркетингу повинна бути сфокусована на: задоволенні потреб підприємства у кваліфікованому персоналі; реалізації потреб працівників у підприємстві; максимальному заохоченні самоконтролю працівників; підтримці згуртованості та активної позиції трудового колективу; створенні на підприємстві корпоративного духу, тощо. Таким чином, питання персонал-маркетингу у сучасних умовах є актуальними, а певні його аспекти, зокрема, пов'язані з еволюцією у контексті розвитку підходів до управління персоналом, потребують систематизації і уточнення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання еволюції підходів до управління персоналом і розвитку концепції персонал-маркетингу розглядалися у працях таких вітчизняних і закордонних учених: А.І. Турчинов («Управління персоналом»): охарактеризовано виникнення персонал-маркетингового підходу; О.А. Борисова («Управління персоналом для сучасних керівників»): розглянуто розвиток ідей персонал-маркетингу у донауковий період; А.Я. Кібанов («Управління персоналом організації»), А.П. Єгоршин («Управління персоналом»), Н.П. Беяцький («Управління персоналом»), Т.Ю. Базаров, Б.Л. Єрьомін («Управління персоналом»), О.Н. Гайдамака («Управління персоналом»): визначено окремі етапи розвитку персонал-маркетингу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Еволюція концепцій управління персоналом і досі цікавить науковців, однак єдиної точки зору щодо розвитку управління персоналом не існує. Так, учені виділяють різну кількість етапів у концептуальному розвитку цієї науки. До того ж відсутні узгоджені погляди на часові періоди зміни концепцій; еволюція персонал-маркетингу практично не розглядається, а отже, питання періодизації розвитку його ідей потребують свого вирішення.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення особливостей еволюції персонал-маркетингу у контексті розвитку концепцій управління персоналом й уточнення періодизації розвитку його ідей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження будь-яких явищ і процесів

доцільно починати з вивчення джерел їх виникнення. Знання еволюційних аспектів подій сприяє проникненню в суть досліджуваних явищ, визначенню передумов їхньої появи і розвитку, обґрунтуванню правильності трактувань [1, с.11]. Так, виникнення персонал-маркетингового підходу не було спонтанним, а з'явилося в результаті еволюційного розвитку науки управління персоналом. Передумови виникнення персонал-маркетингу можна знайти навіть у стародавніх згадках (зокрема, що стосуються питань організованого відбору людей для видів діяльності) (табл. 1).

Таблиця 1

Еволюція персонал-маркетингу	
Період	Характеристика
Донауковий період	
Стародавні часи	Потреба в управлінні людськими можливостями визрівала на історично тривалих етапах суспільного розвитку. Вона пов'язана з розвитком якісних форм праці, таких як трудове заняття, ремісництво і професійна діяльність. Багато століть тому були інституціолізовані багато видів робіт, що складають зміст деяких кадрових технологій. Наприклад, опис і обґрунтування елементів організованого відбору людей для видів діяльності зустрічається уже в Стародавньому Китаї, а потім у працях Платона. Практика методів відбору широко застосовувалася у стародавній Спарті. Цілеспрямованою організацією навчання людство починає займатися ще до появи грамотності, передаючи соціальний і трудовий досвід наступним поколінням [2, с.41-42].
Період соціальних реформ (кін. XVIII – поч. XIX ст.)	Початок підтримки інтересів робочих в епоху дегуманізації. Наприклад, Р.Оуен, якого вважають першим представником сучасного управління персоналом припинив наймати дітей віком до 12 років, створив достойні умови праці і можливості для харчування на робочому місці, ввів право звернутися зі скаргами, привів до ладу дорожнє покриття, налагодив збір сміття, побудував для робочих пристойне житло і організував вечірні центри для навчання і відпочинку, вважаючи, що „управління персоналом окупається” [3, с. 14-19].
Період добродійності (сер. і II половина XIX ст.)	Добродійність у відношеннях до робочих з боку, в першу чергу, релігійних сімей підприємців, що надавали різні пільги і субсидії тим, хто їх заслужив або потребував їх (зокрема, пільги і субсидії на придбання житла, виплати у випадку хвороби) [3, с.14-19].
Розвиток науки управління	
Період адміністрування, організації (кін. XIX – поч. XX ст.)	Інтенсивний розвиток промисловості призвів до суспільного визнання необхідності цілеспрямовано і професійно займатися відносинами роботодавця з працівниками.
Професіоналізація управління персоналом (20-30-ті рр. XX ст.)	Це визнання виражається у докладних наукових уявленнях не тільки про людину, але і про можливості управління її поведінкою. Спільноти працівників, що формуються та самоорганізуються, у тому числі і професійних спілок, активне включення їх в регулювання взаємовідносин між працівником, роботодавцем і державою вимагають професійних учасників.
Посилення ролі людського чинника (50-60-ті рр. XX ст.)	Прискорення процесу професіоналізації управління персоналом обумовлено розвитком сфер діяльності людини, що також набувають професійного характеру. У зв'язку з цим з'являється необхідність у науково обґрунтованих формах і методах навчання, відбору, оцінки здібностей людини, врахування впливу професійних спільнот на соціальні відносини, соціальну структуру, духовну і політичну сфери суспільства, науку, саму людину.
70-ті роки XX ст.	Зародження персонал-маркетингу.
Теперішній час	Персонал-маркетинг пройшов ряд етапів у своїй еволюції від займання рівнозначного місця в управлінні персоналом до відношення до нього як основної функції, що виконує інтегративну роль, навколо якої концентруються всі інші функції управління персоналом.

У період соціальних реформ і добродійності фрагментарно існували передумови для забезпечення орієнтації підприємств на задоволення потреб працівників. У період становлення науки управління і професіоналізації управління персоналом з'являлися окремі елементи кадрових технологій, які згодом і сформували його концепцію. Виникненням персонал-маркетингу вважаються 70-ті роки XX ст. І хоча у наукових дослідженнях не проводиться паралель між його появою і переходом до концепції управління людськими ресурсами, ми можемо стверджувати, що саме розвиток цієї концепції дозволив сформулювати основні засади персонал-маркетингу, хоча його основа була закладена набагато раніше.

Не викликає сумнівів той факт, що еволюція розвитку персонал-маркетингу пов'язана з еволюцією розвитку концепцій управління персоналом: парадигмальна зміна підходів до управління персоналом зумовлювала певні зміни і в поглядах на персонал-маркетинг. Контент-аналіз джерел з досліджуваної проблеми [2, с.22–23; 4, с.32; 5, с.10–11; 6, с.11–13; 7, с.15; 8, с.21–22] дозволив провести паралель між ними, причому для вирішення поставленого завдання ми скористалися базовим підходом до виділення концепцій управління персоналом (за Л. І. Євенко) (табл. 2). У період історичної зміни фізіократичної та раціоналістичної концепцій (концепції використання трудових ресурсів та управління персоналом), які завершилися професіоналізацією управління персоналом, виникли і сформувалися практично всі його елементи, пов'язані з різноманітними аспектами управління працівниками. У цей період (до 70-х рр. XX ст.) персонал-маркетинг у його сучасному розумінні не існує, хоча фрагментарно розвиваються ряд елементів управління персоналом, що згодом складуть його зміст. Зародження і розвиток персонал-маркетингу доцільно пов'язувати з появою гуманістичної концепції („управління людськими ресурсами”) та особистісно-орієнтованої концепції („управління людиною”). Саме цей період (починаючи з 70-х рр. XX ст.) сприяв його поступовому розвитку та еволюційній трансформації, що надали йому саме те розуміння, яке розглядається сьогодні. Таким чином, в еволюції персонал-маркетингу доцільно виділити чотири етапи:

1 етап (70-80-ті рр. XX ст.): персонал-маркетинг розглядається як функція, яка є рівнозначною іншим функціям управління персоналом; зміст персонал-маркетингу полягає лише у задоволенні потреб підприємства у персоналі; він охоплює аналітичні функції і спрямований на покриття потреби підприємства у персоналі. На цьому етапі відбувається його професіоналізація (з'являються рекрутингові агентства, центри оцінки персоналу тощо).

2 етап (80-90-ті рр. XX ст.): персонал-маркетинг розглядається як більш важлива функція серед інших функцій управління персоналом. Основна увага приділяється забезпеченню підприємства людськими ресурсами, стимулюванню їхнього індивідуального професійного розвитку для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Збільшується значення професійного навчання персоналу.

3 етап (кін. XX ст.): персонал-маркетинг стає центральною, найбільш важливою функцією; основний акцент зміщується на задоволення потреб працівників, які розглядаються у вигляді „клієнтів”. Отримують розвиток ряд елементів, що сприяють створенню умов для залучення і утримання працівників, підвищенню привабливості підприємства як роботодавця. На цьому етапі персонал-маркетинг відрізняється особистісною орієнтацією на своїх працівників.

4 етап (поч. XXI ст.): персонал-маркетинг стає інтегрувальною функцією, що поєднує задоволення потреб працівника із задоволенням потреб підприємства у кваліфікованому персоналі, який спроможний найкращим чином досягти цілей підприємства. Усі елементи персонал-маркетингу використовуються у комплексі, він відрізняється інноваційною і підприємницькою орієнтацією. Перші два з розглянутих етапів відповідають концепції „управління людськими ресурсами”: усі зусилля підприємства спрямовуються на задоволення своїх власних потреб у персоналі, який в найбільшому ступені відповідає його вимогам і вимогам бізнесу. На третьому і четвертому етапах центр уваги переміщується на задоволення потреб працівників, які починають розглядатися як споживачі „робочих місць”, що забезпечує логічну інтеграцію і узгодження потреб підприємства і працівників.

Таблиця 2

Місце персонал-маркетингу в еволюції концепцій управління персоналом

Концепція	Період	Характеристика	Погляд на людину	Основні функції управління персоналом	Місце персонал-маркетингу (його елементів)
1	2	3	4	5	6
1. Концепція „використання трудових ресурсів” (labor resources use) або фізіократична концепція.	3 кінця XIX ст.	Найбільш тривалий період розвитку управління персоналом, що виник першим. Замість людини розглядалася лише її праця, а працівники вважалися лише засобом досягнення цілей підприємства поряд з іншими видами ресурсів. Персонал розглядався виключно як носій фізичної сили, управління було спрямовано на природні (розумові, психологічні та енергетичні) можливості. В цей період переважали некваліфіковані та мало кваліфіковані види праці, активними темпами розвивалася наукова організація праці. Проблема вдосконалення виробництва вирішувалася на шляхах раціоналізації соціально-виробничих зв'язків і трудових процесів за рахунок використання більш ефективних механізмів контролю і винагороди.	Людина-елемент системи	Зароджуються окремі елементи практики управління персоналом. Основні напрямки управління персоналом: дисциплінарні системи, програми безпеки, організації праці, наймання, звільнення, виплата зарплатні, мотивація і навчання, стимулювання високої продуктивності.	Існують лише небагато окремих елементів, що у майбутньому складуть зміст персонал-маркетингу: наймання працівників, мотивація, навчання і стимулювання високої продуктивності для забезпечення розвитку підприємства.
2. Концепція „управління персоналом” (personnel management) або раціоналістична концепція.	3 30-тих років XX ст.	Перехід до цієї концепції обумовлений розвитком теорії бюрократичних організацій, коли людина розглядалася через формальну роль – посаду, а управління здійснювалося через адміністративні механізми (принципи, методи, повноваження, функції). Людина розглядається як фактор виробництва, в центрі уваги знаходяться її здатності і дії, що дозволяють мінімізувати витрати ресурсів, енергії, часу, а також раціоналізувати дії людини.	Економічна людина	Отримують розвиток окремі елементи кадрових технологій, що дозволяють хоча б спрощено оцінювати здатності і працездатності людини, розвиваються інституціональні форми системи професійного розвитку та ін.	Отримують розвиток такі елементи: оцінка персоналу та їх праці, створення безпечних умов праці і умов для професійного розвитку, які у майбутньому стануть складовими персонал-маркетингу.
3 50-тих років XX ст.		Відбувається гуманізація трудових відносин, розвиваються теорії людських відносин. Працівники все більше залучаються до обговорення питань, що стосуються їх виробничої діяльності. Людина розглядається не просто як виконавець трудової функції, а як елемент підприємства, суб'єкт трудових відносин. На цьому етапі відокремлюються завдання і функції управління персоналом, що вимагають спеціалізованих дій, знань, умінь, навичок, формуються організаційні структури з управління людьми, відбувається професіоналізація діяльності з управління персоналом.	Психологічна людина	Акцент в кадровому менеджменті на оптимізацію умов праці, розвиток неформальних відносин в колективі, залучення працівників до процесу прийняття рішень щодо виробничих проблем, соціально-психологічну допомогу, вирішення конфліктів, підвищення кваліфікації.	Розвиваються такі елементи, як створення сприятливих соціальних і морально-психологічних умов для діяльності працівників, підвищення якості одного з критеріїв привабливості підприємства як роботодавця, хоча остання не оцінюється.

1	2	3	4	5	6
3. Концепція „управління людськими ресурсами” (human resource management) або гуманістична концепція.	3 70-тих років XX ст.	Людина почала розглядатися не як посада, а як невідновлюваний ресурс – елемент соціальної організації в єдності трьох основних компонентів (грудової функції, соціальних відносин, стану працівника). Працівник вважається ключовим ресурсом і соціальною цінністю. Розвивається і обґрунтовується цілісність стратегічного, інвестиційного підходів до їх формування, використання і розвитку подібно іншим видам ресурсів; розвивається соціальне партнерство, підвищується роль корпоративної культури.		Система управління персоналом охоплює широке коло управлінських проблем: підбір і професійну адаптацію нових працівників, розробку соціальних програм, залучення працівників до управління, розробку системи стимулювання, системи неперервної професійної освіти.	Зародження персонал-маркетингу, але під ним розуміється лише задоволення потреб підприємства у персоналі, він охоплює аналітичні функції і покриття потреби у персоналі.
3.1. Професіоналізація.	70-80-ті рр. XX ст.	Відбувається спеціалізація функцій управління персоналом. Важливе значення має кооперативний стиль, робота в групах, а формальна структура припиняється. Зароджуються наукові і консультативні центри з проблем управління персоналом (рекрутингові агентства, центри оцінки, центри кадрового аудиту і консал-тингу) і професійні спільноти фахівців з управління персоналом.	Професійна людина	Основна увага приділяється підвищенню кваліфікації персоналу, перепідготовці, ротации, збільшенню видів робіт, оцінці персоналу, кадровому резерву, взаємодії з профспілками.	1 етап еволюції: персонал-маркетинг розглядається як рівнозначна іншим функція, відбувається професіоналізація персонал-маркетингу (рекрутингові агентства, центри оцінки).
3.2. Зростання значущості знань.	80-90-ті рр. XX ст.	Посилюється конкуренція на ринку праці, витрати на персонал збільшуються. Участь у прийнятті рішень набуває законного під-ґрунтя, особлива увага приділяється розвитку партнерства, стимулюванню індивідуального професійного розвитку за рахунок включення механізмів особистої зацікавленості і персональної відповідальності. Акцент зміщується на підвищення підприєм-ницької активності персоналу і переведення підприємства на більш високий рівень конкурентоспроможності, управління орієнтується на ефективне використання працівників, задоволення їх індивідуальних інтересів для забезпечення інтересів бізнесу.	Соціальна людина	Взаємодія охоплює всі стадії відтворення персоналу. Підвищуються вимоги до кадрових технологій, точності оцінки відповідності професійних здатностей людини професійно-кваліфікаційним вимогам. Основні напрями: перерозподіл робочої сили, перепідготовка, сприяння у пошуку роботи.	2 етап еволюції: персонал-маркетинг розглядається як більш важлива функція серед інших. Основна увага приділяється забезпеченню підприємства людськими ресурсами, стимулюванню їх індивідуального професійного розвитку для підвищення конкурентоспроможності підприємства.
4. Концепція „управління людиною” (human being management) або особистісно орієнтована концепція.	3 90-тих років XX ст.	Людина приймається як найважливіша цінність суспільства, організації. Визначальний вектор кадрової політики – орієнтація на професіоналізм, інтелектуальний і культурний рівень людини.		Використовуються всі сучасні функції управління персоналом, причому найбільше значення з них мають ті, що сприяють найкращому розвитку особистості і задоволенню її потреб.	Розвиток персонал-маркетингу, основний акцент у ньому зміщується на задоволення потреб працівників, які розглядаються у вигляді „клієнтів” підприємства.

4.1. Особистісна орієнтація.	Кін. XX ст.	Основна увага приділяється мобілізації резервів особистості кожного працівника, акцент на самонавчання підприємства і техніку групової роботи; вважається, що стратегія і структура підприємства повинні будуватися виходячи з побажань і здатностей людини. Досягнення науки про людину, механізми її поведінки і механізми управління людиною стають важливим інформаційним ресурсом служб управління персоналом, від професіоналізму яких прямо починають залежати якісні і кількісні характеристики персоналу підприємства, його конкурентоспроможність і привабливість для професіоналів, результативність роботи персоналу тощо.	Людина, що розвивається	Основні функції: маркетинг і лізинг персоналу, системне кадрове регулювання; стратегічне планування людських ресурсів, розширення гарантій зайнятості, програми перепідготовки, гнучкі форми винагороди, участь у доходах, комп'ютеризація та ін.	3 етап еволюції: персонал-маркетинг стає центральною, найбільш важливою функцією. Отримують розвиток ряд елементів, що сприяють створенню умов для залучення і утримання працівників, підвищення привабливості підприємства як роботодавця.
4.2. Інноваційна і підприємницька орієнтація.	Поч. XXI ст.	Посилюється інноваційна і підприємницька орієнтація управління персоналом. Починає застосовуватися солідарний стиль управлін-ня, розвиваються засади спільного мислення і підприємства, що самонавчається. В центрі уваги знаходяться: соціальна і культур-на творчість працівників, їх участь в самоорганізації і самоуправ-лінні спільною діяльністю, взаємний контроль, взаємодопомога і взаємозамінність, прояснення загальних цінностей і цілей, що визначають поведінку кожного працівника, колективна відповідальність за результати і високу ефективність праці, розвиток і використання індивідуального і групового потенціалів.	Підприємницька людина	Основні функції: стратегічний розвиток кадрового потенціалу і ресурсів особистості; систематична професійна перепідготовка і підвищення кваліфікації, стратегічне управління персоналом, мотивація і стимулювання професійного зростання і управління діловою кар'єрою.	4 етап еволюції: персонал-маркетинг стає інтегруючою функцією, що поєднує задоволення потреб працівника із задоволен-ням потреб підприємства у кваліфікованому персоналі, який спроможний якнайкраще досягти цілей підприємства. Всі елементи персонал-маркетингу використо-вуються в комплексі, мають інноваційну і підприємницьку спрямованість.

Персонал-маркетинг сьогодні стає підходом, який дозволяє підприємству посилити свої конкурентні позиції на ринку у стратегічній перспективі за рахунок залучення і утримання тих працівників, які зможуть створювати, розвивати і підтримувати його ключові компетенції у сфері бізнесу на належному рівні.

У зв'язку з цим в умовах ринкової економіки персонал-маркетинг займає одне з основних місць в управлінні персоналом. При цьому його необхідно розглядати як систему, що відображає структурну статику, та процес, що характеризує динамічний бік управління персоналом.

Висновки і перспективи подальших розробок. Еволюція розвитку персонал-маркетингу пов'язана з еволюцією розвитку концепцій управління персоналом: парадигмальна зміна підходів до управління персоналом зумовлювала певні зміни і в поглядах на персонал-маркетинг; зародження і розвиток персонал-маркетингу пов'язані з появою гуманістичної концепції („управління людськими ресурсами”) та особистісно-орієнтованої концепції („управління людиною”); вони сприяли поступовому розвитку та еволюційній трансформації персонал-маркетингу і надали йому сучасного розуміння;- в еволюції персонал-маркетингу доцільно виділити чотири етапи: зміст персонал-маркетингу полягав лише у задоволенні потреб підприємства у персоналі (1-й етап); основна увага приділялася забезпеченню підприємства людськими ресурсами, стимулюванню їхнього індивідуального професійного розвитку для підвищення конкурентоспроможності підприємства (2-й етап); персонал-маркетинг відрізнявся особистісною орієнтацією на своїх працівників, основний акцент зміщувався на задоволення потреб працівників, які розглядалися у вигляді „клієнтів” (3-й етап); персонал-маркетинг став інтегративною функцією, що поєднує задоволення потреб працівника із задоволенням потреб підприємства у кваліфікованих працівниках, які спроможні найкращим чином досягти цілей підприємства (4-й етап), в умовах ринкової економіки персонал-маркетинг займає важливе місце в управлінні персоналом; його доцільно розглядати як систему, що відображає структурну статику, та процес, що характеризує динамічний бік управління персоналом.

У перспективі дослідження має проводитися у напрямку розробки системи персонал-маркетингу підприємства.

Література

1. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами : методологія, організація, практика: [монографія] / І. В. Сіменко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – С. 10–12.
2. Управление персоналом: учебник / под общ. ред. А. И. Турчинова. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – С. 22–42.
3. Борисова Е. А. Управление персоналом для современных руководителей / Е. А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003. – С. 14–19.
4. Егоршин А. П. Управление персоналом: учебник [для вузов] / А. П. Егоршин. – Н.Новгород: НИМБ, 2007. – С. 30–34.
5. Беляцкий Н. П. Управление персоналом : [учеб. пособ.] / Н. П. Беляцкий, С. Е. Велесько, П. Ройш. – Мн.: Интерпрессервис, Экоперспектива, 2003.– С. 10–11.
6. Управление персоналом : учебник [для вузов] / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2000. – С. 11–13.
7. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – М.: ИНФРА-М, 2005. – С. 15–16.
8. Гайдамака Е. Н. Управление персоналом: учеб. пособие [для студ. дн. и заоч. формы обуч. спец. «Менедж. орг.»] / Е. Н. Гайдамака, Т. Н. Жучок. – Луганск: Альма-матер, 2005. – С. 21–22.

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті проведений аналіз внутрішньовиробничих відносин підрозділів підприємства. Досліджено основні види порушень, зобов'язань та збитків, що виникають протягом технологічного процесу виготовлення продукції. Розглянуто основні підходи щодо формування системи матеріальної відповідальності промислового підприємства.

The analysis of inside-producing relations of subsections of enterprise is conducted in the article. The basic types of neglects of duties and losses, which arise up during the technological process of making of products are investigational. Basic approaches are considered in relation to forming of the system of property accountability of industrial enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Складне економічне становище багатьох вітчизняних підприємств вимагає перебудови усіх аспектів діяльності. Злагоджена робота підрозділів підприємства та випуск конкурентоспроможної продукції неможливі без формування ефективної системи внутрішньовиробничих відносин між підрозділами та функціональними відділами підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженням особливостей внутрішньовиробничих відносин в системі управління підприємством приділяють увагу багато відомих вчених.

До них відносяться В.В. Власенко, О.М. Гребешкова, М.Г. Грещак, В.Ф. Гриньов, В.М. Гриньова, С.О. Тульчинська, В.І. Павлова та інші. Проблемам організації внутрішнього аудиту на промислових підприємствах присвячено праці А.М. Ткаченко.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим недостатньо розроблена проблема щодо формування системи матеріальної відповідальності між підрозділами підприємства. Забезпечення своєчасного виготовлення конкурентоспроможної продукції багато в чому залежить саме від прозорих та економічно обґрунтованих відносинах між усіма ланками технологічного процесу у виробництві.

Постановка завдання. Метою даної роботи є дослідження внутрішньовиробничих відносин підприємств та визначення основних аспектів формування ефективної системи матеріальної відповідальності в управлінні вітчизняними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Функціонування вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки потребує розробки нових систем управління підприємствами на основі сучасних підходів. Актуальність і необхідність такої перебудови обумовлена важливістю впливу внутрішньовиробничих чинників на ефективну діяльність підприємства як цілісної системи. Робота окремих підрозділів та їхній взаємозв'язок багато в чому залежить від чіткого виконання своїх зобов'язань стосовно якості та своєчасності проведених робіт та надання послуг.

Система матеріальної відповідальності підрозділів підприємства спрямована на виконання планових завдань та договірних зобов'язань між підрозділами підприємства. Матеріальна відповідальність підприємств та їхніх підрозділів за виконання своїх договірних зобов'язань перед партнерами здійснюється у формах штрафних санкцій і відшкодування збитків. До збитків відносяться:

- додаткові витрати потерпілої сторони внаслідок порушень узгоджених чи регламентованих дій з боку іншого підрозділу. Так, несвоєчасна поставка сировини, матеріалів, комплектувальних виробів може призвести до додаткових витрат через

простої, екстрену доставку потрібних матеріалів з інших джерел, їх заміну. Поставка неякісної продукції спричинює брак у виробництві і відповідно додаткові витрати, тощо. Крім цього, порушення нормального ритму виробництва може призвести до неналежного виконання своїх обов'язків потерпілою стороною перед партнерами, унаслідок чого виникають додаткові витрати у вигляді економічних санкцій (штрафів, відшкодування збитків);

- втрата або пошкодження майна. Цей вид збитків може бути спричинений неналежним зберіганням і пакуванням продукції, несвоєчасною її поставкою.
- неодержаний прибуток (втрачена вигода). Це прибуток, який одержала б потерпіла сторона за належного виконання партнерами своїх зобов'язань (наприклад, величина зниження прибутку внаслідок вимушеного зменшення обсягу виробництва та продажу продукції, зміни її асортименту, зниження якості та ціни виробів, тощо).

Якщо договірні зобов'язання одночасно порушили декілька підрозділів, кожний з них відповідає за величину спричинених ним збитків. У разі, коли виокремити величину збитків, завданих кожним підрозділом, неможливо, загальна їх сума розподіляється між усіма винуватцями рівними частками [1, с.165].

Підрозділ, який порушив свої зобов'язання несе відповідальність за виникнення збитків у іншого підрозділу та повинен відшкодувати матеріальні втрати. Відшкодування втрат відбувається за рахунок прибутку або собівартості підрозділу, який є причиною цих втрат. До основних принципів побудови ефективної системи матеріальної відповідальності відносяться:

- принцип відшкодування економічних збитків та матеріальних втрат усіма підрозділами (основними, допоміжними, обслуговуючими, управляючими);
- принцип включення в систему претензій та санкцій за ними усіх трьох елементів виробництва (предмети праці, засоби виробництва та робоча сила);
- принцип невідворотності та своєчасності матеріальної відповідальності);
- принцип об'єктивності висунутих претензій та реальність санкцій в залежності від нанесеного збитку;
- принцип відшкодування економічних збитків у повному обсязі;
- принцип правильного вибору джерела відшкодування збитків [2, с.81].

Економічна відповідальність – це один з інструментів управління виробничо-господарською діяльністю підрозділів, що забезпечують досягнення кінцевої мети виробництва на підприємстві та соціальну справедливість відносно колективів його структурних підрозділів. Матеріальна відповідальність підприємства в цілому і його підрозділів тісно взаємозв'язана, здійснюється на єдиній методичній основі. Економічні санкції адресовані підприємству, повинні доводитись тією чи іншою мірою до його підрозділів, безпосередніх винуватців заподіяних збитків стороннім організаціям. Разом з тим, як зазначають дослідники, внутрішня матеріальна відповідальність має свої особливості, що суттєво впливають на її організацію.

Внутрішня матеріальна відповідальність обмежується відносинами між підрозділами підприємства, що не є юридичними особами і власниками майна, яке перебуває в їх оперативному розпорядженні. Тому таку відповідальність майновою в юридичному розумінні цього слова назвати не можна. Внутрішня матеріальна відповідальність підрозділів організується самим підприємством і ним регулюється, хоча це й здійснюється на загальних засадах цивільного права і методики визначення збитків.

Внутрішня матеріальна відповідальність відіграє важливу стимулюючу і дисциплінуючу роль. Кожний організаційний підрозділ повинен матеріально відповідати за недоліки в роботі, неякісне і несвоєчасне виконання робіт, спричинені збитки іншим підрозділам. Підрозділи підприємства поєднані технологічними та коопераційними зв'язками виготовлення продукції та надання послуг, працюють за чітко скоординованим планом. Тому невиконання одним із підрозділів своїх завдань призводить до негативних наслідків у інших підрозділах.

Внутрішня матеріальна відповідальність реалізується через систему економічних претензій виробничих, обслуговуючих підрозділів і функціональних служб у випадках порушення взаємних зобов'язань. Функціонування такої системи претензій і застосування економічних санкцій потребує чіткого організаційного забезпечення. Це стосується передусім сутності, термінів та порядку пред'явлення претензій, їх розгляду, реалізації і впливу на економічні інтереси підрозділів [1, с.170-171].

Для реалізації внутрішньої матеріальної відповідальності на підприємствах доцільно розробляти спеціальний документ, наприклад «Порядок регулювання внутрішньовиробничих взаємин підрозділів», який повинен затверджуватись спільними зборами трудового колективу та адміністрації підприємства. У цьому документі необхідно зазначити перелік можливих взаємних претензій у відносинах між підрозділами, службами й відділами, між ними та адміністрацією підприємства, а також необхідно чітко сформулювати перелік необхідних супроводжуючих документів, порядок їхнього оформлення та надання, види і розміри матеріальної відповідальності за наданими претензіями. Для цього на кожному підприємстві повинне бути розроблене «Положення про внутрішньовиробничі претензії й санкції». Складовими даного Положення можуть бути наступні розділи:

- класифікація внутрішньовиробничих претензій. Формування такого розділу – найбільш трудомістка частина роботи. Вона вимагає виявлення, аналізу й систематизації всіх порушень виробничого процесу за ряд попередніх років;
- порядок оформлення претензій. У цьому розділі необхідно встановити перелік і форми документів, у яких фіксуються претензії, а також технологію їхнього формування та розгляду;
- визначення розмірів санкцій;
- облік і звітність внутрішньовиробничих претензій. Така складова необхідна для проведення аналізу причин, що викликають порушення.

Складовою частиною організаційно-правового забезпечення системи внутрішньовиробничої матеріальної відповідальності є формування та регулярне функціонування на кожному підприємстві комісії з розгляду внутрішньовиробничих претензій і визначенню за ними відповідних санкцій. Необхідно, щоб ці комісії дійсно стали ефективним підрозділом, що не тільки приймає рішення про накладення санкцій на винний підрозділ або посадову особу, але й контролює виконання цих рішень. Крім того, комісії на основі наявної інформації про факти порушення підрозділами своїх зобов'язань повинні проводити аналіз причин цих порушень, розробляти пропозиції щодо їхнього усунення, організовувати роботи та здійснювати контроль за реалізацією цих пропозицій на практиці [3, с.122-123].

Система внутрішньовиробничої матеріальної відповідальності повинна містити, на наш погляд, наступні елементи:

- види збитку, що можливі на даному підприємстві з врахуванням особливостей усіх видів підрозділу підприємства;
- перелік підрозділів – пред'явників претензій і підрозділів-відповідачів по кожному типовому виду претензій відповідно до класифікації;
- перелік документів, на основі яких можуть бути пред'явлені претензії по кожному виду нанесеного збитку;
- форма документа, у якому викладається претензія, порядок її оформлення;
- установлення термінів надання, задоволення, відхилення претензій;
- організація обліку наданих, задоволених і відхилених претензій;
- відображення впливу задоволених претензій на результати діяльності підрозділів;
- методика обчислення збитків (втрат) і величини претензій;
- склад і порядок роботи арбітражної комісії, що виконує арбітражні функції щодо взаємних внутрішніх і зовнішніх претензій.

Претензія – це рахунок, наданий підрозділом, якому нанесені збитки, підрозділу-

винуватцеві для відшкодування нанесеного збитку. На підприємстві доцільно розробити класифікатор претензій, у якому групуються за видами і підрозділами всі можливі у виробничо-господарській діяльності підрозділів порушення виробничої, технологічної, фінансової, економічної й трудової дисципліни. Таке угруповання претензій уніфікує їх і полегшує розрахунок розмірів санкцій. У класифікаторі претензій відображаються первинні документи, що підтверджують відповідальність підрозділів-винуватців, а також визначаються форми та розміри матеріальної відповідальності.

Найчастіше внутрішньовиробничі претензії можна віднести до однієї з наступних груп:

- претензії із приводу несвоєчасного і некомплектного забезпечення виробництва ресурсами й транспортними засобами;
- претензії у зв'язку з поставкою неякісних матеріальних цінностей, тобто не відповідних стандартам і технічним умовам матеріалів, деталей, вузлів, напівфабрикатів, інструмента, оснащення та пристосувань;
- претензії із приводу неякісного ремонту устаткування та наднормативних простоїв техніки в ремонті, по несвоєчасній установці й підключенні нового обладнання, порушення графіка планово-попереджувальних ремонтів машинного парку та ін.;
- претензії, приводом для яких служать порушення правил експлуатації устаткування, що приводить до його поломки та псування;
- претензії, пов'язані з порушеннями технологічних, організаційних і економічних умов виробництва;
- інші претензії, тобто претензії, пов'язані з непродуктивними витратами та іншими видами збитку, заподіюваного підприємству.

В акті-претензії повинні міститися: підстава для пред'явлення претензії (найменування первинних документів, їхній номер і дати); розрахунок суми претензії, у тому числі втрати по заробітній платі; висновок керівника винного підрозділу; рішення арбітражної комісії. Спеціалістами рекомендується наступний порядок оформлення й пред'явлення претензій:

- підрозділ-заявник, стосовно якого допущене порушення внутрішньогосподарських зобов'язань, зареєструвавши претензію (попередньо підписану керівником підприємства) у спеціальному журналі, передає у встановлений термін один екземпляр підрозділу-відповідачеві, другий – функціональному відділу, відповідальному за ділянку роботи, на якому виявилось відхилення від запланованого ходу виробничого процесу, третій – у бухгалтерію. Термін надання претензій повинен бути не більше п'яти робочих днів після виявлення невиконання або неналежного виконання конкретним підрозділом своїх зобов'язань. Претензія повинна оформлятися у вигляді акту-претензії (це може бути акт про брак, акт про заміну матеріалу й т.п.) у трьох екземплярах;
- підрозділ-відповідач зобов'язаний у встановлений термін (звичайно три робочі дні), розглянути претензію та або прийняти її (повністю або частково), або надати мотивовану відмову. Якщо у встановлений термін претензія не відхилена, вона вважається прийнятою; у випадку, коли підрозділ-заявник не згоден з обґрунтуванням відмови підрозділом відповідачем, він вправі у встановлений термін передати виниклу суперечку на розгляд арбітражної комісії. Рішення арбітражної комісії є остаточним і незастережено не підлягає;
- матеріали за претензіями, безперечно прийняті підрозділом-винуватцем або визнані правильними рішенням арбітражної комісії, направляються у відповідні функціональні відділи (бухгалтерію, планово-економічний відділ, відділ праці й заробітної плати) і враховуються для оцінки результатів господарської діяльності кожного виробничого підрозділу;
- при розгляді претензій повинні бути виявлені причини порушень, конкретні винні особи для наступного вирішення питання про притягнення їх до відповідальності (матеріальної, дисциплінарної й т.д.) у встановленому порядку [4, с.151].

Матеріальна внутрішньовиробнича відповідальність підрозділів реалізується або шляхом збільшення собівартості продукції (робіт), зменшення кошторису витрат на їхнє утримування, зниження прибутку або економічного ефекту, або прямим зменшенням заохочувальних фондів винних підрозділів на суму пред'явлених їм претензій за недогляди в роботі, несумлінне й неточне виконання покладених на них обов'язків. Відповідно джерелами відшкодування втрат можуть бути: для основних цехів підприємств – собівартість продукції або прибуток; для допоміжних і обслуговуючих цехів – кошторис витрат або фонд матеріального заохочення; для функціональних відділів і служб підприємства – кошторис витрат, економічний ефект або фонд оплати праці. При цьому відшкодування втрат і штрафів підрозділів не повинне здійснюватися на основі взаємного заліку санкцій або за рахунок коштів їхніх фондів розвитку.

Матеріальна відповідальність окремих працівників за недогляди в роботі (порушення технологічної й виконавської дисципліни, брак, помилки, недоробки й т. ін.), які нанесли підрозділу або підприємству збиток, може реалізуватися по-різному: у випадках, передбачених трудовим законодавством, – прямим повним або частковим відшкодуванням збитку із заробітної плати винуватця, в інших випадках – шляхом зниження коефіцієнта трудової участі винним працівникам і відповідному зменшенню розмірів їхніх премій.

Задоволення інтересів постраждалого підрозділу має різні форми:

- виправлення браку виробів і заготівель за рахунок винного підрозділу;
- відшкодування збитку підрозділом-порушником;
- збільшення фактичного доходу за рахунок не планованих доходів і надходжень підприємства в цілому;
- відшкодування втрати фонду заробітної плати або фонду матеріального заохочення постраждалого підрозділу за рахунок коштів підприємства або підрозділа-винуватця.

При встановленні розмірів штрафних санкцій необхідно вирішувати триєдине завдання. По-перше, необхідно враховувати повторюваність порушень і орієнтувати систему штрафних санкцій на зниження частоти порушень. А цього можна досягти, якщо розміри санкцій за повторні відхилення від виробничих норм будуть відчутно впливати на дохід або фонд оплати праці підрозділу-винуватця. По-друге, штрафні санкції за те саме порушення для всіх підрозділів повинні бути однаковими незалежно від величини їхніх доходів. По-третє, розмір штрафних санкцій варто визначати з врахуванням фактичної суми доходів або фондів оплати праці підрозділів, для того, щоб після сплати всіх можливих санкцій і штрафів у підрозділу залишилися кошти, достатні для оплати праці членів колективу в мінімальних розмірах, передбачених трудовим законодавством [5, с.67].

Висновки і перспективи подальших розробок. Дослідження внутрішньовиробничих відносин на вітчизняних підприємствах показує необхідність створення ефективної системи матеріальної відповідальності окремих підрозділів підприємства. Формування такої системи спрямоване на посилення зацікавленості підрозділів підприємства та кожного окремого працівника у своєчасному та відповідальному виконанні своїх зобов'язань, що забезпечить можливість виготовлення якісної та конкурентоспроможної продукції.

Література

1. Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: [навч. посіб.] / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба. – Київ: КНЕУ, 2001. – 228 с.
2. Павлов В. І. Економічний механізм функціонування підприємства: [навч. посіб.] / В. І. Павлов, І. В. Кривов'язюк. – Луцьк: Надстир'я, 2001. – 120 с.
3. Папіака О. О. Розвиток середовища підприємства: господарський механізм стабілізації / О. О. Папіака, В. М. Пристюк. – Луганськ: Альма-матер, 2004. – 247 с.
4. Хозяйственный механизм предприятия: концепция, методы, практика / под ред. Э. С. Минаева, А. Р. Вилеса. – М.: МАИ, 1991. – 208 с.
5. Ткаченко А. М. Організація внутрішнього аудиту на промислових підприємствах: [монографія] / А. М. Ткаченко. – Запоріжжя: ЗДІА, 2005. – 505 с.

ВИРОБНИЧІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто визначення конкуренції та основних конкурентних переваг підприємства в умовах мінливого середовища. Досліджено основні напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Розглянуто внутрішні виробничі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Determination of competition and basic competitive edges of enterprise in the terms of changing surroundings is considered in the article. Basic directions of increase of competitiveness of products of enterprise are investigational. The internal production factors of increase of competitiveness of enterprise are considered .

Постановка проблеми у загальному вигляді. Економічна криза та посилення конкурентної боротьби вимагають від вітчизняних підприємств комплексного підходу щодо формування конкурентних переваг та реалізації високоефективної конкурентної стратегії.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженням чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства приділяють увагу багато відомих зарубіжних та вітчизняних вчених. До них відносяться: І. Ансофф, П. Друкер, Б. Карлоф, М. Портер, Дж. Стрикленд, В.Є. Реутов, І. З. Должанський, Л. Р. Ільсова та інші.

Достатньо детально концепція ділової стратегії, її зміст та принципи побудови розглянуто у працях Б. Карлофа. Інноваційний аспект даної проблематики визначили М.А. Йохна, В.В. Стадник.

Виділення невирішених раніше частини загальної проблеми. Разом з тим недостатньо розроблений комплексний підхід щодо врахування впливу усіх чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства. Недостатня увага, зокрема, приділяється внутрішнім виробничим чинникам, які напяму впливають на можливість підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію у поточному періоді та формувати конкурентну стратегію на перспективу.

Постановка завдання. Метою даної роботи є дослідження основних аспектів конкурентних переваг підприємства та характеристика виробничих чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «конкуренція» походить від латинського слова «concurrentia», що означає суперництво, змагання, зіткнення. Саме таке поведінкове трактування цієї категорії установилося в економічній літературі. У сучасному трактуванні конкуренція – це боротьба за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться підприємствами на доступних їм сегментах ринку. Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку. Іншими слова, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупна відносна характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції конкурента, комплекс споживчих і вартісних характеристик товару, що забезпечує задоволення конкретної потреби покупця та визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути вимінним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів [1, с.164-165].

Конкурентоспроможність є відносним поняттям: товар, конкурентоспроможний на

одному ринку, на іншому ринку може зовсім не користуватися попитом. Конкурентоспроможність – це порівняльна оцінка властивостей товару, що виражає його вигідні відмінності від товару-конкурента за рівнем задоволення потреби та за витратами на її задоволення. Предметом конкуренції є товар або послуга, за допомогою яких фірми-суперники прагнуть завоювати визнання й гроші споживача. У широкому змісті це задоволення потреби. Об'єктом конкуренції є споживач і покупець, і в цій якості він має можливість сказати своє останнє й вирішальне слово на ринку. Саме цей поділ «предмета» і «об'єкта» і показує, що в конкурентній боротьбі не одна, а дві сфери впливу: товар (предмет), з одного боку, і споживач (об'єкт) – з іншого, а виходить, і різні методи та прийоми конкурентної боротьби і різний їхній вплив.

Підприємство має конкурентні переваги, коли воно краще своїх суперників використовує конкурентні чинники та може залучати потенційних споживачів. Джерела конкурентної переваги різноманітні: виробництво продукції найвищої якості, надання покупцям кращих послуг, досягнення мінімального, у порівнянні з конкурентами, рівня витрат, вигідне географічне розташування, розробка виробу, що виконує визначені функції краще конкуруючих аналогів, виготовлення більш надійної та довговічної продукції та надання покупцям більшої цінності за ті ж гроші (комбінація високої якості, відповідних послуг і прийнятних цін). Все це означає намагання підприємства надати споживачам те, що вони вважають найкращою цінністю: найкраща якість, низька ціна або унікальність товару, за який варто заплатити більшу ціну. Фундаментальною причиною успіху одних і невдач інших підприємств є наявність або відсутність у підприємства конкурентних переваг.

З огляду на значущість для організації та стійкість конкурентні переваги поділяють на два типи: переваги низького рангу, пов'язані з доступністю джерел сировини, наявністю дешевої робочої сили, отриманням тимчасових податкових пільг, тощо. Переваги високого рангу пов'язані із наявністю у підприємства кваліфікованого персоналу, здатного використовувати сучасні технології у всіх сферах діяльності, використовувати інновації та створювати новинки, отримувати патенти, розвивати та удосконалювати матеріально-технічну базу підприємства. Забезпечувати високі стандарти діяльності та формувати позитивний імідж підприємства. Такі переваги є тривалими і сприяють високій ефективності підприємницької діяльності. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в перспективі необхідно розробити ефективну конкурентну стратегію. Б. Карлоф виділяє дев'ять основних чинників, що визначають конкурентну стратегію будь-якого підприємства й надають їй специфічні властивості:

- корпоративна місія, по формулюванню якої можна судити про саму стратегію. Із часом місія застаріває, що вносить невизначеність у рішення про напрямки конкурентної боротьби, коштах її здійснення й т.п., і тоді встає питання про розробку нового її варіанта на основі аналізу ринкового попиту й динаміки суспільних потреб;
- конкурентні переваги, що відображають найбільш сприятливі для підприємства способи ведення конкурентної боротьби (низький рівень витрат, висока якість і т. ін.); вважається, що вони впливають на вибір стратегії найбільшою мірою;
- організація бізнесу, що характеризується способом розподілу підприємства на окремі підрозділи, їхньою диференціацією та інтеграцією;
- продукція, що випускається підприємством, та її відповідність запитам і потребам споживачів; особливості її збуту та післяпродажного обслуговування;
- ресурси, які підприємство розташовує для інвестування в різні сфери діяльності та поточного виробництва;
- очікувані зміни структури підприємства в результаті придбання або продажу її підприємств, філій і т.ін., здійснювані з метою її поліпшення;
- ринки та їхні кордони, в основі яких лежать не тільки географічні фактори, але особливості продукції та коло її споживачів;
- програми вдосконалювання виробництва, розширення ринків збуту, підвищення ділової активності, розвитку наукових досліджень і розробок;

- культура й компетентність управління, що характеризуються рівнем наполегливості, здатності до лідерства, відношенням до працівників, роботи, успіхам і невдачам [2, с.174].

Метою стратегічного прогнозування економічної обстановки та конкурентних позицій підприємства є з'ясування того, що підприємство могло б почати для використання сприятливих можливостей і як відповісти на погрози, що впливають із майбутніх змін зовнішнього економічного середовища. Неможливо також прогнозувати розвиток підприємства у відриві від економічних, соціальних і політичних факторів. Не завжди підприємство може вибрати будь-яку стратегію. Його дії звичайно обмежуються законом, державною політикою, соціальним регулюванням і позицією суспільства. Існуюче законодавство, правові й нормативні акти впливають і можуть як, сприяти, так і гальмувати розвиток підприємства.

Підприємству необхідно також досліджувати специфічні ринкові можливості й погрози. Добре обґрунтовані стратегічні цілі підприємства спрямовані на забезпечення можливостей росту й захисту її сьогодення й майбутнього положення від зовнішніх погроз. Можливості підприємства й погрози зовнішнього середовища є ключовими факторами, що впливають на конкурентну стратегію. Стратегію необхідно будувати так, щоб реалізовувалося якнайбільше можливостей, особливо тих, які зв'язані зі стабільною конкурентною перевагою й прибутковістю підприємства. Аналогічно стратегія повинна бути спрямована на захист підприємства від зовнішніх погроз сьогоденню й майбутньому його положенню. Така позиція звичайно припускає розробку наступальних заходів щодо реалізації найбільш привабливих можливостей, пропонованих ринком, і створення оборонних рубежів для захисту довгострокових конкурентних позицій підприємства і його прибутковості [3, с.114-115].

Особливу увагу під час визначення напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства та формування його конкурентної стратегії необхідно приділяти виробничим чинникам, які, на нашу думку, в загальному вигляді можливо згрупувати наступним чином:

- продукція підприємства;
- організаційна структура підприємства;
- інноваційна політика підприємства та технологія виробництва;
- кадрова політика підприємства.

Розглянемо більш детально кожен із названих чинників. Безумовно призначення продукції підприємства, сфери та масовість її застосування, якісні та цінові характеристики мають прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства. Для оцінки конкурентоспроможності необхідно врахувати весь комплекс властивостей товару, що визначає ступінь його придатності до використання в конкретних умовах. Варто особливо підкреслити, що конкурентоспроможність зв'язана не з відмітними характеристиками товару як такими, а з його привабливістю для споживачів. Отже, для об'єктивної оцінки конкурентоспроможності товару необхідно застосовувати ті ж критерії, що використовує споживач. Аналіз конкурентоспроможності варто почати з визначення переліку тих параметрів товару, які є найбільш істотними з погляду споживача.

Конкурентоспроможність продукції можливо розглядати, на наш погляд, у розрізі чотирьох груп характеристик, що відображають основні властивості товару, цінову політику підприємства, систему реалізації товарів і систему просування товару на ринок:

- характеристики властивостей продукції: якість, торгівельна марка, патентна чистота, унікальність, гарантійний термін, упакування, рівень післяпродажного обслуговування та ін.;
- характеристики цінової політики: ціна реалізації, гнучка система знижок та оптових цін, терміни оплати, умови надання кредиту;
- характеристики системи реалізації продукції: пряма доставка, роздрібна торгівля, оптові посередники, торгівельні агенти, дилери.
- характеристики системи просування продукції: реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, участь у презентаціях та виставках.

Аналіз конкурентоспроможності продукції здійснюється на основі конкретних показників у розрізі кожної із зазначених характеристик. Більша частина показників, що розкривають представлені характеристики конкурентоспроможності товару, може бути кількісно виміряна. У тих випадках, коли виникають складності з кількісною оцінкою тієї або іншої характеристики (показника), необхідно використати бальну систему. Наприклад, для кількісного аналізу таких характеристик, як «унікальність», «дизайн», «упакування», «рівень післяпродажного обслуговування» може бути використана тільки бальна оцінка.

В умовах надзвичайно мінливого зовнішнього середовища адаптивність організації підприємства як системи забезпечує не лише її розвиток, а й функціонування. Здатність підприємства до адаптації великою мірою залежить від її організаційної структури управління. Вона має забезпечувати такий розподіл функцій між елементами організації, який даватиме змогу оперативно здійснювати обмін інформацією, приймати управлінські рішення і реалізовувати їх в оптимальні терміни. Виділяють два типи організаційних структур: механістичні та органічні.

Механістичні організаційні структури характеризуються жорсткою ієрархією влади, формалізацією правил і процедур, централізованим прийняттям рішень, об'єктивними критеріями відбору кадрів, об'єктивною системою винагороди. Вони функціонують як чітко злагоджений механізм і надзвичайно інертні щодо будь-яких змін. До цього типу відносять:

- лінійну: складається із взаємопідпорядкованих структурних ланок, зв'язки яких з вищими рівнями управління здійснюються через безпосереднього керівника, за ієрархією; це робить структуру мало гнучкою, інертною;
- функціональну: передбачає чітку ієрархію структурних ланок, що забезпечують виконання кожної конкретної функції управління на всіх рівнях; це розбиває управлінський процес на окремі слабопов'язані функції, гальмуючи, зокрема, інноваційні процеси;
- лінійно-функціональну: при лінійному діють групи фахівців, об'єднаних у відділи за функціональною ознакою, завданням яких є напрацювання рекомендацій у відповідних функціональних сферах; це підвищує обґрунтованість управлінських рішень і оперативність їх реалізації, що важливо для інноваційних процесів;
- дивізійні: підприємство поділяється на однорідні дільниці, здебільшого за продуктовою чи територіальною ознаками; це дає змогу сконцентрувати зусилля на розвитку продукту, вносячи в нього, зокрема, поліпшувальні інновації.

Органічні організаційні структури мають розмиті межі управління, невелику кількість рівнів управління, характеризуються слабким чи помірним використанням формальних правил і процедур, децентралізацією прийняття рішень, амбіційною відповідальністю, неформальними між особистісними стосунками. До них належать структури, що вирізняються великою гнучкістю у взаємодії із зовнішнім середовищем:

- матричні: є поєднанням структурування організації за функціями (вертикальне) та проектами (горизонтальне), що забезпечує координацію дій з реалізації кількох інноваційних проектів;
- проектні: є формами реалізації інноваційних проектів у межах механістичних організаційних структур;
- мереживі: побудовані за принципом організаційно-економічної відокремленості окремих стадій технологічного процесу, що підвищує можливості їх оптимального здійснення завдяки залученню учасників, які виконують кожну стадію процесу найкращим способом [4, с.112-114].

Інноваційна діяльність перебуває в динамічній єдності та боротьбі протилежностей з процесом виробничої діяльності підприємства. З одного боку, добре налагоджений виробничий процес має раціонально підібрані ресурсні складові й опирається нововведенням, оскільки це перешкоджає його стабільності, змушує вдаватися до змін, які не завжди приносять реальні результати. З іншого боку, стійкий розвиток підприємства залежить не стільки від його ресурсних можливостей, скільки від інноваційного характеру його зусиль:

для підтримання виробничої діяльності підприємству потрібно забезпечити конкурентоспроможність продукції, що неможливо без інновацій та оновлення. Лише постійна і систематична інноваційна діяльність забезпечує підприємству ефективність і довгострокове існування. Чим глибше нововведення проникають у використовувані матеріальні ресурси, тим ефективнішою є віддача від вкладених у виробництво інвестицій, тим фундаментальною і тривалішою стає конкурентоспроможність підприємства.

Однак нововведення можуть наштовхнутися на прихований опір певної частини працівників. Тому важливим завданням керівництва є стимулювання позитивного сприйняття інноваційних змін усіма працівниками організації. Йдеться про розроблення механізму стимулювання творчого пошуку, винахідництва, ініціювання дослідницьких проєктів щодо перспективних напрямів діяльності підприємства. Отже, управління інноваційною діяльністю є невід'ємною частиною виробничо-господарської діяльності підприємства, яка несе в собі імпульс розвитку, ґрунтуючись на нових підходах до вирішення звичних виробничих завдань. Оптимальне поєднання виробничої та інноваційної діяльності дає змогу не лише постійно вдосконалювати виробничий процес і продукцію, а й діяти на випередження, виявляти нові перспективні напрями чи форми бізнесу, диверсифікувати діяльність з метою задоволення нових суспільних потреб [4, с.97].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства неможливе, на нашу думку, без аналізу й оцінки ролі людського фактору. Особисті амбіції й етичні норми фахівців і керівників, цінності й культура кадрового потенціалу підприємства впливають на вибір стратегії техніко-економічного розвитку підприємства. Фахівці й керівники, що розробляють стратегію підприємства дуже часто мають своє суб'єктивні погляди на те, як конкурувати, яке положення повинна займати підприємство, які технології використати й т.п. Спеціальні спостереження й внутрішні дослідження компаній показують, відзначає Томпсон, – «що амбіції, цінності менеджерів, їхня бізнес-філософія, відносини до ризику й етичні погляди впливають на стратегію. Іноді це відбувається навмисно, а часом просто підсвідомо» [5, с.94].

Внутрішньовиробничі традиції, погляди, відносини, що встоялися методи виконання роботи становлять культуру підприємства. Стратегічні дії підприємства відображають його культурні й управлінські цінності. Іноді погляди й культурні цінності домінують при виборі стратегічних кроків. Це є результатом того, що цінності й погляди настільки впроваджуються у свідомість фахівців, що стають визначальним фактором того, як підприємство реагує на навколишнє оточення. Сильний вплив культурних цінностей частково проглядається в діяльності підприємств, які домоглися переваги в технологічних розробках, постійно впроваджують нову продукцію на ринок, провадять продукцію високої якості, орієнтуються на людський фактор і для яких важливо повне задоволення запитів своїх споживачів [5, с.95-96].

Висновки і перспективи подальших розробок. Формування конкурентних переваг підприємства в сучасних складних кризових умовах потребує врахування від керівництва підприємства усього різноманіття чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх. Сконцентрованість підприємства тільки на зовнішніх ринкових чинниках, та нехтування внутрішніми потенційними можливостями підприємства обмежують діяльність підприємства поточними завданнями, що становить загрозу для перспективного його розвитку.

Література

1. Осипов В. І. Економіка підприємства: [підруч.] / В. І. Осипов. – Одеса: Маяк, 2005. – 724 с.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия: Концепция, содержание, символы / Б. Карлоф; пер. с англ. – М: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
4. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. посіб.] / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К.: Академія, 2005. – 400 с.
5. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. Томпсон, Д. Стрикленд. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОЇ СКЛАДОВОЇ В ЕНЕРГЕТИЧНІЙ БЕЗПЕЦІ

У статті розглядається вибір ефективних транспортних рішень та систематизація підходів до оптимізації транспортної складової в енергетичній безпеці країни. Детально визначаються проблеми України у галузі морського транспорту. Розглянуто два найважливіші фактори щодо транспортної складової в морській доставці енергоносіїв.

In article the choice of effective transport decisions and ordering of approaches to optimization of a transport component in energy security of the country is considered. Also there is a detailed definition of Ukrainian problems in all branches of sea transport. Two major factors of transport's component in the sea delivery of power resources are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для вибору організаційно-правових форм управління підприємствами морського транспорту важливим є такий підхід, який заснований на принципі управління єдністю елементів, утворюючих економічну безпеку країни [1, с.105-160].

Національна транспортна політика повинна ґрунтуватися на розумному поєднанні державних інтересів і підприємницької ініціативи, що забезпечують стійкість функціонування морського флоту.

Як критерії повинні розглядати якість забезпечення потреб зовнішньої торгівлі та розширення експорту транспортних послуг.

Недостатньо вирішено в теоретичному аспекті питання єдності економічного підходу до формування енергетичної безпеки макроекономічних і корпоративних структур [2, с.34-68].

У будь-якому випадку система функціональних та інвестиційних рішень у програмах транспортного розвитку повинна ґрунтуватися на вивірених принципах економічного зростання [3, с.250-307; 4, с.78-115].

Головною критеріальною альтернативою слід розглядати терміни досягнення необхідної провізної або пропускну здатності.

Параметри участі національного транспортного флоту в будь-якому секторі ринку транспортних послуг повинні забезпечувати нормальне використання транспортного потенціалу.

Проблема вибору полягає в оцінці ряду взаємовиключних варіантів розвитку судноплавних компаній або торгових портів. Варіанти розрізняються термінами введення, часом реалізації проекту і спеціалізацією.

Останнє зумовлюється ситуацією на ринку морської торгівлі і адекватністю потужностей, що діють.

Разом з основним капіталом в системі економічних рішень посилюються позиції людського капіталу [5, с.46-68].

У цьому процесі особливе місце у формуванні транспортного потенціалу країни займають моряки, що працюють на судах судноплавних компаній, праця яких оплачується по ставках міжнародної транспортної федерації. Таким чином формується істотний інвестиційний потік, який вимагає управління з позиції інтересів конкурентоспроможності національного торгового флоту та інвестиційного збільшення доходу власників депозитів. Сім'ї моряків, будучи платоспроможними, фактично фінансують розвиток національного

сектора.

Тому виникає сукупність проблем і завдань виходу національного торгового флоту на світовий ринок транспортних послуг з критеріїв економічної безпеки інтересів морської держави, комерційної ефективності і соціальної справедливості.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Величина поточної вартості залежить від часу відстрочення оновлення тоннажу або вантажних терміналів. При цьому слід враховувати і втрати від зниження конкурентоспроможності об'єктів. Тому необхідно реалізувати принцип точного математичного опису процесів управління [6, с.120-134] роботою спеціалізованих судноплавних компаній.

Важливо у будь-який момент мати необхідні дані про динаміку вантажопотоків і зміну їх цінової характеристики.

У аспекті конкурентного позиціонування національного торгового флоту недопустима плутанина в закономірностях зміни витрат в системах, що розвиваються, як це представлено в роботі [7, с.131-146].

Автор затверджуючи що «...функція опукла вниз...» [7, с.138], ігнорує подальшу частину життєвого циклу проекту, протягом якої унаслідок зростання продуктивності сповільнюється збільшення витрат і лише на наступному етапі з настанням періоду продуктивності обмежених чинників виробництва, що знижується, знову наступає прискорене зростання собівартості продукції [8, с.368-402; 9, с.605-640].

При цьому слід враховувати як закономірності зміни енергоємності виробництва, так і завдання зниження операційних витрат по управлінню енергетичною безпекою відповідно до положення: «...зміну попиту потрібно чітко відрізнити від зміни кількості потрібного ресурсу...» [9, с.622].

Для України в цьому відношенні принциповим стає питання регулярності постачання нафти на берегові заводи при мінімізації відвернення оборотних коштів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. При виборі стратегії розвитку національного морського транспорту окрім економічної доцільності необхідно враховувати дві додаткові обставини:

- 1) невизначеність перспектив розвитку глобального економічного простору і конкурентного позиціонування країни в міжнародному розподілі праці;
- 2) можливість використання традиційних макроекономічних підходів до підвищення стійкості системи.

Серед останніх у світовій практиці використовуються гарантії по експортних кредитах при відправці товарів на судах національного флоту, податкові кредити, пайові прямі інвестиції та інші.

Відсутність такої підтримки національного торгового флоту в значній зумовлює його сучасний негативний стан.

Постановка завдання. Транспортна складова в морській доставці енергоносіїв зумовлює два найважливіші завдання:

- 1) вибір джерел постачання нафти та газу;
- 2) обґрунтування програми розвитку танкерного флоту.

У зв'язку із цим найважливішою метою статті є систематизація підходів до вибору ефективних транспортних рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Класифікація стратегічних підходів до розвитку торгового флоту пріоритетної спеціалізації повинна відображати і зовнішній вплив на формування виробничого потенціалу. Необхідно враховувати ризик розвитку танкерного флоту, обумовлений тим, що поступово обмежується використання енергії з непоновлюваних джерел.

Один із способів обмеження – це зростання цін, що і призводить згодом до реалізації ресурсосберегаючих технологій.

Саме це і зумовлює необхідність управління вартісними і життєвими параметрами судноплавних компаній.

З урахуванням системного впливу принципів, представлених у таблиці 1, в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів і постійного зростання вартості оплати праці основоположним стає вибір критерію ухвалення рішень. Він повинен враховувати цілі підприємницької діяльності та зовнішні обмеження, відповідні положенням ІМО, найважливішим стратегіям, які реалізуються конкурентними судноплавними компаніями або портами.

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки стратегії транспортної безпеки постачання енергоресурсів

Класифікаційні ознаки і націленість стратегії	Межі результату досягнення мети
Масштаби прояву витрат і результатів	- конкурентна стійкість в сегменті оперування - позатранспортні - внутрішньосистемні
За формою прояву потенціалу	- рівновага фрахтового ринку - підприємницькі
Сфера прояву інвестиційного проекту і операторської діяльності	- економічні - соціальні - політичні - функціональні - фінансові
Характер дії	- протягом життєвого циклу - змінні
Характер впливу позиціонування	- системне - виборче
По рівнях ухвалення рішень	- на рівні судноплавної компанії - в масштабах України - на глобальному РТП
Характер обліку ситуації на ринку морської торгівлі	- по критеріям управління - вірогідність ризику
Вплив на стан флоту або порту	- збереження стійкості - негативні

Більшість інвестиційних проектів розвитку об'єктів морегосподарського комплексу можуть стандартно вплинути на ефективність використання ресурсів, які знаходяться в обороті інших соціальних або виробничих підсистем. Наслідки таких змін повинні враховуватися при оцінці інвестицій як щодо необхідних компенсацій, так і у формі поставлених витрат або результатів.

В умовах інтернаціоналізації економічних відносин та обмеженості інвестиційних ресурсів необхідно реалізувати стратегію їх залучення по загальносистемних критеріях. Залучення стороннього капіталу повинне зумовлюватися чіткими умовами. Серед них повинні виділятися: підвищення якості транспортного обслуговування номінальних і потенційних вантажопотоків, підвищення ефективності транспортних послуг, розширення вантажної бази і вдосконалення управління.

Оптимізація техніко-експлуатаційних показників судноплавних компаній та морських торгових портів в системі реалізації інвестиційних проектів, що забезпечують приріст ефективності флоту та терміналів, націлюється на підвищення їх конкурентоспроможності по критерію енергоємності.

Активізація інвестиційної діяльності по стратегії заміни базисного потенціалу зумовлює зниження процесу старіння основного капіталу.

На жаль, ця тенденція розвитку світового портового господарства слабо реалізується в умовах України, не дивлячись на активність роботи морської частини євразійського транспортного коридору.

При цьому слід мати на увазі, що тривалість реалізації проектів істотно впливає на величину накладних витрат.

Одночасно унаслідок дії чинників науково-технічного прогресу з'являються нові економічні вирішення проблемних питань.

Як негативний приклад можна привести незавершеність проекту трубопроводу Одеса – Броди – Плоцьк.

Інша ситуація склалася з реалізацією проекту Баку – Супса – Джайхан. Завдяки концентрації інвестиційних ресурсів, не дивлячись на виникаючі проблеми з екологічною інтерпретацією, проект реалізований в короткі терміни. Головним стає скорочення часу повного використання його потужності. Слід звернути увагу, що реалізація цього проекту також негативно позначається на завантаженні українського варіанту постачання нафти до Європи.

При виборі та реалізації будь-якого інвестиційного проекту слід враховувати, що стратегія захоплення ринку має дві гілки:

- 1) завоювання позиції на перспективному ринку раніше, ніж конкуренти;
- 2) зміна співвідношення судноплавних компаній в стабільних секторах фрахтового ринку унаслідок випереджаючого зростання техніко-економічного рівня торгового судноплавства.

Перший підхід реалізований в умовах розвитку Євразійського міжнародного транспортного коридору судноплавною компанією російським Транссибом. Решта всіх альтернативних виходів на такі напрями ринку транспортних послуг не забезпечує необхідної прибутковості.

При трансформації власності торгових портів по формах комерційної діяльності необхідно враховувати реальне володіння вантажопотоками претендентів на розвиток. Саме це повинно використовуватися як основна умова формування концесійних відносин. При цьому слід диференціювати характер формування нових відносин власності по портах з різним рівнем рентабельності до приватизації. Тобто необхідно розрізняти причини приватизації. Одна справа перерозподіл прибутку високорентабельних підприємств, інше – формування стійкості роботи портів з недостатнім рівнем ліквідності господарської діяльності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Ефективність позиціонування підприємств морського транспорту зумовлюється, як відомо, параметрами адекватної конкурентоспроможності.

Остання, у свою чергу, забезпечує стійкість збереження цінності судноплавної компанії або торгового порту.

Тому принциповим виявляється управління техніко-економічним рівнем підприємства.

Цей процес узгоджується із стандартним підходом та інструментарієм моніторингу і коректування стану: «...порівняльна оцінка в цілому буде призводити до значень цінності, які виявляться ближче до ринкового курсу, ніж оцінка дисконтованих грошових потоків...» [10, с.608]. Це необхідно враховувати в структурі інвестиційної стратегії морського транспорту унаслідок перманентної нестабільності умов глобального ринку морської торгівлі.

Слід пам'ятати про циклічність зміни параметрів функціональній діяльності національного торгового флоту не тільки по чинниках фізичного зносу. Особлива увага повинна приділятися і чинникам зовнішнього впливу стратегій пріоритетного розвитку прогресивних типів флоту лідерами судноплавного бізнесу.

Тому можна погодитися з пропозицією: «... прибуток повинен бути виміряний як чистий грошовий потік на інвестований капітал, а норма доходності – як середньозважені

витрати на капітал, так як саме ці фактори визначають створювану вартість» [11, с.60].

На підставі цієї позиції може визначатися гранична вартість дедвейту танкерного флоту з урахуванням особливостей розвитку цього сектора глобального фрахтового ринку.

Реалізація стратегії лідерства у витратах як один з напрямів підтримки конкурентоспроможності в умовах рівноважних тарифів зумовлює наміру судновласників і торгових портів реалізувати програми зниження ресурсоемкості. Для цього використовуються як проектні рішення, так і система економії у функціональній діяльності.

Стратегія випередження для національних транспортних підприємств в умовах, що склалися, може ґрунтуватися на принципах транспортної безпеки секторів зовнішньоекономічних зв'язків, в яких Україна на рівних принципах бере участь в міжнародному розподілі праці.

Така ситуація може виникнути при реалізації альтернативного джерела постачання нафти до України на основі використання танкерного флоту. При нормальній реалізації проекту: Південний – Броди – Гданськ, де п'ять млн. т. нафти можуть поставлятися на нафтоперегінні заводи України.

Якщо прийняти їх постачання на національному танкерному флоті, то можна розрахувати доцільність реалізації стратегії захоплення даної ніші фрахтового ринку.

Література

1. Примачев Н. Т. Принципы интеграции в торговом судоходстве: [монография] / Н. Т. Примачев, А. Н. Примачев. – Одесса: Феникс; М.: Транслит, 2006. – 360 с.
2. Забезпечення енергетичної безпеки України: [монографія] / наук. ред. С. І. Пирожков/ Рада національної безпеки і оборони України, Нац. Ін-т проблем міжнародної безпеки. – К.: НІПМБ, 2003. – 264 с.
3. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус; [пер. с англ. О. Л. Пелявского]. – М.: И. Д. Вильямс, 2007. – 1360 с.
4. Review of Maritime Transport. Report by the UNCTAD. – New York and Geneve: UN, 2009. – 267 p.
5. Структура и параметры развития рынка морской торговли / под общей ред. Н. Т. Примачева. – Одесса: ИнформИздат, 2008. – 264 с.
6. Морозова И. В. Моделирование принятия решений в управлении техническим развитием судоходного предприятия / И. В. Морозова. – Одесса: ОКФА, ОГМУ, 1997. – 148 с.
7. Холоденко А. М. Рівноважні стани логістичної системи при комбінаціях критеріїв оптимальності учасників «прибуток – доход» // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: [зб. наук. пр.] / А. М. Холоденко. – Одеса, 2004. – Вип 18. – С. 131–146.
8. Гребенников П. И. Микроэкономика. / П. И. Гребенников, А. И. Леусский, Л. С. Тарасевич. – СПб.: СПбУЭФ, 1998. – 447 с.
9. Макконелл К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; [пер. с англ. научн. конс. В. С. Автономов]. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 972 с.
10. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран; [пер. с англ. Д. Липинского и др.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
11. Эванс Ф. Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: создание стоимости в частных компаниях / Ф. Ч. Эванс, Д. М. Бишоп; [пер. с англ. А. Шматова]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 332 с.

СУБ'ЄКТИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

У статті розглянуто сучасний стан інноваційної інфраструктури України, а також виявлено проблеми, які стримують розвиток щодо її складових. Запропоновано шляхи покращення умов створення і функціонування складових інноваційної інфраструктури та відповідно надано певні рекомендації.

The article considers the current state of innovative infrastructure of Ukraine. It is besides identified problems that take hinder the development of its components. The author suggests ways to improve the conditions of their establishment and functioning; the certain recommendations are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. З кожним роком суспільство переконується в тому, що оновлення і розвиток економіки в цілому й кожного окремого підприємства можливе лише в умовах переходу до інноваційного типу господарювання. Саме інновації здатні оновити ринки, підвищити продуктивність праці, розширити номенклатуру та покращити якість продукції та послуг, створити та впровадити нові методи виробництва, поставок та збуту, дати початок новим галузям, підвищити рівень управління та стимулювання трудових кадрів до постійної самореалізації та самовдосконалення.

Головне завдання сучасних підприємств полягає у підвищенні своєї чутливості, сприйнятливості до науково-технічних досягнень, перебудові своїх норм у відповідності до останніх досягнень фундаментальної та прикладної науки. Необхідно покращити зв'язки промисловості та науки, вдосконалити національну інноваційну систему, зокрема інноваційну інфраструктуру, здатну сформувати умови для ринкового обміну результатами інноваційної діяльності між усіма суб'єктами інноваційного процесу, активізувати інноваційні процеси на усіх рівнях господарювання та створити ефективні механізми комерціалізації та трансферу технологій, які в свою чергу призведуть до випуску конкурентоспроможної продукції на базі використання передових наукомістких технологій.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. В сучасних умовах питанням становлення, розвитку та вдосконалення інноваційної інфраструктури як в цілому, так і її окремих складових приділяється велика увага з боку науковців. Найвизначнішими авторами в цій області є: О. М. Амоша, В. М. Геєць, Л. І. Федулова, В. А. Денисюк, Л. Л. Антонюк, О. П. Соловйов.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак ще й досі спостерігається нерозвиненість або недостатня ефективність функціонування переважної більшості складових вітчизняної інноваційної інфраструктури.

Постановка завдання. З огляду на актуальність та рівень розробки вищезазначених питань, вважається за необхідне більш детально розглянути сучасний стан інноваційної інфраструктури України, виявити проблеми, які стримують розвиток її складових, а також запропонувати шляхи покращення умов їх створення та функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з прийнятних форм підвищення рівня продуктивності праці на вітчизняних підприємствах є створення нових елементів інноваційної інфраструктури, здатних сконцентрувати фінансові, інтелектуальні та матеріальні ресурси на інноваційному розвитку. До цих форм можна віднести парки (наукові, технологічні, дослідні), інноваційно-промислові центри, інноваційно-технологічні центри, центри трансферу технологій, бізнес-інкубатори, віртуальні інкубатори.

Парки виступають одним з найважливіших елементів сучасної ринкової системи. Це

організаційна форма зрошування вищих навчальних закладів, консультаційних та інноваційних фірм. В залежності від виконуваних функцій виділяють наступні різновиди парків [1, с.95]:

1. Наукові (чи дослідні) парки, які обслуговують як нові, так і цілком зрілі підприємства.
2. Технологічні парки - науково-промислові комплекси, в яких здійснюється співробітництво, обмін ідеями та інформацією між підприємствами, університетами та науковими організаціями з метою впровадження нововведень та отримання прибутку.
3. Промислові (грюндерські, індустріальні) парки – це спеціальна відокремлена територія від декількох гектарів до декількох сотень гектарів в межах однієї територіально-адміністративної одиниці для промислового розвитку. Вона обладнана розвинутою інфраструктурою, виробничими, складськими та адміністративними приміщеннями, які призначені для здійснення виробничої діяльності компаніями-арендарями.

Відповідно до чинного законодавства України [2] під науковим парком розуміють – юридичну особу, що створюється з ініціативи вищого навчального закладу та/або наукової установи шляхом об'єднання внесків засновників для організації, координації, контролю процесу розроблення і виконання проектів наукового парку. Мета створення наукового парку полягає у розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності у вищому навчальному закладі та/або науковій установі, ефективного та раціонального використання наявного наукового потенціалу, матеріально-технічної бази для комерціалізації результатів наукових досліджень і їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках.

До основних функцій наукового парку згідно чинного законодавства відносяться:

- створення нових видів інноваційного продукту, здійснення заходів щодо їх комерціалізації, організація та забезпечення виробництва наукомісткої, конкурентоспроможної на внутрішніх і зовнішніх ринках інноваційної продукції;
- інформаційно-методичне, правове та консалтингове забезпечення засновників і партнерів наукового парку, надання патентно-ліцензійної допомоги;
- залучення студентів, випускників, аспірантів, науковців та працівників вищого навчального закладу та/або наукової установи до розроблення і виконання проектів наукового парку;
- сприяння розвитку та підтримка малого інноваційного підприємництва;
- організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів, необхідних для розроблення і реалізації проектів наукового парку;
- залучення і використання у своїй діяльності ризикового (венчурного) капіталу, підтримка наукомісткого виробництва;
- захист та представництво інтересів засновників і партнерів наукового парку в органах державної влади та органах місцевого самоврядування, а також у відносинах з іншими суб'єктами господарювання під час організації та виконання проектів наукового парку в межах, визначених установчими документами наукового парку;
- розвиток міжнародного і вітчизняного співробітництва у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності, сприяння залученню іноземних інвестицій;

У вітчизняній практиці найбільш відомим прикладом наукового парку є «Київська політехніка». До складу наукового парку входять підрозділи НТУУ «КПІ», наукові, виробничі, навчальні організації, технопарк «Київська політехніка», бізнес-інкубатор «Київська політехніка», що працюють у галузі високих технологій, а також консалтингові, юридичні, фінансові та інші суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють кадрове, правове, інвестиційне забезпечення і супровід інноваційної діяльності.

Більш розповсюдженим типом парків є технологічні технопарки. Згідно чинного законодавства України [3] під технопарком розуміють – юридичну особу або групу юридичних осіб, що діють відповідно до договору про спільну діяльність без створення юридичної особи та без об'єднання вкладів з метою створення організаційних засад виконання проектів технологічних парків з виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та забезпечення промислового випуску конкурентоспроможної

на світовому ринку продукції.

Схематично функції, виконувані технопарками представлені на рис. 1 [4, с.101].

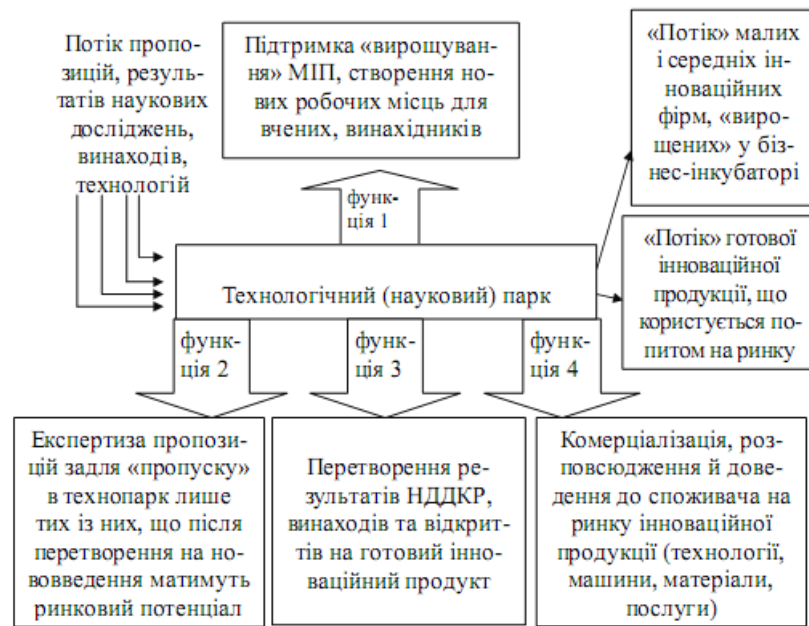


Рис.1. Функції технопарків

В Україні функціонують наступні технопарки: «Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка» (м. Київ); «Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона» (м. Київ); «Інститут монокристалів» (м. Харків); «Вуглемаш» (м. Донецьк); «Інститут технічної теплофізики» (м. Київ); «Київська політехніка» (м. Київ); «Інтелектуальні інформаційні технології» (м. Київ); «Укрінфотех» (м. Київ); «Агро технопарк» (м. Київ); «Еко-Україна» (м. Донецьк); «Наукові і навчальні прилади» (м. Суми); «Текстиль» (м. Херсон); «Ресурси Донбасу» (м. Донецьк); «Український мікробіологічний центр синтезу та новітніх технологій» (УМБІЦЕНТ) (м. Одеса); «Яворів» (Львівська область); «Машинобудівні технології» (м. Дніпропетровськ). Основні показники інноваційної діяльності технопарків за 2000-2008 р.р. представлені в табл. 1 [5, с.7].

Таблиця 1

Основні показники інноваційної діяльності технопарків

Показники	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Обсяги державної підтримки технопарків по роках склали (млн. грн.):	25	25	60	128	173	36	35	22	(Іп/р)
Динаміка прийняття проектів технопарків (од./рік):	17	43	29	11	8	0	0	2	4 (Іп/р)
Реалізація продукції технопарків у рамках спецрежиму (млн. грн./рік):	177	177	618	1284	1718	22173	1100	870	438 (Іп/р)
Перерахування до бюджету (млн. грн./рік)	7	7	37	91	11	149	230	209	27 (Іп/р)
Створення нових робочих місць (од./рік):	314	314	592	669	782	399	166	197	0 (Іп/р)

Позитивні результати діяльності технопарків до 2005 року були досягнуті в основному за рахунок проектів, прийнятих у 2000-2004 роках в умовах діючого на той час

законодавства про технопарки. Підтримка держави призвела до зростання прийнятих проектів технопарків, обсягів реалізованої продукції в рамках спец режиму та створення нових робочих місць. Однак у зв'язку з тим, що на початку 2005 року було анульовано економічні статті Закону «Про інноваційну діяльність» і заблоковано Закон «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» – основні дійові заходи державної підтримки інноваційної діяльності – ці показники стрімко почали знижуватися, в той час як віддача від цих заходів почала проявлятися в зростанні перерахувань до бюджету в наступні періоди.

У березні 2006 року економічні статті в «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» було частково відновлено, але їх практичне виконання не було забезпечено. Передбачене бюджетом 2007 року фінансування інноваційної діяльності Держінвестиції України використовувалося в основному на фінансування звичайних інвестиційних проектів. До технопарків дійшли лише 3% виділених сум. За відсутності належної державної підтримки, а саме: звільнення від перерахування до бюджету податку на прибуток, отриманого при виконанні проекту (пропонують скасувати); звільнення від оплати мита; вексельної форма оплати митного ПДВ бюджетного стимулювання проектів технопарків, Україна залишиться і цього поки що функціонуючого елементу інноваційної інфраструктури.

Усього за 2000–2007 роки провідними вітчизняними технопарками були досягнуті наступні результати [5, с.19.]: розроблено й випущено інноваційної продукції на суму 11,4 млрд. грн.; темпи росту випуску продукції становили 45 – 50 % у рік; поставлено на експорт продукції на 1,6 млрд. грн.; отримано за імпортом (в основному устаткування) – 1,2 млрд. грн.; перераховано до бюджету і позабюджетних фондів – 840 млн. грн.; державна підтримка технопарків за рахунок податкових і митних преференцій склала 477 млн. грн.; створено 3,1 тис. нових робочих місць; бюджетний баланс (перевищення відрахувань до бюджету над сумою держпідтримки) + 363 млн. грн.; зовнішньоторговельний баланс + 400 млн. грн.; на 1 грн. державної підтримки реалізовано 18,5 грн. інноваційної продукції. Продукція технопарків становить 8–10% всієї інноваційної продукції української промисловості. Виконання проектів технопарків дозволило технопаркам за період 2000-2007 рр. створити стабільно діючі виробництва інноваційної продукції.

На сьогоднішній день технопарки – це єдиний вид інноваційних структур, що реально функціонують в нашій країні і суворо контролюються державою. Окрім цього з урахуванням українських особливостей, була реалізована модель так званого «віртуального» технопарку, або «технопарку без стін», яка не вимагає значних первинних капіталовкладень

Наступним елементом інноваційної інфраструктури є промислові (індустріальні, грюндерські) парки. Вони мають розвинену інфраструктуру (електро-, газо-, водопостачання, водовідведення, телекомунікації тощо) та повинні надавати супутні послуги (охорона, транспортні та інші послуги) з метою залучення інвесторів для провадження ними виробничої, науково-дослідної, іншої господарської діяльності.

У практиці вітчизняної економіки діяльність промислових парків почала регулюватися з 1 січня 2010 року, що в певній мірі пояснює непоширеність даного елементу інноваційної інфраструктури. Однак потенціал України в створенні промислових парків величезний. На сьогодні в Україні залишається велика кількість невикористаних територій промислових підприємств, які не змогли пристосуватися майже за 20 років незалежності країни до ринкових умов і навряд чи їм це вдасться. На нашу думку, зростання кількості промислових парків дозволить ефективно використовувати вільні промислові території, сприятиме активізації інвестиційної та інноваційної діяльності, дозволить створити високотехнологічні виробництва, збільшити обсяги та асортимент продукції, підвищити конкурентоспроможність економіки, створити нові робочі місця.

Найбільш прогресивною і всеосяжною формою організації науково-виробничих комплексів інноваційно-підприємницької діяльності є технополіс. У загальновживаному значенні технополіс (часто називають науковим містом чи наукоградом, «містом розуму»)

[6, с.274] — це цілісна науково-виробнича структура, створена на базі окремого міста, в економіці якого провідну роль відіграють технопарки та інкубатори. Діяльність технополісів спрямована на виховання «творчих» людей і «творчих галузей» промисловості, посилення сфери послуг виробничого характеру («мізки промисловості»), створення сприятливого життєвого середовища.

Залежно від виробничої і містоутворювальної бази технополісу можна відстежити три їх основних типи [7, с.22]:

- 1 – технополіс дослідницького профілю, що формується на базі дослідницького парку. Як правило, це утворення має середню чисельність населення – близько 20–30 тис. жителів;
- 2 – технополіс, що формується на базі технологічного парку. Міське утворення цього типу має середню чисельність населення 30–100 тис. жителів;
- 3 – технополіс, що формується на базі промислових (грюндерських) парків, має середню чисельність населення 100–180 тис. жителів.

Одна з переваг створення технополісів, на думку Соловйова [7, с.22], полягає в тому, що органам місцевого самоврядування надається велика самостійність, а житлові комплекси і промислові зони великих міст «розвантажуються» завдяки активнішому розвитку виробничої і соціально-побутової інфраструктури передмість. В окремих випадках створення технополісу передбачає створення абсолютно нового міста з сучасними дослідницькими центрами і виробництвами, висококваліфікованими кадрами, навчальними закладами, мережами комунікацій, житловими масивами тощо. Ще однією перевагою технополісів у порівнянні з технопарками виступає їхня певна фінансова незалежність. Основною допомогою з боку держави повинне стати надання у використання вільних земельних ділянок, а також сприятлива кредитна політика. В цьому аспекті можливо використати досвід Японії, яка стоїть біля витоків створення технополісів.

В Україні з вересня 2005 року функціонує лише один технополіс «Київська політехніка», створений на базі наукового парку «Київська політехніка» та проводиться підготовка до створення ще одного «Наукове місто – технополіс «Київ» [8]. Технополіс «Київська політехніка» є інноваційним середовищем, яке за територіальною ознакою об'єднує підрозділи НТУУ «КПІ», виробничі, наукові, навчальні організації, що працюють у галузі високих технологій, а також консалтингові, юридичні, фінансові та інші суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють кадрове, правове, інвестиційне забезпечення і супровід інноваційної діяльності. Серед перших учасників Технополісу виступили компанія «Інком» і ТОВ «Долина джерел України» – провідні вітчизняні фірми в галузі розробки, тестування та підтримки інформаційно-телекомунікаційних систем і програмного забезпечення. Що ж стосується «Наукового міста – технополісу «Київ»», то його створення знаходиться на стадії розробки. Зараз ведуться переговори стосовно його місця розташування. Співзасновниками наукового міста - технополісу «Київ» мають бути КМДА, Технополіс «Київська політехніка», державні та приватні організації.

Бізнес-інкубатори дуже часто є входять до складу діючих технопарків та технополісів. Інкубатор [9, с.130-131] – це спеціалізована організація (або підрозділ великої компанії), основним завданням якої є створення сприятливих умов для ефективної діяльності малих ризикованих фірм. Інкубатори – майже завжди самостійні організації з юридичного і господарського поглядів. Більша частина їх – це неприбуткові організації, засновані для створення нових робочих місць і зростання податкових надходжень у місцевий бюджет. Існують інкубатори, які функціонують при академічних інститутах і виступають як сполучна ланка у розробці нововведень між університетами і приватним бізнесом. Змішані інкубатори координують діяльність приватних фірм і громадських організацій з метою створення нових малих підприємств. У США функціонують і прибуткові інкубатори, виробничі потужності яких забезпечують нові венчурні фірми різними видами підтримки, особливо фінансовою. Вони створюються під егідою різних регіональних органів управління та за їхньою безпосередньою участю, під контролем місцевих спонсорів, серед яких можуть бути

муніципалітети, корпорації промислового та регіонального розвитку, університети, різні організації, асоціації тощо.

Функції інкубаторів постійно розширюються, однак до основних можна віднести:

- надання малим і середнім підприємствам приміщень і офісної техніки;
- проведення навчання персоналу з питань менеджменту;
- доступ до фінансових систем, надання кредитів і короткострокових позик;
- пошук і залучення інвестицій до реалізації проектів учасників бізнес-інкубаторів;
- створення команди експертів для надання допомоги з питань юридичного забезпечення, управлінської, маркетингової діяльності, бухгалтерського обліку;
- сприяння реалізації продукції (послуг) учасників бізнес-інкубаторів;
- створення позитивного іміджу клієнта бізнес-інкубатора;
- організація і проведення тренінгів і курсів перепідготовки;
- організація заходів паблік-рілейшнз з метою визначення ефективності і значення малого бізнесу для розвитку регіону;
- супровід фірм після їхнього виходу з бізнес-інкубаторів.

В останній час з розвитком електронного бізнесу, активним використанням Інтернет та інших інформаційних технологій у виробничій та управлінській практиці виділяють окремий вид - віртуальні інкубатори чи «інкубатори без стін» [10, с.29].

Вони допомагають оцінити комерційний потенціал інноваційного проекту, який розглядається у якості основи для створення нової компанії; провести відповідні маркетингові дослідження; врегулювати відносини з материнською організацією (університетом, науково-дослідним інститутом та ін.); розробити бізнес-план та загальну стратегію бізнесу з питання інтелектуальної вартості; знайти партнерські організації, які виступають у якості постачальників та споживачів інноваційної продукції. Безумовно, віртуальні інкубатори не надають у оренду приміщення фірмам-клієнтам. Однак, перевагами даного типу інкубаторів є те, що він потребує значно скромніших інвестицій порівняно з традиційною формою.

Згідно звіту «Про діяльність Держкомпідприємництва України у 2007 році» [11] бізнес-інкубатори відзначають у якості «найбільш потенційних носіїв передових технологій підтримки малого бізнесу та інновацій» і наводиться їх кількість у 70 од. Однак за даними облдержадміністрацій станом на кінець 2008 року [12], в усіх регіонах України діяло 11 інноваційних бізнес-інкубаторів. На думку Гейця [6, с.278], така ситуація обумовлена тим, що бізнес-інкубатори в Україні здебільшого існують за рахунок коштів міжнародних фондів, програм, грантів, кредитів і завдяки безкорисливій роботі окремих ентузіастів із бізнесменів, освітян, науковців і прогресивних представників місцевої влади.

Діяльність бізнес-інкубаторів вкрай ускладнюється ще й тим, що українським законодавством до цього часу чітко не визначений юридичний статус подібних структур, не передбачено жодних пільг в оподаткуванні та кредитуванні тих фірм, що входять до їх складу. Тому необхідно якнайшвидше створити необхідні умови для активізації процесу бізнес-інкубаторства в Україні: розробити законодавчі акти, які будуть регулювати діяльність створених бізнес-інкубаторів, впровадити чітку державну політику в цій сфері та створити сприятливі умови для залучення різних джерел фінансування до процесу бізнес-інкубування.

Поширеним елементом інноваційної інфраструктури є інноваційні (інноваційно-технологічні – ІТЦ) центри. Цей термін найчастіше застосовується до інноваційних структур, які є асоціаціями підприємств і фірм, об'єднаних загальним прагненням досягнення високого комерційного результату на основі використання науково-технічних розробок і винаходів. Шепелев Г.В. [13] вважає що, головним завданням ІТЦ є підтримка вже сформованих малих інноваційних підприємств, які вже пройшли найважчу стадію. Тому на відміну від технопарків, які повинні були створюватися при ВНЗ та бізнес-інкубаторів, які займаються «виращуванням» малих фірм, ІТЦ повинні були забезпечувати більш стійкий зв'язок малого бізнесу та промисловості та створюватися при підприємствах або науково-виробничих

комплексах. Згідно звіту Міністерства освіти та науки «Розвиток інноваційної діяльності та трансферу технологій протягом 2008-2009 років» [12] на кінець 2008 р. в Україні функціонувало лише 24 інноваційні центри. Також в Україні функціонує лише 13 центрів інноваційного розвитку, головна мета яких полягає в організації взаємодії науково-дослідних, інноваційних підприємств, установ та організацій, органів державної влади щодо інноваційного розвитку економіки, створення дієвого механізму впровадження інновацій та винаходів в галузях економіки України, сприяння просуванню українських інноваційних технологій та винаходів на світовому ринку, організація та впровадження механізму неупередженої інвестиційно-інноваційної експертизи.

Система трансферу технологій Держінвестицій також виступає одним з суб'єктів інноваційної інфраструктури. Вона об'єднує наукові установи, організації, підприємства та підприємців, що професійно займаються трансфером технологій задля забезпечення виходу власників наукомістких розробок на зовнішні ринки.

Передбачається, що технічний супровід, експертну та консалтингову допомогу у підготовці й оформленні технологічних профілів у відповідності до міжнародних стандартів здійснюватимуть фахівці національної мережі РЦІР, яка нині включає 13 центрів та 5 їх представництв і охоплює своєю діяльністю всю територію України. Система трансферу технологій Держінвестицій інтегрована до Української мережі трансферу технологій (UTTN), а також, завдяки шлюзу UTTN, отримує доступ до Російської, Білоруської та Європейської мереж трансферу технологій.

Система трансферу технологій Мережі регіональних центрів інноваційного розвитку Державного агентства України з інвестицій та інновацій (СТТ INDEV) – це частина загальнонаціональної інноваційної інфраструктури України, що представляє собою сукупність інформаційно-комунікаційної мережі та апаратно-програмних засобів, яка на некомерційній основі забезпечує діяльність підприємств, установ, організацій усіх форм власності, в усіх регіонах України, у сфері трансферу технологій, на підставі єдиної нормативної та методологічної бази, при безпосередній участі Мережі регіональних центрів інноваційного розвитку та за підтримки Державного агентства України з інвестицій та інновацій.

Регіональні центри інноваційного розвитку виступають у якості авторизованих партнерів, регіональних адміністраторів мережі UTTN.

У свою чергу, діяльність останньої спрямована на розвиток інноваційної інфраструктури, сприяння комерціалізації науково-технологічного потенціалу.

Головним її завданням є передача технології від наукового сектору до виробництва, пошук партнерів для здійснення кооперації у розробці та впровадженні наукомістких технологій в українську та міжнародне виробництво та обіг.

Висновки і перспективи подальших розробок. Досвід провідних країн світу доводить, що лише всеохоплююче та всебічне використання новітніх технологій, комерціалізація інновацій, які створені у відповідності до сучасних вимог виробництва здатні підвищити продуктивність праці до сучасного рівня, забезпечивши таким чином країні гідне місце на світовій арені. Цим питанням повинні займатися відповідні інноваційні структури, такі як наукові та технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, центри трансферу технологій та інноваційного розвитку. В свою чергу, вони формують інноваційну інфраструктуру країни, спроможну адаптуватися до мінливих умов сьогодення та забезпечувати безперебійну роботу ланцюжка «наука – технологія – виробництво – ринок». До того ж ці суб'єкти допомагають: вдосконалити галузеву структуру виробництва і прискорити соціально-економічний розвиток територій; активно впроваджувати у виробництво вітчизняні і зарубіжні науково-технічні розробки, робити винаходи та передавати отримані результати для широкого використання на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Проведений нами аналіз сучасних елементів вітчизняної інноваційної інфраструктури свідчить про вкрай повільні темпи їх формування та функціонування.

Головними проблемами, які перешкоджають ефективній роботі інноваційної інфраструктурі можна віднести: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази, яка регулює питання в цій сфері; недовіра механізмів фінансово – кредитного забезпечення, податкової та організаційної підтримки з боку державних установ; відсутність необхідних знань з інноваційного менеджменту у інноваційно-орієнтованих підприємств; слабка інноваційна сприйнятливність реального сектору економіки; відсутність взаємодії різних елементів інноваційної інфраструктури один з одним; нерозмежованість функцій окремих суб'єктів інноваційної інфраструктури, що призводить до дублювання діяльності та відбивається на якості послуг, що надаються; проблеми з виходом на внутрішні та зовнішні ринки у більшості центрів трансферу технологій; недостатня сформованість та розвиненість ресурсної бази для створення та функціонування центрів трансферу технологій.

Література

1. Черток Д. В. Парки и их роль в создании инновационного потенциала вузовской науки /Д. В. Черток, В. М. Черкот // Тихоокеанский медицинский журнал. – 2008. – № 2. – С. 95–98.
2. Закон України від 25.06.2009 № 1563–VI «Про наукові парки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1563-17>.
3. Закон України від 11.05.2004 № 1702–IV «Про внесення змін до деяких законів України щодо спеціального режиму інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1702-15>.
4. Волков О. І. Економіка та організація інноваційної діяльності: підруч. [третє вид.] / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
5. Технологічні парки України в 2000 – 2007 роках (економіко-статистичний огляд). – Київ, 2008. – 64 с.
6. Економіка знань – модернізаційний проект України / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007. – 542 с.
7. Соловйов В. П. Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики: [монографія] / В. П. Соловйов., Г. І. Кореняко, В. М. Головатюк. – К.: Фенікс, 2008. – 224 с.
8. Наукова та інноваційна діяльність: проблеми розвитку та шляхи їх подолання // Щотижнева газета Національного технічного університету України «КПІ «Київський політехнік». – № 40. [Електронний варіант]. – Режим доступу: http://kpi.ua/newspaper/article_540-2.html.
9. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
10. Инновационный менеджмент: учеб. [для вузов] / [А. Е. Абрамешин, Т. П. Воронина, О. П. Молчанова, Е. А. Тихонова и др.]. – М.: Вита-Пресс, 2001. – 272 с.
11. Офіційний веб-сайт Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва Звіт про діяльність Держкомпідприємництва України у 2007 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/doccatalog/document>.
12. Офіційний веб-сайт Міністерства освіти та науки України: Розвиток інноваційної діяльності та трансферу технологій протягом 2008-2009 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/main.php?query=science/innovation>.
13. Шепелев Г. В. Проблемы развития инновационной инфраструктуры [Электронный ресурс] / Г. В. Шепелев. – Режим доступа: http://regions.extech.ru/left_menu/shepelev.php.

МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ КЛІЄНТЕЛИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

У статті звернено увагу на важливий елемент оцінки вартості нематеріального активу комерційного банку – клієнти. Розкрито важливість постійного збору і аналізу статистичних даних з подальшим висновком цих досліджень, досліджено математично-статистичні методи оцінки, які застосовуються при визначенні вартості нематеріального активу клієнти.

In the article, pay attention for the important element of appraisal value of immaterial assets commercial bank of clientele. Come to light the importance of constant gathering and analysis of statistical facts with successive conclusion of these researches. In the article, investigate mathematical-statistical methods of appraisal, which use for definition value immaterial assets of clientele.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Під час глибокого вивчення цього питання стала цілком зрозумілою необхідність ретельного дослідження всього, що пов'язане з проведенням оцінки клієнтської бази комерційного банку. Робота й розвиток кожної фінансової установи повністю залежить від тієї клієнти, якою вона володіє. Дослідження саме цього нематеріального активу дасть змогу зробити висновки та в майбутньому переглянути систему зв'язків між клієнтом та фінансовою установою. Процес проведення оцінки фінансової цінності клієнтської бази банку є дуже складним і трудомістким.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Вивченню цього питання, пов'язаного з визначенням фінансової цінності клієнтської бази комерційного банку, приділили увагу у своїх працях такі вчені, як: І.О. Ніконова, Р.М. Шамгунов, А. Рум'янець, Є. Биховська, І.М. Парасій-Вергуненко, Фредерік Рейчхелд, Суніл Гупта, Дональд Р. Леманн. Ці автори досліджують питання визначення вартості клієнтської бази, а саме нематеріального активу (клієнти), проте вони не висвітлили у повній мірі методики проведення оцінки з подальшим визначенням її вартості. Клієнтела – це наявність постійних клієнтів у підприємства та перспективи його розвитку. Таке визначення належить М.І. Кулагіну [1, с.4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатньо уваги у науковій та методичній літературі приділено саме оцінці клієнтської бази комерційного банку. Уся складність дослідження полягає у тому, що цей нематеріальний актив комерційного банку є маловивченим. Проводячи дослідження цього питання, ми зіштовхуємося з проблемою відсутності необхідної інформації про цей нематеріальний актив та методики розрахунку його вартості.

Постановка завдання. Сьогодні небагато комерційних банків готові до проведення такої складної оцінки. Насамперед це ускладнене тим, що комерційні банки не мають системи збору та акумулювання інформації про клієнтську базу комерційного банку. Також не існує необхідної системи моніторингу, у результаті якого ми мали б можливість бачити всю історію обслуговування клієнта в банку. Відсутня централізована програма з даними, які можна було б аналізувати. За відсутності всіх цих баз даних ускладнюється процес проведення оцінки клієнтської бази банку. Розробка методичних рекомендацій та обґрунтування методики збору та аналізу інформації про клієнтську базу комерційного банку. Розкрити та пояснити формули, які дозволяють провести оцінку та виявити фінансову цінність основної клієнти комерційного банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досить поширеним є метод Монте-Карло, перевагою якого є можливість проведення аналізу й оцінки різних «сценаріїв»

реалізації проекту підвищення вартості клієнти й урахування різних чинників ризику в межах єдиного підходу. Метод Монте-Карло (методи Монте-Карло, ММК) – загальна назва групи чистих методів, які ґрунтуються на отриманні більшої кількості реалізації стаханівського (випадкового) процесу, що формується таким чином, щоб його ймовірнісні характеристики збігалися з аналогічними величинами розв’язаного завдання. Цей метод використовується для розв’язання завдань у різних галузях фізики, математики, економіки, оптимізації, теорії управління і т.п. Над цією теорією працювали спочатку в 1930-х роках Енріко Фермі в Італії, а потім – Джон фон Нейман і Станіслав Улам у 1940-х у Лос-Аламосе [2].

Аналіз клієнтської бази банку вже давно пішов за межі принципів Вільфредо Парето 80/20. У літературі з менеджменту (в основному – у популярній або присвяченій time - менеджменту) обов’язково згадується так званий принцип Порето, або правило 80/20. Наведемо приклад деяких формулювань цього закону:

- 20% клієнтів (товарів) дають 80% обороту або прибутку;
- 20% витраченого часу досягають 80% результатів [3, с.111];
- 20% зусиль дають 80% результатів, а решта 80% зусиль – лише 20% результатів [4];
- 20% реалізованих товарів дадуть 80% прибутків, а останні 80% реалізованих товарів принесуть залишковий прибуток, а саме 20% [5].

Використання важких статистичних і прогнозних методів надає банку можливість розв’язання багатьох важливих бізнес-процесів, на які раніше можна було знайти лише інтуїтивні відповіді:

- які клієнти відгукнуться на новий продукт;
- на який сегмент ринку необхідно звернути увагу для того, щоб збільшити свою клієнтську базу;
- як можна точніше оцінити, які будуть результати від проведення даних заходів (рекламна кампанія, поштове розсилання);
- хто з постійних клієнтів імовірно буде користуватися більшою кількістю банківських продуктів, якщо йому приділити більше уваги;
- хто з постійних клієнтів у змозі отримати нові послуги в банку;
- які з банківських продуктів та послуг можна надавати в комплексі, пропонуючи їх у вигляді єдиного пакета послуг, щоб збільшити відсоток продажу продуктової бази банку;
- як відокремити найбільш перспективний ринок для продажу банківських продуктів.

Необхідно пояснити, які функції виконує статистика. Слово «статистика» від латинського «status» – стан, стан справ. Спочатку воно використовувалося в значенні «політичний стан». У науковий обіг слово «статистика» увів у XVIII столітті німецький учений Г. Ахенваль. Статистика – галузь знань, у якій викладаються загальні питання збору, вимірювання та аналізу масових статистичних (кількісних або якісних) даних. Статистика – це наука про організації, збори, презентовані аналізи й інтерпретації кількісних даних для сприяння прийняття більш ефективних рішень [6].

На більшість із цих питань можна дати відповіді через проведення повного аналізу клієнтської бази комерційного банку. Завдяки правильно проведеному аналізу або в результаті використання статистики можна виділити найбільш перспективних клієнтів для користування конкретними продуктами або послугами. Крім того, внаслідок отриманих статистичних даних, які допомагають співробітникам головного банку прогнозувати або відстежувати вплив того чи іншого маркетингового дійства на збільшення клієнтського потоку, можна досягти бажаного результату.

Розглянемо питання про використання елементів математичної статистики для оцінки вартості клієнти з урахуванням якісної складової. Під якісною складовою будемо розуміти частку клієнтської бази банку в загальному фінансовому потоці банківської установи. Виявити вартість або фінансову цінність клієнтської бази банку є дуже складним. У процесі вивчення цього питання стало зрозумілим, що значна плинність клієнтів сильно ускладнює визначення фінансової цінності клієнти для банку. Необхідно розробити комплексну

систему постійного моніторингу кожного клієнта, який обслуговується в банку з прив'язкою до роботи менеджера, який його обслуговує. У результаті акумулювання та аналізу цих даних стало можливим визначення фінансової цінності клієнтели. Розглянемо статистичну таблицю 1.

Таблиця 1

Дані для розрахунку фінансової цінності клієнтели

Кількість клієнтів	Кількість проданих продуктів	Термін дії продукту (місяці/роки)	Валюта (долар, грн., євро)	Курс НБУ до грн.	Портфель (тис. грн.)
Депозитна клієнтська база					
Кредитна клієнтська база					
Поточні рахунки					
Кількість клієнтів					шт.
Кількість проданих продуктів					шт.
Разом (депозитний та кредитний портфель)					грн.

Шаблон таблиці 1 надається для збирання всіх необхідних даних, які потрібні для визначення фінансової цінності клієнтели для банку. Також працівники головного банку зможуть провести інші види аналізу завдяки статистичній інформації. Фінансова цінність клієнтської бази комерційного банку розраховується в національній валюті. Необхідно добре розуміти, що ж таке цінність, це будь-яке матеріальне або ідеальне явище, що має значення для людини чи суспільства, заради якого вона діє, витрачає сили, заради якого вона живе [7]. Фінансова цінність – це прибуток, який може отримати фінансова установа від довгострокових стосунків з клієнтом, зумовлених спільно укладеним договором.

У результаті визначення фінансової цінності клієнтели для банку ми маємо можливість спрогнозувати той прибуток, який принесе клієнт комерційному банку за рахунок взаємних довгострокових стосунків, зумовлених умовами укладеного договору. Ми отримуємо прогнозні результати доходів, які отримає комерційний банк від збереження клієнтської бази до кінця строку договору. Однак ця сума змінюється щодня.

За допомогою даних таблиці 1 ми маємо можливість провести кількісний аналіз клієнтели та продуктів, якими користуються клієнти. Для якісної оцінки введемо коефіцієнти якісної складової. Використовуємо дані, які ми отримали в результаті збору, аналізу, та зведемо їх до таблиці 1. За формулою 1 розраховується фінансова цінність депозитного портфеля внаслідок проведення точної її сегментації між клієнтами, які обслуговуються в комерційному банку.

Розрахунок вартості даного портфеля ускладнюється тим, що часові проміжки з кредитів вимірюються в місяцях, а з депозитів – у роках.

1. Фінансову цінність клієнтської бази, яка розмістила депозити в комерційному банку, розраховуємо за формулою:

$$K_D = \frac{ST}{100 \cdot |\ln T|}, \text{ де} \quad (1)$$

K_D – коефіцієнт якісної оцінки клієнта, який має в банківській установі депозитний вклад (виражений у грошовій формі);

S – сума вкладу;

$T = \frac{\alpha}{12}$, де α – термін вкладу в місяцях, причому для $\alpha \in [7, 8, 9, 10, 11, 12]$ приймаємо

$$\frac{T}{|\ln T|} = 1.$$

2. Для оцінки вартості клієнти, що має в комерційному банку поточні рахунки (вклади до запитання), беремо $\frac{T}{|mT|} = \frac{1}{2}$, тоді отримаємо:

$$K_p = \frac{S}{200}, \quad (2)$$

3. Фінансову цінність клієнтської бази, яка отримала в комерційному банку кредити, розраховуємо за формулою:

$$K_k = \frac{S \cdot T}{100 \cdot mT}, \text{ де} \quad (3)$$

K_k – коефіцієнт якісної оцінки клієнта, який має в банківській установі кредит (виражений у грошовій формі);

T – термін часу, на який отримано кредит (у роках, $T \geq 3$). Для $T = 2$ беремо $\frac{T}{mT} = 2$.

4. Остаточна формула для загальної оцінки вартості клієнти має такий вигляд:

$$K_s = \frac{1}{100} \cdot \left(\sum_{i=1}^n K_{D_i} + \sum_{j=1}^m K_{P_j} + \sum_{z=1}^l K_{K_z} \right), \text{ де} \quad (4)$$

K_s – сумарна вартість клієнти як нематеріального активу комерційного банку;

n, m, l – кількість клієнтів за депозитами, поточними рахунками та кредитами відповідно.

Чим вищий коефіцієнт K_s , тим вища якісна оцінка клієнти банку, отже, тим самим вища її вартість. Є декілька не фінансових способів, які впливають на збільшення цього коефіцієнта:

- збільшення загального часу депозитних вкладів;
- зменшення загального часу кредитів;
- збільшення загальної кількості клієнтів;
- зменшення кількості неповернених кредитів;
- створення таких умов для клієнта, щоб він користувався більшою кількістю банківських продуктів;
- поліпшення системи обслуговування та довіри клієнта до банку, тим самим зменшивши відсоток того, що клієнт вирішить змінити банк.

Наявність повної інформації про стан комерційного банку та його клієнтської бази уможливить констатувати те, що ступінь надійності банківської установи є високий або низький. Інвестор, володіючи такою інформацією, усвідомлює, що в результаті придбання банку він отримує сильну клієнтську базу, тому комерційний банк і надалі буде добре функціонувати. Тому інвестори, які мають бажання придбати комерційний банк, що діє, отримали установу з надійною клієнтською базою.

Нехай для вивчення кількісної ознаки X (депозити, кредити, кількість фізичних або юридичних клієнтів) із генеральної сукупності взято вибірку $x_1, x_2, \dots, x_n$ об'єму n . Значення x_i ознаки X , що мали місце, назовемо варіантами, а послідовність варіант, записаних у порядку зростання – варіаційним рядом.

Статистичним розподілом вибірки називають перелік варіант x_i варіаційного ряду й відповідних їм частот n_i . Сума всіх частот дорівнює n .

Полігоном відносних частот називають ламану, відрізки якої з'єднують точки $(x_1; w_1), (x_2; w_2) \dots (x_n; w_n)$, де $x_1, x_2, \dots, x_n$ – варіанти вибірки; $w_1, w_2 \dots w_n$ – відповідні їм відносні частоти.

З погляду оцінки клієнти комерційного банку: відносні частоти – це значення фінансових складових діяльності банку.

Статистичною оцінкою Θ^* невідомого параметра Θ теоретичного розподілу називають функцію $F(X_1, X_2, \dots, X_n)$ від величин, що досліджуються $X_1, X_2, \dots, X_n$.

Наприклад, кількість клієнтів банку по місяцях в окремих категоріях.

Точковою називають статистичну оцінку, яка визначається одним числом $\Theta^* = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$, де $x_1, x_2, \dots, x_n$, результати спостережень – за кількісною ознакою.

Незмщеною називають точкову оцінку, математичне сподівання якої дорівнює параметру, що оцінюється, при довільному обсязі вибірки.

Незмщеною оцінкою генеральної середньої (математичного сподівання) є вибіркова середня:

$$\bar{x}_e = \frac{\left(\sum_{i=1}^k n_i x_i \right)}{n}, \text{ де} \quad (5)$$

x_i – варіанта вибірки;

n_i – частота варіанти;

$n = \sum_{i=1}^k n_i$ – обсяг вибірки.

Зауваження. Якщо початкові варіанти x_i – великі числа, то для спрощення обчислень доцільно відняти від кожної варіанти одне й те саме число C , тобто перейти до умовних варіант $u_i = x_i - C$ (як C зручно взяти число, котре близьке до вибіркової середньої). Тоді

$$\bar{x}_e = C + \frac{\sum u_i n_i}{n}. \quad (6)$$

Зміщеною оцінкою генеральної дисперсії є вибіркова дисперсія (D_e)

$$D_e = \frac{\left(\sum_{i=1}^k n_i \cdot (x_i - \bar{x}_e)^2 \right)}{n}. \quad (7)$$

Ця оцінка є зміщеною, оскільки $M[D_e] = \frac{n-1}{n} \cdot D_e$.

Більш зручною можна вважати формулу

$$D_e = \bar{x}^2 - [\bar{x}]^2 = \frac{\sum n_i x_i^2}{n} - \left(\frac{\sum n_i x_i}{n} \right)^2. \quad (8)$$

Зауваження 1. Якщо початкові варіанти x_i – великі числа, то доцільно відняти від усіх варіант одне й те саме число C , яке близьке до вибіркової середньої, тобто перейти до умовних варіант $u_i = x_i - C$ (дисперсія при цьому не зміниться), тоді

$$D_e(X) = D_e(u) = \bar{u}^2 - [\bar{u}]^2 = \frac{\sum n_i u_i^2}{n} - \left(\frac{\sum n_i u_i}{n} \right)^2 \quad (9)$$

Зауваження 2. Якщо початкові варіанти x_i є десятковими дробами з k десятковими знаками за комою, то для того, щоб не виконувати дій з дробами, треба помножити початкові варіанти на константу C^k .

При цьому дисперсія збільшується в C^2 разів. Тому, знайшовши дисперсію умовних координат, необхідно поділити її на C^2 : $D_e(X) = \frac{D_e(u)}{C^2}$

Незмщеною оцінкою генеральної дисперсії є виправлена вибіркова дисперсія:

$$S_X^2 = \frac{\sum n_i x_i^2 - \frac{(\sum n_i x_i)^2}{n}}{n-1}. \quad (10)$$

В умовних варіантах має такий вигляд:

$$S_u^2 = \frac{\sum n_i u_i^2 - \frac{(\sum n_i u_i)^2}{n}}{n-1}, \text{ причому, якщо:}$$

$$u_i = x_i - C, \text{ то } S_X^2 = S_u^2; \text{ якщо } u_i = C \cdot x_i, \text{ то } S_X^2 = \frac{S_u^2}{C^2}.$$

Оскільки йдеться про дисперсію, то треба оцінювати не саму відносну похибку даного вимірювання, а корінь квадратний з цієї похибки.

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті розкрито питання важливості проведення статистичного моніторингу клієнтів та продуктової бази, яку вони споживають. Оцінка генеральної сукупності вибірки (клієнтської бази) є важливим інструментом для отримання реальної вартості нематеріального активу банку – клієнтеля.

Для отримання цих оцінок треба за наведеними правилами обчислювати математичне сподівання, дисперсію та вибірккову середню. Останній параметр і є найдієвішим при визначенні вартості.

Зробимо важливий висновок щодо використання вибіркових середніх при оцінці вартості клієнтеля: чим ближче варіанта x_i до генеральної вибіркової середньої, тим надійнішому клієнту вона відповідає.

Для менеджерів банків це означає, що:

1. Треба продовжувати співпрацю з тими клієнтами, чиї варіанти з вибірок близькі до генеральної вибіркової середньої з можливістю надання певних пільг цим клієнтам для залучення більших грошових потоків.
2. Не слід відмовлятися від співпраці з клієнтами, чиї показники з вибірок далекі від генеральної середньої. Для цих клієнтів необхідно запропонувати інші види банківських послуг, що дасть змогу залишити клієнта для даного банку і, можливо, у майбутньому допоможе збільшити грошові потоки в стосунках «банк – клієнт».

Розкриті формули, які дозволять провести оцінку депозитного, кредитного та поточного портфелів банку. У майбутньому можливо розробити методику проведення оцінки клієнтської бази закладів, які працюють в інших сферах.

Література

1. Авдеев С. Н. Оценка рыночной стоимости клиентелы – нематериального актива компании / С. Н. Авдеев, Н. А. Козлов, В. М. Рутгайзер. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 73 с. – (Библиотека журнала «Имущественные отношения Российской Федерации»).
2. Офіційний сайт «Вікіпедія» свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Метод_Монте-Карло.
3. Зайверт Л. «Ваше время – в Ваших руках» [Электронный ресурс] / Л. Зайверт. – М: Интерэксперт, 1995. – Режим доступа: <http://www.ozon.ru/?context=detail&id=943175>.
4. Сайт «Добьемся успеха вместе» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ysnex.ru/principle80_20.php.
5. Офіційний сайт «Вікіпедія» свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/статистика>.
6. Офіційний сайт «Вікіпедія» свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/цінність>.
7. Офіційний сайт «Вікіпедія» свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Закон_Парето.

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ЛОГІСТИКИ

Розглянуто у історичній послідовності основні теоретичні погляди на удосконалення руху і обробки матеріальних та інформаційних потоків від місць їх виникнення до пунктів кінцевого призначення. Доведено доцільність використання на сучасному етапі інтегрованої концепції логістики, що увібрала найкращі теоретичні надбання з удосконалення управління потоками матеріалів та інформації.

The main opinions concerning with improving of movement and processing of material and information flows from places of their originated to points of final destination are examined in historical succession. The worthiness of using at the modern stage the integrated logistical conception, which compounded the best theoretical inheritance of material and information flows management, is proved.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Логістика як наука про управління матеріальними ресурсами та інформацією усередині та поза межами підприємств (фірм) виникла у другій половині XX століття. Теоретичні засади логістики – концепції або погляди на удосконалення руху і обробки матеріальних та інформаційних потоків протягом п'ятдесяти з лишком років не раз змінювалися під впливом науково-технічних, економічних, політичних та інших зовнішніх обставин. Ось чому на сучасному етапі ринкової форми господарювання слід використовувати таку концепцію, яка б відповідала реаліям сьогодення в Україні і націлювала виконавців на максимальне скорочення витрат часу, праці й коштів при логістичній обробці матеріалів та інформації.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років свідчить, що серед вітчизняних теоретиків і практиків немає одностайного розуміння сутності і причин еволюції логістичних концепцій. Так, В.В. Вінников, О.Д. Бикова і С.В. Вінников трактують концепцію логістики як систему поглядів на раціоналізацію господарської діяльності шляхом оптимізації поточкових процесів на підставі системного підходу, гуманізації технологічних процесів, обліку логістичних витрат протягом усього логістичного ланцюга, розвитку послуг логістичного сервісу, а також спроможності логістичних систем до адаптації в умовах ринку [1, с.29-30]. В.Є. Николайчук вважає головною відзнакою логістичної концепції її залежність від рівня розвитку складських і тарно-пакувальних комплексів, транспорту, інформаційних мереж і банків даних. На його думку, логістична концепція сприяє переходу від дискретного до наскрізного управління матеріальними потоками [2, с.9]. Ю.В. Пономарьова розглядає концепцію логістики як ідею, новизна котрої полягає у зміні пріоритетів між різними видами господарської діяльності на користь посилення значимості діяльності з управління матеріальним потоком [3, с.11].

На погляд М.А. Окландера, концепція логістики підприємства – це образ мислення, філософія діяльності, згідно з якою слід уникати часткової оптимізації зведених разом логістичних функцій через виявлення реальних можливостей для їх балансу і забезпечення поставки «точно вчасно». На відміну від раніш згаданих авторів він виділяє п'ять етапів розвитку концепції і пов'язує це з трансформацією економічного клімату, модернізацією технологій транспортно-складської обробки матеріалів, удосконаленням засобів зв'язку і масовим розповсюдженням комп'ютерів [4, с.28-46]. Г.І. Михайліченко відзначає певні концепції, що мають місце у логістиці, але не вказує на взаємозв'язок між ними [5, с.22-25].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розглядаючи теоретичні засади логістики вітчизняні автори не враховують цілу низку зовнішніх факторів, що впливають на трансформацію логістичних концепцій, не вбачають спадкоємності їх розвитку і застосування.

Постановка завдання полягає у розкритті причин, що сприяли виникненню і послідовному удосконаленню поглядів на управління матеріальними та інформаційними потоками, які разом увійшли в сучасну інтегровану концепцію логістики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Логістика як і кожна наука використовує обґрунтовані підходи і погляди на явища і процеси, що відбуваються у сфері її впливу і потребують подальшого удосконалення. Об'єктами дослідження у логістиці виступають матеріальний та інформаційний потоки, а процесами - їх рух і відповідна обробка (ВРТС-роботи, упакування, унітизація, комунікація) на шляху від джерела виникнення до кінцевого пункту споживання. Виходячи з цього концепцією логістики можна вважати систему поглядів і заходів кожним з учасників матеріалоруку і усіма ними разом з удосконалення управління матеріальними та інформаційними потоками у мікро- і макромасштабі.

Логістична концепція не може бути однією для різних етапів господарювання. Вона потребує перегляду в залежності від змін факторів зовнішнього середовища, в першу чергу – економічних. Так, у п'ятдесяті роки 20 століття, коли на Заході ще існував ринок продавців, зарубіжні фахівці з логістики вбачали головним завданням виготовлення і доведення до споживачів продукції, яка вигідна виробникові. З переходом до ринку покупців логістична концепція почала ґрунтуватися на необхідності випуску і поставок виробів, замовлених споживачами.

На систему поглядів теоретиків і практиків з логістики впливають науково-технічний прогрес, міжнародні контакти, рівень освіти виконавців, демографічна ситуація в країні та її регіонах, постійне подорожчання паливно-енергетичних ресурсів та ще ціла низка об'єктивних обставин. Саме тому доцільно говорити не про якусь одну логістичну концепцію, а про концепції, що виникали і удосконалювались в залежності від змін у зовнішньому середовищі.

Першою логістичною концепцією, яка була обґрунтована американськими фахівцями у середині 1950-х років, стало розуміння того, що фірма-виробник повинна закуповувати матеріально-технічні ресурси у зовнішніх товаровласників у такому обсязі й асортименті, щоб виготовляти продукцію дійсно необхідну споживачам. Концепція одержала назву «Requirements/resources planning» - скорочено RP, що означає «Планування потреб/ресурсів».

Концепція RP націлювала фахівців з логістики фірм-виробників на те, що спочатку треба з'ясовувати потребу представників ринку-традиційних і можливих споживачів у продукції фірми, одержувати від них замовлення на виготовлення виробів у певний час і в необхідному обсязі. Лише після цього логісти фірми мають закуповувати сировину, матеріали та інші предмети і засоби праці у необхідній кількості й потрібної якості.

Отже, концепція RP надала можливість фахівцям з логістики вірно визначати послідовність дій зі збутово-постачальницької роботи. Але концепція RP не розкрила заходів зі скорочення на фірмах виробничих і збутових запасів, внаслідок чого логісти, як і раніше, утримували на заводських складах значні обсяги запасів, що дорівнювали кварталній, піврічній та навіть річній потребі підприємства у матеріально-технічних ресурсах.

Наприкінці 1950-х – початку 1960-х років у Японії на підприємствах автомобілебудівної компанії Тойота Моторс одержала розвиток нова логістична концепція «Just in time» (JIT) – «Точно в строк», «своєчасно». Згідно неї підприємство – споживач у відповідності до узгодженого графіку повинно одержувати від фірми-постачальника вузли і деталі у обговорений час у необхідній кількості і асортименті одразу в складальний цех на робочі місця. При таких умовах постачання споживачу не потрібні поточні і страхові запаси тих ресурсів, що найбільш часто використовуються у виробництві. Постачальник несе відповідальність за якість продукції, що скорочує витрати часу й коштів на приймання і запуск вузлів і деталей у виробництво автомобілів.

Концепція JIT одержала визнання в багатьох галузях промисловості Японії, США та інших країн з розвинутою ринковою економікою.

Нещодавно ця концепція була удосконалена завдяки більш тісній інтеграції виробників зі споживачами матеріально-технічних ресурсів. Згідно концепції ЛТ-2 представник фірми-постачальника постійно знаходиться у споживача і в разі виробничої необхідності корегує графік поставок сировини і матеріалів на адресу покупця [6, с.89].

Одночасно у США в 1956 році з'явилась третя логістична концепція «Total distribution cost» (ТДС) – «Загальних витрат з дистрибуції», «Урахування загальних витрат зі збуту». На відміну від концепції ЛТ, яка спрямована на удосконалення матеріально-технічного постачання фірми, концепція ТДС присвячена пошуку і запровадженню заходів зі скорочення витрат часу, праці й коштів у збутовій діяльності фірми. Так, наприклад, при відправці продукції на далеку відстань фірмі вигідніше користуватися повітряним, ніж сухопутним чи водним транспортом. У цьому разі підвищені витрати по перевезенням компенсуються відсутністю затрат з виконання вантажно-розвантажувальних і перевалювальних операцій на проміжних пунктах матеріалоруку, з експедування і охорони вантажів, які обов'язково мають місце при перевезеннях по суходолу і воді. Використання контейнерів при збуті надає можливість фірмі-виробнику в стислий строк доставити до споживачів готову продукцію без зайвих витрат за кількістю і якістю.

У першій половині 1970-х років майже усі країни Західної Європи і Америки стикнулися з глибокою енергетичною кризою. Спад виробництва, безробіття, зниження активності ринку і, як закономірний результат, різке і глибоке погіршення стану економіки в національних та транснаціональних масштабах змусили теоретиків і практиків з логістики переглянути своє ставлення до матеріально-технічного постачання і збуту виготовленої продукції як окремих процесів.

Новий підхід до управління потоками матеріалів та інформації полягав у об'єднанні зусиль усіх учасників матеріалоруку, у перетворенні матеріально-технічного забезпечення, виробництва, розподілу (дистрибуції), транспортування, посередництва і продажу готової продукції покупцям у єдину ресурснопропускну систему. Нова логістична концепція, що одержала назву «Total cost minimum» (ТСМ) – «Мінімізації загальних витрат», вже націлювала виконавців на перехід від дискретного до наскрізного управління поточковими процесами від первинного джерела до кінцевої мети.

Концепція ТСМ, яку також називають логістичним образом мислення, концептуальною стратегією логістики, заснована на пошуку і запровадженні раціональних форм і маршрутів матеріалоруку на макрорівні. Згідно цієї концепції суттєво підвищується роль посередницьких структур з транспортно-складським і тарно-пакувальним комплексами, які зі звичайних вантажопередавальних пунктів мають перетворюватися на координаторів матеріальних потоків, що повинні доходити до потрібних споживачів у необхідному обсязі та асортименті, відповідної якості, з найменшими витратами часу, праці й коштів. Наприклад, прямі господарські зв'язки по поставках продукції від фірми-виробника до фірми-споживача сприяють скороченню часу і витрат по перевезенню матеріально-технічних ресурсів, але збільшують витрати обох сторін з утримання збутових і виробничих запасів. У разі залучення до співробітництва третього учасника – оптового посередника - виробник одержує можливість частіше відправляти продукцію на оптову базу, де почне створюватися товарний запас, а споживач взагалі зможе працювати без виробничого запасу, оскільки одержуватиме продукцію за умовою «Just in time» щоденно одразу в цех. У другому випадку сумарні витрати учасників матеріалоруку з транспортування збільшуються, але компенсуються економією з утримання збутових і товарних запасів. Безумовно, в усякій ситуації потрібно розраховувати логістичні витрати по кожному з можливих варіантів матеріалоруку.

Внаслідок поступового впровадження логістичної концепції ТСМ у господарську практику зросли вимоги до своєчасності та достовірності супровідної інформації, що сприяло появі і масовому використанню комп'ютерів, а також сучасних інформаційних технологій. Виникла нагальна потреба у науковому обґрунтуванні наскрізного управління матеріальними та інформаційними потоками.

У зарубіжних країнах з ринковою формою господарювання почали приділяти увагу підвищенню рівня компетентності і кваліфікації кадрів, які безпосередньо мають справу з розподілом, транспортуванням, зберіганням та іншими логістичними функціями і операціями. У 80-90-ті роки минулого століття на Заході одержала розвиток концепція «Demand-Driven techniques» (ДДТ) – «Реагування на попит». Вона являє собою подальшу модифікацію концепції RP у площині прискорення реакції на зміни споживчого попиту. Найбільш відомими є чотири варіанти цієї концепції: «Rules based reorder» (ROP), «Quick response» (QR), «Continuous replenishment» (CR) та «Automatic replenishment» (AR).

Варіант ROP – «Управління, засноване на точці замовлення (перезамовлення)» рекомендовано для промислових підприємств – споживачів, які створюють у себе виробничі запаси сировини і матеріалів. Ефективність застосування ROP полягає у визначенні та оптимізації страхової частини запасів майже до їх ліквідації у залежності від зміни попиту замовників продукції. Так, у випадку відмовлення будь-кого із майбутніх споживачів викуповувати у підприємства продукцію, останнє повідомляє постачальника про необхідність скорочення чергової поставки матеріальних ресурсів, а свою поточну потребу в сировині і матеріалах задовольняє за рахунок раніш сформованого страхового запасу.

Варіант QR – «Швидкий відгук», «Швидке реагування» рекомендовано використовувати у стосунках між роздрібними і оптовими посередниками з метою підтримування повноцінного продажу товарів покупцям. Реалізація цієї модифікації концепції ДДТ здійснюється шляхом моніторингу продажу товарів у роздріб і передачі даних про обсяги і асортимент виробів, що користуються попитом у населення, оптовикам, а від них – виробнику споживчих товарів. Інформаційні зв'язки між ритейлерами, оптовиками і виробником здійснюються завдяки сучасним телекомунікаційним і комп'ютерним мережам. Фірма-виробник завдяки впровадженню у себе гнучких технологій може швидко переключатися на випуск продукції, яка на даний час користується у покупців значним попитом і потрібна ритейлерами.

Варіант CR – «Безперервного поповнення» удосконалює попередню концепцію «Quick response» і призначений для усунення необхідності одержання замовлень на поповнення запасів готової продукції. Метою CR є встановлення ефективного логістичного плану, спрямованого на безперервне поповнення запасів споживчих товарів у ритейлерів. Фірма-виробник на підставі щоденної обробки даних про обсяги і асортимент продажу товарів оптовиків і ритейлерів самостійно розраховує необхідну сумарну потребу в своїй продукції. Потім виробник на підставі власних розрахунків і прогнозування попиту на продукцію безперервно або з високою періодичністю надсилає свої вироби оптовикам і навіть крупним ритейлерам. Безперервне поповнення запасів у оптових і роздрібних посередників є запорукою того, що усі учасники матеріалоруку разом працюють на кінцевий результат – своєчасну доставку товарів у необхідному обсязі і асортименті, потрібної якості, у потрібне місце продажу саме тим покупцям, котрим такі товари конче потрібні.

Концепція CR передбачає такі основні умови функціонування: по-перше, необхідна достовірні і оперативна інформація від оптовиків і ритейлерів про результати продажу виробників підприємства; по-друге, повинна бути гарантована надійність поставки товарів оптовикам й роздрібним посередникам; по-третє, обсяги (маса) партій мають дорівнювати вантажопідйомності транспортних засобів – залізничного вагону, автомашини.

Логістична концепція AR – «автоматичне поповнення запасів» виступає як подальше удосконалення варіантів QR і CR. Концепція AR передбачає надання постачальнику права прийняття рішень по товарним атрибутам і категоріям. Фірма – виробник виходячи з одержаної від посередників інформації вирішує, які види продукції певного сорту, марки чи артикулу треба кожного дня випускати і відвантажувати продавцям. Управління товарними запасами здійснюється фірмою – виробником, а не посередниками – оптовиками і ритейлерами, що дозволяє останнім зосередити увагу на обслуговуванні покупців. У той же час існує загроза накопичення у посередників зайвих запасів товарів, на які попит споживачів скорочується. Тому автоматичне поповнення запасів товарів у посередників

потребує систематичного корегування як з боку постачальників, так і самих посередників.

У цілому, концепція DDT – «Реагування на попит» і чотири її модифікації – ROP, QR, CR і AR сприяють оптимізації руху матеріалів та інформації від пунктів їх походження до пунктів і місць їх продажу і споживання. Протягом 90-х років за рубежом виникла ще одна логістична концепція «Lean production» (LP) – «Виснажене виробництво». Вона була викликана до життя у зв'язку зі зростанням споживчого попиту на ексклюзивні товари на відміну від так званого «ширпотребу».

Сутність концепції LP полягає у наступному:

- досягненні високої якості товарів, що виготовляються фірмою (підприємством);
- зменшенні розмірів партії продукції;
- здатності виробництва швидко переключатися на нові типосортрозміри продукції.

У концепції використовується ідея поєднання низької собівартості при великих обсягах масового виробництва та різноманітності продукції і гнучкості дрібносерійного виробництва. Концепція LP виправдовує себе в умовах глобальної економічної кризи, що призвела до суттєвого падіння споживчого попиту на товари масового виробництва і потреби в ексклюзивних товарах для людей із значним достатком.

Одночасно із суцільно логістичними в теорії управління матеріальними потоками використовується універсальна концепція зберігання якості сировини, матеріалів і готової продукції. Концепція «Total quality control» (TQC) виникла в Японії на початку 1950-х років. У той час невеличка фірма «Тойота Моторз Корпорейшн» отримувала від воєнного відомства США замовлення на виготовлення автомобілів – вільсів для американських військ, що воювали у Кореї. Замовник постачав японській фірмі вузли та деталі, надавав детальну специфікацію того, що треба виробити. При цьому вимоги до якості автомобілів – позашляховиків, прообразу сучасних «Джипів», стояли на першому місці. При виготовленні вільсів використовувалось більше, ніж 20 тис. комплектуючих виробів, а тому робота починалася з перевірки їх якості. Саме з цієї пори в Японії виникла ідея створення так званих кружків якості, до яких входили робочі, майстри та інженери. Члени таких кружків ретельно перевіряли якість виготовлення напівфабрикатів і продуктів незавершеного виробництва, приділяли особливу увагу якості готових виробів – автомашин. У подальшому фірма «Тойота» перейшла до контролю якості предметів і продуктів праці у допоміжному виробництві, де здійснюються ВРТС – операції, упакування запасних частин і аксесуарів до автомашин [7, с.525].

Досвід японської фірми із загального контролю якості (TQC) одержав визнання у США, промислово розвинутих країнах Європи і навіть у СРСР. Протягом наступних десятиріч концепція загального контролю якості трансформувалася у більш універсальну систему поглядів і заходів, у тому числі таких, що стосуються удосконалення ВРТС – робіт з потоками матеріалів. Загальний контроль якості перетворився на концепцію «Total quality management» (TQM) – «Загальне управління якістю». У логістиці концепція TQM поширюється на усіх учасників матеріалоруху, тобто на виробників, перевізників, посередників і споживачів. Кожний з них повинен у межах своєї компетенції відповідати перед суміжниками за якість одержаних матеріально – технічних ресурсів, що підлягають навантажувально – розвантажувальним роботам, переміщенню, зберігання, консолідації, унітизації та багатьом іншим логістичним операціям. Отже, фахівці з логістики, починаючи з менеджерів і закінчуючи механізаторами і вантажниками, мають нести персональну відповідальність за недопущення пошкодження, деформації, псування, розсипу, випаровування та інших випадків погіршення якості сировини, матеріалів, незавершеної продукції та готових виробів. Боротьба за якість майбутньої готової продукції починається задовго до її виробництва і завершується лише під час передачі продуктів праці кінцевому споживачу.

На сучасному етапі розвитку логістики як наукової теорії доцільно використовувати концепцію, що увібрала до себе усі найкращі погляди і підходи до управління матеріальними та інформаційними потоками. Рис.1 дає уяву про побудову інтегрованої логістичної концепції.

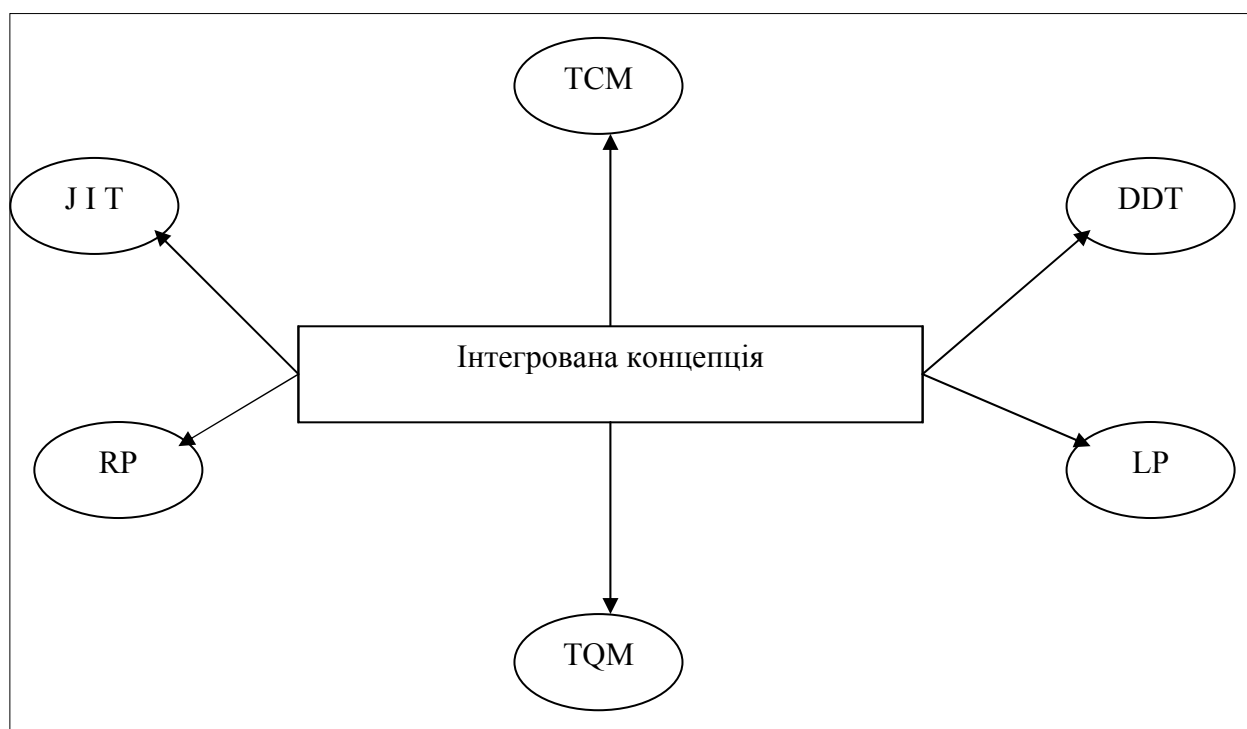


Рис.1. Склад інтегрованої концепції логістики

Інтегрована логістична концепція є багатовекторною і передбачає управління наскрізними матеріальним та інформаційним потоками з урахуванням семи правил («7R») логістики.

Основні положення інтегрованої логістики полягають у такому :

1. Рух матеріалів та інформації від первинного джерела через проміжні пункти до кінцевого споживача треба розглядати в якості єдиного наскрізного потоку.
2. У наскрізному потоці не повинно бути надмірних вантажів і зайвої інформації. Постачальник має відправляти споживачеві сировину, матеріали чи готову продукцію в обумовленому обсязі та асортименті, супроводжуючи необхідною документацією про кількість, якість, законність походження і небезпечність (загрозу) для навколишнього середовища.
3. Кількість учасників матеріалоруку повинна бути мінімальною і по можливості обмежуватися постачальником, перевізником і споживачем. Залучення до вантажопотоку оптових чи роздрібних посередників має здійснюватися на підставі техніко – економічних розрахунків, що свідчать про доцільність розширення переліку організаторів і виконавців логістичної обробки потоку сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готових виробів.
4. Облік витрат часу, праці і коштів на виконання вантажно-розвантажувальних, транспортних, складських та інших логістичних операцій з матеріалопотоком і його складовими слід вести на усьому шляху від первинного джерела до кінцевого споживача. При цьому необхідно постійно виявляти і скорочувати вартість виконання трудомістких ВРТС – та інших робіт з вантажами з метою мінімізації сукупних логістичних витрат.
5. На підприємствах промисловості, транспорту, оптової та роздрібної торгівлі необхідно використовувати сучасне універсальне технологічне, підйомно-транспортне, складське і торгівельне обладнання, завдяки чому забезпечується гнучкість виробництва, транспортно-складської обробки, упакування і унітизації складових матеріалопотоку.
6. Учасники матеріалоруку повинні оперативно реагувати на зміни в попиту споживачів у сировині, матеріально-технічних ресурсах і готовій продукції. Завдяки адаптації – здатності пристосовуватися до коливань споживчого попиту – виробник і посередники

можуть своєчасно регулювати кількісні і якісні характеристики матеріального потоку, повністю забезпечуючи покупців потрібними предметами і продуктами праці.

7. Кожний учасник матеріалоруку і усі вони разом несуть відповідальність за збереження якості складових вантажопотоку – сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції, тари і упаковки. ВРТС – та інші логістичні операції мають виконуватися згідно технічних умов і правил, що гарантують дотримання якісних характеристик вантажів на належному рівні на шляху від постачальника до кінцевого споживача.
8. У логістичній обробці матеріального та інформаційного потоків задіяні фахівці різного рівня компетенції і кваліфікації. Для того, щоб працівники промислових, транспортних і посередницьких підприємств, відповідальні за логістичні функції і операції, успішно виконували покладені на них завдання, необхідно створювати належні умови праці, доводити до безпосередніх виконавців норми часу і виробітку на ВРТС – роботи, впроваджувати заходи з матеріального та морального стимулювання в разі досягнення високих результатів труда.
9. Для своєчасного і ретельного виконання транспортно-складських та інших операцій фахівці з логістики повинні мати повну інформацію про виробників, перевізників, посередників і споживачів усіх складових матеріального потоку, володіти даними про кількість, асортимент, якість, законність походження і небезпечність вантажів щодо людей і навколишнього середовища.

У розпорядженні фахівців з логістики мають бути закони, постанови і розпорядження вищих і місцевих органів влади стосовно підприємницької діяльності у сферах матеріального виробництва і обігу суспільного продукту, державні і галузеві стандарти на сировину, матеріали і готові вироби, довідники та інструкції з проведення приймально-здавальних, вантажно-розвантажувальних, транспортних, складських та інших логістичних операцій.

Між учасниками матеріалоруку повинен бути налагодженим обмін оперативними даними про вимоги і порядок виконання ВРТС – робіт з вантажами, запроваджені сучасні інформаційні технології на підставі інтра- та Інтернету.

Висновки і перспективи подальших розробок. Інтегрована концепція логістики являє собою сукупність обґрунтованих поглядів і заходів з раціонального управління потоками матеріалів ті інформації, що поєднують виробників зі споживачами предметів і продуктів праці. Необхідно ширше впроваджувати інтегровану концепцію у теорію і практику логістики з метою її апробації і подальшого доопрацювання.

Література

1. Винников В. В. Логистика на водном транспорте: учеб. пособ. [для студентов и курсантов высш. учебн. заведений водного транспорта] / В .В. Винников, Е. Д. Быкова, С. В. Винников. – Одесса: Феникс, 2004. – 222 с.
2. Николайчук В. Е. Логистика / В. Е. Николайчук. – СПб., М., Харьков: Питер, 2001. – 160 с.
3. Пономарьова Ю. В. Логістика: [навч. посіб.] / Ю. В. Пономарьова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
4. Окландер М. А. Логістична система підприємства: [монографія] / М. А. Окландер. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.
5. Михайліченко Г. І. Логістика в туризмі: опорний конспект лекцій з дисципліни для студентів спец-ті «Менеджмент організацій» / Г. І. Михайліченко. – К.: Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2008. – 104 с.
6. Джонсон Д. Современная логистика / Д. Джонсон, В. Дональд, Д. Вордлоу, П. Мэрфи-мл [пер. с англ.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
7. Економічна історія зарубіжних країн: [навч. посіб.]; за ред. М. О. Уперенка. – Харків: Бурун-книга, 2009. – 560 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРИБУТКОВОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

У статті визначається необхідність впровадження прибуткового підходу для оцінки вартості підприємства в прийнятті ефективних управлінських рішень та загального рівня капіталізації в сучасних економічних умовах. Визначено можливості збільшення вартості підприємства та бізнесу в цілому. Запропоновано методи вдосконалення процесу визначення вартості підприємства.

In the article determine necessity of forming the profitable approach for cost enterprise for acceptance of effective administrative decisions and general level of capitalization in modern economic terms. The determination of possibilities is increase of cost enterprise and business on the whole. The methods of improvement the process determination of cost enterprise are offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні для прийняття ефективних управлінських рішень власникам і керівникам підприємства необхідна інформація про вартість бізнесу.

На сьогоднішній момент серед українських представників керівництва компаній та фірм постійно здійснюється пошук оптимальних шляхів та фінансових важелів, які б змогли збільшити ринкову вартість цих організацій.

Максимізація фінансова вартість капіталу українських компаній стає пріоритетною стратегічною ціллю їх керівництва.

Історичний аналіз формування ринкової діяльності українських підприємств дозволяє зробити висновок, про те що не дивлячись на розуміння важливості зростання ринкової вартості підприємства, зростання ефективності використання фінансових ресурсів, у вітчизняного менеджменту ще не склалось чіткого розуміння ролі оціночної діяльності в системі управління фінансами підприємства, засобів визначення вартості різних об'єктів власності.

В проведенні оціночних робіт зацікавлені також інші сторони: державні установи (контрольно-ревізійні та інші органи), кредитні організації, страхові компанії, відправники, інвестори і акціонери.

Формування ринкової вартості підприємства сьогодні здійснюється в більшості випадках не зовсім професійно та не завжди відповідає цілям та наведеним завданням оптимізації структури фінансових ресурсів підприємств.

Це свідчить про те, що з однієї сторони є недостатність теоретичної та законодавчої обґрунтованості поставленої проблеми, та з другої – відсутність досвіду з використанням сучасних методів в оцінці власного капіталу та його активів, тому слід більш докладніше розглянути особливості впровадження прибуткового підходу, навести формули розрахунку та підкреслили актуальність їхнього впровадження.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретичні аспекти формування ринкової вартості підприємства, а також прибуткового підходу розроблені в працях таких західних вчених, як Г. Александер, І. Ансофф, Р. Брейли, А. Дамодаран, М. Міллер, Ф. Модильяні, Д. Моррис.

Не малий внесок в впровадження прибуткового підходу к вартості підприємства вклали також: С.В. Валдайцев, В.В. Григор'єв, А.Н. Козирев, А.П. Ковалев, М.А. Федотова, А.Е. Федотова, М.І. Литвин, Г.С. Волинський, М.І. Литвин.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для того, щоб

механізм формування ринкової вартості підприємства здійснювався як в західній практиці, потрібно звернути увагу на необхідність проведення саме оцінки підприємства в цілому, формування власних резервів підприємства та як кінцевий результат формування ринкової вартості вітчизняних підприємств, а також здійснити підбір актуальної моделі для оцінки вартості підприємства з урахуванням специфіки підприємства, галузі функціонування, а також наведених цілей перед оцінкою підприємства.

Постановка завдання. Варто дослідити основні можливості підвищення та управління вартості підприємства, проаналізувати впровадження технологій оцінки бізнесу, а також розглянути переваги та недоліки впровадження прибуткового підходу для оцінки вартості підприємства та бізнесу в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними джерелами інформації, що використовуються для оцінки вартості підприємства шляхом прибуткового підходу є:

1. Фінансова звітність, аудиторські висновки, дані бухгалтерського обліку, зокрема інформація про розмір дивідендів, які виплачувалися акціонерним товариством; інформація про інвестиційні проекти, що реалізуються, інша інформація про фінансові та виробничі показники підприємства за минулі звітні періоди.
2. Бізнес-плани, а також інші документи підприємства по плануванню і прогнозуванню фінансових і виробничих показників.
3. Результати анкетування і проведення опитування з керівництвом, адміністрацією підприємства, відповіді на питання експерта.
4. Інформація про економічну ситуацію і тенденції розвитку регіону (регіонів), в якій знаходиться оцінюване підприємство.
5. Інформація про ризики, що пов'язані з основною діяльністю підприємства.
6. Інформація про котирування акцій і мінливості курсу акцій оцінюваного акціонерного товариства, підприємства галузі, до якої відноситься оцінюване акціонерне товариство і фондового ринку взагалі.
7. Інформація про макроекономічну ситуацію в економіці та тенденції її розвитку.

Основними методами прибуткового підходу є: метод прямої капіталізації доходу; метод непрямої капіталізації доходу (метод дисконтування грошового потоку).

Вибір методів оцінки при цьому залежить від наявності інформації про очікувані (прогнозовані) доходи від використання об'єкту оцінки, стабільності їх отримання, мети оцінки, а також виду вартості, що підлягає визначенню.

Перевагою прибуткового підходу є облік доцільності спільного використання комплексу активів підприємства в порівнянні з роздільним їх використанням, а також ефективність використання власного та залученого капіталу. Складність і обмеженість застосування прибуткового підходу полягає в необхідності прогнозування грошових потоків з погрешністю при визначенні ризиків бізнесу, вартості капіталу по елементам, темпів зростання грошових потоків у прогнозному періоді.

Процедурно оцінка бізнесу прибуткового підходу містить:

- підготовку фінансової звітності оцінюваного підприємства, зокрема актуалізацію і нормалізацію звітності;
- на підставі ретроспективного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства визначення перспективних оцінок величини його грошових потоків;
- розрахунок ставки дисконтування або коефіцієнт капіталізації залежно від вибраного методу і показника грошового потоку;
- розрахунок вартості бізнесу шляхом трансформації майбутніх грошових потоків в дійсну вартість на дату проведення оцінки, використовуючи методи дисконтування або капіталізації.

Оцінювання методами прибуткового підходу передбачає дотримання таких умов:

1. Перспективна величина показника доходу повинна визначатися виходячи з минулих результатів діяльності підприємства, перспектив його розвитку, а також галузевих і

загальноекономічних чинників.

2. Ставка дисконтування або капіталізації повинна відповідати вибраному показнику грошового потоку. Ставка дисконтування або капіталізації повинна враховувати структуру капіталу, інвестованого в бізнес: грошові потоки на власний капітал зрівнювати зіставляти з ціною власного капіталу, грошові потоки на інвестований капітал – зі середньозваженою ціною капіталу.

Щоб формалізувати зв'язок номінальної ставки прибутковості, яка включає проти інфляційну надбавку (позначимо цю ставку буквою до), з реальною ставкою прибутковості для без інфляційної ситуації (r), темпом інфляції (b), запишемо спочатку очевидну рівність: $(1 + k) = (1 + r)(1 + b)$. Враховуючи інфляцію, отримуємо вираження: $(1 + k) = (1 + r)(1 + b)$. Звідки, $до = r + b + rb$. Ця формула відома, як формула І. Фішера (при незначних темпах інфляції в межах до 10 % річних, величиною (rb) зазвичай нехтують).

Метод прямої капіталізації очікуваного доходу застосовується для спрощення і прискорення розрахунку існуючої вартості бізнесу, якщо прогнозується постійний по величині і рівний в проміжках періоду прогнозування чистий операційний дохід, отримання якого не обмежується в часі.

Найчастіше метод прямої капіталізації використовується для попередньої (експрес-оцінки) вартості бізнесу.

Практичне застосування методу капіталізації передбачає здійснення наступних основних процедур:

- аналіз фінансової звітності, її нормалізація і трансформація (при необхідності);
- вибір величини прибутку, яка буде капіталізована;
- розрахунок адекватної, ставки капіталізації; визначення попередньої величини вартості;
- проведення поправок на наявність не функціонуючих активів (якщо такі присутні);
- проведення поправок на контрольний або неконтрольний характер оцінюваної частки, а також на недостатню ліквідність (якщо вони необхідні).

За умов дотримання вищезгаданих обмежень, для капіталізації майбутнього доходу в дійсну вартість застосовуються два підходи:

- 1) метод прямої капіталізації;
- 2) метод капіталізації по нормі віддачі [1, с.21].

По методу прямої капіталізації поточна вартість бізнесу визначається за формулою:

$$V = \frac{NOR}{R} \quad (1)$$

де NOR – чистий операційний дохід від експлуатації об'єкту оцінки за рік, гр. од.;

R – ставка капіталізації.

Зазвичай, як період часу, за який проводяться розрахунки, беруть п'ять періодів: два найближчих в тому, що минув, поточний і два майбутніх [2, с.10].

Серед методів визначення коефіцієнта (ставки) капіталізації слід розглянути такі: спосіб ринкової екстракції для ідентичних об'єктів: заснований на статистичній обробці ринкової інформації про величини чистого операційного доходу і цін продажу ідентичних об'єктів (депозитів, майна, нерухомості і т. п.), який має вигляд:

$$R = \frac{NOR}{n} \sum_{i=1}^n R_i \quad (2)$$

де NOR – чистий операційний дохід від експлуатації об'єкту оцінки за рік, гр. од.;

n – кількість ідентичних об'єктів оцінки;

R_i – коефіцієнт капіталізації i-го об'єкту, розраховується за формулою:

$$R_i = \frac{NOR_i}{V_i} \quad (3)$$

де NOR – чистий операційний дохід від експлуатації i-го ідентичного об'єкту оцінки за рік, гр. од.;

V_i – вартість i-го ідентичного об'єкту оцінки, гр. од.

Спосіб ринкової екстракції для різнорідних об'єктів: застосовується тоді, коли як

аналоги можна підібрати тільки достатньо далекі один від одного по характеристикам об'єкти. В цьому випадку для визначення коефіцієнту капіталізації здійснюється аналіз характеристик кожного такого об'єкту – аналога і розраховується ступінь «близькості» його і оцінюваного об'єкту. Остаточне значення коефіцієнту капіталізації розраховується як середньозважена величина по ступеню близькості об'єктів-аналогів за формулою:

$$R = \sum_{j=1}^k R_j v_{ij}^2 \quad (4)$$

де R_j – коефіцієнт капіталізації i -го об'єкту-аналога;

v_{ij} – ваговий коефіцієнт об'єкту-аналога, отриманий шляхом порівняння характеристик об'єкту оцінки і об'єкту-аналога;

k – кількість об'єктів-аналогів.

Метод капіталізації по нормі віддачі застосовується за наявності достовірних прогнозів щодо величини кожного грошового потоку, часу його реалізації, терміну володіння оцінюваним правом власності і ставкою дисконтування, що відповідає ризику інвестування в оцінюване право власності.

При визначенні ставки капіталізації враховують мінімальний рівень прибутковості бізнесу, який визначається нормою доходу альтернативного проекту з таким же рівнем ризику (ставка дисконту), а також те, що такий бізнес може бути вигідно реалізований до моменту закінчення терміну отримання доходів, що означає додаткове отримання доходів з цього бізнесу.

Прийнято розрізняти два види віддачі на капітал: поточну і кінцеву [1, с.23]. Поточна віддача – відношення величини поточного грошового доходу на інвестиції до суми інвестиції; кінцева віддача – відношення ефективного (реального, реалізованого) грошового доходу на інвестиції, що враховує повернення капіталу протягом терміну функціонування активу, до суми інвестиції.

При цьому під ефективним поточним доходом на інвестиції прийнято розуміти частку повного грошового доходу від інвестицій, поточна вартість n -періодної серії якого з урахуванням зносу на амортизацію капіталу дорівнює, при ставці внутрішньої норми рентабельності, сумі первинних інвестицій.

Таким чином, в спільну норму прибутковості бізнесу входять дві складові:

- поточна норма прибутковості, що характеризує можливість бізнесу приносити стабільні доходи його власникові (ставка дисконту);
- норма віддачі (повернення) капіталу, що характеризує можливість повернути витрачені засоби шляхом перепродажу бізнесу до моменту припинення надходження доходів (ставка рекапіталізації).

Саме ця спільна норма і повинна застосовуватися в процесі капіталізації постійних і обмежених в часі доходів від бізнесу [3, с.53].

Враховуючи три способи визначення ставки рекапіталізації (моделі Інвуда, Хоськальда і Рингу), поточна вартість бізнесу із стабільними і обмеженими в часі доходами може бути визначена за допомогою формул (5) – (9).

При застосуванні методу прямолінійної рекапіталізації (або моделі Рингу) передбачається, що бізнес повинен додатково рівними долями відшкодовувати вартість перепродажу майна, використовуваного для ведення бізнесу. Вартість бізнесу згідно моделі Рингу може бути розрахована за формулою:

$$V = \frac{NOR}{i + \frac{D}{n}} \quad (5)$$

де i – ставка дисконту;

D – майбутня вартість грошової одиниці, за яку було придбано майно на початку здійснення бізнесу;

n – фіксований термін здійснення бізнесу (кількість років, кварталів, місяців), протягом якого бізнес генеруватиме чистий операційний дохід.

Норма віддачі капіталу для моделі Рингу забезпечує рівномірне відшкодування в майбутньому вартості перепродажу майна, що використовувалось для ведення бізнесу. При використанні моделі Рингу, особливо в разі оцінювання промислового бізнесу, слід враховувати, що величина D може бути завищена за рахунок неврахування економічного зносу активів, що відповідно знижує вартість бізнесу [3, с.74].

При застосуванні методу розрахунку коефіцієнта рекапіталізації по коефіцієнту прибутковості інвестицій (або моделі Інвуда) коефіцієнт рекапіталізації як складова частина коефіцієнта капіталізації дорівнює поточній нормі прибутковості з інвестицій в разі інвестування в той же бізнес (з тим же рівнем ризику).

Норма віддачі капіталу (чинник відшкодування капіталу) для моделі Інвуда визначається за формулою:

$$1/S_n = \frac{i}{(1+i)^n - 1} \quad (6)$$

де $1/S_n$ – чинник відшкодування капіталу [3, с.65];

i – ставка дисконту;

n – період корисного використання бізнесу.

У моделі Інвуда чинник відшкодування капіталу розуміється як норма додаткового прибутку з кожної грошової одиниці інвестованих в бізнес засобів, що до закінчення корисного використання бізнесу n повинно забезпечити накопичення фонду для віддачі вкладеного капіталу.

З використанням моделі Інвуда формула (5) трансформується у вигляді:

$$V = \frac{NOR}{i + 1/S_n(n, i)} \quad (7)$$

Метод розрахунку ставки рекапіталізації по безризиковій ставці відсотка (модель Хоськальда) відрізняється від попередньої тільки тим, що отримані від бізнесу доходи інвестуються не в бізнес, а в безризикові проекти із ставкою доходу RF (наприклад, в банківські депозити із забезпеченням страхування і тому подібне).

Поточна вартість бізнесу і норма рекапіталізації згідно моделі Хоськальда можуть бути визначені за формулами:

$$1/S_n = \frac{R}{(1+R)^n - 1} \quad (8)$$

$$V = \frac{NOR}{i + 1/S_n(n, RF)} \quad (9)$$

де RF – ставка прибутковості по безризиковим проектам.

Слід зазначити, що при застосуванні моделі Хоськальда при досить тривалому періоді корисного використання бізнесу, отримана вартість бізнесу може бути занижена за рахунок не врахування можливості реінвестування накопиченого від безризикового інвестування капіталу в альтернативні проекти.

Таким чином, враховуючи, що моделі капіталізації, що розглянуті, враховують отримання постійних доходів від здійснення бізнесу через рівні проміжки часу, то вартість бізнесу може бути розрахована за формулою (10) як справжня вартість аннуїтету:

$$V = NOR * \frac{1 - [1/(1+R)^n]}{R} \quad (10)$$

де R – спільна норма прибутковості бізнесу.

У разі допущення про необмеженість терміну отримання тимчасових грошових потоків від здійснення довготривалого бізнесу оцінка вартості бізнесу може бути отримана за допомогою моделі Гордона.

По цій моделі доходи від бізнесу є змінними, але характеризуються постійними темпами зростання.

Поточна вартість бізнесу згідно цієї моделі може бути визначена за формулою:

$$V = \frac{NOR_1}{i - \alpha} \quad (11)$$

де NOR_1 – грошовий потік за перший період (рік, квартал, місяць) залишкового періоду корисного використання бізнесу, гр. од.;

i – ставка дисконту;

α – умовно-постійний (середній) темп приросту доходів від бізнесу в залишковому періоді корисного використання бізнесу, розраховується за формулою:

$$\alpha = \frac{(NOR_t - NOR_{t-1})}{NOR_{t-1}} = Const \quad (12)$$

Застосування моделі Гордона є можливим, якщо довгострокові темпи приросту доходів будуть помірними і не перевищуватимуть ставку дисконту.

Необхідно також приділити увагу процедурі оцінки компанії методом дисконтування грошових потоків, що базується на одному з фундаментальних принципів фінансової теорії: справжня вартість активів дорівнює скорегованій поточній вартості грошових потоків, які генеруватимуть протягом їх економічного життя.

Відносно визначення вартості компанії по методу дисконтування грошових потоків: вартість компанії сьогодні дорівнює сумі її майбутніх грошових потоків, дисконтованих по ставці, що відповідає ризикам діяльності цієї компанії.

Так, використання двох основних фінансових концепцій вартості грошей в часі і зв'язку ризиків з прибутковістю, дозволяє визначити очікування інвестора як дисконтований вільний грошовий потік, що генерується даним активом в майбутньому.

Тобто вартість підприємства може бути визначена як скорегований на ризик чистий грошовий потік, який стає доступним для постачальників капіталу, а також визначається за формулою:

$$V = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (13)$$

де n – тривалість майбутнього використання активів;

CF_t – грошовий потік (сума прогнозованих надходжень від діяльності об'єкту оцінки) за період t ;

r – ставка дисконту, враховує всі ризики, пов'язані з інвестуванням капіталу.

У міжнародній практиці застосовують два підходи для оцінки вартості компанії по методу DCFV (дисконтування грошових потоків): оцінюється вартість власного капіталу компанії (value of equity (VE)); оцінюється вартість компанії в цілому, що враховує фінансування діяльності як позиковим, так і власним капіталом (value of firm (VF)).

При оцінюванні вартості власного капіталу формула (13) модифікується у вигляді:

$$VE = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{CF_{e_t}}{(1+r_e)^t} + D, \quad (14)$$

де CF_{e_t} – очікуваний грошовий потік на власний капітал за період t ;

r_e – ціна власного капіталу;

D – позиковий капітал;

n – період, за який здійснюється визначення перспективних оцінок грошових потоків CF_e .

Альтернативно в практичній діяльності західних компаній модель дисконтованих грошових потоків на власний капітал має назву модель FTE (Flows to Equity) [4, с.46].

При оцінюванні вартості компанії в цілому дисконтуються очікувані грошові потоки на весь інвестований капітал за середньозваженою ціною капіталу (Weighted Average Cost of

Capital (WACC)).

Слід зазначити, що також використовується назва наведеної моделі в скороченому вигляді по ставці дисконту – WACC [4, с.54].

Формула (14) модифікується у вигляді:

$$VF = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{CFf_t}{(1+WACC)^t}, \quad (15)$$

де CFf_t – очікуваний грошовий потік на інвестований капітал за період t ;

WACC – середньозважена ціна капіталу.

Таким чином, представлені вище моделі враховують грошові потоки від операційної діяльності і фінансування, здійснюваних підприємством.

Безумовно, при реальному оцінюванні слід враховувати темпи зростання грошових потоків і перебіг періоду визначення їх перспективних оцінок, які впливають на вартість капіталу і ризиковану діяльність підприємства.

Існують різні точки зору щодо обліку цієї проблеми при здійсненні оцінювання. Так, Інселбаг, Ісил і Кауфолд [5, с.56] пропонують при зростанні грошових потоків перераховувати ставки дисконтування по новому фінансовому левериджу в кожному періоді перспективного оцінювання.

Джейганазен і Мейер [6, с.67], М. Амрам, Л. Мартін, Д. Медіна вважають за недоцільне змінювати моделі розрахунку ставки дисконту, посиляючись на трудомісткість, непрактичність і достовірність помилкових оцінок.

Таким чином, моделі дисконтованих грошових потоків слід застосовувати за таких умов: підприємство планує здійснювати операційну діяльність в тому ж порядку, що і в попередніх періодах, з таким же бізнес-ризиком; підприємство планує фінансувати операційну діяльність по тому ж фінансовому левериджу, що і в попередні періоди.

Процедурно оцінка підприємства по методу дисконтування грошових потоків включає наступні етапи (рис. 1).

У літературі та на практиці використовують різні поняття і види грошових потоків:

1. FCF (Free Cash Flow) – вільний грошовий потік.
2. GCF (Gross Cash Flow) – спільний операційний грошовий потік.
3. NCF (Net Cash Flow) – чистий грошовий потік.
4. NOCF (Net Operating Cash Flow) – чистий операційний грошовий потік.
5. CCF (Capital Cash Flow) – грошовий потік на весь капітал.
6. FCF (Equity Cash Flow) – грошовий потік на власний капітал.

Розглянемо взаємозв'язок між ними і структуру складових, а саме: грошовий потік на власний капітал слід розглядати як залишковий грошовий потік після задоволення підприємством всіх фінансових потреб.

Він може бути і негативним, що свідчить про необхідність залучення додаткового власного капіталу.

Для компанії, яка фінансується тільки власним капіталом (Unlevered Firm), грошовий потік на власний капітал розраховується за формулою:

$$CF_{Eu} = NI + D + A - CE - WCN, \quad (16)$$

де NI – чистий прибуток;

D – амортизація основних фондів (Depreciation);

A – амортизація нематеріальних активів (Amortization);

CE – капітальні інвестиції (Capital Expenditures);

WCN – потреба в оборотному капіталі (Working Capital Needs).

Наведемо основні складові грошового потоку на власний капітал, які відрізняють його від традиційно використовуваного показника чистого прибутку:

- 1) амортизація основних фондів і нематеріальних активів;
- 2) капітальні інвестиції;

3) потреба у власному оборотному капіталі.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, проектування грошового потоку на власний капітал доцільно виконувати по схемі, приведеній на рис. 2.

Так, за даними ретроспективного аналізу з урахуванням різних факторів, а саме: номенклатури продукції, що випускається; обсягу надання послуг, обсягів виробництва і ціни на продукцію; попиту на продукцію підприємств; ретроспективних темпів зростання підприємства; темпів інфляції; макроекономічних факторів і інших визначається перспективна величина валового чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) від основної діяльності підприємства, що виникає в результаті наступних операцій:

- продаж продукції (товарів): продукція (товари) охоплює продукцію, вироблену підприємством з метою реалізації, і товари, що придбані з метою перепродажу;
- надання послуг: виконання підприємством завдання, вказаного в контракті, протягом обумовленого періоду часу. Так, наприклад, для будівельного акціонерного товариства дохід, що виникає в результаті контрактів за поданням послуг, безпосередньо пов'язаних з будівельними контрактами, повинен тлумачитися відповідно до вимог будівельних контрактів, які визначаються в П(С) БО 18 «Будівельних контрактів» [7]. Для встановлення перспективної оцінки доходу слід визначити: контрактну вартість будівництва без непрямих податків, очікувані спільні витрати по будівельним контрактам, тривалість будівельного контракту, методи визначення доходу по будівельним контрактам в звітному періоді, методи визначення ступеню завершеності робіт, вартість субпідрядних робіт [8, с.95-101].;
- використання активів підприємства іншими сторонами, що приводить до виникнення доходу у вигляді:
 - відсотків (Interest – плати за використання грошових коштів, або грошових еквівалентів, або сум, заборгованих підприємству);
 - роялті (Royalties – плати за використання довгострокових активів підприємства, наприклад, патентів, торговельних знаків, авторського права і комп'ютерних програм);
 - дивідендів (Dividends – розподіл прибутку між власниками інвестицій в капітал пропорційно їх долям, що належать їм в капіталі певного класу).

Дохід від інших операцій виникає від операцій, які часто є випадковими по відношенню звичайної діяльності, хоча суми можуть бути досить істотними, зазвичай подається на підставі «нетто» без пов'язаних з ним витрат.

Дохід від інших операцій включає, наприклад, доходи, отримані від реалізації інших активів.

Також слід приділити увагу перспективній оцінці витрат, вона включає в себе наступні підходи:

- укрупнений підхід визначається шляхом прогнозування змінних витрат (пропорційно зростанню виручки) і умовно-постійних витрат у виручці підприємства (оренда, реклама і т. д.);
- детальний підхід (по статтях витрат) – сировина і матеріали, паливо, енергія, заробітна плата (відрахування на соціальні потреби), амортизація, інші витрати.

Сировина і матеріали: виходячи з обсягу випуску, норм витрати на одиницю продукції, для фіксації ціни використовуються поточні дані ринку.

Паливо і енергія:

- з урахуванням розподілу на постійні і змінні витрати;
- з урахуванням зростання цін.

Витрати на оплату праці: виходячи з чисельності працівників; рівня їх оплати; системи оплати праці.

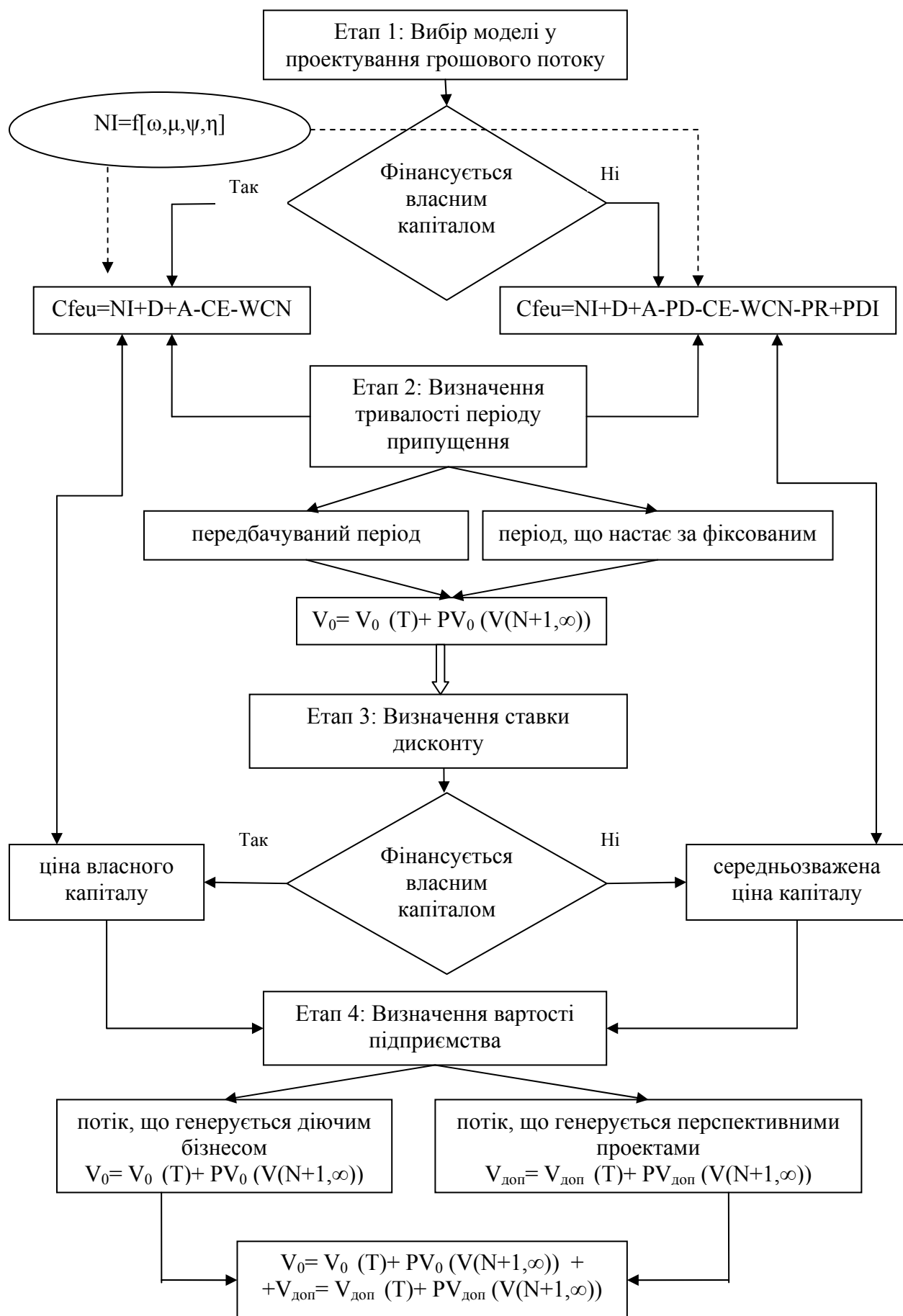


Рис. 1. Алгоритм оцінки підприємства по методу дисконтованих грошових потоків

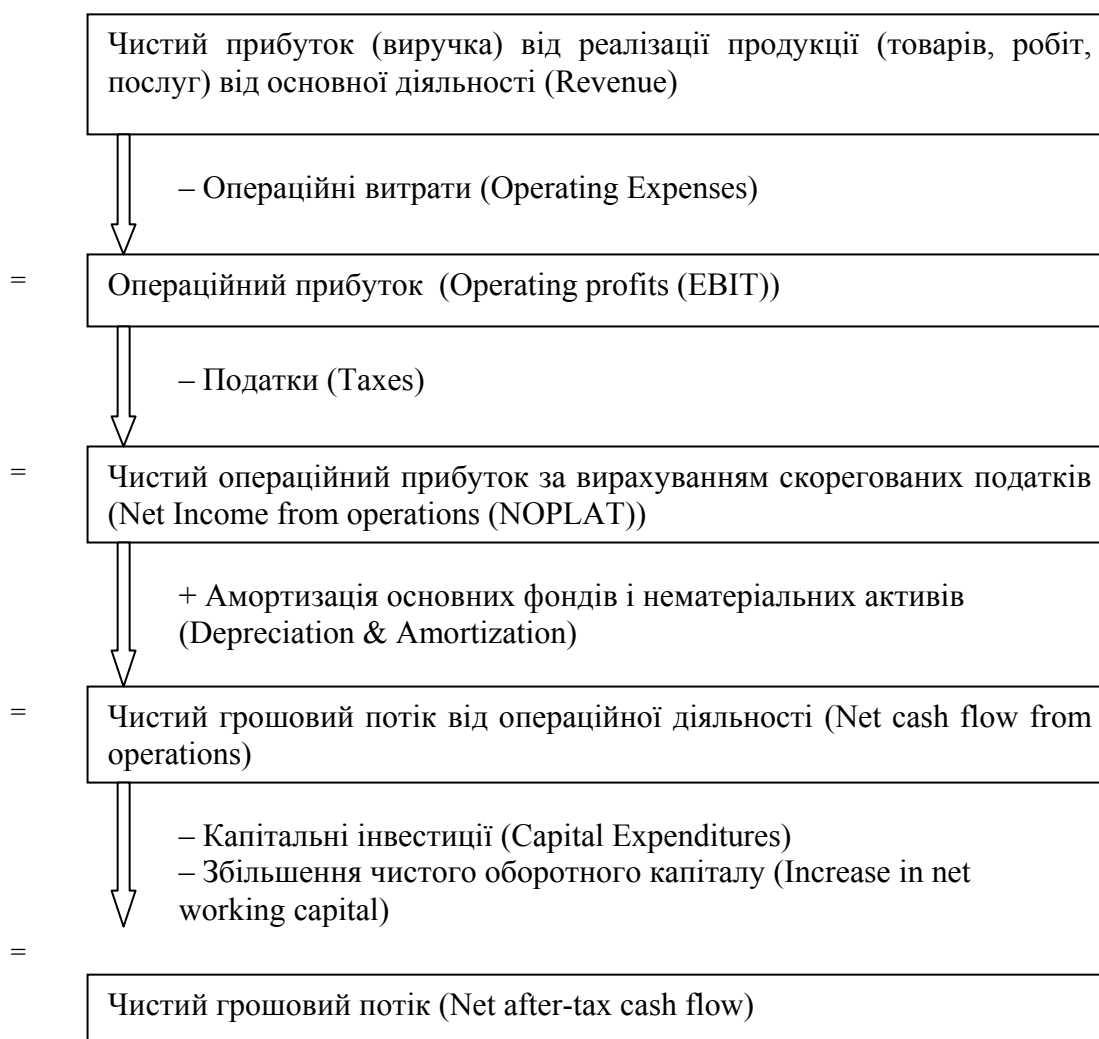


Рис. 2. Схема проектування грошового потоку на власний капітал

Література

1. Економічна енциклопедія: [у 3 т.] / под ред. С. В. Мочерного та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 2. – 848 с.
2. Литвин М. И. Как определять плановую потребность предприятия в оборотных средствах / М. И. Литвин // Финансы. – 1996. – № 10. – С. 10–13.
3. Вакульчик О. М. Корпоративне управління: економіко-аналітичний аспект: [монографія] / О. М. Вакульчик. – Дніпропетровськ: Пороги, 2003. – 257 с.
4. Amram M. Practical Guide to Tree Methods of Enterprise Valuation / M. Amram, L. Martin, D. A. Medina // Working paper. – March, 2006. – P. 45–54.
5. Isik I. Two DCF Approaches for Valuing Companies Under Alternative Financing Strategies (And How to Choose Between Them) // Inselbag Isik, Howard Kaufould // Journal of Applied Corporate Finance. – 1997 (Winter). – P. 56.
6. Ravi J. Do we need CAMP for Capital Budgeting? / Jagannathan Ravi, Iwan Meier // Financial Management. – 2002. – P. 67.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти»: від 28.04.2001р. № 205 / Міністерство фінансів України. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html.
8. Волинський Г. С. Синергія як складова оцінки ефективності впровадження якісного корпоративного управління будівельним акціонерним товариством / Г. С. Волинський // Економіка: проблеми теорії та практики. – Випуск 217: [у 4 т.]. – Том I. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – С. 95–101.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АВС-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто особливості використання методу АВС-аналізу на підприємствах роздрібною торгівлі. На основі вивчення досвіду впровадження методології АВС-аналізу в практику роботи підприємств роздрібною торгівлі України було визначено його недоліки та обмеження в використанні. Розроблено рекомендації щодо ефективного управління асортиментом підприємств роздрібною торгівлі за допомогою АВС-аналізу.

The features of the use of method of ABC-analysis on the enterprises of retail business are considered in the article. On the basis of study of experience of methodology of ABC-analysis introduction of in practice of work of enterprises of retail business of Ukraine his failings and limitations were certain in the use. The developed recommendations are in relation to the effective management of enterprises of retail business an assortment by an ABC-analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток роздрібною торгівлі сприяє впровадженню нових методів управління асортиментом у практику роботи торговельних підприємств. Поява нових форматів у вигляді магазинів самообслуговування призвела до зростання торговельних мереж в Україні, це спричинило появу нових методів управління асортиментом та товарними запасами. У зв'язку з цими тенденціями цікавим є дослідження досвіду впровадження АВС-аналізу в практику великих торговельних мереж України. Вивчення даного досвіду дозволить зробити висновки та розробити рекомендації щодо підвищення ефективності роботи підприємств роздрібною торгівлі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженнями проблем функціонування і розвитку роздрібною торгівлі присвячена велика кількість наукових публікацій вітчизняних і зарубіжних авторів, у тому числі О. Азарян, С. Апопія, Л. Балабанової, О. Бузукової, Д. Гілберта, А. Мазарки, Л. Саркісяна, С. Сисоевої, В. Снегірьової, Л. Радкевич. Не дивлячись на широке вживання АВС-аналізу в логістичних операціях та при управлінні складським господарством, його впровадження у практику роботи підприємств роздрібною торгівлі до недавнього часу було обмеженим. Тому проблематика формування асортименту й планування асортиментної матриці роздрібних магазинів на основі результатів АВС-аналізу не освітлювалася в наукових публікаціях вітчизняних авторів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Ситуація на ринку роздрібною торгівлі України вимагає нових підходів до управління торговельним підприємством. Дослідження, які проводилися раніше у цій сфері були націлені в основному на вивчення динаміки розвитку підприємств роздрібною торгівлі, структури асортименту і профілю основного споживача. У нових умовах, багато підприємств роздрібною торгівлі зіткнулися з проблемою утримання ринкової долі, що вимагає розробки наукових підходів до управління товарним асортиментом і товарними запасами. У зв'язку з цим було проведено дослідження ефективності впровадження методики управління товарними запасами на основі АВС-аналізу на підприємствах роздрібною торгівлі.

Постановка завдання. Метою статті є розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності методів управління асортиментом підприємств роздрібною торгівлі України на основі використання АВС-аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. АВС-аналіз є одним з універсальних методів, який направлений на аналіз і управління асортиментом роздрібних торговельних

підприємств. Як правило, методика АВС-аналізу базується на концепції категорійного менеджменту, який передбачає формування асортименту підприємства на основі вивчення потреб і попиту споживачів. У рамках концепції категорійного менеджменту формування асортименту товарів та його викладення в магазині здійснюється відповідно до принципу спільного вжитку товарів [1, с.120-160; 2, с.300-350]. Тому зростає роль ефективності управління товарними запасами в магазинах, що можливо здійснити за допомогою методу АВС-аналізу.

АВС-аналіз заснований на принципі Парето, який говорить про те, що за 20% наслідків відповідає 80% причин. Правило Парето «20/80» означає, що в будь-якому процесі мале число причин (20%) життєво важливі, а 80% не роблять істотного впливу на результат. Важливим є той факт, що дане правило є емпіричним і конкретна пропорція може виявитися іншою: не 80/20, а, наприклад, 90/10 або 67/33. Правило Парето вказує саме на значне відхилення від пропорції 50/50 в різних системах, а не на конкретну величину відхилення. Але й досі пропорція «20/80» є універсальним терміном. Цінність правила Парето полягає в тому, що ця ідея дозволяє зосередитися на тих 20% результату, які дійсно важливі. По суті, АВС-аналіз – це ранжирування асортименту за різними параметрами. Ранжувати таким чином можна постачальників, складські запаси, покупців, тривалість періоду продажів – все, що має достатню кількість статистичних даних. Результатом АВС аналізу є угруповання об'єктів згідно з мірою впливу на загальний результат.

АВС-аналіз ґрунтується на принципі дисбалансу, при проведенні якого будується графік залежності сукупного ефекту від кількості елементів. Такий графік називається кривою Парето, кривою Лоренца або АВС-кривою. За результатами аналізу асортиментні позиції ранжуються і групуються залежно від розміру їх вкладу в сукупний ефект. У логістиці АВС-аналіз, зазвичай, застосовують з метою відстежування обсягів відвантаження певних артикулів і частоти звернень до тієї або іншої позиції асортименту, а також для ранжирування клієнтів за кількістю або обсягом зроблених ними замовлень. У практиці роботи роздрібних підприємств вживання АВС-аналізу необхідне для правильного формування асортименту товарів, які приносять найбільший дохід та формують прибуток магазину й уникнення перенасичення асортименту в тих товарних групах, які мають маленький дохід і малу націнку, тобто не є прибутковими. Вживання АВС-аналізу на підприємствах роздрібної торгівлі дозволить виділити пріоритетні, базові та унікальні категорії товарів, що сприятиме ефективнішому використанню торговельної площі за рахунок раціонального розміщення цих категорій товарів на полицях магазину. Результати АВС-аналізу повинні використовуватися при складанні асортиментних матриць магазинів та планів з проведення заходів мерчандайзингу.

Порядок проведення АВС-аналізу на підприємствах роздрібної торгівлі повинен складатися з таких кроків.

- 1-й крок. Визначення цілей та завдань аналізу.
- 2-й крок. Визначення дій за підсумками аналізу.
- 3-й крок. Вибір об'єкта аналізу і параметрів аналізу. Зазвичай, об'єктами АВС аналізу є постачальники, товарні групи, товарні категорії, товарні позиції та товарні марки, переважно брендові категорії. Кожен із цих об'єктів має різні параметри опису і виміру: обсяг продажів (у грошовому або кількісному вимірі), дохід (у грошовому вимірі), товарний запас, оборотність.
- 4-й крок. Складання рейтингового списку об'єктів за убаванням значення параметру.
- 5-й крок. Розрахунок частки кожного параметру від загальної суми параметрів з накопичувальним підсумком. Частка з накопичувальним підсумком розраховується шляхом збільшення параметра до суми попередніх параметрів.
- 6-й крок. Виділяються групи А, В і С: привласнюються значення груп вибраним об'єктам.

Пропонується алгоритм визначення рівнів згідно з яким товарний асортимент ранжується та належить до групи А, В та С. Рівні розраховуються емпіричним шляхом на

основі бази даних про обсяги продажів товарів за попередні періоди.

Підраховується загальна кількість продажів в грошовому або товарному вираженні (М) за певний період, і ділиться на загальну кількість позицій в асортименті (N), внаслідок чого виводиться показник (Р) середньої кількості продажів на одну позицію. Таким чином, $P = M / N$. Усі товарні ресурси, кількість продажів у яких в 6 й більше разів перевищує показник Р повинні включатися до групи А. 9 групи С включаються всі товарні ресурси, кількість заявок на які в 2 й більше разів менше від показника Р. Усі останні товарні ресурси включаються до групи В. Ймовірні виникнення попиту на товарні ресурси А, В і С підпорядковані різним законам. Дослідним шляхом встановлено, що в більшості роздрібних торговельних підприємств приблизно 75 % вартості обсягів продажів складають усього близько 10 % найменувань товарного асортименту (група А), 20 % вартості товарного асортименту – 25 % найменувань (група В), 5 % вартості товарного асортименту – 65 % найменувань (група С).

Розбиття рівнів параметрів на групи А, В та С проводиться за допомогою методу «подвійної дотичної» та методу «багатокутника».

Метод «подвійної дотичної». Згідно з даним методом, алгоритм розбиття на групи АВС є наступним. Строїться крива наростаючих підсумків.

Потім знаходяться такі точки А і В на цій кривій, щоб пряма, проведена через початок координат і точку В була паралельна дотичній в точці А, та навпаки: пряма проведена через точки А і останню точку кривої, паралельна дотичній у точці В (рис. 1). Таким чином, крива розбивається на три ділянки: А, В, С.

Особливістю методу є те, що розбиття на групи не залежить від того, як нормовані осі Х та Y.

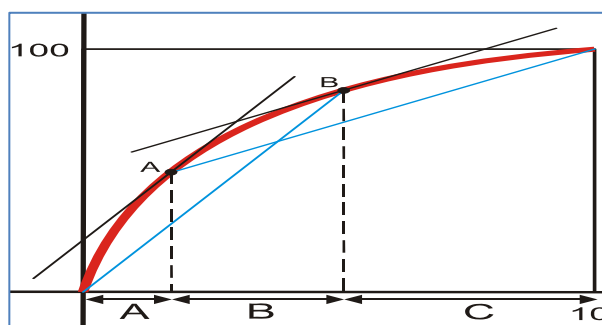


Рис. 1. Метод «подвійної дотичної»

Суть цього методу полягає в тому, що, вибравши дві точки, отримуємо 5-ти косинець. Метод «багатокутника» (він на рис. 2 підфарбований темним кольором).

Потім знаходимо таке положення цих вибраних нами точок, щоб площа між лініями і 5-ти косинцем була мінімальною. Слід шукати точки то тих пір, щоб площа багатокутника була максимальною.

Насправді методи «багатокутника» та «подвійної дотичної» еквівалентні. Математично строго можна довести, що вони тотожні і розбиття на групи завжди буде однаковим для цих методів.

Таким чином, за допомогою описаних вище методів увесь асортимент магазину може бути розбитий на групи А, В і С та розраховані рівні за оборотом та прибутком для кожної з цих груп.

Припустимо, що в рейтинговому списку виділяють три групи – А, В і С, які відрізняються за своєю значимістю і вкладом в оборот або прибуток магазину. Дотримуючись класичного правила Парето, розглянемо розбиття товарів на групи та їх рівні за доходом і прибутковістю.

Товари групи А – це найважливіші товари, які приносять перші 80% результату за доходом та прибутком.

Товари В – «середні» за важливістю, які приносять ще 15% результату.

Товари С – «проблемні» товари, які приносять інші 5% результату.

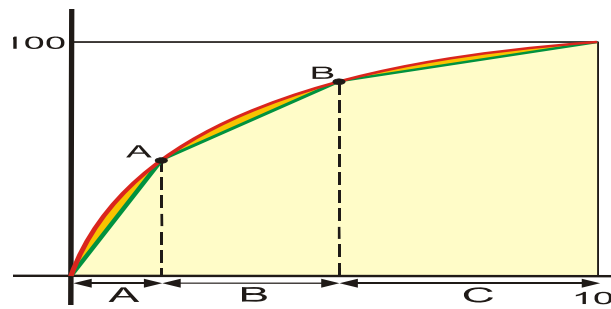


Рис. 2. Метод «багатокутника»

Метод ABC-аналізу дозволяє детальніше класифікувати асортимент і дає додаткові переваги при ухваленні управлінських рішень. На основі цієї методики, можна виділити 9 груп (або більше, якщо в асортименті є товари груп C1 і C2), виходячи з різних поєднань ABC-параметрів. У нашому випадку були поєднані параметри обороту товарів та їхня прибутковість (рис. 3.).

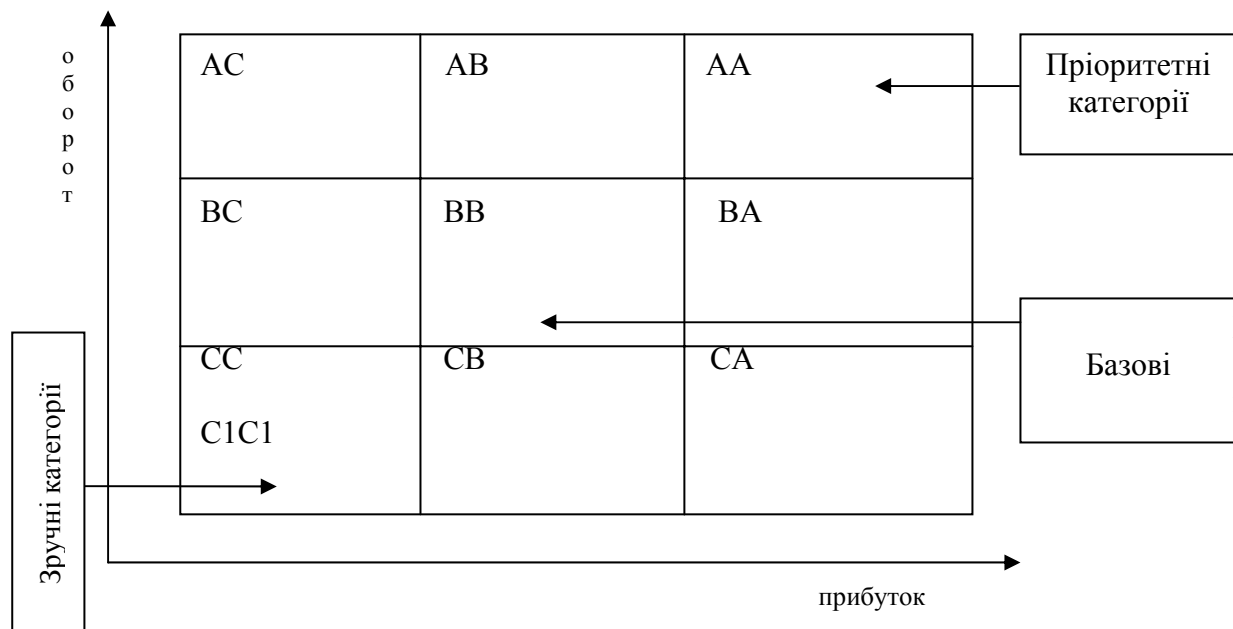


Рис. 3. Поєднання полів матриці за оборотом та прибутком

Такий аналіз можна проводити на різних рівнях: за товарними групами, за товарними категоріями, підкатегоріями, за товарними позиціями всередині кожної категорії, за брендами, за постачальниками.

Аналіз товарів рекомендується починати з аутсайдерів, оскільки саме вони служать сигналом незбалансованого асортименту. Розглянемо рекомендації щодо кожної групи та підгрупи:

- С1С1 – це товари, які приносять менше 1% в обороті та прибутку. Це баласт, який підлягає ретельному аналізу, перш ніж буде прийнято рішення про його ліквідацію. Якщо такий товар є присутнім в асортименті та його частка за кількістю найменувань в асортименті перевищує 5%, то варто оптимізувати асортимент за цією групою.
- СС – це позиції, які не вносять істотного вкладу в результати роботи магазину. Вони є аутсайдерами за прибутком та за оборотом. Перш ніж ці товари будуть вилучені з асортименту, необхідно ретельно проаналізувати, яку роль вони відіграють в загальному асортименті та чому вони показують такі результати. Можливо, справа в поганому викладенні, неправильній ціні або ці товари служать для залучення клієнтів в

магазин або є частиною колекції, наприклад, одягу. Їх вилучення може призвести до загального зниження результатів, оскільки загальна маса товарів тут же розподілиться згідно з тією пропорцією 80-15-5%.

- ВС – це малоприбуткові товари, але вони мають середній рівень оборотності. Щоб не допустити попадання цих товарів у групу СС, необхідно збільшувати прибутковість по них – можливо, надавши цим товарам вищий статус, зобов'язавши продавців детально роз'яснювати переваги товару або розробити заходи щодо просування цих товарів на місцях продажу. Просте підвищення ціни без додаткових заходів з просування призведе тільки до втрати оборотів.
- СВ – це товари з невисоким оборотом, але середньою прибутковістю. У цій групі можливо передбачити акції з метою збільшення обсягів продажу за рахунок надання товару нових привабливих властивостей в очах клієнта, за рахунок додаткового викладення в зонах основного потоку споживачів, а саме кращого місця на полицях магазину.
- ВВ – ці товари стійкі середняки. По них можна усе залишити як є або займатися ними в останню чергу.
- СА – товари з низьким оборотом, але високою прибутковістю. Можливо, це унікальні або рідкісні товари, ексклюзивні або колекційні предмети. Це може бути й новим товаром, який щойно надійшов у продаж із стратегією ціни «зняття вершків». По такому товару треба докладати зусиль для збільшення обсягу продажів – за допомогою спеціальних консультацій продавців або рекламних кампаній.
- АС – це товари з низьким прибутком, але високим оборотом. Це «генератори потоку», тобто товари, які притягають основну частину покупців. У рамках цієї групи важливо не допускати зниження оборотів, щоб товар не перейшов до групи ВС.
- АВ і ВА – товари з високим показником за одним з параметрів - прибутку або обороту і середнім показником за іншим. У цих групах головне, щоб товар стабільно знаходився у своїй ніші та не знижував показники. Ці товарні категорії вимагають постійного моніторингу у конкурентів.
- АА – це «зірка» асортименту, найбільш цінний товар. За цією категорією необхідно ретельно стежити, виділяти таким товарам кращі місця в торговельному залі та підтримувати рекламними акціями й заходами. За цими товарними категоріями слід ретельно відстежувати конкурентне середовище та коливання попиту.

Необхідно звертати увагу, що всередині підкатегорії асортимент ранжується по мірі його значущості в кожному параметрі. Оскільки асортимент товарів, які потрапляють в ту або іншу категорію (базові, пріоритетні й т. ін.) може бути різним для магазинів різного формату (ТЦ або малоформатні магазини), а також залежатиме від району розташування магазину, сезонності та інших чинників, необхідно проводити аналіз руху товарних позицій всередині кожної категорії по магазинах на регулярній основі.

АВС-аналізу притаманні певні обмеження та недоліки, які слід враховувати при його застосуванні на підприємствах роздрібної торгівлі.

1. Обмеження в застосуванні АВС-аналізу :

- АВС-аналіз не дозволяє оцінювати сезонні коливання продажів, тому стає неможливим ухвалення рішень про роль категорій тільки на основі цього аналізу, без урахування даних про сезонність, тренди розвитку, моди, життєвого циклу товару. У такому випадку випадають з поля зору сезонні товари і новинки, відносно яких результати АВС-аналізу будуть некоректними.
- АВС-аналіз за товарними позиціями не працює там, де відбувається, щомісячне оновлення асортименту, наприклад в бутиках модного одягу або в бутиках подарунків. У такому випадку там необхідно вести аналіз за торговельними марками, брендами, постачальниками. Стає неможливим використання АВС –аналізу у спеціалізованих магазинах або відділах з продажу книг, дисків та касет, друкованої продукції, журналів та газет. У цих товарних категоріях стає неможливим розбиття на групи, оскільки

оновлення асортименту в них є максимальним та в ряді випадків товар є унікальним та не повторюється.

- АВС-аналіз може давати неправильні результати, якщо даних для аналізу мало: статистика менше трьох місяців не дозволяє дати об'єктивну оцінку вкладу товарів в результат компанії (тому усі нові товари, унікальні, сезонні, – потраплять в клас С).
- АВС-аналіз буде неправильним там, де облік товарів ведеться з постійними змінами в товарній номенклатурі: наприклад, один і той же товар оприбутковується під різними кодами або найменуваннями або там, де непорядок в обліку.
- АВС-аналіз буде непотрібним, якщо товарна номенклатура складається із занадто малого числа позицій – менше 10, наприклад. У такому випадку оцінювати вклад кожного товару можна буде без застосування вищезгаданих математичних методів.

2. Існують недоліки впровадження АВС-аналізу в практику роздрібних підприємств на основі використання спеціалізованого програмного забезпечення, а саме:

- Програмне забезпечення не має фільтрів відносно дати постачань і переміщення товарів між магазинами однієї мережі. Тому товари, які знаходяться на шляху до магазину або товари, які закінчилися сьогодні, автоматично потрапляють до групи С.
- Більшість програм з проведення АВС-аналізу не враховують обнуління залишків товарів, що автоматично призводить до того, що вони автоматично потрапляють до групи С.
- Програмне забезпечення не враховує порівняння між категоріями, підкатегоріями та товарними позиціями. Звіт формується за категоріями, підкатегоріями товарів, всередині яких ранжирується сума продажів і прибутковість товарних позицій. Це дозволяє зробити висновки про прибутковість тільки товарних позицій і не дозволяє порівнювати прибутковість товарних підкатегорій.
- За окремими товарними категоріями взагалі неможливе застосування АВС-аналізу, як основи для ухвалення рішень, пов'язаних з управлінням асортиментом. Наприклад, такі товарні категорії, як «книги», «диски» мають високі показники оновлення асортименту. Коефіцієнт оновлення по них складає 0,7, що свідчить про те, що застосування цієї методики стає некоректним.

Усі перелічені недоліки впровадження АВС-аналізу в роботу підприємств роздрібної торгівлі були зроблені на основі дослідження великих торговельних мереж Одеської області.

На основі виявлених недоліків застосування АВС-аналізу в практиці підприємств роздрібної торгівлі, були розроблені такі рекомендації, спрямовані на підвищення ефективності використання цієї методики.

1. У програмному забезпеченні АВС-аналізу необхідно врахувати фільтри по датах постачань товару і періодах пересування товару між магазинами мережі.
2. Необхідно забезпечити параметри порівняння окремих підкатегорій між собою, а не тільки товарних позицій усередині підкатегорій.
3. При формуванні звіту необхідно відсікати товари з нульовим залишком, оскільки вони автоматично потрапляють до класу С та не відбивають реального становища.
4. Основною метою АВС-аналізу є забезпечення збалансованого асортименту в магазинах, з урахуванням обороту і прибутковості кожної товарної позиції. У зв'язку з цим було запропоновано формувати асортимент з урахуванням цілей товарних категорій. Цілі товарних категорій було сформовано відповідно до таких положень:

Унікальні товарні категорії спрямовані на створення і підтримку іміджу магазину та на імпульсні покупки.

Рекомендоване співвідношення в асортиментній матриці – 1-3% від кількості категорій. Ця категорія створює конкурентні переваги [3, с.106-148]. Товари цієї категорії характеризуються відкладеним попитом, коли товар отримується з нагоди якоїсь події і,

зазвичай, не приносить великого обороту і прибутку (випічка, кулінарія, гарячий хліб). Націнка на товари унікальних категорій має бути максимально висока, але загальна ціна на товар не повинна перевищувати рівень попиту і купівельного сприйняття, тобто враховувати реакцію споживача [4; 5, с.10-65].

Пріоритетні товарні категорії спрямовані на підтримку прибутковості та залучення основного потоку покупців. Рекомендоване співвідношення – 20 % від загальної кількості категорій. Основне завдання таких категорій – прибутковість. Товари цієї категорії визначають загальну спеціалізацію магазину.

За товарами саме цих категорій покупці приходять в магазин і вони готові за них платити. Тому при високому попиті на ці товари встановлюють високі націнки. Ці товари знаходяться на етапі зростання ЖЦТ та попит на них стійкий (алкоголь, гастрономія, сигарети, кури-гриль).

Націнка на пріоритетні категорії товарів має бути високою, але з врахуванням рівня цін конкурентів. Слід зазначити, що споживач вважає за краще купувати товари цієї категорії в цьому магазині, але готовий перемкнутися на магазини-конкурентів, якщо співвідношення «ціна-якість» в рамках цієї категорії буде порушено і якщо не буде потрібного покупцеві бренду або товару.

Базові товарні категорії спрямовані на підтримку високої оборотності та залучення основного потоку покупців.

Рекомендоване співвідношення – 40-60 % від загальної кількості категорій. Базові категорії складають основу асортименту магазину.

Ці товари – генератори потоку, вони дають найбільший оборот й від них чекають конкурентоспроможні ціни та наявність потрібного бренду (хліб, молоко, сири, соки, риба, м'ясо, макарони, йогурти).

Основна політика у сфері встановлення цін для базових категорій – орієнтація на конкурентне середовище.

Важливо вибрати всередині всіх товарів, товари – індикатори купівельного попиту. До них належать ті позиції, які мають високий оборот та середні ціни, які покупці пам'ятають і можуть порівняти з іншими магазинами.

Періодичні (сезонні) товарні категорії спрямовані на оновлення асортименту, залучення й утримання покупця. Рекомендоване співвідношення – до 20 % від загальної кількості категорій.

Періодичні категорії – це категорії товарів, що продаються нерегулярно. Обороти та прибутки за цими категоріями мають нерегулярний характер. Товари цієї категорії представлені в двох варіантах.

1. Сезонні товари – це товари, продажі яких залежать від сезону.
2. Періодичні товари – це товари, попит на які обмежений вузьким колом споживачів (діабетичне харчування, морозиво, шампанське, дорогі цукерки), прибуток і виручка по них має епізодичний характер.

Зручні товарні категорії спрямовані на забезпечення постійного купівельного потоку, комплексність купівлі, зручність для покупця. Рекомендоване співвідношення – 5-10 % від загальної кількості категорій. Зручні категорії – це товари, які є допоміжними або супутніми. Ці товари мають низьку оборотність і прибуток, але їх наявність потрібна в асортименті (пластиковий посуд, жуйки, пакети, серветки, батареї та ін.) магазину, оскільки вони підтримують відвідуваність магазину.

Високим ступенем глибини асортименту повинні характеризуватися пріоритетні категорії, що пояснюється їх важливою роллю в асортименті. По цих товарах можна прагнути до максимуму підкатегорій та товарних позицій, оскільки підприємство не ризикує збільшити свій складський запас (рис. 4).

Товари всередині базових категорій також повинні мати значну глибину, оскільки по них покупець судитиме про спеціалізацію магазину. Для оптимізації запасів не рекомендується мати досить глибокого асортименту.

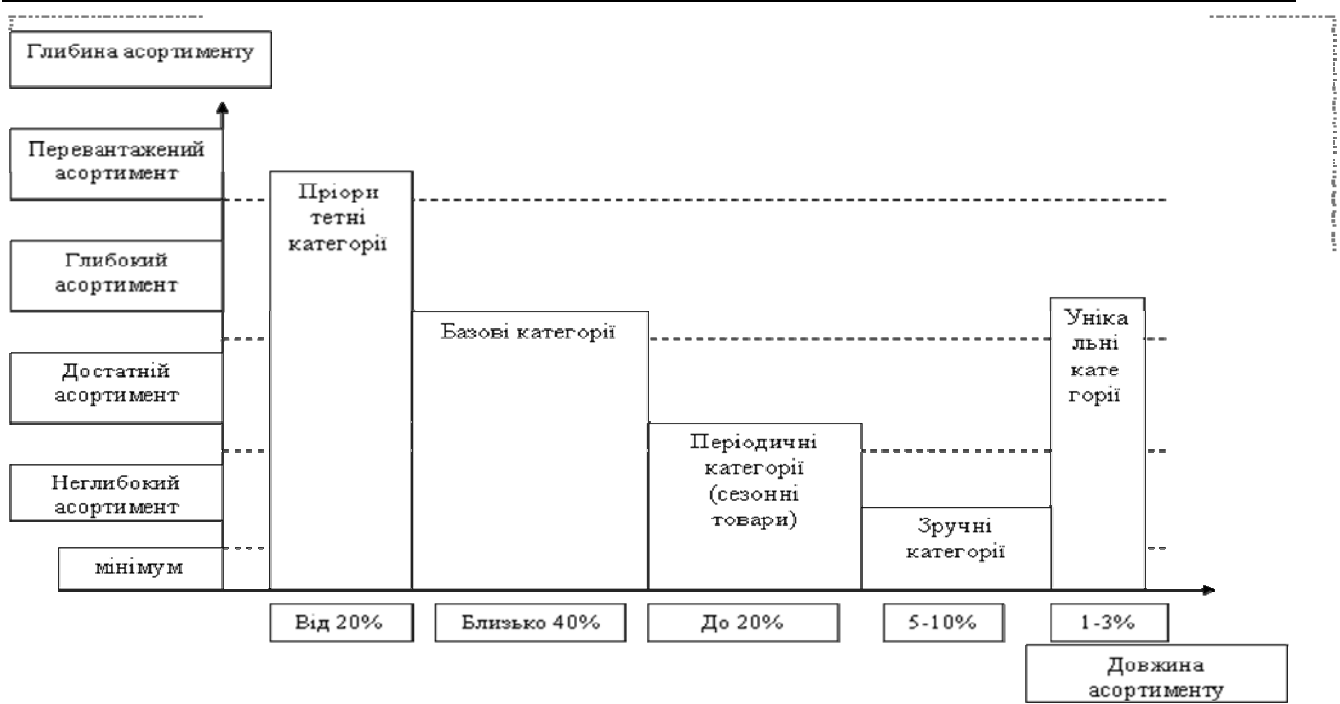


Рис. 4. Збалансування асортименту за довжиною та глибиною згідно результатів ABC-аналізу

Сезонні товари в сезон можуть мати значну глибину. У позасезонний період кількість товарних позицій може знижуватися до межі. Повне виведення сезонних товарів з асортименту не рекомендується для збереження загальної концепції магазину.

Зручні категорії можуть бути представлені в обмеженому обсязі.

Унікальні товари також можуть не мати глибокого наповнення. Проте, якщо такі товари все ж приносять прибуток, то глибина категорії може бути побудована за принципом прибуткових категорій.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведене дослідження особливостей використання ABC-аналізу на підприємствах роздрібної торгівлі України дозволило запропонувати цю методику з метою формування асортиментної матриці магазинів у межах однієї торговельної мережі.

Результати ABC-аналізу можливо використовувати при формуванні асортименту магазинів та викладенні товарів. Методика ABC-аналізу дозволить формувати збалансований асортимент магазину. У кожній товарній групі мають бути категорії унікальних і зручних товарів. Але в кожній групі бажана наявність пріоритетних і періодичних і базових категорій для того, щоб кожна група в асортименті магазину була прибутковою. Залежно від формату магазину, цільової групи покупців і специфіки магазинів-конкурентів ролі категорій можна варіювати.

Література

1. Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. Бузукова. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
2. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям: [монография] / В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
3. Сысоева С. В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2009. – 336 с.
4. Продуктовая розница Украины. Профиль отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.retail.net](http://www.retail.net).
5. Цены и ценообразование: [учеб. для вузов] / под ред. В. Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2009. – 480 с.

ВІДОБРАЖЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ У ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД ЗАХІДНИХ КРАЇН

У статті розглянуто підходи до відображення процесу формування та розподілу доданої вартості у звітності в країнах англо-американської (на прикладі підприємств Великобританії) та континентальної (на прикладі підприємств Франції) моделі побудови бухгалтерського обліку. Наведено переваги та недоліки кожного підходу.

The approaches to reflection of the process of forming and distribution of added value in the statements of countries of Anglo-American (example of the UK enterprises) and Continental (example of French enterprises) accounting models have been considered in the article. Advantages and disadvantages of each approach have been indicated.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Додана вартість – це вартість, що створюється всередині підприємства внаслідок дії над засобами праці та предметами праці і включає в себе додаткову вартість. На сьогодні додана вартість не знаходить свого відображення у жодній з форм звітності підприємства.

У зв'язку з цим власникам підприємства важко визначити наскільки рентабельним є той чи інший вид діяльності, які операції створюють додану вартість і що впливає на рівень прибутковості та вартість підприємства. Окрім того, дедалі більшого значення набуває додана вартість в системі мотивації працівників, оскільки на думку більшості управлінців та вчених, саме персонал бере найактивнішу участь у процесі створення доданої вартості на підприємстві.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питанням відображення доданої вартості у звітності підприємств приділяли увагу М. С. Абрютіна (підкреслювала на необхідності формування даних про додану вартість в системі фінансового обліку), Бернар Паріс та Жан-Франсуа де Робер (описували порядок формування та відображення доданої вартості у країнах континентальної моделі бухгалтерського обліку), Грехем Мотт (аналізував англо-американський підхід до відображення доданої вартості у звітності підприємств), Л. Дж. Стеінбенк (аргументував доцільність відображення доданої вартості у звітності).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В Україні відсутні ґрунтовні теоретичні напрацювання щодо відображення доданої вартості у звітності підприємств. Пошук найефективніших шляхів відображення доданої вартості має відбуватися із врахуванням зарубіжного досвіду.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення досвіду західних країн щодо відображення доданої вартості у звітності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до концепції вартісного менеджменту стратегічною метою управління організацією є не стільки одержання прибутку сьогодні, скільки збільшення вартості підприємства, що забезпечує стабільність економічного стану в майбутньому [1, с.3]. Зокрема, З.Є. Шершньова зазначає, що категорія доданої вартості використовується для оцінювання ефективності функціонування організації як виробничо-управлінської системи, оскільки діяльність будь-якого підприємства націлена на створення саме доданої вартості, тобто на збільшення вартості ресурсів, що споживаються [2, с.378].

Величина доданої вартості закладена у загальній вартості товару (послуг, робіт) у вигляді амортизації, витрат на оплату праці та відрахування на соціальні заходи, прибутку, а

також інші операційні витрати. Додання вартості – це процес створення або розподілу вартості продукту для отримання більшої частки вартості товару при кінцевій реалізації [3]. А здатність підприємства, як єдиного цілого, знаходити та ефективно використовувати можливості для руху шляхом нарощення вартості формує принципово нову сферу ключової компетентності [4, с.261].

Загальновизнаний порядок формування доданої вартості такий (рис. 1).

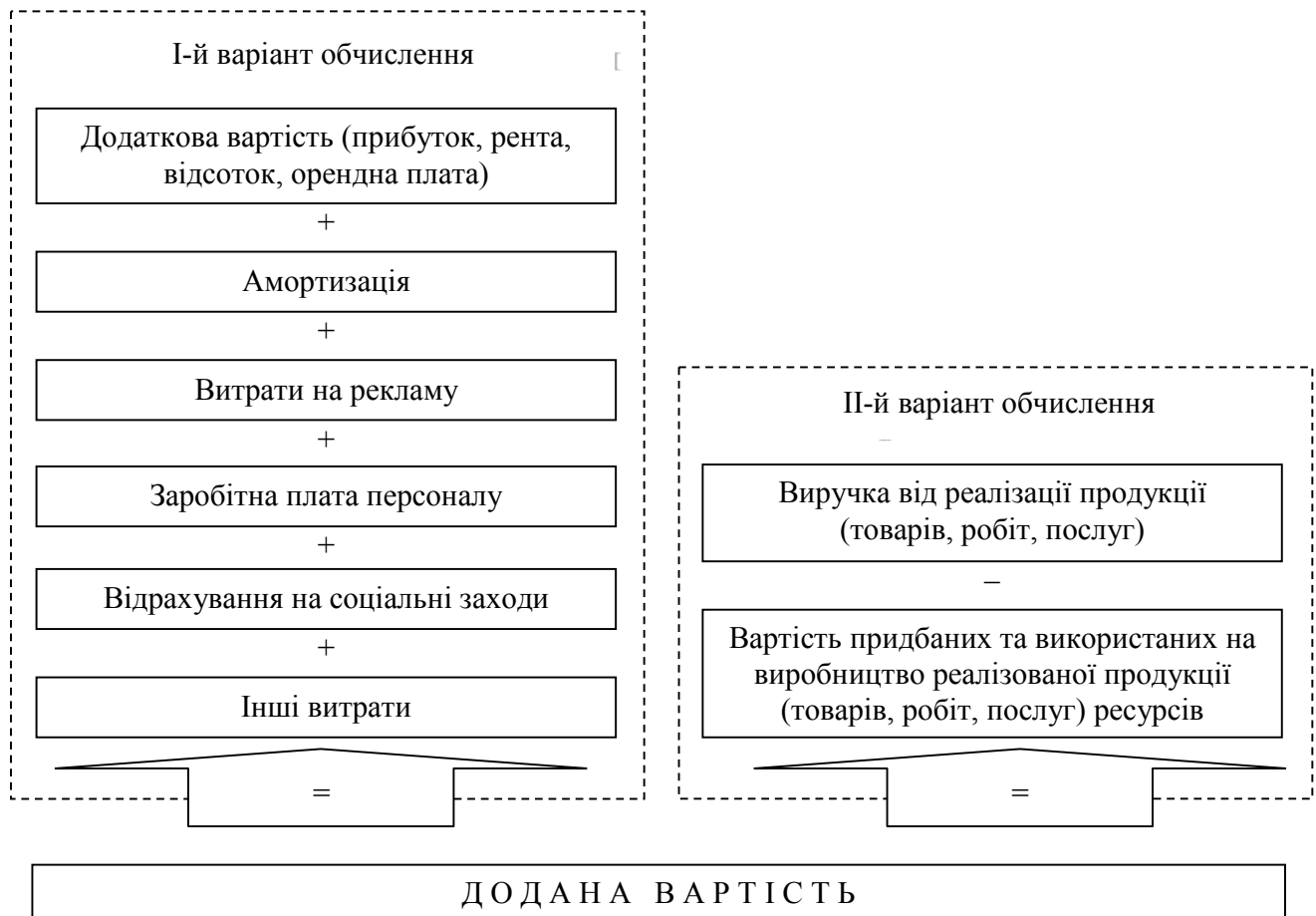


Рис. 1. Методи обчислення доданої вартості

Погоджуємося з думкою М.С. Абрютіної, що форми фінансової звітності не повинні повторювати балансову шахову відомість частинами, а повинні розкривати економічну, у тому числі фінансову, сутність господарських операцій, що відображаються на бухгалтерських рахунках [5]. Зокрема, автор влучно зазначає, що «Звіт про фінансові результати» показує лише шлях утворення прибутку з виручки від реалізації до нерозподіленого прибутку.

Тобто дублює, при чому не дуже вдало, інформацію, що міститься на відповідному бухгалтерському рахунку. З точки зору фінансового менеджменту нерозподілений прибуток – це не кінцевий результат діяльності підприємства, оскільки головна мета його функціонування – збільшення вартості підприємства, тобто знаходження найефективнішого співвідношення між споживанням капіталу та його нагромадження.

Тому більшість західних компаній надають велике значення фінансовій звітності, оскільки розцінюють її не як бухгалтерський, а насамперед як фінансовий документ, призначений для акціонерів, фінансових менеджерів, економістів та іншого керівництва підприємства.

Також завдяки фінансовій звітності західні підприємства заявляють про себе, про своє право мати певний рейтинг серед конкурентних фірм і компаній.

Важливим напрямом досліджень є удосконалення фінансової звітності таким чином, щоб можна було відображати або розрахувати додану вартість підприємства.

Зокрема, М.С. Абрютіна зазначає, що якби «Звіт про фінансові результати» відображав би утворення прибутку підприємства з доданої вартості, а з прибутку – чистого прибутку та подальший шлях аж до утворення доходу, який є джерелом нагромадження капіталу, то він би став дійсно фінансових документом [5].

Дослідження звітності західних компаній показує, що вони відображають додану вартість по-різному (табл. 1). Причому обраний підхід залежить від переважаючого впливу моделі побудови системи бухгалтерського обліку.

Таблиця 1

Особливості відображення доданої вартості у звітності західних компаній

Тип моделі системи бухгалтерського обліку	Країни	Порядок відображення доданої вартості у звітності
Англо-американська	Великобританія	Додана вартість відображається в окремому документі – “Звіт про додану вартість” і є частиною загального річного звіту компанії
Континентальна	Франція, Німеччина	У Звіті про прибутки та збитки міститься інформація, що надає змогу обрахувати даний показник

Як видно з табл. 1, компанії країн англо-американської моделі побудови системи бухгалтерського обліку, зокрема «Aspen», «Ireland Blyth Limited», «Grameen bank», «Henkel», відображають створену додану вартість в окремому Звіті про додану вартість («The value added statement»).

Проте Грехем Мотт (Graham Mott) зазначає, що небагато компаній надають цей звіт як інтегровану частину їх щорічної звітності, хоча Corporate Report рекомендує його складати з 1975 року [6, с.88]. Зокрема, у Corporate Report, який опублікований Комітетом зі стандартів бухгалтерського обліку (з 2001 року – Міжнародна рада зі стандартів бухгалтерського обліку) зазначається, що «найпростішим та найшвидшим способом приведення прибутку у відповідний вигляд відносно всієї компанії, як колективного зусилля капіталу, управління та працівників, є представлення Звіту про додану вартість... Він детально розкриває рахунок прибутків та збитків, із плином часу може розглядатися як переважаючий засіб розкриття показників діяльності» [7].

Отже, «Звіт про додану вартість» та рахунки про прибутки та збитки складаються на основі одних і тих же фінансових даних. Відмінність полягає в представленні змісту цієї інформації.

Погоджуємося з думкою Грехема Мотта, що рахунки прибутків і збитків дають вузький, сконцентрований на акціонерах погляд на діяльність компанії, натомість звіт про додану вартість зосереджує увагу більше на створенні вартості, ніж на прибутку, та показує її розподіл між чотирма сторонами, які зробили внесок до процесу отримання прибутку [6, с.87-88].

Анонімне опитування 84-х фінансових менеджерів, проведене Л.Дж. Стеінбенком (LJ Stainbank) показало, що переважна більшість (73 %) менеджерів зацікавлена в складанні звіту про додану вартість та розглядають його як важливе інформаційне джерело для управління.

Аналіз відповідей респондентів на питання «Чи повинні компанії складати і подавати «Звіт про додану вартість» представлений у таблиці 2 (складено на основі [8, с.142-143]).

Як свідчать дані табл. 2, найбільша кількість респондентів у першу чергу відмітили важливість звіту для визначення частки доданої вартості за кожною категорією. Пов'язано це з тим, що менеджеру для цілей управління необхідно знати, який сектор створює найбільше вартості, і, відповідно, перерозподіляти фінансові ресурси. Натомість соціальне значення

Звіту відмітили лише два респонденти. Причина цього полягає у великій кількості інших звітів, які повніше та різносторонньо розкривають соціальні аспекти діяльності підприємства.

Таблиця 2

Аналіз відповідей респондентів, які вважають доцільним складання та подання звіту про додану вартість (61 чол. або 73 % опитаних)

Причина	Кількість респондентів, які відмітили важливість причин, чол.	Ранг
Дозволяє визначити частку доданої вартості за кожною категорією	50	1
Додана вартість є індикатором сталого розвитку компанії	36	2
Визначає внесок робітників у створенні доданої вартості	32	3
Є загальноприйнятою формою звітності	27	4
Виділяє важливість покупців та постачальників компанії	17	5
Покращує «командний дух» в компанії	4	6
Джерело попередньої інформації для працівників	2	7

Аналіз відповідей респондентів на питання “Чому повинні компанії складати і подавати “Звіт про додану вартість” представлений у таблиці 3 (складено на основі [8, с.142-143]).

Таблиця 3

Аналіз відповідей респондентів, які вважають недоцільним складання та подання звіту про додану вартість (23 чол. або 27 % опитаних)

Причина	Кількість респондентів, які відмітили важливість причин, чол.	Ранг
Звіт не надає суттєвої інформації для користувачів	16	1
Інформація про працівників у звіті про додану вартість розкривається, проте є інші звіти, які розкривають таку інформацію краще	13	2
Акціонери є головними користувачами інформації і «Звіт про додану вартість» не надає їм корисної інформації	12	3
Не існує типової форми звіту	8	4
Складання звіту є необов'язковим	6	5
Показник доданої вартості є важливим лише для виробничих компаній	2	6

Найпоширенішою причиною, через яку фінансові менеджери вважають недоцільним складання Звіту про додану вартість, є ненадання суттєвої інформації користувачам. Це твердження є суб'єктивним, оскільки переважна більшість респондентів навпаки відзначали його суттєвим для управління. Найменш розповсюдженою причиною недоцільності складання Звіту є переконання, що показник доданої вартості є важливим тільки для виробничих компаній. Ця думка є виправданою, оскільки виробничі компанії, як правило, створюють найбільшу додану вартість, а тому управління нею є актуальним.

Оскільки нормативно-затверджена форма Звіту про додану вартість відсутня, компанії складають його за схемою на власний розсуд, проте у всіх досліджених звітах спостерігається така логіка його побудови (рис. 2).

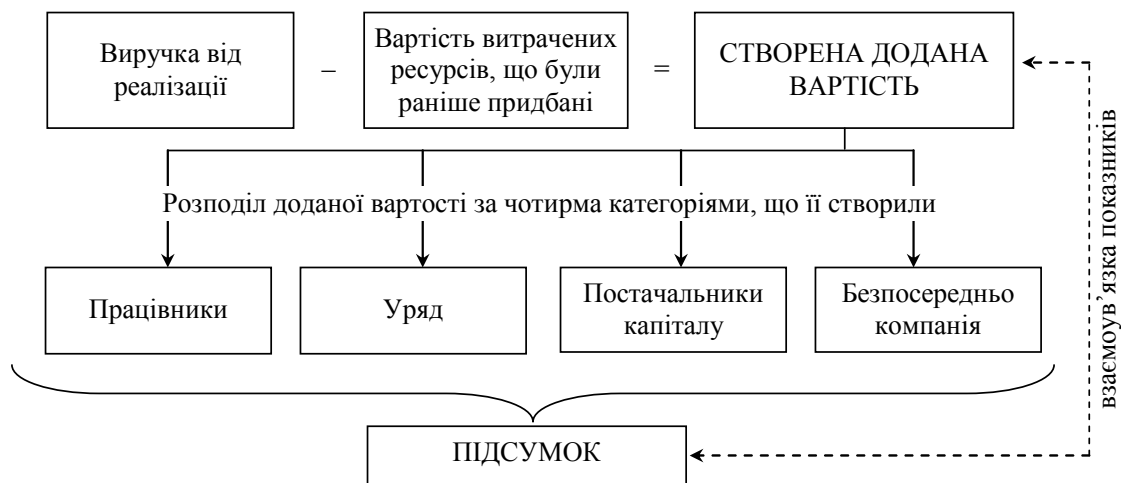


Рис. 2. Логічна структура звіту про додану вартість, який складають компанії країн англо-американської моделі бухгалтерського обліку

Виходячи з рис. 2, у Звіті одночасно застосовується два методи обчислення доданої вартості, що зменшує ризик помилки при визначенні її величини, а також дозволяє оцінити внесок кожної категорії у створення нової вартості.

Перевагою Звіту про додану вартість є те, що він дозволяє визначити внесок кожного економічного агента в її створення (табл. 4).

Таблиця 4

Економічні інтереси кожного з агентів, що створюють додану вартість

№ з/п	Економічні агенти	Внесок у створення доданої вартості
1	Працівники (employees)	Заробітна плата та соціальні відрахування
2	Уряд (government)	Податки
3	Постачальники капіталу (providers of capital)	Відсотки (плата за користування позиковим капіталом), дивіденди
4	Компанія (the company itself)	Прибуток, амортизація

Вважається, що працівники неодмінно задіяні у процесі створення доданої вартості, оскільки використовують власні навички, досвід під час виробництва продукції (товарів, робіт, послуг), у той час, як уряд створює середовище, у якому врегульовуються суперечності економічних інтересів між компанією та працівниками з приводу володіння засобами виробництва та прибутком. Постачальники капіталу (зокрема, акціонери) дозволяють компанії використовувати вкладені активи у процесі господарської діяльності, у той час як сама компанія завдяки поєднанню засобів і предметів праці, а також підприємницьких здібностей виконує покладені на неї економічні функції щодо задоволення суспільних потреб. Тому між перерахованими категоріями розподіляться новостворена (додана) вартість, причому пропорції розподілу завжди є різними.

Таким чином, можна констатувати, що «Звіт про додану вартість», який складають компанії англо-американської моделі побудови національної системи бухгалтерського обліку досить повно відображає інформацію про процес створення доданої вартості на підприємстві, а також внесок кожного економічного агента у її створення, що сприяє ефективному управлінню господарською діяльністю.

Натомість у країнах континентальної моделі побудови національної системи бухгалтерського обліку окремий Звіт щодо доданої вартості відсутній.

Дані, необхідні для розрахунку новоствореної вартості, відображаються у звіті про прибутки та збитки. Зокрема, можливість прослідкувати споживання та розподіл доданої вартості як перевага французької форми звіту про прибутки та збитки визначається

Л.О. Жариковою та Н.В. Наумовою [9, с.54].

Французькі вчені Бернар Паріс (Bernard Paris) та Жан-Франсуа де Робер (Jean Francois des Robert) відмічають, що структура їх вітчизняного плану рахунків побудована таким чином, що дозволяє розраховувати два основних фінансових показники: додану вартість та сальдо операційної діяльності [10]. Відповідно, система бухгалтерського обліку Франції передбачає обов'язкове накопичення інформації на тих рахунках, які є базою для обрахунку величини доданої вартості, оскільки вона відображає реальну “економічну вагу” організації, дозволяє співставляти результати діяльності та виступає у якості показника економічного зростання [10]. Зокрема, це рахунки виручки від реалізації (70 “Виручка від продажу товарів”, 71 “Незавершене виробництво”, 72 “Капіталізація власних робіт”, 73 “Довгострокова діяльність” та 74 “Субсидії”), а також рахунки витрат (60 “Купівля товарів”, 61 “Послуги сторонніх організацій”, 62 “Інші послуги сторонніх організацій”).

У спрощеному вигляді додану вартість за французьким варіантом можна обрахувати, виходячи із даних оборотно-сальдової відомості так:

$$\begin{aligned} \text{Додана вартість} &= \Sigma \text{кредитових оборотів (за рахунками 70-74)} - \\ &- \Sigma \text{дебетових оборотів (за рахунками 60-62)} \end{aligned} \quad (1)$$

Як підкреслюють Бернар Паріс та Жан-Франсуа де Робер, стандартизована кодифікація рахунків полегшує процедуру розрахунку всіх проміжних результатів, а дана перевага набуває особливого значення при здійсненні аналізу господарської діяльності на державному рівні [10].

Загальна логіка обчислення доданої вартості зі Звіту про прибутки та збитки наведено на рис. 3.

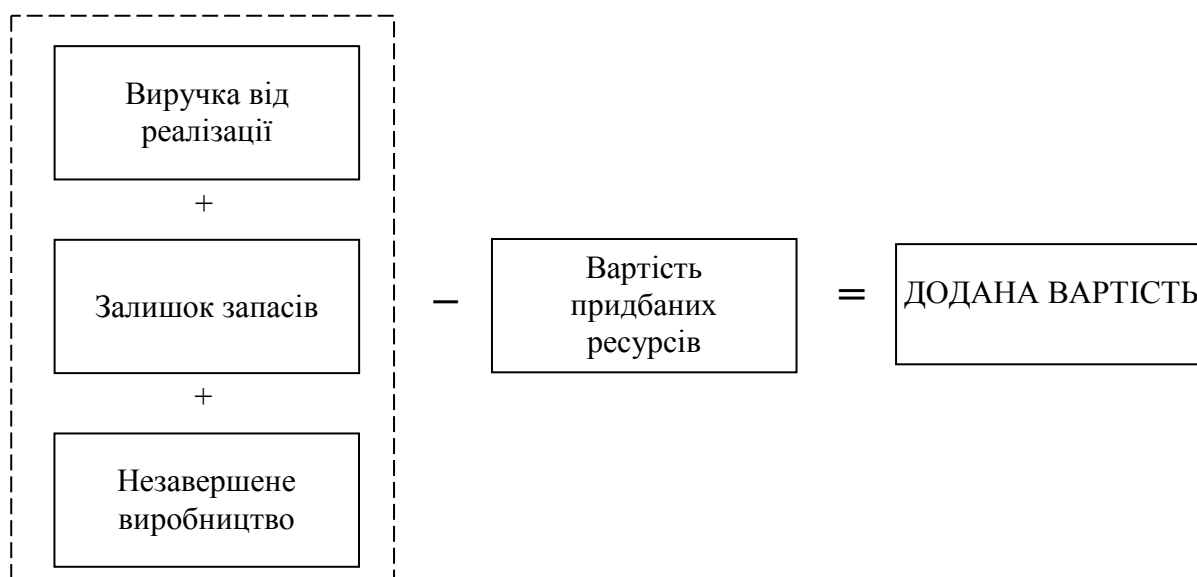


Рис. 3. Порядок обчислення доданої вартості зі звіту про прибутки та збитки (країни континентальної моделі обліку)

Як видно з рис. 3, величина доданої вартості може бути обчислена з фінансової звітності підприємства, проте вона не містить інформації про внесок кожного економічного агента у її створення.

Наявність різних підходів до відображення доданої вартості у звітності підприємства пов'язані перш за все із гармонізацією податкового та фінансового обліку. Так, у Великобританії виділяють два види бухгалтерського обліку: фінансовий (податкові показники ґрунтуються на фінансових) та управлінський [11, с.581], тому вважаємо, що «Звіт про додану вартість» насамперед складають не для цілей оподаткування, а з метою управління. Нашу думку підтверджує той факт, що у звіті відображено не лише порядок формування доданої вартості, а й порядок її розподілу.

Натомість у Франції ведеться лише фінансовий облік, який орієнтований на

оподаткування, а податкові показники ґрунтуються на фінансових [11, с.587]. Тому додана вартість легко обраховується із даних зі звіту про прибутки та збитки, що пояснюється потребами оподаткування.

Щодо України, то безпосередньо показник реально створеної доданої вартості обчислити із фінансової звітності підприємства неможливо, будь-який спеціальний звіт щодо доданої вартості також відсутній, що не можна вважати позитивним.

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, у країнах англо-американської моделі побудови бухгалтерського обліку додана вартість відображається в окремому документі – «Звіт про додану вартість». Натомість у країнах континентальної моделі побудови національної системи бухгалтерського обліку показник доданої вартості обраховується із інформації, що міститься у звіті про прибутки та збитки. В Україні спеціальний звіт щодо формування та розподілу доданої вартості відсутній, показник доданої вартості не можна обрахувати із фінансової звітності.

Перспективи подальших досліджень мають бути спрямовані на пошук шляхів відображення та надання інформації щодо процесу формування та розподілу доданої вартості, сформованої на підприємстві для зацікавлених користувачів із врахуванням переваг та недоліків кожного підходу.

Література

1. Шевцова С. А. Організаційно-технологічне обґрунтування підвищення ефективності управління парком будівельних машин: автореф. дис... канд. техн. наук: спец. 05.23.08 / С. А. Шевцова. – Придніпр. держ. акад. буд-ва та архіт. – Д., 2006. – 22 с.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підруч. [2-ге вид., перероб. і доп.] / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
3. Осипенко П. П'ять стратегій збільшення доданої вартості [Електронний ресурс] / П. Осипенко // Інформаційний майданчик «ЛІВША». – Режим доступу: <http://www.spil.ucoz.ua/load/3-1-0-24>.
4. Моїсеєнко Т. Є. Ресурсне забезпечення зростання ринкової вартості машинобудівних підприємств України / Т. Є. Моїсеєнко // Научный вестник ДГМА. – 2009. – № 2 (5Е). – С. 260–266.
5. Абрютина М. С. Недостатки звенья и подводные камни финансового учета [Електронний ресурс] / М. С. Абрютина // Финансовый менеджмент. – 2001. – № 5. – Режим доступу: <http://www.dis.ru/library/fm/archive/2001/5/565.html>.
6. Шигун М. М. Развитие моделирования системы бухгалтерского учета: теория и методология: [монография] / М. М. Шигун. – Житомир: ЖДТУ, 2009. – 632 с.
7. Отчеты о добавленной стоимости (учебный курс АССА) [Электронный ресурс] // CONSULTING.RU (экономическое интернет-издание). – 1999. – № 17 – Режим доступа: http://consulting.ru/econs_wp_2738.
8. Mott Graham. Accounting for non – Accountants. A manual for Managers and Students / Graham Mott. – Kogan Page, 2005. – 344 p.
9. Stainbank LJ. The value added statement: does it add any value? / LJ Stainbank // Meditari Accountancy Research. – 2009. – Vol. 17. – No. 2. – P. 137–149.
10. Жарикова Л. А. Бухгалтерский учёт в зарубежных странах: [учеб. пособ.] / Л. А. Жарикова, Н. В. Наумова. – Тамбов: Узд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 160 с.
11. Paris Bernard. The French Chart of Accounts: a conceptual framework for financial analysis [Электронный ресурс] / Bernard Paris, Jean Francois des Robert // Информационный бюллетень Accounting Report. – 2001. – Январь/Февраль. – Режим доступа: <http://gaap.ru/biblio/ICAR/012001/011e.asp>.

***ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ
ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ
У КОНТЕКСТІ РИНКОВИХ
ВІДНОСИН***

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МІГРАЦІЙНОГО ДОХОДУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Визначено роль трудової міграції українців у формуванні обсягів грошових переказів на батьківщину. Проаналізовано основні фактори, що впливають на становлення оподаткування міграційного капіталу. Досліджено головні суперечності і недоліки оподаткування іноземних доходів та розглянуто шляхи їх вирішення.

The article defines the part of the Ukrainians' labour migration in the total outcome of money transfers into their home country. An analysis of main issues to impact the taxation of the migration capital is given. The main contradictions and deficiencies of the foreign incomes taxation and considers ways of their solution are investigated.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Питання залучення міжнародного міграційного капіталу та пов'язаної з ним проблеми привертають дедалі більше уваги міжнародних організацій, органів державної влади та регуляторів фінансових ринків.

Міграційний капітал відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності макроекономічної політики багатьох країн світу. Завдяки потокам міграційного капіталу деякі країни можуть пом'якшити фінансовий дефіцит, а також компенсувати додатковий попит на іноземну валюту. Водночас грошові трансферти мігрантів є одним із найстабільніших джерел надходження іноземного капіталу в країни, значно випереджаючи прямі іноземні інвестиції, портфельні інвестиції та міжнародну технічну допомогу, які у часі досить циклічно зростають або зменшуються.

Тобто, мова йде про масштабну економічну діяльність, що здійснює вплив на загальну соціально-економічну ситуацію багатьох регіонів світу.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженнями даної проблеми на сучасному етапі займаються, зокрема, такі українські науковці, як В.Л. Андрущенко, А.М. Гайдуцький, В.М. Геець, Т.І. Єфіменко, А.І. Крисоватий, І. Луніна, В.Є. Новицький, А.М. Соколовська, С.І. Юрій та інші, а також російські – А. Васильєва, Є. Гурвіча, І. Карзанова.

Результати проведених досліджень свідчать про те, що теоретична та практична значимість їх розробок зумовлює необхідність розширення та поглиблення наукових досліджень у цій області.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розходження в оцінках обсягів міграційного капіталу, надходження міграційних доходів в Україну, непрозорість схем переказування коштів, обмеження валютного законодавства і недосконалість системи оподаткування іноземних доходів фізичних осіб, свідчить про наявність цілої низки проблем, розв'язання яких потребує комплексного підходу.

За оцінкою фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, мігранти заробляють 4,7-7,5 млрд. дол. на рік [1, с.24]. Представники органів державної влади припускають, що українські мігранти переказують на батьківщину до 8 млрд. дол. на рік. Фахівці комерційних банків, що працюють на ринку грошових переказів, стверджують про 12 млрд. дол. на рік. Порівнюючи ці показники з показниками в інших країнах світу і то, що абсолютну більшість коштів трудові мігранти надсилають через неофіційні (незареєстровані) канали шляхом власного перевезення, через знайомих, водіїв міжнародних маршрутів, неофіційні системи грошових переказів вони припускають, що надходження переказів від українських мігрантів можуть досягати 21,3 млрд. дол. на рік [2, с.2].

Постановка завдання. Надходження капіталу в таких обсягах значно перевищують

сумарні надходження в Україну всіх форм іноземних інвестицій, тобто відіграють роль одного з основних джерел економічного розвитку країни. Саме тому метою нашої статті є розкриття фіскальної ефективності оподаткування іноземних доходів фізичних осіб з урахуванням світової фінансово-економічної кризи та іноземного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження базується на оподаткуванні іноземних доходів фізичних осіб.

Право громадян на професійну діяльність за кордоном передбачено статтею 10 Закону України «Про зайнятість населення». В Одеському регіоні основною категорією громадян, що легально реалізують право на працю за кордоном, є моряки. Тому проблемами оподаткування іноземних доходів моряків, в нашому регіоні, виступає широка морська громадськість України в особі найбільш авторитетних морських громадських організацій і профспілкових об'єднань, таких як Українська морська організація (УМО), Товариство сприяння працевлаштуванню моряків і захисту їх соціально-трудова інтересів (ОСТЗ), Регіональна Федерація морських профспілок півдня України (РФМПЮУ), Асоціація – «Український морський союз», Профспілка моряків далекого плавання і багато інших.

У відповідності зі статтею 9 Закону України «Про податок з доходів фізичних осіб», пункт 9.9., якщо джерело виплат будь-яких оподатковуваних доходів є іноземним, то сума такого доходу включається до складу загального річного оподатковуваного доходу платника податку [3, с.5].

Відповідно до норм міжнародних договорів, платник податку може зменшити суму річного податкового зобов'язання на суму податків, сплачених за кордоном, і такий платник податку вказує суму такого зменшення у річній податковій декларації.

Україна є стороною 62 міжнародних договорів про запобігання подвійного оподаткування. Загальною умовою для всіх угод є визначення резидентства щодо податків з винагороди. Жодна із сторін не визнає резидентами (платниками «прибуткового податку») осіб, що перебувають на території договірної держави в сукупності менше 183 днів протягом календарного року. Таким чином, податки сплачуються на території держави, де працівник перебуває більше півроку протягом календарного року, незалежно від громадянства.

Законом України «Про громадянство України» встановлено поняття «безперервне проживання в Україні»: якщо разовий виїзд не перевищує 90 днів, а сумарний – 180 днів у році.

Ця загальна умова заснована на міжнародній практиці, відповідно до якої держава не визнає платниками прибуткового податку осіб, з якими переривається правовий зв'язок, не здійснюється юрисдикція держави над фізичною особою в період, що становить більше половини строку в розрахунковий рік. Застосовується принцип простої більшості, а більшість строків фактичного знаходження на території держави це резидентство.

Такий порядок діяв і в Україні до 01.01.2004 року, у відповідності зі статтею 1 Декрету Кабінету Міністрів України від 26.12.1992р. № 13-92 «Про прибутковий податок із громадян» [4, с.1].

Діючий Закон України «Про податки з доходів фізичних осіб» відносить до платників податків фізичних осіб (резидентів), що одержують як доходи із джерелом походження в Україні, так і іноземні доходи (стаття 2).

Визначаючи термін «фізична особа-резидент», Закон розділяє їх на три категорії: 1) громадяни України; 2) фізичні особи без громадянства; 3) громадяни іноземних держав. Далі, пунктом 1.20.1., визначено, що фізичні особи-резиденти – це фізичні особи, що мають місце проживання в Україні.

У випадку, якщо фізична особа має місце проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо така особа має місце постійного проживання в Україні; якщо особа має місце постійного проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо має більш тісні особисті або економічні зв'язки (центр життєвих інтересів) в Україні.

У випадку, якщо державу, у якій фізична особа має центр життєвих інтересів, не

можна визначити, або якщо фізична особа не має місця постійного проживання в жодній з держав, воно вважається резидентом, якщо перебуває в Україні не менше 183 днів (включаючи день приїзду й від'їзду) протягом періоду або періодів податкового року.

Головною умовою визначення місця знаходження центра життєвих інтересів фізичної особи є місце постійного проживання членів його родини або його реєстрацій як суб'єкта підприємницької діяльності.

При такому регулюванні статусу резидента складно однозначно стверджувати, що ж є первинним для визнання резидентом України – місце проживання, місце фактичного знаходження або громадянство?

Зазначимо, що прибутковий податок може сплачуватися по місцю громадянства, за місцем перебування роботодавця та у державі, резидентом якої є підприємство, що експлуатує морське, річкове або повітряне судно.

Оскільки не з усіма державами, що мають флот, в Україні є двосторонні угоди, а таких держав усього 170 (членів Міжнародної морської організації), моряки, що працюють «під прапором» не охоплених двосторонніми угодами держав, однозначно піддані подвійному оподатковуванню за умови діючого законодавства [5, с.10].

Як бачимо, моряки – громадяни України перебувають у нерівних умовах, що саме по собі порушує принцип рівності, передбачений статтею 43 Конституції України: «...кожний має право на працю, включаючи можливість заробляти собі на життя роботою, що він вільно вибирає або на яку вільно погоджується. Держава створює умови для повного здійснення громадянами права на працю, гарантує рівні можливості у виборі роду трудової діяльності». Рівні можливості припускають і рівні наслідки, тобто зобов'язання, що виникають у результаті реалізації права на працю.

Але при встановленні справедливих гарантій рівності, державою не встановлений конкретний порядок оподатковування доходів моряків на умовах рівності, а норми, що конкретизують окремі вимоги, не є реальними для виконання.

Наприклад, законом встановлено, що платник податку має право зменшити суму податкового зобов'язання на суму податків, сплачених за кордоном. Це право фактично мають десятки тисяч моряків.

По-перше, це стосується тільки доходів, отриманих у державах, з якими укладені двосторонні угоди про запобігання подвійного оподатковування.

По-друге, для одержання права на зменшення суми податкового зобов'язання на суму податку, сплаченого за кордоном, платник податку (моряк) зобов'язаний відповідно до підпункту 9.9.4. пункту 9.9. Закону України «Про податки з доходів фізичних осіб» одержати від державного органу держави, у якій виплачений дохід і утриманий податок, довідку про суму утриманого податку й бази його нарахування. Така довідка повинна бути легалізована консульською установою України у відповідній державі. Реально виконати цю вимогу неможливо. У якому порядку моряк може легалізувати довідку про сплачений податок, якщо він закінчив роботу на судні в порту, де немає консульської установи, а роботодавець перебуває в іншій державі?

Як бачимо, законом одночасно встановлено право платників податків зменшити суму податкового зобов'язання на суму податків, сплачених за кордоном, і неможливість реалізації такого права. Причому право на зменшення податку, як було сказано, встановлено по дискримінаційному принципу: тільки для працюючих у державах, що мають двосторонні угоди з Україною. При цьому не встановлене виключення відносно тих моряків, у яких відповідно до двосторонніх угод утримують податки за місцем роботи.

У такій редакції Закон України «Про податки з доходів фізичних осіб» суперечить також Закону України «Про міжнародні договори України», статті 19: якщо міжнародним договором України, що набув чинності у встановленому порядку, встановлені інші правила, чим передбачені у відповідному акті законодавства України, то застосовуються правила міжнародного договору.

Висновки і перспективи подальших розробок. У результаті узагальнення положень

Закону України «Про податки з доходів фізичних осіб» приходимо до наступних висновків:

1. Закон суперечить Конституції України.
2. Закон суперечить Закону України «Про міжнародні договори України».
3. Закон суперечить міжнародним договорам України про запобігання подвійного оподаткування, що встановлює утримання податку за місцем роботи.
4. Закон суперечить Конвенції про скасування легалізації іноземних офіційних документів.

Навіть за умови відсутності зазначених протиріч, Законом не встановлений механізм оподаткування іноземних доходів.

Визнаючи це, Кабінет міністрів України постановою від 5 березня 2009 р. № 236 «Про роз'яснення особливостей застосування окремих норм Указу Президента України від 3 липня 1998 р. № 727 для фізичних осіб, які провадять підприємницьку діяльність за межами України, в умовах світової фінансово-економічної кризи» дає морякам право реєструватися як СПД і таким чином вирішити питання про власне оподаткування [6, с.1]. З одного боку – це дійсно дозволяє морякам стати законослухняними громадянами і легалізувати свої доходи. Але, з іншого цей документ стосується фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність за кордоном. Моряки ж є найманими робітниками. Вони не здійснюють самостійно господарську діяльність, їх діяльність заснована на трудовому договорі (контракті), укладеному з працедавцем і тому застосування до нього положень постанови неприпустимо [7, с.12].

Затягування на роки вирішення питання відновлення соціальної і економічної справедливості в оподаткуванні доходів моряків обернулося рядом негативних наслідків. Серйозно страждає міжнародний імідж України в очах світової морської спільноти. Різко активізувався процес самостійного працевлаштування фахівців морських професій під «прапор» в обхід системи легально діючих посередницьких підприємств. Українські моряки вважають за краще залишати зароблену валюту на рахунках в іноземних банках.

Постає питання, які ж варіанти вирішення проблеми?

Порядок оподаткування доходів моряків повинен відповідати принципам: справедливості; рівні умови; реальність (включаючи усвідомленість платниками податків необхідності добровільної оплати); мінімальні вимоги до документального підтвердження.

Встановлений законодавством порядок, що передбачає стягнення податків по єдиній ставці 15%, є нереальним за зазначеними вище причинами: протиріччя, відсутність конкретного механізму підтвердження розміру доходів, неготовність (нелояльність) платників податків.

Питання «про 183 дні» також не є оптимальною пропозицією, оскільки не відповідає принципу справедливості. Якщо навіть механізм звільнення від оплати податків буде впроваджений, відносно моряків, то така умова буде дискримінаційною.

Пропозиція про повне звільнення моряків від податків також є необґрунтованою, оскільки вони «користуються» сферами державних відносин, фінансованих з бюджету за рахунок всіх інших платників податків.

У даний період через відсутність єдиного підходу й наявності крайніх, полярних позицій по питанню, своєчасним буде пропозиція механізму оподаткування за принципом «золотої середини».

При цьому не слід використовувати поняття «пільгове оподаткування», оскільки, пільги припускають або особливі заслуги перед державою, або обмежені можливості реалізації якихось прав. До моряків не відноситься ні те, ні інше.

Виділення саме моряків із всіх категорій громадян, що реалізують право на працю за кордоном, обґрунтовано їхнім особливим статусом [8, с.4]:

- працевлаштування моряків, з огляду на режим пересування (перетинання державного кордону), виключає неофіційні трудові відносини;
- здійснення трудової діяльності вимагає особливих умов, з урахуванням таких факторів, як знаходження в обмеженому просторі, розлука з родиною, знаходження в зоні підвищеного ризику;

- моряки несуть значні витрати на одержання, підтвердження й підвищення кваліфікації, чим створюють умови для успішного функціонування суб'єктів спеціального виду господарської діяльності, і, відповідно, є учасниками поповнення державного бюджету;
- моряки мають обмежені можливості (або взагалі не мають) для захисту своїх інтересів у суді за кордоном у випадку порушення їхніх прав;
- стабільний попит на працю моряків і віднесення їх до категорії, що працевлаштовуються за кордоном легально створюють сприятливі передумови й умови для використання зароблених коштів, а саме іноземної валюти, на території України, завдяки чому моряків можна виділити як особливу категорію суб'єктів зовнішньоекономічних відносин: резидентів-інвесторів.

Відносно конкретних умов оподаткування моряків можливі для розгляду два варіанти:

Знижена ставка оподаткування. Цей варіант є більше складним, оскільки припускає аргументацію, засновану, у тому числі, на розрахунках і економічних дослідженнях.

Система оподаткування по ставці 15%, але прив'язана до однієї, затвердженої центральним органом влади або спільним нормативним актом, шкали заробітної плати в національних судноплавних компаніях.

При цьому від сплати податків звільняються моряки:

- віднесені до категорії «нерезидентів», тобто відсутні в Україні більше 183 днів у році;
- працюючі на судах під прапором держав, які утримують податки за місцем роботи відповідно до двосторонніх міжнародних угод про запобігання подвійного оподаткування.

Схвалення такої системи оподаткування на різних рівнях - і державними органами й моряками, привело б до реального поповнення державного бюджету.

Оскільки встановлені законодавством механізм оподаткування міняти складно, тим більше в період бездіяльності Верховної Ради, можна застосувати даний порядок як експеримент, або як тимчасову міру, з наступною оцінкою ефективності.

Таким чином, з метою формування і нарощування фінансового потенціалу держави міграційна політика має бути спрямована на стимулювання як росту міграційного капіталу, так і його повернення в Україну. Найбільш дієвим і безпечним заходом є застосування пільгового оподаткування іноземних доходів.

Література

1. Гайдучий А. П. Міграційний капітал в Україні / А. П. Гайдучий // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 24–37.
2. Кужель О. Народна економіка / О. Кужель // Вечірні вісті. – 2009. – № 16. – С. 2.
3. Закон України від 22 травня 2003 року №889-IV «Про податок з доходів фізичних осіб» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua>.
4. Декрет Кабінету Міністрів України від 26.12.1992р. – № 13–92 «Про прибутковий податок із громадян» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua>.
5. Сокіл О. Норма «183»: розумний порядок оподаткування / О. Сокіл // Морська правда. – 2009. – № 3(0171). – С. 10–11.
6. Постанова Кабінету міністрів України від 5 березня 2009 р. № 236 «Про роз'яснення особливостей застосування окремих норм Указу Президента України від 3 липня 1998 р. № 727 для фізичних осіб, які провадять підприємницьку діяльність за межами України, в умовах світової фінансово-економічної кризи» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua>.
7. Журавська І. Український ПДФО для іноземних доходів / І. Журавська // Все про бухгалтерський облік. – 2008. – № 11(790). – С. 12.
8. Самсонов А. В оподаткуванні доходів моряків слід брати приклад з Греції і Росії / А. Самсонов // Бізнес Марін. – 2007. – № 3(148). – С. 4–7.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ

У статті викладено аргументи щодо формування заробітної плати за соціальною концепцією. Обґрунтовано основні положення щодо удосконалення підходів щодо реформування організації заробітної плати. Викладено основні шляхи підвищення рівня, а також якості життя населення України.

In the article arguments are expounded in relation to forming of salary after social conception. Substantive provisions are reasonable in relation to the improvement of approaches in relation to reformation of organization of salary. The ways of increase of level and quality of life of population of Ukraine are expounded

Постановка проблеми у загальному вигляді. Під яким би кутом зору не розглядалась якість життя людей – чи з точки виявлення чинників її формування, чи то з точки зору оцінки масштабів та глибини бідності та рівня життя населення – приходимо до висновку, що ключовою проблемою є забезпечення гідного рівня заробітної плати працюючому населенню, яка є найважливішим джерелом їх доходів, навіть і після виходу на пенсію.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемі дослідження чинників формування якості життя населення, оцінки рівня життя та шляхів подолання бідності, удосконаленню організації заробітної плати як основного джерела доходів населення приділяється значна увага вітчизняних вчених. Питанням формування соціальної політики, політики доходів та заробітної плати, вартості життя населення та вартості робочої сили, шляхів подолання бідності присвячують свої наукові праці Д. Богиня, К. Бондарчук, О. Грішнова, А. Колот, Є. Лібанова, В. Маляєв, М. Шаповал та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на значну кількість публікацій, присвячених переліченим вище проблемам разом з тим, не вирішеним, дискусійним залишається питання формування методологічних та методичних підходів до визначення бази для встановлення мінімальних державних стандартів. Базування основних соціальних стандартів рівня життя населення на прожитковому рівні, як показує практика господарювання у сучасних умовах, призводить до падіння рівня життя населення, значного розшарування населення за доходами, поширення бідності серед працюючого населення.

Постановка завдання є обґрунтування нових підходів до встановлення вихідної бази для розрахунків мінімальної заробітної плати на основі зміни концепції формування заробітної плати в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якість життя ми розуміємо як повноту задоволення усього комплексу потреб людей. Вона охоплює оцінку рівня життя, а також якісну, не вимірювану характеристику умів життя, до якій відносять: якість харчування: смак, відповідність індивідуальному здоров'ю; якість житла: зручність планування, благоустрій населених пунктів; трудовий мікроклімат, моральне задоволення умовами праці, впевненість у завтрашньому дні; сімейні, професійні та суспільно - політичні відносини; самооцінку людьми умів їх життя, яка не завжди співпадає з вимірюваними показниками їх рівня життя та багато інших характеристик. Рівень життя - це рівень та міра задоволення основних потреб населення в харчуванні, житлі, послугах освіти, охорони здоров'я і таке інше. Характеризує споживання населення порівняно з науково - обґрунтованими нормами або із досягнутими у певний період часу або в певній країні (регіоні).

Якість життя населення найтіснішим чином залежить від політики оплати праці в країні. Оцінку якості життя людей проводять у світі за індексом людського розвитку, за яким Україна за результатами розвитку країни у 2007р. посіла 85 місце, знизивши рівень цього показника порівняно з попереднім роком на 8 пунктів. Важливою складовою цього індексу є показник валового внутрішнього продукту на душу населення. Якщо за показником освіченості населення Україна займає місце серед розвинених країн, то за показником ВВП на душу населення – знаходиться в групі країн з низьким людським розвитком. Зростання ВВП залежить, серед інших факторів, від рівня продуктивності праці, який значною мірою визначається мотивацією та оплатою праці працюючого населення.

Заробітна плата виступає головним джерелом доходу як тих, хто працює, так і тих, хто вже втратив працездатність за віком (бо лежить в основі формування розміру їх пенсії), а тому є важливим чинником формування якості життя людей, визначаючи можливості людського розвитку, забезпечуючи отримання загальної та професійної освіти, якісного медичного обслуговування і збереження здоров'я, формування загальнокультурних цінностей тощо.

Стан доходів населення, перекося у їх диференціації, що відбуваються у процесі ринкового реформування економіки країни, свідчать, що починаючи з 1991 року в Україні запущено довгостроковий механізм падіння рівня життя населення. Причому, найбільш інтенсивно падав рівень життя найменш забезпеченого населення.

Європейська орієнтація України потребує прискореного розвитку економіки та значного підвищення рівня життя населення. Лише за таких умов можна очікувати досягнення необхідних соціальних стандартів. Тому докорінним питанням підвищення якості життя людей є пошук нових підходів до організації заробітної плати в суспільстві.

Відомо, що в практиці господарювання існують дві концепції організації заробітної плати: концепція прожиткового мінімуму і концепція соціальної заробітної плати, від вибору якої залежить соціально-економічний розвиток країни, динаміка доходів працюючого населення та рівень його життя.

Відповідно до першої концепції, заробітна плата розглядається як спосіб відтворення робочої сили, і зводиться до грошового виразу прожиткового мінімуму. Центральне питання в цій теорії – заробітна плата є товар, вартість якого формується під впливом тих самих факторів, що і будь якого іншого товару. В такому випадку прожитковий мінімум – це норма заробітної плати і відхилення від цієї норми розглядається як відхилення від вартості самої праці. Виконання заробітної платою функцій прожиткового мінімуму може мати місце і зберігати своє значення в економічному розвитку лише у випадках, коли політичній та економічній системам вдається встановити свій повний монопольний контроль відносно до заробітної плати, і як результат – до праці. Таке характерно для ситуації повного державного монополізму в соціально-економічній сфері, і можливість змін зводиться до питання співвідношення сил монополізму та організованих сил найманої праці [1, с.107].

Слід відмітити, що співвідношення цих сил в Україні не на користь найманої праці. І негативні тенденції в оплаті праці закладені від початку ринкового реформування, коли уряд у 1992 – 1993 роках відпустив ціни й інфляція перевищила 100 разів, а заробітну плату жорстко регулював. Вже тоді був запущений механізм забезпечення низької якості життя населення. Тому маємо – ціни на рівні, а то й вищі, ніж світові, а зарплата – нижче нема куди.

За соціальною концепцією заробітна плата розглядається як частка працівника у національному доході відповідно до кількості та якості його праці, але окрім прожиткового мінімуму вона включає в себе й ще соціальну надбавку. Так, частка заробітної плати у ВВП розвинених країн складає 50–65%, а в Україні у 2008 р. – 49,0 %.

У цій концепції змінюється роль прожиткового мінімуму: з принципу, що визначає розмір заробітної плати, він перетворюється на нижню межу, або на основу, від якої відбувається наростання заробітної плати під впливом соціального фактору. Ця концепція виходить з того, що вартість робочої сили визначається усіма соціальними факторами, а не

тільки прожитковим мінімумом, тобто, визначається в кожній країні традиційним рівнем життя.

В теорії соціальної заробітної плати обґрунтовується принципова відмінність між вартістю робочої сили та будь-якого іншого товару, у силу чого вартість робочої сили змінюється навіть якщо вартість інших товарів залишається незмінною. Тобто – прожитковий мінімум (ПМ) – це мінімум заробітної плати, вище якого вона може підійматися необмежено. Природною межею заробітної плати виступає сукупний чистий продукт суспільства.

Досвід передових країн свідчить, що рушійною силою економічного прогресу є не загальна величина заробітної плати, і не величина прожиткового мінімуму, а соціальна надбавка до прожиткового мінімуму в загальній заробітній платні (останній займає у розвинених країнах в структурі загальної заробітної плати – 15-20%).

Сучасна практика організації заробітної плати в нашій країні призвела до зубожінню значної кількості населення. Так, частка населення, яка отримувала у 2008 р. середньодушові грошові доходи менші, ніж прожитковий мінімум складала 25,6%.

Інша картина в країнах, що прийняли концепцію соціальної заробітної плати. Так, наприклад у Польщі, у 1989 р. інфляція зросла всього на 25 %, але там, на відміну від України, відпустили не лише ціни, а й заробітну плату, які буквально за півроку зрівноважились, і ситуація в економіці та соціальній сфері стабілізувалась, економіка та реальна заробітна плата з того часу почали зростати.

У Польщі зараз МЗП у 3,5 рази більше, ніж в Україні, але у відносному рівні до середньої заробітної плати вона складає 55%. У той же час, в Україні середня заробітна плата у грудні 2009 р. відносно МЗП була більше у 3 рази, а МЗП до середньої заробітної плати складала усього 33,3%. Середня пенсія в Польщі – у 2,7 рази вище, ніж в Україні, а співвідношення середньої пенсії до середньої заробітної плати як в Польщі, так і в Україні, перебуває майже на одному рівні, відповідно 43 та 44,5%.

Між тим, за даними міжнародної комісії, створеної у 1989 р. за ініціативою Ради Європи, справедливо вважається, що МЗП має досягати 68 % від національної середньої заробітної плати (СЗП) і при цьому становить не менше 2-2,5 прожиткового мінімуму. За рекомендацією МОП, МЗП від СЗП має бути не нижчою 40-60 %.

Базування МЗП на прожитковому мінімумі призвело до того, що порівняно з країнами ЄС її розмір в Україні у десятки разів менший. Зокрема у грудні 2008 році він був меншим у 25 рази ніж у Люксембурзі, у 21 – Бельгії, 5 – у Польщі, 1,8 разів меншим, ніж в Болгарії, де розмір заробітної плати є найменшим з-поміж усіх країн Євросоюзу (табл.1).

Таблиця 1

Розміри мінімальної заробітної плати в країнах Європи за грудень 2008 р. за даними статистичної організації Європейської комісії «ЄВРОСТАТ»

Країна	Розмір МЗП, євро	Країна	Розмір МЗП, євро
Люксембург	1610,00	Туреччина	333,00
Ірландія	1462,00	Чехія	329,00
Нідерланди	1357,00	Естонія	278,00
Бельгія	1336,0	Словаччина	267,00
Франція	1321,00	Угорщина	235,00
Великобританія	1145,00	Литва	232,00
Іспанія	700,00	Латвія	228,00
Греція	681,00	Румунія	137,00
Мальта	612,00	Болгарія	112,00
Словенія	567,00	Білорусь	78,00
Португалія	497,00	Росія	64,00
Польща	334,00	Україна	63,40

Аналіз статистичних даних із заробітної плати за грудень 2009 р. показує, що розмах варіації заробітної плати за видами економічної діяльності був суттєвим і досяг 1: 4,6 (у 2008 р. – 1: 4,4). До категорії малозабезпечених потрапили працівники рибальства, рибництва, сільського господарства, мисливства та пов'язаних з ними послуг, готелів та ресторанів, оскільки їх заробітна плата була нижчою від двох прожиткових мінімумів, а тому не здатна була виконувати відтворювальну функцію. На межі малозабезпеченості знаходились і працівники лісового господарства, будівництва, торгівлі, освіти, охорони здоров'я, заробітна плата яких не перевищувала 2,5 ПМ. Працівників інших видів економічної діяльності можна віднести до середньо забезпечених, бо розміри їх середньої заробітної плати становили від 2,5 до 5 ПМ (верхня межа середньої забезпеченості – 7 ПМ). Працівники авіаційного транспорту відносяться до високо забезпечених, їх заробітна плата вище ПМ у 7,6 рази і наближаються до нижньої границі високої забезпеченості працівники фінансової сфери (6,17 ПМ).

Такі негативні тенденції зберігаються і у 200 році. Вже в квітні 2010 року розрив у рівнях середньої заробітної плати за видами економічної діяльності досяг 1: 5,4. При цьому абсолютний розмір заробітної плати працівників охорони здоров'я, сільського господарства та мисливства, підприємств з оброблення деревини та виробів з деревини, готелів та ресторанів, виробництва шкіри та виробів із шкіри та хутра, а також рибальства і рибництва був на 31,4 – 44,4% нижчим від середнього в економіці.

Нерівність доходів є великою проблемою, яка постає підчас вивчення питання рівня життя населення. Нерівність доходів може досягати значних масштабів й створювати погрозу для політичної та економічної стабільності в країні, тому політика доходів держави спрямована на скорочення розриву в прибутках різних груп населення. Але розробка таких заходів можлива лише за умов точного визначення ступеню диференціації доходів і багатства й впливу на неї держави.

Одним з методів, що застосовується для оцінки масштабів різних груп населення є побудова "кривої Лоренца" і визначення коефіцієнту Джині, які наочно показує наскільки фактичний розподіл доходів між різними групами населення відрізняється від рівномірного розподілу. Відповідно до сучасної економічної теорії, небажана як абсолютна рівність в розподілі доходів, так і різкий розрив у рівні життя різних груп населення. Абсолютна рівність в прибутках не стимулює продуктивну працю, тому певна нерівність доходів є досить важливим засобом заохочення трудової активності людей. Але якщо на частку 40% населення доводиться менше ніж 12-13% загальної суми доходів країни, то такий перекик викликає різке невдоволення незаможних громадян.

Між тим, крива Лоренца та коефіцієнт Джині не дають можливість достовірно визначити за рахунок яких факторів формуються ці доходи. Так коефіцієнт Джині може бути досить низьким, але при цьому певна частина населення свій дохід отримує за рахунок напруженої непосильної праці, а інша – за рахунок власності. Так, у Швеції значення коефіцієнта Джині досить низький, але при цьому тільки 5% домогосподарств володіють 77% акцій від загальної кількості акцій, якими володіють усі домогосподарства. Це забезпечує 5% доходів, який решта населення отримує за рахунок праці.

Цими методами досліджуються тільки грошові доходи, між тим, деяким працівникам заробітну плату частково видають натуральними продуктами, крім того, поширення набуває практика видачі заробітної плати у вигляді опціонів на купівлю акцій компанії роботодавця. Слід відмітити, що поширюються виплата заробітної плати в конвертах. Так, за даними опитування Українського центру соціологічних досліджень, у грудні 2009 р. 24% опитаних підтвердили таку виплату, у грудні 2008 р. – в конвертах отримували заробітну плату – 19,6% населення країни. Тому для визначення нерівності у доходах та рівня життя населення необхідно мати більш обґрунтовані методики дослідження.

Розрахунки вчених показують, що для досягнення економічних умов зростання рівня життя населення соціальні стандарти повинні бути встановлені з урахуванням основних положень соціальної концепції заробітної плати, стандартів ЄС та МОП (табл.2).

Таблиця 2

Орієнтири зростання державних стандартів з орієнтацією їх до стандартів ЄС та МОП

Показники	Орієнтир зміни
Питома вага оплати праці у ВВП	55-65 %
Співвідношення МЗП до ЗП середньої	не нижче 50%
Співвідношення МЗП порівняно з ПМ	2 – 2,5 рази
Середня ЗП до ПМ	5-6 разів
Зростання середньої пенсії до ПМ особи, що втратила працездатність	приблизно у 4 рази.

На наш погляд, прожитковий мінімум не повинен бути базою для встановлення мінімальної заробітної плати, бо фактично він є межею абсолютної бідності. Відповідно до закону України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» ПМ визначається як «вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження здоров'я набору непродовольчих продуктів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистостей». Тому базування МЗА на прожитковому рівні створює феномен «бідності працюючого населення».

Крім того, сучасні підходи до його формування не забезпечують багатьох потреб працівників, особливо тих, які зайняті важкою, складною працею, у шкідливих умовах, не передбачає витрат на платні послуги освіти, медицини, на будівництво чи оренду житла, оздоровлення та утримання дітей у дошкільних закладах, навчання у професійних закладах тощо. Тобто, структура та розмір ПМ не відображують реальних фізіологічних, соціальних, культурних потреб працівників та їх сімей. До того ж, базування МЗП на ПМ не забезпечує прямого зв'язку між економічними успіхами країни та соціальним становищем населення. Навіть, за вдалого розвитку економіки заробітна плата більшості працівників залишається на низькому рівні, оскільки її зорієнтовано на ПМ.

Нині на сторінках наукової літератури дискутується проблема застосування прожиткового мінімуму для розрахунків МЗП. Деякі вчені вважають за доцільне застосовувати для цього вартість мінімального споживчого бюджету (МСБ) [2, с.8; 3, с.36]. На наш погляд, природа ПМ і МСБ однакова, різниця лише у тому, що ПМ більш обмежений та введений в Україні на період подолання кризових явищ в економіці. Ці мінімальні стандарти не дозволяють забезпечити гідний рівень та якість життя населення, оскільки в основу соціального забезпечення покладено соціальні мінімуми. На відміну від соціального мінімуму, соціальний стандарт – це гарантія високого рівня і якості життя, що держава зобов'язується забезпечити громадянам.

У країнах ЄС прожитковий мінімум є лише критерієм для сфери соціальної допомоги, а не для системи розподільчих відносин в оплаті праці. Орієнтиром для визначення розміру МЗП є 50% розміру середньої заробітної плати. Такий підхід забезпечує значно вищий рівень мінімальної заробітної плати від розміру прожиткового мінімуму. За даними Світового банку, співвідношення МЗП і ПМ у Великобританії – 6,4 :1; Франції – 4,7 :1; Латвії, Естонії, Польщі 2,5:1. Саме це є основою високих рівнів доходів працюючого населення європейських країн та їх економічного розвитку.

Слід відмітити, що через кризові явища відчутне підвищення заробітної плати є дуже проблематичним, бо криза, що розпочалась наприкінці 2008 р. причинила значної шкоди економіці України. За результатами роботи у 2009 році спад промислового виробництва в Україні склав 21,9% (порівняємо: в Росії – 10,8%, Білорусі – 2,8%). І хоча, вже за січень-лютий 2010 р. Україна має економічний ріст у 8,8 %, все одно суттєве підвищення доходів працюючого населення за традиційними джерелами буде обмеженим.

Між тим, професор А.М. Колот ще у 2003 р. запропонував, на наш погляд, дієві чинники зростання заробітної плати, які виходять із задіяння резервів ресурсозбереження та реструктуризації виробничих витрат [4, с.26-27]. На його думку, підвищення частки заробітної плати у собівартості є можливим на основі: зменшення податкового навантаження

на фонд оплати праці; перегляду ставок та відрахувань з доходів підприємств; запровадження системи оподаткування прибутку, яка б стимулювала зниження ресурсовитратності та ін. Сутність цієї ідеї – встановлення диференційованих ставок оподаткування прибутку залежно від того, за рахунок чого цей прибуток отримано: за збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості продукції; або одночасного збільшення обсягів та зниження собівартості продукції; завищення собівартості і цін; росту продуктивності праці та ін.

Вважаємо, що у сучасних умовах, як ніколи, є необхідним посилення впливу держави на формування, реалізацію та контроль політики доходів, у тому числі політики заробітної плати, як необхідний засіб подолання феномену «працюючих бідняків». Слід зауважити, трудовий дохід працівника формується безпосередньо після процесу споживання робочої сили як результат виконаної роботи. Тому роботодавці повинні відчувати турботу держави щодо підтримки гідного рівня заробітної плати працівників, що повинно бути відображеним у державній політиці заробітної плати. Крім того, зацікавленість роботодавців у зростанні доходів працівників виявляється у поширенні в практиці оплати праці так званих, соціальних пакетів.

На наш погляд, це є паростки соціальної концепції побудови заробітної плати, як прояв волевиявлення роботодавців поділитися одержаними доходами, їх прагненням забезпечити соціальну справедливість, що свідчить про підвищення соціальної відповідальності бізнесу, але, на жаль, не про турботу держави про стан добробуту населення.

Крім того, виплати роботодавцями соціальних пільг працівникам є реальною ознакою необхідності удосконалення існуючого механізму формування трудових доходів та спроби вийти з під регламентації умов оплати праці, зниження податкового тиску на фонд заробітної плати, бо соціальний пакет виступає як альтернативний механізм підвищення загального заробітку працівника (трудовий дохід плюс дохід, що не пов'язаний з трудовою діяльністю – наприклад, дивіденди) замість підвищення величини заробітної плати (прямой грошової винагороди). Як прояв зростання соціальної відповідальності бізнесу, соціальний пакет працює також і на формування позитивної ділової репутації компанії.

Наскільки соціальний пакет може забезпечити зростання сукупного доходу працівника на підприємстві? Практика господарювання свідчить, що іноді забезпечення соціального пакета становить понад 15% усіх витрат компанії на персонал. Виходячи з наявної статистики, у США соціальний пакет становить 40-50 % базової заробітної плати. Його основний вартісний обсяг в країнах Заходу – до 75 % - припадає на різні види соціального страхування працівників: медичне, пенсійне. Деякі фахівці вважають, що мінімальний бюджет соціальних видатків на рік має дорівнювати фонду оплати праці за місяць, але якщо в роботодавця є можливості, то він може збільшувати цю суму до річного фонду оплати праці [5, с.12].

Якщо згадати, що за умов планово-адміністративної економіки із суспільних фондів споживання працівник за рік отримував 3–3,5 середньомісячних заробітної плати, а на сьогодні ці виплати у десять разів менше, то вочевидь нагальною є потреба у використанні соціальних пакетів для регулювання рівня життя працюючого населення. Частина оплати соціальних пільг (наприклад на професійне навчання працівників) входить до собівартості продукції і є привабливими для роботодавця, бо дають змогу їх відшкодовувати. Але більша частина виплачується з прибутку роботодавця, тому державі слід ураховувати це в політиці оподаткування прибутку, щоб зробити це джерело зростання доходів населення більш привабливим, а тому і більш застосованим роботодавцем.

Цікавим є досвід Німеччини у забезпеченні високого рівня життя працюючого населення. Під час укладання тарифних угод, для встановлення рівня оплати праці за основу береться її співвідношення із обсягом життєвих потреб працівників. Це не порушує принципу тарифної автономії, оскільки федеральний уряд і уряд земель самостійно встановлюють параметри рівня життя населення. При цьому у законодавстві країни немає

поняття прожиткового мінімуму. Федеральний уряд в основному визначає чистий дохід на одного громадянина у місяць й співвідносить цей показник із сукупним грошовим положенням мешканців.

Таким чином, встановлення середньої ЗП повинно виходити з прогнозованого росту економіки, росту ВВП, прогнозу зайнятості населення, досягнутого рівня життя тощо. Прожитковий мінімум повинен складати біля 20% від середньої заробітної плати. МЗП за стандартом ЄС повинна бути не меншою, ніж 55–65 % СЗП.

Досвід країн Східної Європи, колишнього соціалістичного табору, що вже приєдналися до ЕС, свідчить, що економічне зростання та зародження сильного середнього класу там почалось від тоді, коли середня заробітна плата становила 300 дол., але це наприкінці ХХ ст. В Україні у 2009 році середня ЗП становила приблизно 240 дол. За проектом держбюджету на 2010 рік, якщо ПМ – 922 грн, а він повинен складати 20% середньої заробітної плати, то остання на кінець 2010 року має бути 4610 грн., порівняно із груднем 2009 року її ріст має бути приблизно у 2,4 рази.

Слід відмітити, що низький рівень життя зумовлений і несвоєчасною виплатою заробітної плати. Так, за даними державного статистичного спостереження з праці, загальна сума не виплаченої заробітної плати на 1 травня 2010 року становила 1 698,2 млн. грн. Упродовж квітня сума боргу зменшилась лише на 0,8%. У структурі загальної суми заборгованості найбільша її частина (62,5%) приходить на економічні активні підприємства. Часка їх працівників, яким не була своєчасно виплачена заробітна плата дорівнює 4,0% загальної кількості штатних працівників, а сума боргу становить 4,8% фонду оплати праці, нарахованого за квітень. Кожному із зазначених працівників не виплачено в середньому 2567 грн., що на 21,8% перевищує середній розмір заробітної плати у квітні цього року.

Потребує удосконалення і методика визначення індексу людського розвитку, який характеризує рівень добробуту населення країни. На це звернула увагу і комісія з вимірювання економічного та соціального прогресу, яка працювала на замовлення президента Франції Ніколя Саркозі. До складу комісії входило 25 видатних вчених-соціологів та п'ять лауреатів Нобелівської премії з економіки. 14 вересня 2009 року ця комісія презентувала свою доповідь. Вчені закликають позбутися «фетишизму ВВП», який не може реально оцінити добробут населення. Показник ВВП не враховує амортизацію товарів виробничого призначення і тим самим завищує вартість продукції. Окрім того, вартість виробництва побудована на ринкових цінах, але не все можна оцінити в матеріальному еквіваленті. Це стосується не лише навколишнього природного середовища. Такі послуги, які надає державна система охорони здоров'я, освіта, власне житло, неоплачуваний догляд за дитиною, практично неможливо оцінити ринковими цінами, тому їх розраховують досить умовно і часто з хибними припущеннями. Замість цього слід використовувати показники доходів домогосподарств, обсяги споживання та достатку, а не загальний показник виробництва.

Комісія також акцентує увагу на потенційні мірила добробуту населення, а саме: стан здоров'я, сімейний статус, втрату роботи. Останнє сприймається людьми гостріше ніж фінансова спроможність. Великого значення набуває забезпечення благополуччя майбутніх поколінь. Комісія призиває розширити світогляд та спробувати враховувати нематеріальні цінності, які в наші часи стали значно важливішими за матеріальні. На думку цієї комісії, врахувавши ці показники можна визначити істинний показник добробуту населення.

Для України, виходячи з низького рівня життя населення, матеріальні цінності на сьогодні є найбільш важливими, бо показник рівня ВВП на одну особу за ПКС у 2008 р. становив усього 6868 дол. США. Ми ще не досягли навіть рівня цього показника, який мали за 1990 р. (8108 дол.), а порівняно із Польщею, яка мала такий же рівень цього показника на 1990 р. – 8180 дол. ми відстаємо у 2,4 рази, із США – у 6,3 рази. Тому піднесення макроекономічних показників є найважливішим у зростанні якості та рівня життя.

Висновки і перспективи подальших розробок. Економічна система, що породжує і відтворює у широких масштабах бідність не може бути ефективною у принципі, вона повинна бути реформована. Тому, які б економічні закони та економічні заходи не приймалися, без формування нової державної політики у питаннях оплати праці і відповідних механізмів їх реалізації, створити високоефективну економіку неможливо.

1. Необхідним є пошук нових методологічних підходів до визначення прожиткового мінімуму з урахуванням необхідності витрат, зумовлених наявністю у працівника сім'ї, утриманців, розширенням платності послуг у сфері медицини, освіти. Він повинен ураховувати зміни у структурі споживання та випереджати зростання цін та інфляцію.

2. Прожитковий мінімум як соціальний стандарт доцільно застосовувати як механізм соціального захисту незапрацездатного і малозабезпеченого населення. Основу соціального законодавства має складати система взаємопов'язаних соціальних нормативів, базовими з яких є: фізіологічний мінімум, прожитковий мінімум, соціальний мінімум, соціальний стандарт.

3. Величину мінімальної заробітної плати слід визначати виходячи з концепції соціальної заробітної плати, забезпечуючи її співвідношення із середньою заробітною платою, розміром не менше ніж за стандартами МОП (40-60%) а мірою економічного розвитку – за стандартами ЄС (до 68%).

4. Для зниження невиправданого розшарування населення за доходами необхідно вернутися від пласкої системи оподаткування доходів населення до прогресивної шкали і впровадженню диференційованого податку на нерухоме майно населення.

5. Удосконалити державне управління економікою та знизити витрати на утримання державного апарату, спрямувати ці кошти на інвестиційний розвиток економіки. Для цього варто звернути увагу на досвід Японії, де на макроекономічному рівні факторами зростання економіки були такі компоненти:

- висока професіональність уряду, низький рівень державних витрат, безпосередній зв'язок спеціалістів галузевих міністерств з підприємствами, завдяки чому використовувався механізм державного втручання в діяльність мікроструктур;

- відсутність корупції у вищих ешелонах влади, її звітування перед суспільством. В Японії усі інвестиційні витрати, успіхи та невдачі вносяться до «Білої книги» і ця інформація оприлюднювалась;

- щорічне зниження витрат на загальне управління: на оборону, внутрішню охорону, пільги державним службовцям (роздуті штати державного управління вважаються в Японії найбільшим злом на шляху досягнення рівномірності споживання між окремими прошарками суспільства);

- розширення виробництва матеріальних благ у системі середнього та малого бізнесу і формування потужного внутрішнього сукупного попиту на вітчизняну продукцію за рахунок зростання реальної заробітної плати.

Література

1. Турецкий О. А. Экономика Украины на пороге XXI века: уроки прошлого и шаги в будущее / О. А. Турецкий. – Одеса: АСП, 1999. – 196 с.
2. Бондарчук К. Заробітна плата в контексті соціально-економічного захисту найманих працівників / К. Бондарчук // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 1. – С. 3–9.
3. Вітер В. Прожитковий мінімум у системі вимірів рівня життя населення України / В. Вітер // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 1. – С. 26–36.
4. Колот А. Організаційно-економічний механізм регулювання доходів працюючих: шляхи вдосконалення / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 2. – С. 25–31.
5. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 6–12.

ОЦІНКА РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ТРИВАЛОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

У статті теоретично доведено необхідність регіонального підходу до розробки таблиць смертності за причинами. Оцінено вплив окремих причин смерті на скорочення тривалості життя населення Одеської області. Визначено можливий приріст тривалості життя населення регіону за умови ліквідації смертності від окремих причин.

The article proves the necessity of a regional approach to the development of mortality tables by causes in the theoretical way. The influence of certain causes of death to reduce the life expectancy of Odessa region is estimated. The possible increasing in life expectancy in the region subject to eliminate of deaths from specific causes is determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом декількох десятиріч в Україні спостерігаються несприятливі демографічні тенденції, сукупність яких характеризуються як демографічна криза. Починаючи з 1991 р. Україна живе в умовах природного скорочення чисельності населення. За 16 років (1993-2008 рр.) населення країни скоротилося на 6,1 млн. жителів.

Скорочення населення відбувалося як за рахунок падіння народжуваності, так і за рахунок підвищення смертності. Стійка тенденція падіння народжуваності спостерігалася у період з 1987 по 2001 р. включно. За цей час загальний коефіцієнт народжуваності зменшився з 15,5 ‰ до 7,7 ‰, тобто у два рази, після чого почав підвищуватися і у 2009 р. сягнув значення 11,1 ‰.

Що стосується смертності, то тут спостерігалася протилежна тенденція – загальний коефіцієнт смертності за цей час зріс з 11,1 ‰ до 15,3 ‰ у 2009 р.

Характерними рисами сучасного стану смертності є вкрай високий загальний її рівень, значна диференціація за віком, статтю, надзвичайно висока смертність у порівнянні з іншими країнами як в цілому так і за окремими причинами. Але особливе занепокоєння викликає суттєва диференціація структури смертності населення за причинами в окремих областях України.

Одні й ті ж причини смерті мають різне демографічне значення щодо впливу на середню тривалість життя в залежності від сукупності соціально-економічних, демографічних та інших факторів, які діють на конкретній території.

Зміни у структурі смертності за причинами обумовлюють необхідність систематичного удосконалення методологічних підходів до вивчення та аналізу смертності, зокрема за причинами.

Із зазначеного витікає, на нашу думку, очевидний висновок про те, що дороговказом у практичній роботі, спрямованій на захист життя населення та підвищення тривалості його життя, ефективним інструментом можуть бути таблиці смертності за причинами, побудовані для окремих областей.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженням проблем смертності, зокрема розробкою побудови таблиць смертності за причинами займалися такі всесвітньо відомі вчені, як В. Паєвський, А. Мерков, А. Боярський, К. Шабуров, Р. Бирюкова. Серед українських демографів слід відмітити Ю. Корчак-Чепурківського, В. Стешенко, Е. Лібанову, Н. Левчук, А. Стефановського та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Одним із невирішених питань при вивченні смертності у сучасних умовах є методичне обґрунтування необхідності та практичні рекомендації щодо побудови таблиць смертності за причинами для окремих

регіонів країни. Це питання є актуальним для України у зв'язку з тим, що закономірності дожиття, смертності та середньої тривалості життя суттєво відрізняються у залежності від умов проживання та праці, зайнятості, географічного положення, традицій та інших факторів. Таблиці смертності за причинами у цілому по Україні дають узагальнену картину, яка не характеризує в повній мірі справжнє положення в силу суттєвої диференціації рівня смертності по окремих регіонах.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні можливостей подальшого удосконалення методики побудови таблиць смертності та поширення можливостей їх використання для аналізу причин смерті на регіональному рівні в умовах тривалої демографічної кризи з метою визначення резервів підвищення тривалості життя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Таблиці смертності за причинами, або таблиці смертності, диференційовані за причинами смерті – це впорядковані ряди взаємопов'язаних показників, які характеризують вплив окремих причин смерті на інтенсивність вікової смертності, дожиття до певних віків, середню очікувану тривалість життя та інші характеристики смертності.

Запропонований автором комплекс регіональних таблиць смертності за причинами, який як один із методів моделювання смертності надасть можливість розкрити сутність, закономірності та тенденції притаманні даному процесу, та адекватно відобразити особливості, резерви та перспективи демографічного розвитку регіону наочно представлено на рис. 1.

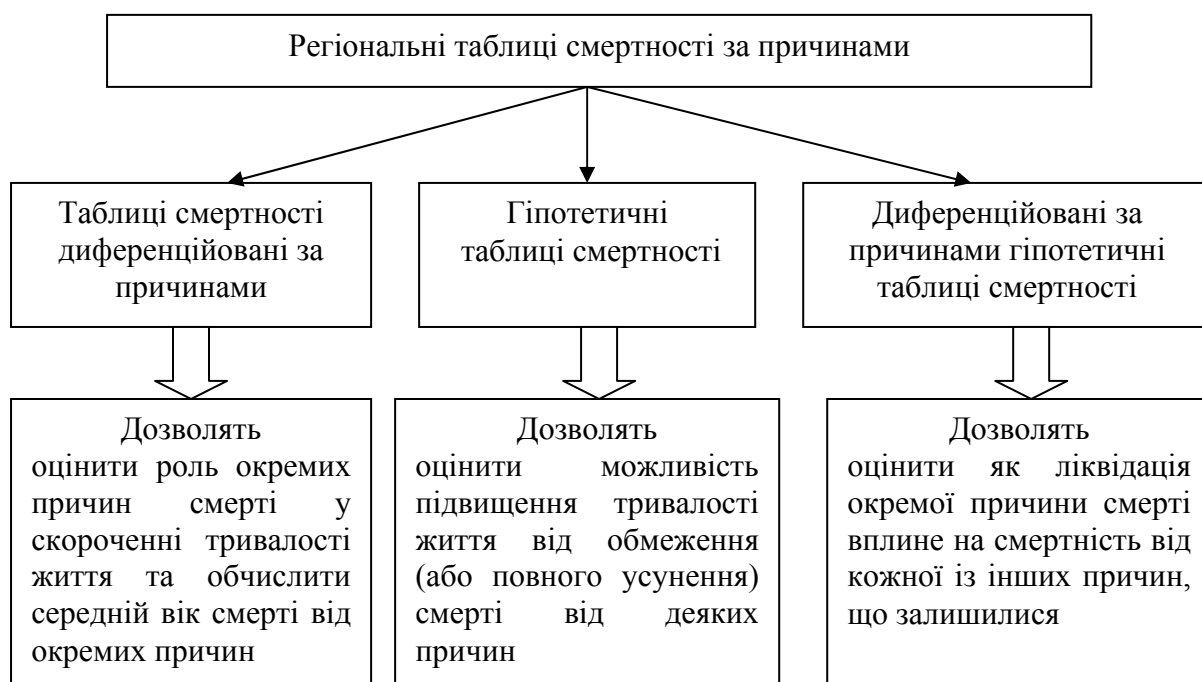


Рис. 1. Регіональні таблиці смертності за причинами

Нами були проаналізовані існуючі методологічні підходи до побудови таблиць смертності за причинами та запропоновано методику побудови даних таблиць для окремих регіонів України [1, с.51-57].

Тому у даній роботі представлено конкретні результати побудови комплексу регіональних таблиць смертності за причинами на прикладі Одеської області з урахуванням особливостей притаманних даній території.

Інформаційною базою для побудови таблиць смертності, диференційованих за причинами послужили короткі таблиці середньої очікуваної тривалості життя Одеської області за 2007–2008 рр. та по віковий розподіл померлих від окремих причин.

Так як, диференційовані таблиці, розраховані за усіма причинами, визначеними

МКХ-10, були б дуже громіздкими, то для подальшого дослідження використовувалися класи хвороб, смертність від яких є найвищою в регіоні [2, с.9-27]:

- I. Деякі інфекційні та паразитарні захворювання (клас I);
- II. Новоутворення (клас II);
- III. Хвороби системи кровообігу (клас IX);
- IV. Хвороби органів дихання (клас X);
- V. Хвороби органів травлення (клас XI);
- VI. Зовнішні причини смертності (клас XX);
- VII. Інші причини.

Побудовані нами таблиці смертності, диференційовані за причинами смерті для Одеської області (окремо для чоловіків і жінок) дали змогу проаналізувати ймовірності померти та числа померлих від усіх причин, що були перелічені, та на їх основі розрахувати середній вік смерті від окремих причин (табл. 1).

Таблиця 1

Ймовірність померти протягом життя та середній вік смерті
від окремих причин в Одеській області у 2007-2008 рр.

Причини смерті	Ймовірність померти ($q_x \cdot 1000$)		Середній вік смерті, років (x_i)	
	чоловіки	жінки	чоловіки	жінки
Деякі інфекційні та паразитарні захворювання	58,43	24,36	40,7	37,3
Новоутворення	123,85	109,07	61,2	60,3
Хвороби системи кровообігу	525,26	723,59	72,5	80,4
Хвороби органів дихання	37,54	12,28	57,8	62,7
Хвороби органів травлення	56,00	45,96	51,6	53,4
Зовнішні причини смертності	145,22	47,01	44,5	47,0
Інші причини	53,72	37,73	43,7	46,3
Всі причини	1000	1000	61,6	72,0

Як видно, в смертності жінок набагато більше місце ніж у чоловіків займають хвороби системи кровообігу, тоді як ймовірність померти від кожної з решти причин у жінок значно менше, ніж у чоловіків.

Особливе занепокоєння викликає той факт, що від таких екзогенних причин як інфекційні захворювання ймовірність померти у чоловіків в 2,4 рази вище ніж у жінок, а від зовнішніх причин – у 3 рази.

Однак, ці дані самі по собі не дозволяють дати порівняльну оцінку рівня смертності чоловіків та жінок Одеської області. Та обставина, що ймовірності померти від різних причин у чоловіків та жінок різні, ще ні про що не говорить, так як важливо знати, як пов'язані причини смерті з віком в якому настає смерть. На основі побудованих нами таблиць смертності за причинами було розраховано середній вік смерті від окремих причин і результати розрахунку представлені у таблиці 1.

Рівень загальної середньої тривалості життя при народженні показує, що по віковий розподіл смертей у чоловіків і жінок різний: e^0 у чоловіків – 61,6 років, а у жінок – 72 років, тобто на 10,4 роки більше.

Це обумовлюється як різницею у структурі смертності за причинами, так і тим, що від однакових причин чоловіки помирають у більш молодому, ніж жінки віці. Зокрема, від хвороб системи кровообігу, які складають 51,9% усіх причин смерті у чоловіків, вони

вмирають у середньому на 7,9 років раніше ніж жінки.

Від зовнішніх причин смертності, які займають друге місце у структурі смертності чоловіків, на частку який припадає 14,8% всіх смертей, чоловіки помирають на 2,5 роки раніше ніж жінки.

Для того, щоб оцінити безпосередній вплив окремих причин смерті на величину середньої тривалості життя нами були побудовані гіпотетичні таблиці смертності, які мають велике практичне значення, оскільки допомагають правильно оцінити ефективність боротьби з окремими причинами смерті та обрати найкращий шлях до підвищення середньої тривалості життя, що вкрай важливо на регіональному рівні (табл. 2).

Таблиця 2

Очікуваний приріст тривалості життя за умови ліквідації смертності від окремих причин в Одеській області у 2007-2008 рр.

Причини смерті	Чоловіки	Жінки
Деякі інфекційні та паразитарні захворювання в тому числі туберкульоз	1,76 0,58	0,77 0,16
Новоутворення	1,46	1,61
Хвороби системи кровообігу	4,93	5,48
Хвороби органів дихання	0,53	0,12
Хвороби органів травлення	1,03	0,85
Зовнішні причини смертності	4,31	1,21

Як показують дані таблиці в Одеській області існують значні резерви підвищення тривалості життя населення, особливо чоловіків.

Але в умовах сьогодення скорочення смертності від причин екзогенного характеру представляється більш ймовірним, оскільки вони в більшій мірі піддаються впливу санітарно-медичних заходів [3, с.15–65; 4, с.81–124].

В Одеській області спостерігається самий високий в Україні рівень смертності від інфекційних та паразитарних захворювань, який майже в два рази перевищує середньо державне значення. Особливістю цього класу причин смерті є те, що вони сильніше, ніж інші, залежать від умов життя населення, в значній мірі визначаються поведінковими чинниками, відношенням людей до свого здоров'я.

Провідне місце серед причин з інфекційною патологією посідають туберкульоз та СНІД. В 2008 р. від інфекційних хвороб в області померло 1,7 тис. осіб, з яких 0,74 тис. – від туберкульозу та 0,84 тис. – від СНІДу, тобто на частку першої причини припадає 44,5% , а другої – 50,5% всіх смертей.

На відміну від СНІДу, що є смертельною хворобою, туберкульоз виліковується, хоча ймовірність рецидиву існує. У розвинених країнах відсоток померлих від туберкульозу є дуже низьким, а у специфічних українських умовах ця теоретично не смертельна хвороба щорічно забирає велику кількість людських життів.

Як показали дані таблиці 2 в Одеській області резерви підвищення тривалості життя внаслідок ліквідації смертності від туберкульозу в 2007-2008 рр. складали 0,58 років для чоловіків і 0,16 років для жінок. У той же час ліквідація всього класу інфекційних та паразитарних захворювань принесла б чоловічому населенню додаткові 1,76 роки, а жіночому – 0,77 років.

Таким чином, ліквідація смертності від туберкульозу забезпечила б 33% та 20,8% відповідних приростів тривалості життя чоловіків і жінок в результаті відсутності (ліквідації) інфекційних хвороб у цілому.

Тому у нашому дослідженні ми вважали доцільним оцінити, як ліквідація саме інфекційних та паразитарних захворювань і, особливо туберкульозу вплине на смертність від

кожної з груп причин, що залишилися [5, с.70-80].

Для цього нами були побудовані диференційовані за причинами гіпотетичні таблиці смертності і результати розрахунків загальних ймовірностей та середнього віку смерті від причин, що залишилися, представлено в таблиці 3.

Таблиця 3

Ймовірність померти протягом життя та середній вік смерті від окремих причин за умови ліквідації смертності від соціально – детермінованих причин смерті в Одеській області у 2007–2008 рр.

Причини смерті	Ймовірність померти ($q_x \cdot 1000$)			Середній вік смерті, років ($\bar{x}_i$)		
	до виключення смертності	після виключення смертності від I класу причин	після виключення смертності від туберкульозу	до виключення смертності	після виключення смертності від I класу причин	після виключення смертності від туберкульозу
Чоловіки						
Деякі інфекційні та паразитарні захворювання	58,43	-	34,68	40,7	-	39,8
Новоутворення	123,85	131,91	127,36	61,2	61,6	60,0
Хвороби системи кровообігу	525,26	566,30	527,57	72,5	74,0	69,7
Хвороби органів дихання	37,54	39,54	38,91	57,8	57,8	58,9
Хвороби органів травлення	56,00	57,74	59,46	51,6	50,5	53,9
Зовнішні причини смертності	145,22	149,36	155,66	44,5	43,2	46,3
Інші причини	53,72	55,14	56,36	43,7	42,8	45,7
Жінки						
Деякі інфекційні та паразитарні захворювання	24,36	-	15,82	37,3	-	35,0
Новоутворення	109,07	111,64	109,94	60,3	60,1	60,2
Хвороби системи кровообігу	723,59	742,70	730,38	80,4	80,4	80,4
Хвороби органів дихання	12,28	12,55	12,38	62,7	62,2	62,7
Хвороби органів травлення	45,96	46,95	46,28	53,4	53,2	53,3
Зовнішні причини смертності	47,01	47,87	47,28	47,0	46,8	46,9
Інші причини	37,73	38,32	37,93	46,3	46,2	46,3

Як видно, усі ймовірності померти від окремих причин за умови ліквідації смертності від туберкульозу зміняться, як у чоловіків, так і у жінок, але не в однаковій мірі. Так, у чоловіків ймовірність померти від зовнішніх причин збільшилась на 7,2%, від хвороб органів травлення – на 6,2%, органів дихання – на 3,6%.

У жінок же ліквідація смертності від туберкульозу призведе до збільшення ймовірностей померти від всіх інших причин майже однаково – на один відсоток, тобто значно менше, що підтверджує попередній висновок про те, що найбільші резерви збільшення тривалості життя зосереджені у чоловіків.

Що стосується ліквідації смертності від всього класу інфекційних захворювань, то вона найбільше відобразиться на збільшенні ймовірності померти від хвороб системи

кровообігу – у чоловіків вона збільшиться на 7,8%, а у жінок – на 2,6%. Це явище пояснюється тим, що ліквідація смертності від інфекційних захворювань відіграє істотну роль у молодому віці.

Відповідно її усунення призведе до того, що люди, які від неї не померли, найбільшою мірою піддаються ризику померти від тих причин, які особливо сильно діють в старших вікових.

Одночасно зі зміною ймовірностей померти змінився й табличний середній вік смерті від кожної з груп причин. Але ці зміни стосуються лише чоловічої частини населення Одеської області.

У чоловіків істотно збільшився середній вік смерті від тих причин, де табличний середній вік був найбільш низьким.

Так, середній вік смерті від зовнішніх причин смертності, який складав 44,5 роки, за умови ліквідації смертності від туберкульозу підвищився на 3,4%. Там же, де переважна більшість смертельних випадків концентрувалась в старших вікових групах, в результаті чого середній вік смерті був достатньо високим, відбулось його зниження. А саме, середній вік смерті від хвороб системи кровообігу у чоловіків становив 72,5 років, та знизився на 3,3%.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, побудовані регіональні таблиці смертності за причинами дозволили нам оцінити роль окремих причин смерті в скороченні тривалості життя населення Одеської області.

Розраховані гіпотетичні таблиці смертності дали змогу кількісно визначити можливий приріст тривалості життя населення регіону за умови ліквідації смертності від інфекційних хвороб, зокрема від туберкульозу. Тому головним завданням сьогодення повинно стати забезпечення відповідного контролю над цією хворобою з метою підвищення ефективності її лікування та скорочення смертності від неї, як на державному, так і на регіональному рівнях.

На основі проведених розрахунків розробити комплекс заходів щодо скорочення рівня смертності від окремих причин на території Одеської області, з урахуванням специфіки даного регіону.

З'ясування закономірностей регіональної варіації смертності надасть можливість конкретизувати соціально-демографічну стратегію розвитку суспільства, визначити пріоритетність заходів щодо зміни способу життя, екологічної ситуації, розвитку охорони здоров'я як на регіональному, так і на державному рівнях.

Література

1. Вітківська К. В. Щодо питання про побудову таблиць смертності за причинами для окремих регіонів України / К. В. Вітківська // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 25 / Одес. держ. екон. ун-т. – Одеса: ОДЕУ. – 2007. – № 25. – С. 51–57.
2. Левчук Н. Туберкульоз і зумовлена ним смертність населення України у 60–90-і роки ХХ століття / Н. Левчук // Демографічні дослідження. – 1999. – № 21. – С. 9–27.
3. Либанова Э. М. Продолжительность жизни населения (опыт комплексного регионального исследования) / Э. М. Либанова. – К.: Наукова думка, 1991. – 196 с.
4. Смертність населення України у трудовозрастному віці / [Е. М. Либанова, Н. М. Левчук, Н. О. Рингач та ін.]; під ред. Е. М. Либанової. – К.: Інститут демографії та соц. досліджень НАН України, 2007. – 211 с.
5. Стефановський А. Деякі питання вдосконалення методики демографічного прогнозування і побудови таблиць смертності / А. Стефановський // Демографічні дослідження. – 1998. – № 20. – С. 70–80.

СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ – ГОЛОВНИЙ ВАЖІЛЬ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто спрощену та загальну системи оподаткування малих підприємств, вказані їх переваги та недоліки. Зроблено акцент на заходи, що запроваджені проектом податкового кодексу України. Запропоноване авторське бачення шляхів модернізації діючого податкового законодавства щодо розвитку малих підприємств.

The article reviews the general and simplified tax system small businesses, given their advantages and disadvantages. The emphasis is on measures by the draft are introduced. Tax Code of Ukraine. Copyright vision of modernizing the current tax legislation concerning the development of small enterprises is proposed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиненість економіки значною мірою залежить від її конкурентоздатності, а саме від оптимального співвідношення в ній малих, середніх та великих підприємств. Важливою складовою побудови ринкової економіки України є становлення суб'єктів малого підприємництва. Результат розвитку малого підприємництва в країнах з ринковою економікою свідчить, що такі суб'єкти ринку здатні швидко реагувати на коливання ринкового попиту, гнучко пристосовуватись до мінливих споживацьких пристрастей, створювати конкуренцію великим фірмам за рахунок невисокої собівартості продукції, більш раціонально використовувати виробничі фактори і організовувати робочі місця. Малі підприємства, за певних умов і за підтримки з боку держави, - потенційно інноваційні, гнучкі й ефективні з витратної точки зору.

В країнах з розвинутою економікою взаємодія держави і малих підприємств здійснюється на взаємовигідних умовах і має тривалий характер. Ефективно діючий ринковий механізм, спроможний забезпечити стаке економічне зростання, потребує впливу держави. Державне регулювання, яке здійснюється шляхом застосування перерозподілу виробленого додаткового продукту через податкові вилучення, повинно відповідати вимогам успішного розвитку ринкової економіки. В ринковій економіці держава повинна забезпечити конкурентоспроможності економіки, шляхом створення однакових умов для розвитку різних форм бізнесу, і насамперед малого бізнесу, а також за допомогою всебічної підтримки малого підприємництва й приватної ініціативи. При цьому податки є найнадійнішим та найефективнішим важелем стимулювання розвитку малого підприємництва.

Податкова політика повинна формуватись на методологічній основі, що дасть можливість забезпечити гармонічні стосунки та реалізувати економічні інтереси держави з платниками податків. Саме тому, сучасна практика податкового регулювання потребує дослідження фіскальних відносин, що виникають між державою та суб'єктами малого підприємництва з приводу залучення податкових платежів до бюджету [1, с.65].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемі зменшення податкового тягара малих підприємств присвячені праці багатьох українських науковців, серед яких: П. Буряк, З. Варналій, О. Василик, В. Вишневський, А. Іванов, Н. Кучерявенко, В. Мельник, А. Соколовська, В. Суторміна, та інші. В своїх дослідженнях науковці розглядали систему оподаткування малого бізнесу в різних напрямках її розвитку, враховуючи досвід оподаткування суб'єктів малих форм господарювання розвинених країн світу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на багато розробок в напрямку удосконалення податкової політики малих підприємств, завдяки постійної нестачі коштів у бюджету та недолікам діючої регуляторної системи

господарювання, податкове стимулювання малих підприємств України не сприяє розвитку їх ділової активності.

Постановка завдання. Сучасні тенденції до змін у податковому регулюванні, а саме прийняття нового Податкового кодексу свідчать, що поставлена у статті проблема є актуальною і своєчасною, оскільки від характеру обрання податкової політики малих підприємств залежить інтенсивність їх економічного зростання.

Тому, метою статті є: розгляд діючих систем оподаткування суб'єктів малих форм господарювання зі зазначенням їх переваг та недоліків та розробка пропозицій з удосконалення податкової системи як головного важеля розвитку малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна система оподаткування малих підприємств України представляє собою комбінацію багатьох податків, обов'язкових платежів і деяких альтернативних спрощених податкових технологій.

Спрощену систему оподаткування було запроваджено в Україні Указом Президента України № 727/98 від 3 липня 1998 року «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» [2, с.14-16]. Необхідність спрощеної системи оподаткування було продиктовано значним податковим навантаженням на новоутворенні суб'єкти діяльності, який чинить наявна система, значним рівнем тінізації економіки та необхідністю стимулювання підприємницької активності громадян та малих підприємств.

Спрощена система оподаткування приводить до структурних змін у валовому доході внаслідок податкового стимулювання малого та середнього бізнесу, сприяє зростанню конкуренції, скорочує обсяги тіньової економіки та збільшує зайнятість населення.

Особливістю спрощеної системи оподаткування є її альтернативність, яка розглядається в двох аспектах: зовнішньому та внутрішньому.

Зовнішній аспект проявляється у виборі між двома системами оподаткування спрощеною та загальною і полягає в тому, що одна й та сама діяльність може оподатковуватись лише за однією системою в залежності від вибору платника податків. Внутрішня альтернативність визначається рішенням платника податків щодо доцільності бути платником податку на додану вартість зі застосуванням ставки єдиного податку 10% або 6% [3, с.45].

Не менш важливим фактором є ведення надзвичайно простого податкового обліку. Відчувається економія часу у малих підприємств, які сплачують єдиний податок за ставкою 10 %.

Для них не тільки спрощено податковий облік з податку на прибуток, а й скасовано трудомісткий податковий облік з ПДВ. Також значно скорочується складання податкової звітності та кількості термінів подання її до ДПІ. Замість різних та розкиданих у часі строків сплати податків і зборів, що замінюються єдиним податком, вводяться уніфіковані строки. Внаслідок вищевказаного знижується імовірність застосування штрафних санкцій.

Платники єдиного податку можуть знизити трудомісткість введення бухгалтерського обліку шляхом застосування спрощеної форми його введення та спрощеного плану рахунку, завдяки чому можливість бухгалтерських помилок зменшується.

Таким чином, альтернативна система оподаткування, з одного боку створює платників податків, які мають високу податкову культуру, з другого – сприяє спрощенню справляння податків та контролю за їх сплатою.

Сьогодні більшість приватних підприємців (юридичних та фізичних осіб) обирають ці привабливі методи оподаткування, в яких відображена стимулююча функція оподаткування малого підприємництва. Підтвердження цього знаходимо у таблиці 1, так з 2001 до 2004 року спостерігається стрімке зростання кількості суб'єктів малого підприємництва, які застосовують спрощену систему оподаткування.

Однак, при підготовці та прийнятті Державного бюджету на 2005 рік [4] уряд спробував звужити можливість застосування спрощеної системи. Запропоновані зміни мали ознаки збільшення податкового тиску. Водночас середовище, в якому розвивається мале підприємництво, негайно відреагувало на погіршення умов. Розраховано за даними

Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва.

Такі регуляторні дії держави призвели до зменшення темпів приросту кількості суб'єктів, які використовують у своїй діяльності фіскальну альтернативну систему з 24% в 2002 році до 9% - у 2004 році та до 2% і 4% у 2007 -2008 роках (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка чисельності суб'єктів малого підприємництва,
які застосовують спрощену систему оподаткування в Україні

Суб'єкти	Рік							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Фізичні особи-платники єдиного податку, тис. осіб	345	427	540	602	697	840	861	902
Юридичні особи-платники єдиного податку, тис. осіб	92	116	133	133	135	139	140	142
Разом платників єдиного податку, тис. осіб	437	543	673	735	832	979	1001	1044
Темп приросту загальної кількості платників єдиного податку	176	124	124	109	113	118	102	104

Однак поряд із позитивним впливом спрощеної системи оподаткування на формування доходної частини бюджетів необхідно звернути увагу на негативні сторони спрощеної системи. Виникла можливість використання спрощеного оподаткування в оптимізаційних схемах суб'єктів великого бізнесу. Суб'єкти малого бізнесу залучають до своєї діяльності працівників без укладання з ними трудових угод, оформлення трудових книжок і довідок про трудові відносини. Мають місце випадки коли підприємці самостійно не переходять на загальну систему оподаткування у разі перевищення граничного розміру обсягу виручки. Спрощена система оподаткування нерідко використовується для оптимізації податкових платежів з податку на прибуток платниками податків, що перебувають на загальній системі оподаткування. Іноді спрощену систему використовують для «відмивання» коштів, укладаючи з підприємствами договори сумнівного характеру на продаж товарів або надання послуг [1, с.66].

Таки недоліки цій альтернативної системи існують завдяки невідповідності законодавчих актів за спрощеною системою оподаткування іншим законодавчим та нормативним актам. Тимчасовий характер спрощеної системи оподаткування та незрозумілі перспективи її застосування вселяють у суб'єктів малого підприємництва відсутність впевненості у незмінності умов оподаткування в перспективі та можливість довгострокового прогнозування фінансового стану підприємства.

Оцінка позитивних та негативних наслідків застосування єдиного податку для юридичних осіб є найважливішим моментом як на попередньому етапі аналізу, так і на етапі ухвалення рішення про заміну системи оподаткування.

До заходів, які можуть поліпшити становище слід віднести прийняття та введення в дію Податкового кодексу України, що враховуватиме вади спрощеної системи оподаткування. Так у проекті податкового кодексу більш чітко визначено критерії, за якими здійснюється вибір системи оподаткування. Оподаткування виручки істотно звужує базу оподаткування, залишаючи поза нею позареалізаційні результати діяльності суб'єктів, що обрали спрощену систему. Такий підхід створює неконкурентні переваги для цих підприємств, саме тому, на наш погляд, доцільно ввести оподаткування доходу від різних видів діяльності. Також у проекті Податкового Кодексу передбачене комплексне вирішення, щодо сплати внесків до фондів соціального страхування підприємцями, які перейшли на спрощену систему оподаткування [5].

З метою перекриття схем мінімізації оподаткування в проекті Податкового кодексу запроваджені наступні заходи:

1. Звужено сферу застосування спрощеної системи оподаткування. Так, окремі категорії самозайнятих осіб (аудитори, бухгалтери, юристи, консультанти різного профілю, та ін.) втратили право на застосування даного режиму.

2. Запроваджено новий термін для новостворених суб'єктів підприємницької діяльності, які мають намір перейти на спрощену систему оподаткування. Стаття 2 чітко визначає, що платниками податку є «фізичні особи - підприємці, які протягом чотирьох послідовних податкових (звітних) періодів (кварталів), що передують періоду переходу на спрощену систему оподаткування, відповідають сукупності визначених критеріїв». Таким чином, для того щоб перейти на спрощену систему оподаткування, фізичним особам необхідно пропрацювати на загальній системі оподаткування протягом року з доходом не більш ніж 500 тис. грн. і кількістю працівників – не більше 10.

3. Виключено з сфери застосування спрощеної системи діяльність, пов'язану з організацією торгівлі, наданням послуг із створення належних умов для здійснення торгівлі іншими фізичними або юридичними особами та орендою торгових місць на ринках або у торговельних об'єктах. Такий підхід дозволить ліквідувати одну із найпоширеніших схем мінімізації оподаткування.

4. Обмежено право на реєстрацію платником ПДВ. В проекті кодексу чітко зазначається, що суб'єкти підприємницької діяльності, що обрали спрощену систему оподаткування, не є платником податку на додану вартість з операцій постачання товарів та послуг, місце надання яких розташоване на митній території України. Крім того, для юридичних осіб пропонується встановити ставку єдиного податку у розмірі 6% бази оподаткування, замість двох альтернативних ставок (10% з включенням ПДВ та 6% без ПДВ).

Однак, незважаючи на вагомі зміни, проект Податкового кодексу залишив ряд не вирішених проблем:

- суттєво знижується фінансова ефективність єдиного податку через звільнення від оподаткування та зниження ставок єдиного податку для юридичних осіб. Так, враховуючи, що єдиний податок є закріпленим податком дохідної частини бюджетів місцевого самоврядування, таким рішенням уряд додатково звужить фінансову базу громад, що суперечить іншому пріоритету його роботи – формуванню фінансово-потужних регіонів;
- знову зберігається ручний механізм визначення ключових параметрів спрощеної системи оподаткування. Встановлення граничного обсягу виручки і діапазону податків в твердих величинах автоматично формує ризик нестабільності даної системи. Через високу динаміку інфляції питання про перегляд показників буде піднято вже в найближчій перспективі.

Досі розглядалось оподаткування малих підприємств, які перейшли на спрощену систему оподаткування, але є й ті, що залишились на загальній системі оподаткування і сплачують податок на прибуток. Вітчизняний механізм справляння цього податку з малих підприємств характеризується низкою суттєвих недоліків, які гальмують розвиток малого підприємництва.

До основних недоліків справляння податку на прибуток малими підприємствами слід віднести:

1. Чинна методика не враховує той факт, що на стадії становлення мале підприємство, як правило функціонує в умовах постійного фінансового дефіциту.
2. Сучасний варіант обчислення об'єкта оподаткування вигідніший для великих підприємницьких структур. Великі фірми мають змогу накопичувати значні запаси незавершеного виробництва та складської продукції, що зменшує об'єкт оподаткування. Малі підприємства не можуть собі цього дозволити бо працюють в умовах дефіциту фінансових ресурсів.
3. Для малих підприємств відбулось різке збільшення адміністративних витрат на дотримання додаткових процедур унаслідок розмежування податкового та фінансового обліку.

4. Зміни у податковому законодавстві відбуваються дуже часто внаслідок чого малі підприємства не завжди можуть оперативної і вчасно зреагувати на них.

Висновки і перспективи подальших розробок. Об'єктивна необхідність стимулювання малого підприємництва продиктовано системною перебудовою економіки України, її соціальною орієнтацією. Мале підприємство стало масовим явищем, яке впливає на всі сторони суспільного життя завдяки своїй спроможності чітко відчувати ринкову кон'юнктуру, сприймати нові технології, швидко реагувати на зміни суспільних потреб.

Вивчення зарубіжного досвіду справляння податку на прибуток свідчить, що вирішення проблем у цій сфері можливо двома способами:

- шляхом запровадження поряд із стандартною пропорційно зниженої податкової ставки для малих підприємств;
- за рахунок введення прогресивної шкали ставок оподаткування, диференційованих залежно від розміру оподаткованого прибутку [6, с.55].

Так, у Нідерландах ставки податку на прибуток диференційовані і залежно від типу доходу змінюються з 32,35% до 52% та мають чотири діапазони диференціації.

У багатьох країнах запроваджується пільгові умови амортизації. Це дає змогу легітимно знизити базу оподаткування податком на прибуток і вивільнити певну частину прибутку для оновлення і удосконалення виробництва [6, с.55].

Для вітчизняної спрощеної системи оподаткування, на нашу думку, можна запозичити французький досвід диференціації граничних обсягів річної виручки, який варіюється залежно від видів діяльності. Також у Франції є частки, які віднімаються з доходу при застосуванні нормативного методу оподаткування [6, с.56].

Вважаємо, що для малих підприємств, котрі працюють сьогодні на єдиному податку лише зниження ставки може сприяти розвитку їх ділової активності. Так, на початку дії Указу Президента «Про спрощену систему оподаткування» підприємства, що працювали на єдиному податку, звільнялись від сплати нарахувань на заробітну плату, що до цього часу відображено в ст.6 вищезазначеного Указу. Необхідно повернутись до виконання норм Указу. Це дозволить зменшити податкове навантаження на суб'єкти малих форм власності без пошуку додаткових механізмів.

З нашої точки зору, в умовах фінансово-економічної кризи було б доцільним запропонувати фінансові стимули, шляхом впровадження для всіх малих підприємств диференційованого підходу до системи оподаткування залежно від: виду діяльності; обсягів виручки від реалізації; чисельності працюючих (див. табл. 2).

Така диференціація має стимулюючий характер. Тобто, зі збільшенням обсягів виручки від реалізації та збільшенням чисельності працюючих на цих підприємствах – пропорційно зменшувати розмір оподаткування (ставку податку). При цьому для видів діяльності, що мають малі матеріальні витрати, наприклад, професійні послуги (юристи, нотаріуси, аудиторські та консалтингові фірми), менеджмент, маркетингові вивчення – встановити максимальну ставку податку.

Для сімейних підприємств, які надають соціальні послуги (ремонт взуття, пошив та ремонт одягу, вставка замків, послуги няні, гувернантки, доглядальниці тощо) – встановити мінімальну ставку податку. Що стосується малих підприємств сільськогосподарського та інноваційного призначення, в якості допомоги щодо їхнього розвитку пропонуємо їх не оподатковувати протягом перших 3 років. А потім - встановити фіксовану мінімальну ставку, що залежить від обсягів реалізації продукції. Також є доцільним при системі єдиного податку розширення чисельності працюючих більше 100 осіб та обсягів реалізованої продукції більш 5 млн. грн. Про ефективність пропонованого підходу свідчить зарубіжний досвід.

Треба зазначити, що ця гіпотеза має потребу у додаткових розрахунках і моделюванні з залученням наукових інститутів та використанням інформації податкової адміністрації.

На наш погляд, зниження податкових ставок не призводить до викривлення

ринкового розподілу ресурсів, стимулює зростання заощаджень, інвестицій та підприємницької ініціативи.

Таблиця 2

Диференційована шкала ставок податку для малих підприємств України

Види діяльності	Обсяг виручки від реалізації робіт, послуг (тис. грн.)	Диференційовані ставки податку	Чисельність не повинна перевищувати (чол.)
Торгівля	до 500	10%	25
	від 500 - 1000	8%	30
	від 1000-2000	6%	40
	від 2000-3000	4%	50
Побутове обслуговування	до 500	6%	25
	від 500 - 1000	5%	30
	від 1000-2000	4%	40
	від 2000-3000	3%	50
Сільське господарство	до 3000	3%	50
Інші види діяльності	до 500	10%	25
	від 500 - 1000	8%	30
	від 1000-2000	6%	40
	від 2000-3000	4%	50
	від 3000	2%	50

Запропонований диференційований підхід надасть можливість відстежувати динаміку міграції підприємств з однієї групи обсягів реалізації до іншої, а також створить певні умови та стимули для розширення бізнесу та його легалізації.

Наведені зміни фінансово-економічних важелів та стимулів створять сприятливі умови щодо залучення власного оборотного капіталу, що приведе до підвищення ділової активності в діяльності малих підприємств України.

Для успішної реалізації цих змін у сфері підтримки малого підприємництва в Україні не останню роль відіграватиме усвідомлення, що саме малі підприємства є найважливішими суб'єктами ринкового господарювання без яких неможливо активізувати діяльність інших економічних суб'єктів ринку.

Література

1. Квасниця О. В. Податкове стимулювання розвитку малого бізнесу / О. В. Квасниця // Фінанси України. – 2003. – № 2. – С. 65–67.
2. Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» // Урядовий кур'єр. – 1998. – № 727. – С. 14–16.
3. Іванов Ю. Б. Проблеми оподаткування суб'єктів малого підприємництва / Ю. Б. Іванов // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 45–47.
4. Закон України від 25 березня 2005 року № 2505-IV «Про Державний бюджет України на 2005 рік» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Проект Податкового кодексу України від 21 вересня 2010 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF50T00I.html.
6. Нікитенко Д. В. Податкове стимулювання малого та середнього бізнесу / Д. В. Нікитенко // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 48–56.

СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІ НАГЛЯДОВИХ РАД УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ

У статті досліджено сучасний склад, структуру та функції наглядових рад найбільших українських банків. Проведено аналіз основних показників діяльності наглядових рад, а саме наявності власного кодексу, посади корпоративного секретаря, спеціалізованих комітетів рад та інші, що відповідають міжнародній практиці корпоративного управління в банках.

The article lights up research of modern composition, structure and functions of supervisory boards in the largest Ukrainian banks. The main indicators of supervisory boards' activity are analyzed such as an availability of corporate governance codes, corporate secretaries, committees of supervisory boards etc. which correspond to the international practice of the corporate governance in banks

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема вдосконалення корпоративного управління для банків стає більш актуальною при вирішенні двох стратегічних завдань: корпоративне фінансування та пошук стратегічного інвестора. Зі сторони інвесторів, у першу чергу іноземних, зростають вимоги щодо якості роботи наглядових рад банків.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. У теорії корпоративного управління характеристикам наглядових рад (рад директорів) приділяється велика увага зарубіжними науковцями Б. Трикером, К. Далтоном, Б. Б а й з и н г е р о м, С. Б а г а т о м, Дж. Конджером та ін. Автори досліджують питання оптимального складу та структури, розподілу функцій та незалежності рад від менеджменту, які залишаються проблемними у практиці розвинених країн. У вітчизняній науці дані питання недостатньо досліджені. Це можна пояснити слабким розвитком та невідповідністю існуючої практики роботи рад принципам, що сформовані на міжнародному досвіді. Так наприклад, О.Костюк, аналізуючи кодекси корпоративного управління українських банків, робить висновок, що кодекси є недостатньо ефективними у впровадженні в діяльність наглядових рад міжнародних стандартів [1, с.27]. Необхідність впровадження міжнародних стандартів корпоративного управління підтверджує Міжнародна Фінансова Корпорація (IFC). У дослідженні українських банків IFC оцінює роботу наглядових рад як таку, що не відповідає найкращій міжнародній практиці та потребує подальшого її вдосконалення [2, с.27]. Необхідно відмітити, що наукові дослідження обов'язково спираються на відмінності в законодавчих системах країн щодо складу та функцій даного органу управління. Ці відмінності зумовлюють використання різних понять „рада директорів” (в країнах англосаксонського права) та „наглядова рада” (в країнах континентального права). Діючим Законом України „Про акціонерні товариства” від 17.09.2008 року № 514-VI затверджено поняття „наглядова рада” [3, с.2]. При цьому для банків Законом України „Про банки і банківську діяльність” від 07.12.2000 року № 2121-III введено поняття „спостережна рада” [4, с.37]. Враховуючи, що Закон України „Про акціонерні товариства” був прийнятий пізніше та стосується всіх товариств незалежно від галузі економіки, в даній статті використовується поняття “наглядова рада”.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У зв'язку із актуальністю проблеми вдосконалення корпоративного управління необхідно, по-перше, дослідити сучасні характеристики роботи наглядових рад українських банків. По-друге, визначити проблеми, що характерні для вітчизняних банків та можуть вирішуватися шляхом

впровадження міжнародних стандартів із метою підвищення економічної ефективності.

Постановка завдання. При написанні даної статті автором поставлено мету проаналізувати сучасний склад, структуру та функції наглядових рад банків I та II групи класифікації НБУ та відповісти на питання, чи відповідає практика діяльності наглядових рад банків міжнародним стандартам корпоративного управління. Було досліджено 33 найбільші банки за розміром активів та регулятивного капіталу на 2008 рік (із дослідження виключено ТОВ „Укрпромбанк”, що станом на 01.04.2010р. знаходиться на ліквідації). Інформаційною базою дослідження послужили річні фінансові звіти банків за 2008 рік, а також дані регулярної річної інформації емітентів цінних паперів за 2008 рік, наведені на офіційному сайті ДКЦПФР.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внутрішня організація корпоративного управління визначається домінуючими акціонерами. Тому структура та концентрація акціонерної власності розглядається нами як передумови вдосконалення діяльності наглядових рад відповідно до міжнародних стандартів управління. Аналіз структури власності (рис. 1) показав, що найбільшими акціонерами банків I та II групи класифікації є перш за все іноземні фінансові установи (в 12 банках), середня частка яких у статутному капіталі складає 81,4% та 95,1% відповідно в I та II групі. У 10 банках найбільших акціонерів вказані інші юридичні особи, середня частка яких складає 73,6% та 67,6% відповідно в I та II групі банків. До інших юридичних осіб віднесені нефінансові компанії – резиденти, що є структурами з управління фінансовими активами промислових груп.

Також типовими найбільшими власниками банків є офшорні компанії. Акціонерна власність банків характеризується високим рівнем концентрації. Так, загальна середня частка найбільшого акціонера в статутному капіталі банків станом на 01.01.2009р. дорівнювала 71,39 %. Необхідно відмітити, що розрахунки складено лише за даними прямої участі власників, тому фактичний рівень концентрації може бути більшим.

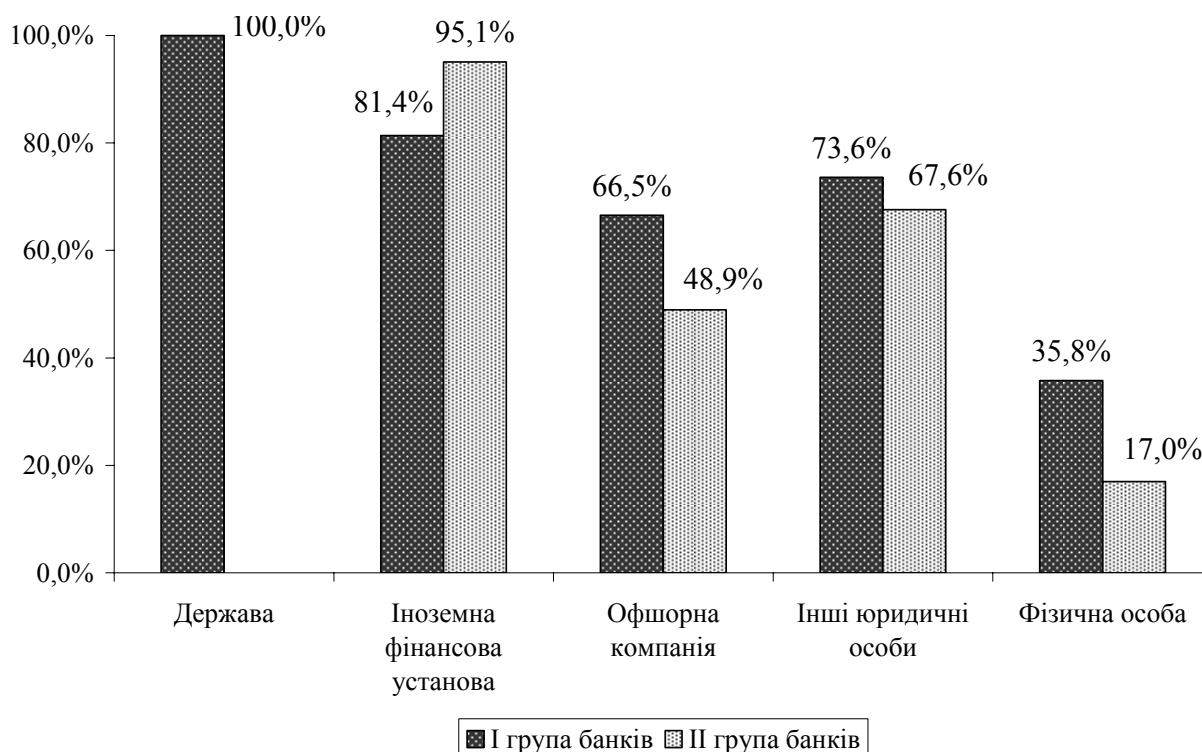


Рис. 1. Тип та частка найбільшого акціонера в статутному капіталі банків I та II групи класифікації НБУ станом на 01.01.2009р. (за даними прямої участі)

Висока концентрація власності істотно впливає на вибір та ефективність механізмів корпоративного управління, в тому числі на діяльність наглядових рад. З точки зору агентської теорії, ради банків з концентрованою власністю повинні включати більшу частку

представників найбільших акціонерів. У банках I та II групи класифікації наглядові ради при середній кількості членів 5-6 осіб складаються з 2-3 представників власників істотної участі та 1-2 представників власників, що володіють менше 10% акцій банків. Ця тенденція відповідає структурі акціонерної власності, що, як правило, характеризується наявністю від 1 до 3 власників істотної участі банків.

Діяльність наглядових рад банків характеризує показник кількості засідань, що проводяться за рік. За період 2006-2008 років середньорічна кількість засідань рад склала 18 та 37 засідань в I та II групах банків відповідно. Висока кількість засідань (частіше 1 разу на місяць) говорить про глибоку залученість наглядових рад до загального керівництва. Однак щодо практики застосування принципів корпоративного управління, то результати дослідження призводять до негативних висновків. Вдосконалення корпоративного управління у вітчизняних банках потребує перш за все розробки корпоративної стратегії та організаційних змін. За даними дослідження, власний кодекс корпоративного управління прийнятий лише в 24% банків (рис.2). У більшій половині банків впроваджено відділи, які працюють з акціонерами або існує посада корпоративного секретаря. Однак лише в 27% банків організовані спеціалізовані комітети наглядових рад.

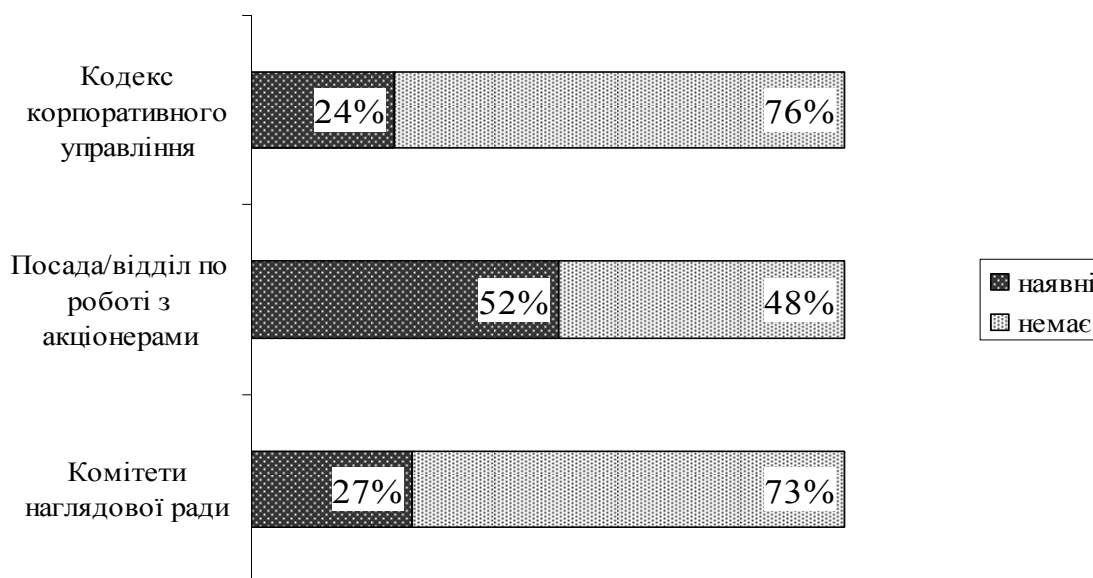


Рис. 2. Показники діяльності наглядових рад банків I та II групи класифікації НБУ за 2008 р.

Серед комітетів найбільш поширені аудиторський комітет та комітет з управління ризиками. Але кількість банків, у яких організовані дані комітети, незначна. Тільки в 15% банків функціонує аудиторський комітет, в 9% банків – комітет з управління ризиками. Практика роботи інших комітетів не розвинена. Так, наприклад, комітет компенсацій діє лише у ВАТ „Ерсте банк” та ВАТ КБ „Хрещатик”. Особливу увагу привертає питання статусу голови наглядових рад банків. Практично в половині банків посаду голови наглядової ради займає контролюючий акціонер, що володіє більше 50% акцій банку або його представник (рис.3). Як правило, іноземні фінансові установи призначають головою наглядової ради дочірнього банку свого представника, який займає посаду члена ради чи правління материнського банку. У 18,2 % банків голова наглядової ради є власником істотної участі або його представником. Тільки в одному банку голова наглядової ради є незалежним директором відповідно до внутрішнього положення банку. Перелік компетенцій органів корпоративного управління затверджено законодавчо. Законом „Про банки та банківську діяльність” затверджено дворівневу структуру управління, до якої входять наглядова рада та правління із взаємовиключною системою членства [4, с.37-38]. Разом з тим на практиці існують недоліки формального підходу або нечіткого розподілу функцій між наглядовою радою і правлінням банків. На рис. 4 подано, яким чином статuti банків затверджують розподіл щодо вирішення основних питань між загальними зборами акціонерів, наглядовою

радою та правлінням [5]. Бачимо, що банки затверджують компетенції органів управління відповідно до вимог законодавства. Однак необхідно відмітити виявлені недоліки.

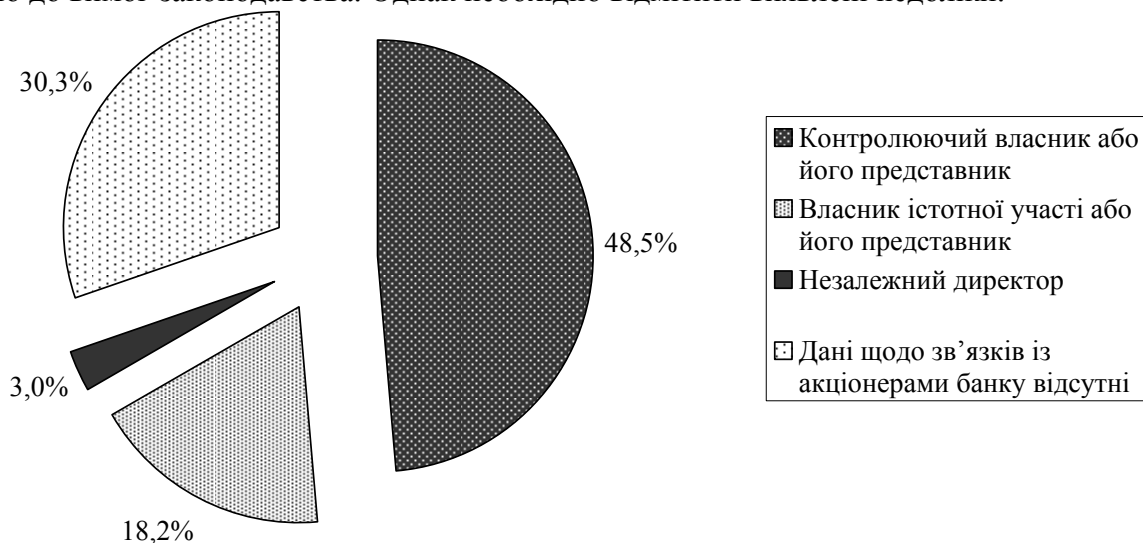


Рис. 3. Статус голови наглядових рад банків I та II групи класифікації НБУ станом на 01.01.2009р.



Рис. 4. Розподіл компетенцій органів управління у відповідності до статутів банків I та II групи класифікації НБУ станом на 01.01.2009р.

По-перше, 3% банків відмічають визначення основних напрямків діяльності банків до функцій правління. Незалученість наглядових рад у розробку стратегії банку є критерієм їх формального існування. Цей висновок також доводять дані (3% банків) щодо невизначеності, до компетенції якого органу належить обрання членів наглядових рад.

По-друге, деякі банки відмічають відсутність у статутах компетенції за жодним органом щодо вирішення таких питань, як визначення розміру винагороди членів наглядових рад (18%) та прийняття рішення щодо притягнення до майнової відповідальності членів правління (12%). Формальну відсутність винагороди членів наглядових рад частково можна пояснити тим, що до складу рад входять в більшості основні акціонери чи їх представники. З

іншої сторони, відсутність винагороди негативно впливає на рівень відповідальності членів наглядової ради перед банком. Відсутність у статутах питання щодо притягнення до майнової відповідальності членів правління скорочує повноваження наглядових рад банків.

Необхідно зазначити, що в 36% банків винагорода членам наглядових рад не виплачується (рис. 5). У 40 % банків, де члени наглядових рад отримують офіційну винагороду, основною формою винагороди є фіксована оплата.

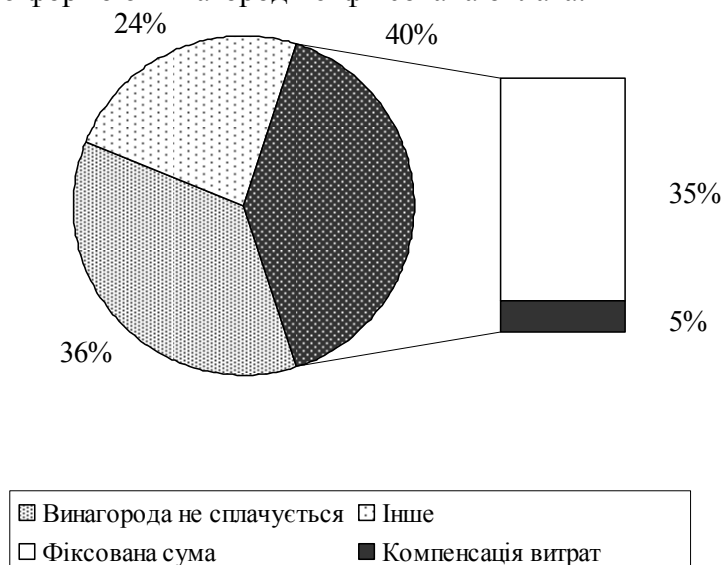


Рис. 5. Форми винагород членів наглядових рад банків I та II групи класифікації НБУ за 2008р.

Висновки і перспективи подальших розробок. За результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки. Практика діяльності наглядових рад найбільших українських банків формується під впливом домінуючих акціонерів за умови висококонцентрованої власності. Кількісний склад та структура наглядових рад банків відповідає структурі власності. Так, більш ніж половина членів наглядових рад, як правило, є представниками власників істотної участі. Усі банки формально дотримуються вимог законодавства щодо складу та компетенції наглядових рад. Однак залишаються відкритими питання ступеня залучення наглядових рад в управління та чіткого розподілу функцій між радами та правлінням банків. Результати оцінки впровадження міжнародних стандартів корпоративного управління виявились негативними. У 2008 році лише 27% банків організували роботи спеціалізованих комітетів наглядових рад, а 24% банки впровадили внутрішній кодекс корпоративного управління. Для оцінки подальшого розвитку корпоративного управління в українських банках основними залишаються питання ефективності організації корпоративного контролю домінуючими акціонерами та перспективи відокремлення функцій володіння від управління.

Література

1. Костюк О. Концептуальні засади розробки кодексів корпоративного управління в банках / Олександр Костюк // Вісник НБУ. – 2008. – С. 24-27.
2. Дослідження змін у корпоративному управлінні банківського сектора України [Електронний ресурс] // Міжнародна фінансова корпорація. – 2007. – 54 с. – Режим доступу: http://www.ifc.org/ifcext/eca.nsf/AttachmentsByTitle/BankingCG_+Survey2007.pdf.
3. Закон України „Про акціонерні товариства” від 17 вересня 2008 року № 514-VI зі змінами та доповненнями: за станом на 1 квітня / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
4. Закон України „Про банки і банківську діяльність” від 7 грудня 2000 року № 2121-III зі змінами та доповненнями : за станом на 1 квітня / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/B_zakon/law_BBD.pdf.
5. НБУ оновив розподіл банків на групи [Електронний ресурс] // Агенство FINANCE.UA. – 2007. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/114810>.

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ШИРОКОГО РОЗУМІННЯ КАПІТАЛУ ДЕРЖАВИ

У статті розглядаються теоретичні питання широкого розуміння капіталу держави. Виділено основні види капіталу, визначено їхню суть і роль. Розглянуто відповідні взаємозв'язки між видами капіталу та зроблено необхідні висновки. Запропоновано концептуальну модель щодо широкого розуміння капіталу.

In article theoretical questions of wide understanding of the capital of the state are considered. The basic kinds of the capital are allocated, their essence and a role are determined. Certain interrelations between them are considered, useful conclusions are made. The conceptual model of wide understanding of the country's capital is offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Капітал є однією з найбільш важливіших економічних категорій, які дають уявлення про рівень економічного розвитку країни. Підвищення рівня капіталізації економіки має стратегічне значення для України. Перехід країни до ринкової економіки, зростання складності процесів, що відбуваються в економіці та інших сферах суспільства, неможливість вирішення низки питань соціально-економічного розвитку суспільства спираючись на традиційне трактування поняття капіталу обумовлюють необхідність формування концепції широкого розуміння капіталу держави.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. У останній час значна увага приділяється дослідженням щодо капіталізації економіки країни, спостерігається розширення спектру досліджень, присвячених окремим видам капіталу, особливо, людському, соціальному, природному та іншим.

Детальні дослідження щодо капіталізації економіки на державному рівні проводилися такими авторами: Т. Малова [1, с.102-160], Т. Астахова [2, с.302-308], О.В. Корицький [3, с.68-110], І.І. Просвіріна [4, с.103-125], А.М. Козирьов [5], Т.Ю. Сидоріна [6, с.319-334], Ф. Фукуяма [7] та інші [8; 9; 10, с.62-81].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатня увага приділяється комплексному дослідженню поняття капіталу, формуванню концепції широкого розуміння капіталу [11, с.102-150; 12, с.150-193; 13, с.60-74; 14, с.5-16].

Постановка завдання. Метою статті є здійснення аналіз окремих видів капіталу та запропонувати модель широкого розуміння капіталу виходячи з цілей і задач економічного розвитку держави в умовах переходу до постіндустріального суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Довгий час поняття капіталу обмежувалося фізичним капіталом [15, с.639-748]. Однак у другій половині 20-го століття ситуація істотно змінилася. В умовах, коли рівень освіти, інновації й інформатизація стали визначальними факторами соціально-економічного розвитку суспільства, коли провідну роль в економіці стали грати високотехнологічні компанії, у яких фізичний капітал перестав бути визначальним, на перше місце стали висуватися дослідження людського, соціального, інтелектуального та інших видів капіталу.

Людський капітал. Ідея людського капіталу має давні коріння в історії економічної думки. Одне з її перших формулювань є в роботі А. Сміта «Дослідження про природу й причини багатства народів». Пізніше вона знайшла відбиття у роботі А. Маршалла «Принципи економічної науки», а також у роботах інших учених. Широке розповсюдження ця ідея одержала у другій половині 20-го століття завдяки роботам нобелівських лауреатів Т. Шульца і Г. Беккера [9]. Продуктивні якості і характеристики працівника були визнані особливою формою капіталу на цій підставі, що їхній розвиток вимагає значних витрат часу і

матеріальних ресурсів і що вони, подібно фізичному капіталу, забезпечують своєму власникові дохід. Існуюче уявлення, що капітал складається з одних фізичних активів, було підірвано. Поступово затвердився більш широкий погляд, відповідно до якого, капіталом є будь-який ресурс, що володіє здатністю генерувати потік майбутніх доходів.

Грунтуючись на визначеннях людського капіталу, наведених у працях багатьох дослідників цього питання [2, с.302-308; 9; 11; 12; 13, с.60-74; 14, с.5-16], людський капітал можна розглядати як сукупність професійних знань, умінь і навичок, одержаних у процесі навчання і підвищення кваліфікації, які використовуватися протягом певного часу для виробництва товарів і послуг та одержання доходу. В той же час, на наш погляд, доцільно розглядати людський капітал у більш широкому контексті, включаючи до нього також соціальні, культурні, психофізичні та морально-етичні якості людини.

Аналогію між людським і фізичним капіталом не можна вважати повної. По-перше, у сучасному суспільстві людина не може бути предметом купівлі-продажу. Як наслідок, на ринку встановлюються тільки ціни за послуги людського капіталу (у вигляді ставок заробітної плати). По-друге, людський капітал може збільшуватися у ході виробничого процесу та поза його межами. По-третє, споживчі вкладення у людину є не менш важливими, чим виробничі. Проте, людський капітал в значній мірі подібний фізичному капіталу. Він являє собою благо тривалого користування, вимагає витрат на його підтримку, може морально застарівати і фізично зношуватися.

Людський капітал впливає на фізичний капітал. У процесі наукових досліджень створюються нові знання, з'являються нові уявлення про навколишній світ. Наявність нових знань приводить до появи нової техніки, яка часто визначає структурну перебудову всієї економіки, тобто ініціює науково-технічний прогрес, регулює його пріоритети, що, в остаточному підсумку, позитивно впливає на якість і темпи економічного росту, а також економічний розвиток у цілому.

Людський капітал необхідно регулярно відтворювати, а це неможливо без активної участі в цьому процесі держави. Як показує світовий досвід, саме за допомогою розвинутих державних систем охорони здоров'я, освіти і перепідготовки кадрів, а також системи соціальних гарантій забезпечується відтворення людського капіталу. Приватні структури можуть тільки доповнювати зусилля держави в цій сфері, але не замінити їх.

На державному рівні повинна ставитися задача щодо нарощення капіталу країни шляхом збільшення кількості здорового дієздатного населення та росту рівня освіти і кваліфікації людей. Тому витрати на освіту та охорону здоров'я, слід розглядати не як споживання, а як інвестиції в людський капітал.

Соціальний капітал. Останні десятиліття істотно зріс дослідницький інтерес до соціального капіталу. Більшість дослідників пов'язують поняття соціального капіталу із соціальними мережами, нормами, правилами і довірою, що спонукають учасників мереж до більш ефективної спільної дії для досягнення спільних цілей [7; 10, с.62-81; 13, с.60-74; 14, с.5-16]. Зокрема, П. Бурд'є визначає соціальний капітал як сукупність реальних або потенційних ресурсів, зв'язаних з володінням стійкої мережі більш-менш інституціонізованих відносин взаємного знайомства і визнання – іншими словами, із членством у групі [13, с.60-74].

Соціальний капітал відбиває більшою мірою відносини, чим власність окремої людини. Якщо зміни в людському капіталі це зміни в самій людині, то зміни в соціальному капіталі – зміни у відносинах між людьми. Соціальний капітал подібно фізичному і людському сприяє росту продуктивності праці. Люди, між якими існують відносини взаєморозуміння й довіри працює більш злагоджено й ефективно, чим у випадку відсутності таких відносин. Соціальний капітал має як «соціальну» складову, бо він відбиває відносини між людьми, так і «капітальну» складову, бо він є ресурсом, що приносить суспільству вигоду.

Важливою особливістю соціального капіталу є те, що він може бути як зі знаком «плюс», так і зі знаком «мінус». Це залежить від мети його використання. Люди можуть

об'єднуються щоб досягти вигоди для себе й для суспільства, а можлива ситуація, коли люди об'єднуються з метою завдати шкоди іншим людям, або з метою паразитувати за рахунок суспільства.

Обсяг соціального капіталу, який може залучити (використати) учасник мережі, залежить від розміру мережі зв'язків, що він може мобілізувати, і від обсягу фізичного, людського та інших видів капіталу, якими володіють інші учасники мережі. Соціальний капітал виступає не тільки як інструмент консолідації зусиль суспільства, але й як каталізатор, який підвищує ефективність використання інших видів капіталу.

З точки зору державного управління, особливий інтерес представляє інституціональний погляд на соціальний капітал, відповідно до якого інституціональне середовище є основним фактором, що визначає дієвість соціальних мереж. Довіра до органів влади, незалежна система судових органів, прозорі і прогнозовані дії держави, низький рівень корупції, захист прав власності є необхідною умовою високого рівня й ефективності соціального капіталу суспільства.

Подібно тому, як в економіці існують різні погляди на роль держави, так і в питанні формування соціального капіталу немає однозначної думки. Згідно однієї з точок зору соціальний капітал може створюватися тільки без державної участі, прихильники протилежного підходу дотримують погляду про необхідність державних інститутів для розвитку соціального капіталу [8]. Обидві точки зору тільки частково відображають дійсне положення речей. Органи влади знаходяться в різних взаєминах з окремими групами суспільства і в залежності від характеру цих відносин соціальний капітал або збільшується, або зменшується. Можна стверджувати, що продумана державна політика може стати важливим фактором формування соціального капіталу, який підвищує ефективність суспільства завдяки консолідації його дій.

Нематеріальні активи (НМА). Сучасні тенденції розвитку світової економіки характеризуються посиленням ролі інтелектуальних та інформаційних ресурсів у виробництві конкурентоздатної продукції, перетворенням НМА в один з основних факторів економічного росту та умову переходу до вищих технологічних укладів.

Розрізняють НМА в широкому розумінні, включаючи в них ті, котрі на балансі не враховуються, але приносять дохід компанії і підвищують її ринкову вартість, і у вузькому - бухгалтерському розумінні. Широке розуміння НМА близько до поняття інтелектуального капіталу, про що свідчить методичне керівництво №8 Європейської групи професійних асоціацій оцінювачів по оцінці НМА, в основу якого покладена концепція інтелектуального капіталу компанії [5]. Структура останнього складається з людського, організаційного і клієнтського капіталів [4, с.103-125]. Включення людського капіталу в інтелектуальний капітал компанії представляється не досить виправданим, оскільки людський капітал невіддільний від свого носія, не може бути використаний без нього і, що особливо важливо, не належить компанії. З точки зору державного управління також доцільно розглядати людський капітал окремо, а не як складову НМА, оскільки головну роль у формуванні людського капіталу грає держава, а не компанії. У цьому зв'язку пропонується розглядати НМА у вузькому сенсі як сукупність гудвілу та ідентифікуємих нематеріальних активів.

Сьогодні НМА в бухгалтерських балансах більшості українських підприємств складають незначну частину активів. Відсутність методичних інструментів (стандартів) оцінки і відображення НМА, а також необхідної законодавчої бази не дозволяє підвищити капіталізацію компаній.

Інтеграція України у світовий економічний простір стримується низьким науково-технічним рівнем виробничої сфери, зношеністю матеріальних активів і дефіцитом фінансових ресурсів для їхньої модернізації. У цьому зв'язку у країні немає іншого вибору, крім як пошуку можливостей інтенсивного використання існуючого інтелектуального потенціалу, який можна мобілізувати в короткий термін, і завоювання належного положення на міжнародних ринках. Реалізувати цю задачу без адекватного обліку НМА практично неможливо. Необхідно розробити законодавчу базу, і, насамперед, в частині стандартів

оцінки НМА, оподатковування і захисту прав власності, здійснення переоцінки НМА без сплати податку на прибуток, що забезпечить умови, коли компаніям буде вигідно показувати свої реальні НМА, створювати і використовувати їх у виробництві, що підвищить капіталізацію компаній і довіру до них кредиторів.

Вищевикладене розуміння людського і соціального капіталу та НМА, їхня роль в економічному розвитку держави обумовило, що розвинені країни та ряд інших країн у якості одного з головних пріоритетів державного управління визначили розвиток людського і соціального капіталу та НМА.

Природний капітал. Фахівці Всесвітнього банку природний капітал визначають як запас природних виробничих ресурсів, якими наділене суспільство: усі запаси в «природних коморах», що можуть використовуватися у виробничих цілях, включаючи ґрунт, воду, повітря, корисні копалини [16]. При цьому вони не розглядають як природний капітал природні ресурси, що не мають форми запасу (наприклад, сонячне світло), або які не є виробничими ресурсами, наприклад, стан навколишнього середовища, природні пейзажі (чисто споживчі ресурси). Такий обмежений підхід до визначення природного капіталу видається не виправданим, оскільки сьогодні використання сонячної енергії (сонячні батареї, електромобілі) здобуває усе більше значення не тільки в екологічному, але й в економічному плані. Що стосується стану навколишнього середовища (ступінь забруднення повітря, якість питної води), то воно в значній мірі визначає стан здоров'я людини і відповідно людського капіталу. Викиди вуглекислого газу в атмосферу є чинником, що веде до негативних змін клімату на планеті, які можуть стати причиною виникнення стихійних природних нещасть і, як наслідок, економічних втрат. Виходячи з цього, на наш погляд, доцільно розглядати людський капітал у більш широкому контексті, а саме як запас природних ресурсів та якість стану навколишнього середовища.

Гроші і цінні папери. Окремо варто розглянути питання, чи є гроші й цінні папери капіталом. З точки зору пересиченого громадянина, безумовно, так. Те ж саме можна сказати і про підприємства. А якщо розглядати це питання з точки зору держави, то відповідь не така очевидна. Акції й облігації засвідчують право їхніх власників на частину активів компанії. Як зазначає Т. Малова [1, с.103-160], цінні папери служать титулами власності, представляючи капітал. Тому визначення капіталу держави шляхом обліку активів компаній, з одного боку, і акцій та облігацій, з іншого боку, призведе до подвійного обліку. Таким чином, з погляду оцінки капіталу держави, акції й облігації не є капіталом.

Що стосується грошей, то, насамперед, слід зазначити, що вони є засобом обміну й оцінки вартості, тобто вони виконують інституціональні функції. Зовсім небагато економістів нині поділяють крайній погляд, що гроші взагалі не мають значення. У короткостроковому періоді зміни в пропозиції грошей і процентній ставці є важливим засобом підвищення зайнятості та приборкання інфляції. Одночасно більшість вчених макроекономістів вважає, що в довгостроковому періоді гроші нейтральні, тобто темп зростання грошової маси не позначається на обсязі національного продукту та рівні зайнятості [17, с.492-566]. Таким чином, з точки зору оцінки капіталу держави, у довгостроковому періоді гроші, за винятком золота і валюти, не є капіталом.

Концептуальні моделі капіталу. Поряд зі значною кількістю досліджень, присвячених окремим формам капіталу, робіт, присвячених капіталу держави, його розуміння в широкому сенсі – небагато. Серед них слід відзначити дослідження відомого французького вченого П. Бурд'є, який з економіко-соціологічних позицій запропонував інтерпретацію поняття капіталу й класифікацію його основних форм [13, с.60-74]. У П. Бурд'є капітал може виступати в трьох основних формах: економічного, культурного та соціального капіталу.

В. Радаєв, використовуючи підхід П. Бурд'є, запропонував своє бачення капіталу, його окремих форм і механізмів їх конвертації. Капітал він визначає як господарський ресурс, що накопичується, який включено у процеси відтворення і зростання вартості шляхом взаємної конвертації своїх різноманітних форм [14, с.5-16]. В. Радаєв виділяє наступні форми капіталу: економічний, фізичний, культурний, людський, соціальний,

адміністративний, політичний та символічний. Недоліком великого переліку форм капіталу є відсутність чітких границь між деякими з них та суттєва різниця визначень окремих з них з вже визнаними в наукових працях.

Фахівці Всесвітнього банку виділяють три форми капіталу: фізичний капітал, людські ресурси та природний капітал [16]. Такий підхід носить обмежений характер, оскільки не враховує НМА і соціальний капітал, які багато в чому визначають інноваційний характер розвитку економіки та консолідацію зусиль суспільства для його соціально-економічного розвитку.

Британською організацією «Форум майбутнього» розроблена модель, відповідно до якої сукупний капітал суспільства складається з 5 видів капіталу: природний, соціальний, людський, створений та фінансовий капітал [18]. Модель більш детально, ніж інші концепції, структурує капітал, сприяючи більш чіткому усвідомленню ролі капітальних благ у розвитку суспільства. В той же час в ній гроші та цінні папери розглядаються як капітал суспільства, що не відповідає дійсності, крім того модель не враховує НМА, які є важливою умовою створення економіки знань та економічного зростання.

Інституціональне середовище капіталу. Вкрай важливе значення для накопичення капіталу та його ефективного використання має сприятливе інституціональне середовище. Дійсно, чому країни третього світу бідні, навіть якщо володіють природними багатствами, а інші – не настільки багаті ресурсами як, наприклад, Фінляндія й Ірландія раптом роблять стрибок і виявляються серед ведучих країн світу. На думку Ернандо де Сото, автора книги «Загадка капіталу», головна причина полягає в тому, що в країнах третього світу недостатньо розвинений інститут власності і у багатьох випадках не оформлені належним чином права власності [19]. Безумовно, це дуже важлива, але не єдина обставина. Вона відображає лише один з аспектів того, що капітал це не тільки багатство, але й суспільні відносини. Мало мати ресурси, треба створити умови, щоб цими ресурсами можна було ефективно розпорядитися. Тобто, якщо міркувати на рівні держави, то щоб ресурси стали капіталом і щоб вони ефективно використовувалися необхідне створення відповідного інституціонального середовища з певним вектором розвитку, а саме: створення дієвого правового середовища, формування розвинених фінансових механізмів, зниження трансакційних витрат економічних обмінів, розвиток державно-приватного партнерства, створення конкурентного середовища та відповідних інститутів, що перетворюють економіку в ефективну динамічну систему. Модель широкого розуміння капіталу держави. Виходячи з вищевикладеного пропонується концептуальна модель широкого розуміння капіталу держави, яка, на наш погляд, більш повне відображає таке складне явище як капітал. Під капіталом у широкому сенсі пропонується розуміти сукупність фізичного, людського, соціального і природного капіталів та нематеріальних активів, які взаємодіють між собою в рамках існуючого інституційного середовища та включені у процес виробництва для задоволення майбутніх потреб, і які приносять додаткову вартість.

Таке бачення обумовлене наступними причинами. З переходом розвинених країн до етапу постіндустріального суспільства фізичний капітал втратив свою визначальну роль, на передній план висунулися людський капітал і нематеріальні активи, що відкрили шлях до інноваційного розвитку і побудови економіки знань. Все більшого значення набуває соціальний капітал як інструмент консолідації зусиль суспільства та каталізатор підвищення ефективності використання інших форм капіталу. Ріст світової економіки, обмеженість цілого ряду природних ресурсів (у першу чергу, енергетичних), нераціональне їх використання та ріст забруднення навколишнього середовища поставили в пряму залежність збереження людської цивілізації від раціонального використання природного капіталу.

Висновки і перспективи подальших розробок.

1. Поняття капіталу є багатограними й визначається розмаїтістю цілей і завдань теоретичного дослідження та його практичного застосування.

2. Визначальну роль при відтворенні людського і природного капіталу та НМА грає держава, на відміну від фізичного капіталу, де головну роль грає бізнес.

3. Запропонована концептуальна модель капіталу держави складається з фізичного, людського, соціального і природного капіталу, нематеріальних активів та відповідного інституційного середовища.

4. В сучасних умовах суттєво зростає роль держави у створенні сприятливого інституційного середовища, що є необхідною умовою накопичення капіталу та його ефективного використання.

У подальшому дослідження має перспективу у напрямку розробці методів оцінки капіталу держави та його окремих видів.

Література

1. Малова Т. Капитализация в условиях российской экономики: Теоретические и практические аспекты / Т. Малова. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 208 с.
2. Астахова Т. Человеческий ресурс и человеческий капитал: разница понятий или подходов управления? / Т. Астахова, Е. Толкачева // Управление человеческим потенциалом. – 2006. – № 4. – С. 302–308.
3. Корицкий А. В. Введение в теорию человеческого капитала: [учеб. пособ.] / А. В. Корицкий. – Новосибирск: СибУПК, 2000. – 112 с.
4. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 103–125.
5. Козырев А. Н. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов: рабочий документ для обсуждения на заседании рабочей группы по капитализации интеллектуальных активов Европейской комиссии ООН (19-20 ноября 2002 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.labrate.ru/kozyrev>.
6. Сидорина Т. Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия / Т. Ю. Сидорина // Журнал исследований социальной политики. – 2007. – № 3. – С. 319–334.
7. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма; [пер. с англ.]. – М.: АСТ Москва, 2004. – 730 с.
8. Петро Н. Создание общественного капитала в России: новгородская модель / Н. Петро // Управленческое консультирование. – 2001. – № 1. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dialogvn.ru/uk/2001/n01/s01-1-03.htm>.
9. Капелюшников Р. Экономический подход Гэри Беккера к человеческому поведению / Р. Капелюшников // США: экономика, политика, идеология. – 1993. – № 11. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.libertarium.ru/libertarium/kapelush>.
10. Швери Р. Теоретическая социология Джеймса Коулмена: аналитический обзор / Р. Швери // Социологический журнал. – 1996. – № 1–2. – С. 62–81.
11. Каменецкий В. А. Капитал (от простого к сложному) / В. А. Каменецкий, В.П. Патрикеев. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. – 583 с.
12. Капіталізація економіки України / за ред. акад. НАН України В.М. Гєєця, д-ра екон. наук А. А. Гриценка. – К.: Ін-т екон. та прогноз., 2007. – 220 с.
13. Бурдь'є П. Формы капитала / П. Бурдь'є // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60–74.
14. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 5–16.
15. Дорнбуш Р. Макроекономіка / Р. Дорнбуш, С. Фішер. – К.: Основи, 1996. – 809 с.
16. Краткий словарь терминов / Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/mirross/glossary.html>.
17. Панчишин С. Макроекономіка / С. Панчишин. – К.: Либідь, 2001. – 616 с.
18. The Guidebook: a guide to using green purchasing in your business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cannybuyer.com/guidebook/capital-model.shtml>.
19. Кирдина С. Может ли ученый изменить мир? (Эрнандо де Сото. Загадка капитала ...) / С. Кирдина. // Отечественные записки. – 2004. – № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru>.

ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ УТВЕРЖДЕНИЯ ГОРОДА ВАРНЫ КАК ВАЖНОГО ЦЕНТРА ТРАНСПОРТНЫХ СВЯЗЕЙ В БОЛГАРИИ

Рассмотрены основные предпосылки, которые определяют город Варну как важный транспортный центр Болгарии, а именно сделан акцент на географическом расположении, наличие развитой инфраструктуры автодорожного, железнодорожного, воздушного, морского и трубопроводного транспорта. Проанализировано нынешнее состояние транспорта в Варны.

The conditions that define the city of Varna as a major transport hub of the country can be brought to the location of the city are given, especially are determined such factors: geographic position, the development of many economic sectors, the availability of developed infrastructure of road, rail, air, marine and pipeline transport. The current situation of transport of Varna is analyzed.

Постановка проблемы в общем виде. Город Варна обладает национальным и международным значением в сфере транспортных связей. Благодаря своему специфическому расположению на западном берегу Черного моря, город является многофункциональным узлом международного уровня. Отличные транспортные связи делают его удобным логистическим мостом между странами Европы, России, Украины, Кавказского региона, Ближнего и Дальнего Востока. Варна занимает ключевую позицию в трансъевропейских сетях как порт и элемент настоящих и будущих транспортных коридоров. Через территорию Северо-восточного региона Болгарии, в котором расположен город, проходят три панъевропейских коридора: № 7 (р. Дунай), № 8 (Дурас – Скопье – София – Бургас – Варна), № 9 (Хельсинки – Киев – Русе – Александруполис). Город отличается высокой степенью внутренней и международной доступности, обеспечиваемой посредством автомобильного, железнодорожного, воздушного, морского и трубопроводного транспорта, что и делает его уникальным центром, благоприятствующим развитию широкого спектра экономических деятельности.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Богатый потенциал Варны в сфере транспорта предопределяет некоторые из основных целей регионального развития, содержащихся в действующих стратегических документах (Национальная стратегия регионального развития, План развития Северо-восточного региона, Стратегия регионального развития области Варны, План развития Муниципалитета Варны), которые трансформируются в задачи Общего плана устройства (ОУП) города и Муниципального района Варны (Общий генеральный план Варны):

- развитие и утверждение социально-экономического и инфраструктурного комплекса города Варны как конкурентным таким на региональном, национальном, и европейском уровне;
- эффективное использование ресурсов и потенциальных возможностей внегородских территорий в целях социально-экономического развития города;
- создание связей города Варны с национальной, Балканской и Европейской магистральной инфраструктурой и транспортной сетью и утверждение города в качестве крупного регионального трансграничного центра;
- развитие и утверждение роли города как регионального информационно-телекоммуникационного узла.

Выделение нерешённых ранее частей общей проблемы. Необходимо решить более конкретные задачи, которые должны быть выделены с целью утверждения конкурентных

позицій Варны в сфері транспорту, а також свідечувати об актуальності розглядаваної проблеми.

Формирование целей статьи. Цель публикации – проанализировать и оценить актуальное состояние транспорта в городе Варне и на этой основе выделить основные предпосылки для утверждения позиций города в качестве важного транспортного центра Болгарии.

Для достижения этой цели следует разрешить следующие основные задачи:

1. Рассмотреть актуальное состояние транспорта города Варны и области Варны, учитывая общее состояние транспортного сектора на национальном уровне;
2. Выделить основные проблемы в отдельных транспортных сегментах и привести некоторые факторы, способствующие утверждению города как важный транспортный центр Болгарии.

Изложение основного материала исследования. Поскольку сегодня Болгария находится в принципиально новом этапе развития, требования к национальной транспортной инфраструктуре являются неделимой частью требований к общей европейской инфраструктуре. Варна является неотъемлемой частью транспортного потенциала Болгарии и может преуспевать на основе рационального развития регионального транспортного сектора, связанного с общей транспортной сетью страны.

Пространственная организация дорожной системы в Болгарии обнаруживает различия, существующие между отдельными плановыми регионами (табл.1; рис. 1).

Таблица 1

Развитие дорожной сети в 2008 году

Плановые регионы	Плотность дорожной сети	Отн. доля магистралей и I класса дорог в регионе	Отн. доля дорог, покрытых асфальтом	Отн. доля магистралей и I класса дорог в государстве
	км/1000 км ²	%	%	%
Болгария	336,0	9,0	88,5	100,0
Северо-западный регион	319,4	5,2	87,6	5,3
Северный центральный регион	356,2	8,7	92,9	16,6
Северо-восточный регион	358,3	9,3	90,0	20,0
Юго-восточный регион	299,6	10,9	90,8	14,4
Южный центральный регион	330,5	7,9	86,8	21,7
Юго-западный регион	338,7	10,7	84,0	22,0

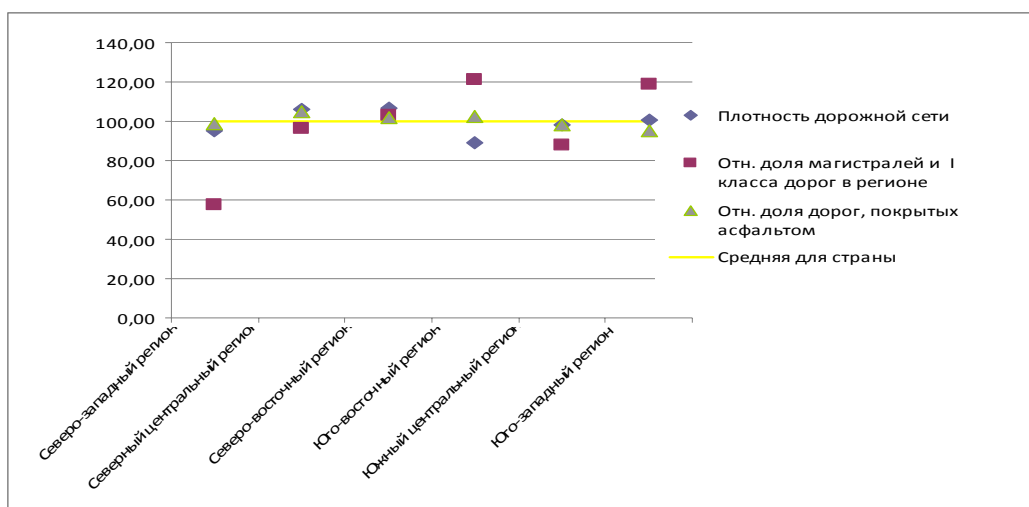


Рис. 1. Различия в развитии дорожной сети отдельных плановых регионов по сравнению со средними показателями по стране

Южный центральный и Северо-западный регионы наиболее отстают в развитии транспортной сети и количественные и качественные характеристики их дорожной сети ниже средних по стране. Дорожная сеть Юго-западного, Юго-восточного и Северо-восточного регионов более развита.

Территориальное распределение дорог высокого класса имеет решающее значение для мобильности населения и для доступа к высококачественным услугам. Преобладающая часть таких дорог в Болгарии находится на территории Юго-западного, Южного центрального и Северо-восточного регионов (22,0%; 21,7% и 20,0% протяженности всех дорог соответственно). Этот факт объясняется местоположением важнейших центров на территории регионов – Софии в Юго-западном, Пловдива – в Южном центральном и Варны – в Северо-восточном плановом регионе. Этим и обусловлено приоритетное строительство магистралей и дорог первого класса именно в тех регионах. Наименьшая часть протяженности всех дорог первого класса – на территории Северо-Западного региона (5,3%).

Развитие сети дорог в области Варны непосредственно связано с функциями города Варны, результатом чего является наличие относительно высокой доли дорог первого класса. Область обслуживают две автомобильные дороги международного значения (Е-70 по направлению Варна-Русе и Е-87 на побережье Черного моря), а также построенные участки автомагистрали «Хемус» и автомагистрали «Черное море». Завершение строительства автомагистрали «Хемус» приблизит регион к столице и сократит время нахождения в пути по направлению к морскому побережью. Строительство автомагистрали «Черное моря» как часть европейского коридора №83 (Национальна стратегия регионального развития Республики Болгарии 2005-2015 г.) и реконструкция международной дороги Е-87 также облегчит связь с побережьем, где сосредоточен основной туристический потенциал. Таким образом, магистраль может стать естественной средой, укрепляющей связь между урбанистическим центром Варны и ее буферной зоной (сеть маленьких городов, находящихся в сельских местностях). С магистрали «Черное море» к городской территории по «гребневидной схеме» будут отправляться транспортные связи к главной уличной сети. По этим связям могут сосредоточиться производственно-складовые и обслуживающие объекты (торговые и логистические центры), перед тем как въехать в жилищную и курортную городскую среду вблизи моря и озера. Это приведет к уменьшению концентрации грузопотоков через Варны и решит одну из основных проблем Варны, а именно факт, что обе автомагистрали «Хемус» и «Черное моря» обвязаны с коммуникационной и транспортной системой города.

Определяющий принцип при проектировании транспортной инфраструктуры это стремление к ограничению движения автомобилей в центральном районе города и направление потока автомобилей к его периферии. То же самое относится и к железнодорожному и водному транспорту. Общий план устройства придерживается к функциональным зонам муниципального района, сохраняя основную уличную сеть так, как она была протрассирована в ОГП-80 и ГКТП-84, при следующих изменениях:

- значительная часть второклассный и третьеклассных главных улиц, расположенных в центральном районе города, перешла в нижний класс;
- транзитный автомобильный поток с севера к югу, с запада к югу и с запада к северу направлен по новой республиканской дороге. Дорога начинается с юга от магистрали «Черное моря», пересекает озеро при помощи нового моста в районе деревни Казашко, пересекает аэропорт с запада, связывается с магистралей «Хемус», продолжает к северо-востоку по существующей окольной дороги, достигает район деревни Куманово и Кичево и направляется к северу и к деревню Дуранкулак. Такая трасса освободит внутригородское движение от транзита и улучшит движение при въезде и выезде из города.

Дорожную сеть области Варны оценивают как хорошо развитую. Необходимо, однако, усовершенствовать определенные внутри-региональные направления, преимущественно по направлению «север-юг», и поработать в области транспортной доступности центров, предлагающих услуг высокого качества. Улучшение транспортно-

коммуникационных связей терминалов порта также приведет к более полному усвоению мощностей морских портов, что и является значительным потенциалом развития региона, так как порт Варна связывается непосредственно с Россией, Грузией и Украиной при помощи паромов и ро-ро связи, а при помощи железнодорожной линии Русе-Варна - и с европейским коридором Рейн – Майн – р. Дунай. Существующие мощности морских портов в регионе Варны формируют интегральное лицо портовых деятельностей, направленных преимущественно к взаимодействию со странами Европы, Среднего Востока и Южной Африки. Здесь обрабатываются все виды грузов – жидкие, насыпные, навалочные, в том числе контейнерные и ро-ро; успешно применяются основные технологии комбинированной грузоперевозки: контейнерные, ро-ро и железнодорожные паромные перевозки; располагают свободной пропускной способностью; имеют отличную связь с национальной железнодорожной сетью и хорошо обвязаны с республиканской дорожной сетью. Располагают эффективными коммуникационными средствами и квалифицированной рабочей силой. Развитие портовой деятельности, однако, требует наличия современных терминалов, таких как зернового, контейнерного и многоцелевого терминалов. Таким образом, от грузо-разгрузочных работ освободится та часть Порта «Варна-Восток», которая расположена в непосредственной близости от исторического центра города, а это приведет к открытию этой территории к городу и к реализации связи «город-море» в урбанистическом плане.

Параллельно к хорошим оценкам о существующих относительно эффективных связях морского порта с национальной автомобильной и железнодорожной сетью, следует отметить, что инфраструктура порта обладает рядом проблемных областей, таких как:

- несоответствие между производительностью, уровнем технологий и оборудования инфраструктуры порта и потребностями национальной экономики, находящейся в этапе подъема;
- плохое состояние инфраструктуры порта, перегрузочной техники и сооружений;
- нет достаточно специализированных терминалов, таких как контейнерных, например: производительность порта не соответствует производительности других международных портов;
- нет внедренных современных логистических и информационных систем для управления грузооборотом.

Решение этих проблем послужит основой для утверждения Варны как доминантный транспортный центр региона и сделает устойчивыми позиции города в контексте развития современного морского дела.

Важные количественные показатели состояния транспортной инфраструктуры – это протяженность железнодорожных линий и плотность железнодорожной сети. По данным национальной статистики, общая протяженность железнодорожных линий составляет 4 144 километров. Более половины всех линий сооружена в Северной и Юго-восточной Болгарии, при чем самые короткие линии расположены в Северо-Восточном регионе, где находится и г. Варна (табл. 2). Плотность железнодорожной сети ($39\text{км}/1000\text{км}^2$) является более низкой, чем плотность железнодорожной сети стран ЕС15, а и некоторых восточноевропейских стран. В целом, плотность железнодорожной сети достигает около 75% средней по странам ЕС15, где наблюдается тенденция к известному уменьшению общей протяженности из-за закрытия линий. Территория страны не обслуживается равномерно железнодорожным транспортом. Если средний уровень плотности - $39\text{км}/1000\text{км}^2$, в горном регионе Рилы – Родопы он 16, в некоторых частях Юго-восточной Болгарии – 7, а на северо-востоке – $20\text{км}/1000\text{км}^2$. Сеть расположена неравномерно по плановым регионам (табл. 3; рис. 2).

Наименее развита железнодорожная сеть восточной части страны (Северо-восточного и особенно Юго-восточного планового региона), где плотность железнодорожной сети чувствительно ниже средней по стране, но имеет хорошие показатели по отношению к степени модернизации. Наиболее отстает в своей модернизации ж/д сеть в Южном центральном регионе, где плотность чуть выше средней по стране.

Таблица 2

Протяженность железнодорожных линий 2000 – 2008 г. [1]

(км)

Статистические зоны Статистические районы Области	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Итого	4320	4320	4318	4316	4259	4154	4146	4143	4144
Северная и Юго-восточная Болгария	2282	2283	2280	2285	2297	2194	2174	2461	2461
Северо-западный регион	405	386	386	386	386	322	322	648	648
Северный центральный регион	809	828	828	826	826	786	785	620	620
Северо-восточный регион	670	671	668	675	675	675	652	490	488
Юго-восточный регион	398	398	398	398	410	411	415	703	705
Юго-западная и Южная центральная Болгария	2038	2037	2038	2031	1962	1960	1972	1682	1683
Юго-западный регион	909	909	909	902	902	901	899	899	899
Южный центральный регион	1129	1128	1129	1129	1060	1059	1073	783	784

Таблица 3

Развитие железнодорожной сети в 2008 году

Плановые регионы	Плотность ж/д сети	Относительная доля двойных ж/д линий	Относительная доля электрифицирован ных ж/д линий	Отн. доля ж/д линий в регионе к общему по стране
	км/1000 км ²	%	%	%
Болгария	39,0	22,4	65,9	100,0
Северо-западный регион	38,2	16,3	74,8	9,4
Северный центральный регион	45,1	25,3	64,3	18,7
Северо-восточный регион	33,5	36,6	65,4	15,5
Юго-восточный регион	27,2	37,4	80,4	9,2
Южный центральный регион	41,0	12,8	53,8	26,1
Юго-западный регион	44,8	17,5	61,2	21,1

Область Варна обслуживает ж/д линия София-Варна [2; 3; 4], которая осуществляет и связь по всем направлениям в Северной Болгарии. Та же самая линия связывает область Варна с ж/д направлением к городу Русе и имеет исключительно важное значение об осуществлении грузоперевозок с г. Русе в Порт Варну.

Частью транспортной инфраструктуры области является и ж/д линия Карнобат – Синдел, которая связывает Северо-Восточную Болгарию с Южной. По существу эта линия участвует и как элемент Панъевропейского транспортного коридора № 8, более конкретно – его железнодорожной инфраструктуры.

Строительство двойной линии и ее электрификация – это один из важнейших инвестиционных объектов на территории области Варны. Завершение строительства в областях Варне и Бургас окажет огромное воздействие на развитие оба региона – Северо-восточного и Юго-восточного.

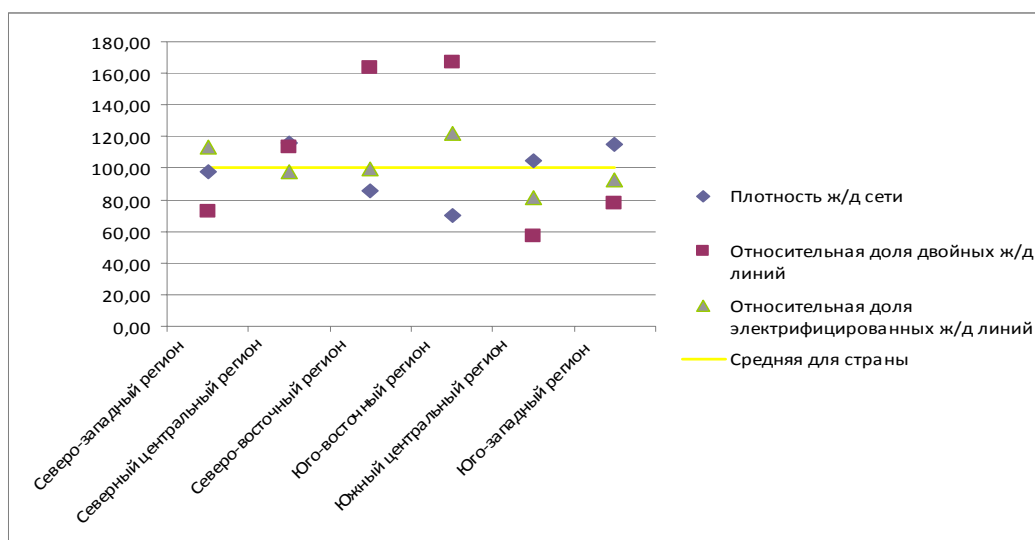


Рис. 2. Различия в развитии железнодорожной сети отдельных регионов

Проблемы, сопутствующие развитию железнодорожного транспорта в области гармоничны с национальными проблемами того транспортного сегмента, а именно:

- плохое техническое состояние значительной части ж/д сети;
- погрузо-разгрузочная техника, рампы и магазины грузовых вокзалов исчерпали свою производительность;
- подвижной состав, предназначенный для перевозки грузов, также в неудовлетворительном состоянии и недостаточен для потребностей развивающейся экономики;
- применяются технологии, несоответствующие уровню технологий в ЕС;
- нет погрузо-разгрузочных сооружений и вагонов для специализированных перевозок, таких как вагонов для мультимодальных перевозок по технологии «Хукепак» и RO-LA, например; нет мультимодальных терминалов типа ж/д – шоссе;
- внедрение новых технологий и улучшение технического состояния ж/д инфраструктуры и подвижного состава отстает по сравнению с потребностями экономики и ниже средних показателей ЕС.

Современные решения в транспортной сфере требуют комбинаторности и целенаправленного синтеза между имеющимися транспортными альтернативами [5]. Потенциал Варны в этом направлении связан, прежде всего, со стремлением к достижению максимальной доступности между отдельными видами транспорта, развитыми на территории области. В этом направлении транспортный сектор города отмечает некоторые пропуски, прежде всего из-за отсутствия непосредственной связи между железнодорожным и воздушным транспортом и поэтому требуется посредничество альтернативного маршрута – шоссе. Такие варианты требуют значительной организационной работы и дополнительно удорожают практическое применение воздушного транспорта. Доступ к аэропорту возможен только автомобильным транспортом, посредством морской дороги № 9/E87, являющейся связью с Румынией, курортным комплексом «Золотые пески», курортным комплексом «Св. Константин и Елена», Варной, Обзором, КК «Солнечный берег» и Бургасом. Существуют и другие дороги, обеспечивающие доступа к аэропорту, такие как: магистраль «Хемус» – А2 и шоссе № 2/E70 с запада (из Софии и Шумена) и с северо-западного шоссе II – 29 «Варна – Аксаково – Добрич». Значительная часть трафика от и к аэропорту по направлению к курортным комплексам «Золотые пески» и «Албена» осуществляется именно по шоссе II-29 до г. Добрич и г. Аксаково и потом по шоссе III 2902 (Аксаково – Добрич/ - Куманово – (Оброчище- Кичево) до шоссе № 2/E70 и до курортных комплексов «Албена» и «Золотые пески». Эти дороги в хорошем состоянии и в будущем могут устоять более интенсивному движению. Основная проблемная позиция воздушного транспорта Варны – ограниченное присутствие карго-обслуживания Аэропорта Варны. Поэтому на аэропорту нет отдельных сооружений для экспедиции, загрузки

и обработки карго посылок. Когда возникает необходимость перевозки маленьких посылок, их обрабатывают на существующих терминалах, используя отдельное помещение для хранения.

Евроинтеграция означает свободное передвижение людей и свободный оборот товаров и капитала. Практически свободный оборот товаров предполагает высокого уровня транспортной логистики и обслуживающей инфраструктуры. В этом направлении необходимо наличие ряда предпосылок, укрепляющих положение города Варны как важный транспортный центр Болгарии.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. Основные предпосылки можем обобщить в следующей последовательности:

- Первая предпосылка, которая дает основание считать Варну транспортным центром Болгарии, это бесспорно ее географическое расположение – выход к морю предопределяет развитие не только транспортного сектора, но и ряда отраслей промышленности.
- Развивается широкий спектр экономических деятельности – торговля, индустрия, туризм, строительство и т.п.
- Во всех отраслях экономики, деятельности осуществляются квалифицированной рабочей силой, обладающей опытом и традициями, а материальная база хорошо развита, несмотря на то, что нуждается в модернизации и обновлении.
- Наличие технологической и рыночной инфраструктуры современного типа, как например бизнес-центры, логистические парки, агентства регионального развития и др.
- Из-за стратегического местоположения Варны, через ее территорию проходят три панъевропейских транспортных коридора.
- Наличие развитой инфраструктуры, обеспечивающей доступности посредством автомобильного, железнодорожного, воздушного, морского и трубопроводного транспорта.
- Адаптивность региональных транспортных альтернатив к национальным решениям в сфере транспорта.
- Современная визия о развитии города на базе существующего потенциала человеческих и материальных ресурсов.
- Учреждения высшего образования, как и существующие исследовательские центры и институты поощряют развитие нового и инноваций, способствуют созданию технологических парков и других способов взаимодействия науки с производством.
- Налицо база, необходимая для привлечения инвестиции в развитии проектов о деятельности порта, воздушного транспорта, сухопутного и железнодорожного транспорта, промышленности, торговли, туризма и т.п.

Современный облик города Варны неизменно связан с адекватными, современными и оптимальными решениями в области транспортного сектора, поскольку транспорт имеет стратегическое значение для правильного развития города во всех экономических, социальных и культурных направлениях. Поэтому логически и обосновано транспортный сектор определяют как приоритетный для развития региона, имея в виду серьезные предпосылки, выделяющие Варну как центр особого значения в сфере транспорта не только на национальном, но и на европейском уровне.

Литература

1. Протяженность железнодорожных линий 2000 – 2008 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nsi.bg.
2. Оценка на регионалните ефекти на проект за изграждане на високоскоростна жп-линия София-Варна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://regionálnorazvitiie.com>.
3. Еюб М. Х. Общоевропейски транспортни коридори. Реализация и поддържане в границите на България / Мехмед Хасан Еюб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tu-varna.bg.
4. Транспортни и хамалски услуги на територията на цялата страна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.transport-bg.com.
5. Официален сайт на Министерство на транспорта на Република България [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mtc.government.bg.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЇХ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Рівень економічного розвитку країн в сучасному світі досить істотно залежить від рівня їх інноваційного розвитку, здатності розробляти, обирати та запроваджувати новітні технології. Значну роль у цих процесах відіграє державна підтримка поліпшення інноваційного середовища країни.

The level of economic development of countries in the modern world depends on a level of its innovative development, ability to develop, to elect and enter the newest technologies. Government support of improvement of innovative environment of country plays a considerable role in these processes.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах інновації стають фактором, здатним істотно впливати на формування конкурентоспроможності країн. Це завдання особливо актуальне для України, яка володіє значним інноваційним потенціалом, що використовується недостатньо [1]. Виходячи з євроінтеграційних спрямувань України, на особливу увагу заслуговує досвід країн Євросоюзу щодо розвитку інноваційної діяльності.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретично-методологічні засади дослідження інноваційного розвитку країн Європейського Союзу закладено в роботах зарубіжних та вітчизняних вчених: В. Аркіна, С. Глазьева, А. Гальчинського, Р. Гринберга, Ю. Козака, П. Кругмана, Ю. Макогона, П. Самуельсона, Дж. Ю. Стігліца, І. Терона, А. Фельдмана, В. Чужикова та інших.

Дослідженню питань підвищення економічної конкурентоспроможності держав світу присвячено наукові роботи В. Геєця, П. Друкера, М. Портера, Дж. Сакса, І. Школи, І. Шумпетера та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз висвітлення теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з використанням інноваційних конкурентних переваг держав ЄС в контексті їх нещодавнього розширення, свідчить про необхідність подальших досліджень у цьому напрямку.

Окрім цього, для того, щоб дати прогноз і визначити конкретні моделі інформаційного розвитку України, визначити набір найбільш ефективних його способів, невірно було б орієнтуватися на ту, або іншу модель, той або інший спосіб у чистому виді [2, с.25].

Не існує однієї кращої моделі, аналіз позитивних і негативних характеристик моделей технологічного розвитку залежить від конкретних проблем реального суспільства й ситуації в ньому, від конкретних проблем, які нові технології ставлять у всіх сферах громадського життя. Хоча, корисно використати позитивні риси будь-якої моделі, якщо вони вписуються в конкретну ситуацію країни. Дуже серйозним представляється завдання уникнути бездумного копіювання західного досвіду, що особливо характерно сучасній Україні.

Вищезазначене визначило актуальність та спрямованість дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз існуючої інноваційної політики в країнах ЄС та виділення шляхів переходу до інноваційної моделі економічного розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою складовою нового етапу розвитку України є посилення інтеграційних процесів, курс на вступ до ЄС. Виходячи з перспектив обраного курсу, шлях технологічного розвитку України у перспективному

періоді буде тісно пов'язаний з моделлю Європейського Співтовариства, оскільки ця модель припускає не просто тісне співробітництво в сфері науки і техніки, а й інтегрування економік європейських країн. Отже у перспективі модель ЄС могла б стати для технологічного розвитку України однією з визначальних, що обумовлює необхідність її глибокого вивчення та висвітлення.

В Європі, як і в інших розвинених країнах світу, зростає роль наукових, інноваційних, технологічних та інвестиційних факторів, які все більше набувають значення компоненти економічного розвитку. Навіть незважаючи на деяке уповільнення темпів економічного зростання, в більшості країн Західної Європи в другій половині XX і на початку XXI століття динаміка інвестицій у НДДКР залишається позитивною.

В останнє десятиліття інвестиції в «знання», тобто витрати на НДДКР, вищу освіту, інформаційні та комунікаційні технології, зростають темпами, що випереджають темпи росту інвестицій в основний виробничий капітал [3, с.1733].

У результаті зростає частка технологій та продукції наукомістких галузей в новоствореній вартості, а також зайнятих в загальній чисельності зайнятих. Якщо в середньому по ЄС середньорічні темпи приросту підприємницького сектора за період 1990-1998рр. склали 1,46%, то для галузей, що ґрунтуються на знаннях, цей показник перевищував 2% (2,07%).

Наприкінці 90-х рр. частка наукомістких галузей зростала в цілому по ЄС до 26%, вищою за середнє значення вона була в Ірландії – 39,2%, Бельгії – 37,9%, Швейцарії – 36,5%, Німеччині – 31,7%, Франції – 27,2%, Голландії – 26,7%, Угорщині – 26,2%. Причому більше половини значення цього показника припадає, як правило, на так звані наукомісткі послуги, представлені, насамперед, фінансовими, страховими, іншими діловими структурами та їхніми різновидами.

Спільною тенденцією для переважаючої більшості європейських країн стало збільшення у ВВП з другої половини 90-х років частки витрат на НДДКР. У той же час в структурі інвестицій у «знання» мали місце розбіжності по країнах, зумовлені спеціалізацією у формуванні «нової» економіки. У європейських країнах, які володіють порівняно розвинутою науково-дослідною базою, – Австрії, Німеччині, Франції, Швеції – більше половини цих інвестицій спрямовуються в НДДКР, решта – в освіту та розробку програмного забезпечення. У країнах з досить обмеженим сектором досліджень і розробок – Греції, Ірландії, Португалії та Іспанії – ці інвестиції переважно концентруються в сфері вищої освіти; Данія, Норвегія, Голландія, Великобританія спеціалізуються на розвитку програмного забезпечення.

Статистичні данні свідчать, що з середини 90-х років прискорюються темпи виробництва і поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Інша загальна тенденція – триваючі зміни структури фінансування НДДКР у напрямі від скорочення питомої ваги державних джерел до зростання приватних інвестицій. Ця тенденція зберігається для ЄС у цілому та переважної більшості його учасників. Проте в країнах Центральної та Східної Європи – Польщі, Угорщині, Словенії – спостерігається протилежна тенденція, яку можна пояснити специфікою системних трансформацій.

В другій половині 90-х років уряди майже всіх західноєвропейських країн прийняли програми стимулювання інноваційної діяльності, спрямовані, насамперед, на поширення нововведень [4, с.46]. Одне з основних місць у реалізації цих програм зайняли інституціональні зміни, зокрема, формування структурних елементів та механізмів здійснення інноваційної політики. Незважаючи на національні розбіжності в підходах, можна виділити три загальних аспекти.

1. Створення нових адміністративних структур, заснованих на системному характері інновацій. Деякі країни (Великобританія, Німеччина) змінили функції міністерств або створили нові міністерства, які займаються питанням інноваційної політики. У Фінляндії очолювана прем'єр-міністром Рада з наукової і технологічної політики взяла відповідальність за стратегічний розвиток та координацію цієї політики, а також інноваційну

систему в цілому. В Іспанії уряд в рамках національної інноваційної програми сформував координаційну структуру в сфері інноваційної політики під керівництвом прем'єр-міністра.

Внесені також зміни до механізму координації – створені нові координуючі органи (інноваційні ради) або до компетенції вже існуючих наукових рад включені питання інноваційної діяльності.

2. Визнання на урядовому рівні інновацій життєво важливим фактором економічного розвитку, проведення широкої урядової компанії з проблем нововведень, активізація діалогу між науковим співтовариством, промисловістю і громадськістю.

Практика проведення інноваційних кампаній поширена у Великобританії і Німеччині. В Іспанії створений Форум інформаційного суспільства, однією з головних задач якого є стимулювання координації діяльності уряду і різних промислових та громадських організацій при розробці Національного плану дій щодо створення інформаційного суспільства.

3. Використання нового механізму прогнозування і визначення пріоритетів «Передбачення» («Foresight») для формування національної інноваційної стратегії. Його мета – визначити стратегічні напрями досліджень та інновацій для підвищення конкурентноздатності країни.

З посиленням міжнародних інтеграційних процесів і виробленням погодженої економічної політики, властивої загальному економічному просторові країн, зокрема членів ЄС, з'являється нова можливість розробки єдиної інноваційної політики на рівні держав-членів співтовариства.

Вироблення єдиного антимонопольного законодавства; використання системи прискорених амортизаційних відрахувань, що власне кажучи є безпроцентними позиками на придбання новітньої техніки; пільгове оподаткування витрат на НДДКР; заохочення малого наукомісткого бізнесу; пряме фінансування підприємств для заохочення нововведень в сферах новітніх технологій; стимулювання співробітництва університетської науки і компаній, що виготовляють наукомістку продукцію, – це далеко не повний перелік атрибутів інноваційної політики, яка проводиться в країнах ЄС і відкриває рівні можливості для національних підприємств країн-членів ЄС у сфері інноваційного бізнесу.

Стратегічною лінією країн членів Європейського Союзу в сфері інноваційної діяльності є концентрація фінансових ресурсів на ключових напрямках, які охоплюють:

- створення єдиної для всіх країн-членів ЄС бази даних, що акумулює та регламентує комплекс мінімально необхідних процедур і формальностей для створення підприємств;
- підтримку малих і середніх підприємств з метою правового захисту від незаконного копіювання розроблених технологій і продукції;
- створення механізму фінансової підтримки малих і середніх підприємств, надання їм допомоги в підготовці, реєстрації та підтримці патентів з огляду на досвід роботи національних і європейських патентних бюро;
- удосконалення системи фінансування інноваційної діяльності підприємств;
- введення більш досконалого податкового механізму, який надавав би певні пільги підприємствам, що займаються розробкою та випуском інноваційної продукції;
- створення на підприємствах і компаніях умов для стимулювання підвищення освітнього рівня працівників.

Нині значна кількість Євросоюзу, в першу чергу Фінляндія, Швеція, Данія, Нідерланди і Великобританія, випереджають США і Японію за багатьма показниками НДДКР. Так, Ірландія, Франція, Фінляндія, Великобританія та Швеція лідирують за динамікою випуску науковців та інженерів. Фінляндія, Швеція і Нідерланди – за фінансуванням НДДКР державою і патентуванням в Європейському патентному відомстві.

Європейський Союз у середньому направляє на НДДКР 1,9% ВВП, в той час як США – 2,64, Японія – 3,04% (у ряді європейських країн цей показник вищий – у Швеції 3,6%, Фінляндії 3,1%). У 2000р. витрати ЄС на НДДКР в сфері медичних технологій, авіації, фармацевтики та інших наукомістких сфер склали 164 млрд. євро (166,6 млрд. дол.), а

США – 288 млрд. євро (285,6 млрд. дол.). Якщо в США частка приватного сектора в загальних витратах на НДДКР складає 68,2%, то в ЄС – 56,3%. Суттєво відстає ЄС і за показниками інноваційної активності, зокрема питомої ваги у ВВП венчурного капіталу, капіталізації нових компаній, ринку інформаційних технологій, а також за часткою нових продуктів на національних ринках. У 90-ті роки послабшали позиції країн Західної Європи на світових ринках новітніх технологій.

Відставання Західної Європи від конкурентів багато в чому викликано специфічними рисами цього регіону, зокрема високою часткою держсектору, недостатніми стимулами для підприємництва, розбіжностями в національних інноваційних системах, характері та ступені інноваційного розвитку держав-членів ЄС. Розширення ЄС за рахунок нових членів привносить певні негативні особливості науково-технічного розвитку, що залишилися від планово-державної економіки [5, с.77].

Останнім часом Євросоюз зміг домогтися деяких зрушень у реалізації стратегії інноваційного розвитку. Низка країн (зокрема Великобританія) збільшили витрати на НДДКР або відмовилися від їхнього запланованого скорочення (наприклад, Франція), розпочали використовувати нові механізми стимулювання інноваційної діяльності в підприємницькому секторі.

На початку 2002 р. у Барселоні Рада Європи сформулювала низку конкретних завдань в сфері стимулювання інноваційного розвитку. Серед них – збільшення до 2010 р. частки витрат на НДДКР у країнах ЄС з 1,9 до 3% ВВП, насамперед за рахунок зростання асигнувань приватного сектора; подальша вертикальна та горизонтальна координація інноваційної політики; створення єдиного Європейського дослідницького сектору з урахуванням розширення Євросоюзу.

Відсутність серйозного прогресу в інноваційному розвитку, проблеми в зв'язку з розширенням Євросоюзу, старіння населення – усі ці фактори лягли в основу пропозиції Єврокомісії по нових напрямках інноваційної політики [6, с.22]. Ці пропозиції сформульовані в документі «Інноваційна політика: сучасні підходи в контексті Лісабонської стратегії», де виділені такі пріоритети:

- поліпшення інноваційного середовища шляхом посилення інноваційної складової по всіх напрямках національних політик;
- стимулювання ринкового попиту на інновації і використання концепції «лідуючих» ринків, що передбачає підтримку ринків, найбільш сприятливих до нововведень;
- стимулювання інновацій у держсекторі, подолання бюрократичного консерватизму державної адміністрації;
- посилення регіональної інноваційної політики.

У 2002р. в ЄС на базі об'єднання рад з внутрішнього ринку і промисловості та дослідницьких рад було створено Раду з конкурентоспроможності. У рамках Єврокомісії відбуваються регулярні зустрічі Групи комісарів з проблем зростання, конкурентоспроможності, зайнятості і сталого розвитку.

Велике значення для координації національних інноваційних політик мають заходи ЄС по збору, аналізу, оцінці та поширенню інформації про стан інноваційної діяльності в країнах-членах і найбільш успішні приклади інноваційної політики. Серед них:

- тренди інновацій у Європі – поширення успішних прикладів інноваційної політики;
- Європейський інноваційний таблоїд – щорічні данні про стан науки, техніки, інноваційної поведінки компаній та інноваційне середовище;
- Іннобарометр – спеціальні обстеження конкретних аспектів інноваційної політики, включаючи ставлення компаній до нововведень;
- Діяльність електронної служби інформації ЄС з НДДКР та інноваційної політики – CORDIS, у рамках якої надаються також відомості про можливості використання результатів робіт з проектів ЄС.

Зазначені інформаційні заходи виходять за межі програм НДДКР, фінансованих з фондів ЄС, і охоплюють всю інноваційну діяльність країн Західної та Центральної Європи.

За останні 10 років у країнах Європейського Союзу значно зросло значення регіонального науково-технічного та інноваційного співробітництва. Поява нових технологій і глобалізація економіки, а також обмеженість урядових бюджетів обумовили підвищення ролі регіонів у здійсненні економічної діяльності. У результаті, регіональні влади все ширше налагоджують контакти з зацікавленими колами за рубезем на субрегіональному рівні. Одночасно регіональні проблеми вирішуються шляхом тісних контактів центрального уряду і місцевої влади, оскільки останнім краще відомі технічні, економічні та соціальні потреби регіонів.

Таким чином, в останні роки все тісніше переплітаються три рівні формування регіональної політики (політика, здійснювана самими регіонами, регіональна складова федеральної інноваційної політики та наднаціональної політики ЄС).

Поступово змінюється характер національних науково-технічних політик, основним пріоритетом яких стає поширення нових знань в економіці, що також підвищує значення регіонального аспекту інноваційної політики. У результаті регіональна політика все більшою мірою набуває структурного, а не перерозподільчого характеру. Федеральний уряд відіграє домінуючу роль у фундаментальних дослідженнях і підготовці наукових кадрів, а регіони все більше реалізують політику поширення інновацій.

Зокрема, у Великобританії регіони Східного Мідленду, Північного сходу, Уельс і Шотландія мають власну інноваційну стратегію і активно беруть участь в інноваційних програмах ЄС [7, с.27].

Інноваційна політика стала складовою частиною національної регіональної політики, однак, як правило, національні уряди віддають перевагу вже розвиненим у науково-технічному відношенні регіонам.

Держава надає допомогу відсталим регіонам не стільки шляхом прямих інвестицій, скільки через сприяння в розробці інноваційної політики та розвитку інфраструктури. Пом'якшення диспропорцій технологічного регіонального розвитку є переважно функцією ЄС.

Основне місце в цьому напрямі діяльності приділяється Мережі інноваційних регіонів та локальній мережі центрів з поширення інновацій [8, с.10]. Мережі інноваційних регіонів – це національні та транснаціональні об'єднання в сфері розробки й обміну досвідом щодо інноваційної стратегії. Центри з поширення інновацій мають статус незалежних консультативних організацій в сфері технології і бізнесу, які отримують допомогу від Єврокомісії з підприємництва. Вони надають допомогу інноваційному бізнесу за такими напрямками:

- трансфер технологій; комерціалізація результатів НДДКР, включаючи питання інтелектуальної власності;
- розвиток адаптаційних можливостей компаній до нової технології, в тому числі шляхом об'єднання потенційних партнерів співробітництва;
- здійснення транснаціональних інноваційних ініціатив;
- поширення інформації про інноваційну політику Євросоюзу.

Підтримка інноваційної діяльності вимагає значної кількості інструментів, за допомогою яких держава реалізує необхідні функції у цій сфері [9, с.44]. Серед них можна виділити декілька груп:

Пряма фінансова підтримка інноваційних процесів:

- безпосереднє фінансування утворення нових галузей, наукоємних виробництв тощо за рахунок коштів державного бюджету, зокрема на державних підприємствах;
- ініціювання створення та фінансування науково-дослідницьких програм, наукових центрів шляхом конкурсного відбору;
- надання безпроцентних чи пільгових позик та грантів, державне замовлення на інноваційні продукти;
- дотації за рахунок державного бюджету для визначених галузей, виробництв чи технологій;

- компенсація банківського процента цілком чи його частини, в разі спрямування позики на фінансування інвестицій у технологічні інноваційні зміни;
- державні виплати провідним науковим центрам та науковцям;
- компенсація науково-дослідним установам витрат, пов'язаних з налагодженням інформаційного забезпечення (підключення до всесвітньої мережі «Інтернет», організація передплати зарубіжних видань для бібліотек тощо).

Фіскальні пільги для інноваторів:

- зниження ставок податку на прибуток підприємств;
- податковий кредит інноваційним підприємствам;
- зменшення суми прибутку до оподаткування шляхом виключення з нього вартості досліджень чи освоєння нової технології;
- звільнення від деяких відрахувань до бюджету;
- звільнення від сплати податку на прибуток, який отримано власниками майнових прав інноваційних та венчурних фірм;
- відстрочка сплати імпортного мита чи звільнення від його сплати в разі ввезення товарів для реалізації інноваційного проекту;
- пільгова амортизація для фірм, визначених як інноваційні.

Правові, інфраструктурні, економічні та політичні інструменти підтримки інновацій:

- удосконалення законодавства про авторське право, патентних відносин;
- введення системи сертифікації та стандартів, що заохочує споживання інноваційних товарів, товарів харчування високої якості, нових медичних, будівельних, телекомунікаційних, рекреаційних, туристичних, транспортних послуг тощо;
- розвиток та підтримка системи освіти в країні: закладів загальної освіти, університетів, спеціальної фахової підготовки, системи безперервного навчання і перекваліфікації робочої сили, курсів профільного тренінгу та менеджменту;
- тимчасовий дозвіл на монополію виробника інноваційних товарів та впровадника інноваційних технологій, або, навпаки, обмеження монопольного становища, що зменшує витрати становлення нових виробників товарів чи послуг;
- створення державної інформаційної інфраструктури, розширення доступу до інформаційних мереж та банків даних, бібліотек;
- надання державних замовлень підприємствам для гарантування компенсації витрат на фінансування інновацій;
- здійснення державного лобіювання інтересів українських виробників інноваційної продукції на міжнародному рівні, застосування відповідного торговельного режиму та регулювання валютних курсів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Нажаль сьогодні шлях технологічного розвитку України відповідно до моделі Європейського Союзу не може бути реалізований, принаймні в доступному для огляду майбутньому (10-15 років), по наступних причинах:

- по-перше, модель Європейського Союзу припускає не просто тісне співробітництво в галузі науки й техніки, а й інтегрування економік європейських країн;
- по-друге, підставою для інтеграції є певний, "середньоевропейський" рівень технологічного розвитку, яким Україна не володіє на дійсний момент. У перспективі ця модель могла б стати для національного технологічного розвитку однією з визначальних.

Що ж стосується використання способу запозичення інновацій для подальшого їх поширення й вдосконалення, то Україна зі своїм, в основній масі, індустріально організованим виробництвом, у випадку використання цього способу технологічного розвитку буде поставлена в умови нерозв'язного протиріччя між сучасними технологіями, пропонованими розвиненими європейськими партнерами, і можливостями відсталого, з інформаційної точки зору, індустріально організованого виробництва [10, с.118].

Отже, виходячи з вищевикладеного можна підсумувати:

1. Україна під впливом глобальної трансформації світу інтегрується в економічну систему,

що стає світовою.

2. Для інтеграції у світове інформаційне співтовариство на паритетних основах Україна повинна в короткі строки зробити перехід від індустріальної організації суспільства до інформаційної стадії розвитку.
3. Цей перехід повинен здійснюватися на основі вивіреного плану, що враховує світовий досвід й особливості країни.
4. Уповільнені темпи технологічного розвитку збільшать розрив між Україною й розвиненими країнами, зроблять необоротним її перетворення в країну "третього світу".
5. Помилки у виборі моделі технологічного розвитку можуть викликати посилення соціальної напруженості й соціальні конфлікти загальнодержавного масштабу.

Таким чином, перехід до інноваційної моделі економічного розвитку потребує реалізації трьох головних завдань:

- розвитку конкурентоспроможного підприємницького сектора та великих корпорацій, його здатності до концентрації і перерозподілу коштів у пріоритетні напрями;
- слідування державним пріоритетам розвитку освіти, науки і технологій;
- повноцінної інтеграції в глобальну інноваційну сферу, світову торгівлю наукоємними товарами та інтелектуальною власністю.

Це вимагає виваженої комплексної державної стратегії, головним принципом якої є максимально повна реалізація потенціалу інноваційного розвитку для докорінної модернізації національної економіки, підвищення її соціально-економічної ефективності та національної конкурентоспроможності.

Література

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» № 433- IV від 16 січня 2003р. / Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 13. – ст. 93.
2. Чужиков В. І. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку України в межах спільного європейського економічного простору / В. І. Чужиков // зб. матеріалів Шостої науково-теоретичної конференції «Формування та розвиток інноваційних підходів в економіці, науці та освіті» (29-30 квітня 2004 року). – К.: ІММБ, 2004. – С. 23–26.
3. Bartel A. How does information technology affect productivity? Plant-Level Comparisons of Product Innovation, Process Improvement, and Worker Skills / A. Bartel, C. Ichniowski, K. Shaw // Quarterly Journal of Economics 122. – 2007. – P. 1721–1757.
4. Porter M. Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index / [Електронний ресурс] / M. Porter. – Режим доступу: www.weforum.org.
5. Андрощук Г. О. Програма інноваційного розвитку економіки Німеччини: Стратегія високих технологій / Г. О. Андрощук // Верховна Рада України. Комітет з питань науки і освіти. – Київ: Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 3. – С. 72–88.
6. European innovation Scoreboard 2008, SEC (2003) European Composition. – Luxembourg, 2008. – P. 22.
7. Innovative Strategies and Actions: Results from 15 Years of Regional Experimentation, European Commission Working Document, 2006. – P. 27.
8. National Innovation Systems. – Paris: OECD Publications, 2007. – P. 10.
9. Кудряшов В. П. Державна підтримка економічного зростання в Україні / В. П. Кудряшов // Фінанси України. – № 9. – 2008. – С. 42–53.
10. Гальчинський А. С. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко. – К.: Знання України. – 2002. – 326 с.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ ТОВАРУ

У статті відображено механізм впливу держави на формування вартості товару суб'єктів підприємницької діяльності. Зроблено акцент на об'єктивних закономірностях функціонування економічних процесів. Надано рекомендації щодо формування вартості товару в сучасних умовах

The mechanism of state influence on the process of forming the value of goods for subjects of economic activity is reflected in the article. It is done the accent on the objective regularities of functioning the economic processes. Recommendations concerning forming the value of goods in current terms are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Фінансово-економічна криза та її наслідки висунули низку питань з державного регулювання економіки: як економіка та державне регулювання співвідносяться між собою, як природа держави і економіки впливають одне на одне, які інструменти державного регулювання є ефективними в регулюванні економічних процесів, тощо. Всі ці проблеми створюють для науковців об'єкт необхідного дослідження, який би забезпечив створення нових теоретичних конструкцій та практичних рекомендацій до державного регулювання економічного розвитку.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Даний напрямок дослідження практично відсутній як в економічній так і в управлінській науковій літературі.

Постановка завдання. У статті ставиться завдання відобразити механізм впливу держави на формування вартості товару суб'єктів підприємницької діяльності виходячи із об'єктивних закономірностей функціонування економічних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Державне регулювання за допомогою господарського управління впливає на формування вартості товару. В процесі формування вартості всі елементи капіталу створюють вартість і додатковий прибуток. Додатковий прибуток – це прибуток, що приноситься власнику капіталу функціонуванням основного, оборотного і змінного капіталів. На поверхні господарської діяльності додатковий прибуток уявляє собою прибуток власника капіталу. Однак на формування вартості товару впливають також інші чинники – податки. Податок – це безоплатне привласнення державою частини додаткового прибутку і частини вартості робочої сили [1, с.146]. Податок самий по собі не створює додаткового або іншого доходу у формуванні вартості, але впливає на неї в бік збільшення. Податки визначають стосунки власників капіталу і робітників з державою [2, с.17]. Відтворення у межах суспільства виступає як сукупність функціонування окремих капіталів. Розвиток товарного виробництва на базі крупного машинного виробництва поєднує зв'язки поміж окремими частинами відтворення, робить їх все більш взаємозалежними один від одного. Якщо держава раніше не втручалась чи недостатньо втручалась в процес функціонування суспільного капіталу, то розширення бази товарного виробництва та зростання товарності різноманітних сторін суспільного життя все більше втягує державу в регулювання суспільного виробництва.

Недостатній розвиток товарного виробництва і розпорошування його товаровиробників при недостатній транспортно-інформаційній мережі між ними вело до автономності існування окремих його частин, до слабого зіткнення окремих капіталів. У силу цього ринок розвивався сам по собі та не вимагав корегуючого втручання у його функціонування. Але розвиток простого товарного виробництва призвів до виникнення товарного виробництва вільної конкуренції.

В цих умовах починається зіткнення капіталів, боротьба між ними на ринку, і врешті

решт, трапляється розслоєння капіталів, яке виражається як процес конкуренції та централізації капіталів.

Зростання масштабів капіталів на цій основі веде до виникнення товарного виробництва монополістичного типу, де загальними двигунами економіки та розвитку товарного виробництва виступають монополії. На даному етапі товарного виробництва, монополії все більше впливають на соціально-економічне життя суспільства, при цьому захищаючи свої власні інтереси. Оскільки вплив капіталу є все більше визначеним в суспільстві та все більш вузькокорисним, то неминуче і те, що держава як гарант існування суспільства все більше втягується в регулюючий вплив на економічні процеси. Самоціллю держави не є регулювання руху капіталу, а збереження суспільства як співіснуючої системи, і здійснити це можливо тільки в тому випадку, якщо функціонування суспільного капіталу знаходиться під контролем держави. Звідси виникає мотив управління у діях держави щодо регулювання руху капіталів у суспільстві. Державне регулювання з боку держави з'являється не на ранньому етапі державного втручання в економіку, а тільки тоді, коли інші регулюючі інструменти руху капіталу являються недостатньо ефективними.

Кожна стадія розвитку виробництва та відповідна їй система управління є вичерпаною. Коли просте товарне виробництво вичерпує себе, йому на зміну приходить товарне виробництво вільної конкуренції. Коли оперативні засоби впливу держави на економіку не дають очікуемого результату, то в системі управління економікою виникає потреба використання засобів планового характеру. Велика депресія 1929-1933 рр. показала, що важелі саморегулювання економікою вже не давали передбаченого результату, і тому починаються перші спроби програмувати економічну ситуацію як на рівні окремих хазяйнуєчих суб'єктів, так і держави в цілому. Ця форма державного регулювання руху капіталу давала задовільний ефект, та разом з тим не дозволяла бачити процес руху суспільного капіталу, в цілому, обмежена сама по собі. Тому все більшого розповсюдження отримують дії комплексного характеру, які дозволяють передбачити процес руху економіки в цілому та на перспективу. Недарма держави з розвинутою ринковою економікою у більшій чи меншій мірі використовують планові дії як фактор контролю функціонування суспільного капіталу.

Сучасний стан ринкової економіки суттєво відрізняється від того ринкового господарства яке функціонувало ще п'ятьдесят років тому. Саморегулятори ринку не можуть вже ефективно вирішувати розвиток соціально-економічних відносин і сучасна історія свідчить, що ринкова економіка все більш піддається впливу управлінських факторів. Так в економіку сучасних розвинутих країн досить широко вплетене регулювання, яке використовується як додатковий фактор розвитку ринкового господарства [3, с.15-30]. Щоб зрозуміти цей реальний феномен економічних стосунків слід звернутися до питання формування вартості в сучасних умовах і проаналізувати яке відношення до цього має державне регулювання.

Величина вартості товару визначається витратами капіталу на його створення і величиною додаткового прибутку. З точки зору виробництва в масштабі суспільства – витрати капіталу будуть оцінюватися як суспільно-необхідні, тобто, ті що визнаються ринком доцільними. Процес формування вартості товару – це не тільки процес руху продукту через товарну форму, це стосунки, що виникають між учасниками формування вартості товару, якими є власники капіталу, робітники і держава.

Стосунки ці мають не тільки економічні наслідки, але і соціальні, що в цілому призводить до необхідності регулюючих моментів між учасниками шляхом сполучки їхніх інтересів. Якщо ж ці стосунки не регулюються, то, врешті решт, виникають такі протиріччя, що призводять до соціальних вибухів і революцій. В той же час регулюючий вплив між учасниками формування вартості товару повинен виходити з необхідності нормального функціонування формування вартості товару і її реалізації на ринку. Кожна із сторін, що бере участь у формуванні вартості, бажала б діяти по-своєму.

Власник капіталу хотів би встановлювати вартість на такому рівні, яка приносила б

йому найвищий прибуток, майже не платити або не платити заробітну плату робітнику, не платити податки державі. Робітник бажав би диктувати волю власнику так, щоб той платив йому стільки, скільки захоче робітник. Держава бажала би обкласти податками тих і інших так, щоб цих податків вистачало би державі на всі її потреби. Кожне суб'єктивне бажання учасника формування вартості висловлюється як об'єктивний інтерес певних соціальних груп. Тому бажання пріоритету свого інтересу над іншими – це не що інше, як тяжіння до авторитарності. І в певні історичні моменти розвитку суспільства прояв авторитаризму з боку будь-якої соціальної групи або держави мав місце. Феодалська держава тиснула буржуа економічно і політично і стосовно до них виступала авторитарною силою.

Врешті решт, це закінчилося буржуазною революцією. Розвиток капіталізму XIX сторіччя був часом авторитарного правління буржуазії, коли вона самостійно визначала стосунки з робітником, не припускала втручання держави в економіку. Плоди такого авторитаризму також були надто невітнішими. Це зростання робітничого руху, класова боротьба між працею і капіталом, це хвилі соціалістичних революцій. Але і третя сила не залишилася в стороні від свого тяжіння до авторитаризму.

Як держава фашистська Німеччина, так і соціалістична держава СРСР були в XX сторіччі найбільш типовими зразками тоталітарних суспільств, де держава диктувала свою волю і власнику, і робітнику. Але навіть досвід цих гігантів тоталітаризму показує, що абсолютизування державних інтересів перед інтересами інших верств веде рано чи пізно до краху суспільної системи, бо вона вичерпує можливості виробництва і не дає стимулів до його подальшого розвитку. Звідси і виникає поступове розуміння необхідності сполуки інтересів різноманітних соціальних груп так, щоб це зближення діяло як стимул суспільного і, в першу чергу, економічного розвитку. І ті успіхи, що західні розвинуті країни досягли в останній чверті XX сторіччя пов'язані з тим, що здійснюється постійне зближення економічних інтересів сторін, що беруть участь у формуванні вартості через регулювання соціально-економічними процесами з боку держави. Процес формування вартості товару оскільки пов'язаний зі стосунками сторін, постільки в їхніх стосунках виникають регулюючі елементи.

З точки зору суспільного виробництва товар повинен створюватись з оптимальними витратами і пройти нормальний процес реалізації і споживання. Тому вже в процесі створення вартості товару окремі елементи підлягають регулюванню. Власник капіталу самостійно організує виробництво, розподіляючи витрати між його елементами, тобто відбувається формування вартості товару. Однак, якщо основний і обіговий капітали функціонують повністю за волею власника капіталу, то функціонування змінного капіталу пов'язане із зіткненням інтересів власника і робітника. І хоча власник є визначальною стороною в трудових стосунках, диктувати повністю волю робітнику він не може, бо на боці робітника виступають чинники, що їм не можуть ігноруватися або обов'язкові для нього. Визначальним для нього є вартість робочої сили на ринку праці і тому їм планується чинник витрат на змінний капітал. Крім того оскільки це стосунки між власником і частиною суспільства, то держава втручається в ці стосунки з тим, щоб встановити такий порядок у відношеннях між працею і капіталом, щоб він забезпечував стабільний суспільний порядок, не викликав соціальних вибухів і сприяв стабільності економіки. Тому держава визначає в законодавчому порядку мінімальний рівень оплати праці, тривалість робітничого часу і часу відпочинку, пенсійний вік, необхідні умови по безпеці праці і т. і., тобто встановлює норми законодавчого регулювання праці і таким чином держава регулює відносини між працею і капіталом. А тому саме трудове право в основі – це специфічна форма державного регулювання трудових відносин в суспільстві.

Відносини по формуванню вартості товару включають відносини власника капіталу і держави. На даному рівні - це відносини в сфері оподаткування. Тут також кожна з сторін переслідує свої інтереси: власник - менше платити податки, держава – побільше стягнути їх в прибуток бюджету. Якби кожна із сторін не тягнула у свій бік, в основі формування системи оподаткування лежить можливість нормального, (тобто суспільно-необхідного) формування

вартості товару і нормального його руху на ринку. Відхід від цього принципу регулювання веде до неминучості деформації економічних відносин у формуванні вартості товару. Якщо податки є завищеними, то власник слабо зацікавлений в результатах функціонування капіталу через низький рівень додаткового прибутку.

Неминуче з цим підвищення цін на товар веде до уповільнення його реалізації на ринку, а отже знижується споживання і падає ділова активність. Крім того, це веде до розвитку тіньової економіки – як до засобу уникнення від податків. Отже оподаткування як засіб управління господарської діяльності з боку держави є істотним чинником формування вартості товару і функціонування капіталу. З іншого боку, низькі податки, створюючи плюси на стороні власника капіталу, негативно впливають на функціонування держави. Нестача коштів в бюджеті веде до згортання соціальних програм, державних замовлень та програм і інше. Забезпечення інтересів власників капіталу і держави досягається за рахунок їхньої спокуси. Держава в залежності від стану економіки, пріоритетних напрямків розвитку суспільного виробництва планує види податків, їхні ставки, пільги по податках. Тому система державного оподаткування – це система регулювання інтересів учасників господарювання на базі формування вартості товару [4, с.15-31; 5].

Основним законом товарного виробництва є закон вартості. Суть цього закону полягає в тому, що кількість упередметненої праці в одній формі повинно обмінюватися на рівну кількість праці упередметненої в іншій формі, тобто товари повинні обмінюватися між собою еквівалентно, згідно їхньої вартості. В умовах нерегульованого виробництва дане правило здійснюється через постійне його порушення і дотримується як теорія великих чисел, тобто якась середня відповідає еквівалентності обміну товару на товар, в кожному конкретному випадку еквівалентність обміну товару на товар може порушуватися. Тому для реалізації закону вартості необхідна форма через яку цей закон себе б реалізував. Йдеться не про регулювання кожного акту обміну з тим, щоб еквівалентність обміну була правилом, а відхилення від неї винятком. В умовах соціалізму еквівалентність або нееквівалентність обміну жорстко детермінувалося планом і плануванням цін, тарифів, послуг і іншого, всього того, що має вартість. Планові ціни далеко не завжди враховували формуючі чинники вартості товару, що призводило до різнорентабельності продукції, а поліпшення якісних її показників не відбивалося, або слабо відбивалося у вартості, а отже в ціні товару. Все це призводило до створення вартостей із середніми або низькими споживчими вартостями. Централізоване планування, таким чином не відповідало адекватно процесу формування вартості товару, деформувало товарно-грошові відносини.

В розвинутих західних країнах жорсткого планового формування цін на товари немає. Але тут здійснюється державне регулювання цін шляхом введення різноманітного роду нормативів на формування ціни товару і державного контролю за цінами. Дана система регулювання вартості товару дає власнику капіталу можливість самому визначати вартість товару в залежності від умов ринку, але в межах кордонів, встановлених державою.

Формування вартості товару в значній мірі підпорядковано закону попиту і пропозиції. Закон попиту і пропозиції, діючи стихійно, значно варіює формування вартості товару. Особливого впливу зазнає додатковий прибуток. При підвищеному або ажіотажному попиті і недостатній пропозиції вартість товару зростає, але не за рахунок збільшення витрат на основний, обіговий або змінний капітали, а за рахунок збільшення додаткового прибутку. Справедливо і зворотне. Низький попит і підвищена пропозиція означають для власника капіталу зменшення додаткового прибутку аж до нуля. Але якщо б закон попиту і пропозиції діяв би в межах означеної амплітуди, то можливо і регулювання попиту і пропозиції і не вимагалось. Дане положення із законом попиту і пропозиції справедливо для нерозвиненого товарного виробництва. Коли машинне виробництво є визначальним в економіці і здатне викидати на ринок масову кількість товарів, то закон попиту і пропозиції як регулятор суспільного виробництва не спрацьовує. Якщо раніше він показував, що власнику капіталу є сенс збільшувати або зменшувати виробництво товарів, і, таким чином, збалансувати попит і пропозицію, та в умовах розвиненого товарного виробництва, коли масове виробництво

насичує ринок, а значна частина товарів не зажадана ринком, вартість товару падає нижче витрат самого капіталу, а часом взагалі не потрібна ринку, і, отже, не тільки вартість, але і капітал гине. Вже в наступному виробничому циклі немає інвестицій, тобто існує нестача капіталу для виробництва товару. Конкретно для власника капіталу це означає – банкрутство, для суспільства – втрату частини національного багатства. Немоżliвість нормально почати процес відтворення означає напруженість між працею і капіталом, між власником капіталу і державою. В масовому масштабі таке явище називається економічною кризою. Отже в умовах розвиненого товарного виробництва необхідно регулювання попиту і пропозиції. Необхідність такого кроку була зрозуміла ще в першій половині ХХ сторіччя в західних країнах, що після Великої депресії все більш починають регулювати співвідношення попиту і пропозиції на ринку. Регулювання даного процесу відбувається як на макро-, так і на рівні мікроекономіки через таку форму, яка називається “маркетингом”. Фірми, що володіють більш-менш потужним виробничим потенціалом ведуть вивчення ринку, планують свої дії на ринку. Але це дії з боку власника капіталу. Держава в свою чергу впливає на попит і споживання на ринку. Це можуть бути державні закупки, зміна ставок податку, що сприяють попиту або його стримуванню, зміни в кредитній політиці шляхом регулювання облікової ставки, зміна протекційної політики і інше.

При соціалізмі попит і пропозиція наражалися на жорсткий плановий початок. Попит і пропозиція вивчалися і формувалися галузеві, міжгалузеві баланси і народногосподарський баланс. Така система сама по собі об’єктивно правильна. Вона дозволяє бачити ринок в цілому і впливати на нього у відповідності з напрямком руху суспільного виробництва. Але оскільки система була сильно зарегульована (наприклад, визначалося кількість кнопок, яких необхідно виробляти), а, з іншого боку, недосконалість самих планових розрахунків, знижували ефективність планомірного регулювання попиту і пропозиції. Попит, як правило, на численні товари не задовольнявся, часто виникав ажіотажний попит, а отже відчувалася нестача товарів на ринку.

Необхідність руху продукту праці у формі товару пов’язана з розвитком форм вартості в процесі господарської діяльності. Випадкова або одинична форма вартості не вимагали регулювання. Випадковий обмін продуктів праці не носив систематичного характеру. Розгорнута і загальна форма вартості також не вимагають регулювання. Знаходження товару водночас у відносній і еквівалентній формі припускає вільний обмін товарами і в тому випадку, коли такий обмін є необхідним. Загальна форма вартості виділяє один з товарів у форму еквіваленту. Але нерозвиненість самих товарних відносин, відсутність національного ринку, державної організації суспільства, а, врешті решт, специфічності самого еквіваленту, яким виступає, як правило, худоба, не припускає організації обміну, оскільки його елементи не складаються в єдине суспільне виробництво.

Виникнення грошової форми вартості починає міняти стан речей. Гроші є товаром, але таким товаром, що по відношенню до інших, виступає загальним еквівалентом. Гроші в формі дорогоцінних металів мають вартість і споживчу вартість і створюються як звичайні товари. Але гроші стали грошима завдяки тому, що в їхньому невеликому обсязі упередметнена значна кількість праці, і те, що поряд з їх споживчими і природними властивостями, забезпечило їм в сфері обміну роль загального еквіваленту. Заняття грошима місця загального еквіваленту забезпечене виконанням в одній особі функцій міри вартості, способу платежу, засобу обігу, засобу накопичування і світових грошей. Таким чином, гроші опосередковують процес руху товару на ринку. З появою грошей починають працювати закони грошового обігу. Кількість грошей в обігу дорівнює сумі цін товарів, поділеної на швидкість обігу грошей. При цьому гроші входять в даний процес у відповідності із вартістю грошового товару у вигляді золота, а інші товари вимірюють свою вартість в грошовому товарі ще до процесу обігу і входять в нього з певними цінами. Саморегулювання цього процесу досягалося наявністю маси золота в обігу. Але розвиток ринкових відносин скасував чинність золотого стандарту і його місце в обігу зайняли паперові гроші.

Паперові гроші представляють реальну вартість тієї суми грошей, що була б

необхідна при золотому обігу. Отже, вартість паперових грошей залежить від того, наскільки їхня кількість відповідає кількості золотих грошей, необхідних для обігу. Але так повинно було бути в ідеалі. Практика реальної ринкової економіки показує, що існує відрив від їхньої забезпеченості і чим більший відрив, тим вище інфляція. Тому в епоху паперових грошей саморегулювання грошового обігу неможливо і практика розвинутих держав показує, що інтервенція держави в сферу грошового обігу істотна. Дана практика державного регулювання зумовлена необхідністю регулювання сфери грошового обігу в сфері господарської діяльності.

Конкуренція як один з параметрів ринкового господарства впливає на формування вартості і руху праці в товарній формі. Але конкуренція не первісний закон ринкового господарства. Доки відбувалося формування товарного ринку ушир і вглиб, а зростання товарної маси обмежувалося наявністю капіталу, то закон конкуренції не працював. Кожний товаровласник мав своє місце на ринку і його інтереси з інтересами інших не зіштовхувались. Ситуація докорінно міняється при насиченні ринку товарами. Насиченість ринку товарами відкриває еру боротьби за розділ і переділ ринку. З цього моменту закон конкуренції вступає в силу як регулятор ринкового господарства, тобто товарного виробництва. Позитивною рисою конкуренції є оптимізація витрат на виробництво і, в зв'язку з цим, постійний пошук зниження витрат капіталу в процесі формування вартості товару. Негативною стороною є знищення колосальної кількості вартостей в зв'язку з перевиробництвом товару в процесі конкурентної боротьби.

В результаті іде процес знищення капіталів не тільки малих, але і середніх, і великих. Природною реакцією на негативну сторону конкуренції є концентрація капіталу, тобто відбувається процес формування монополій.

Якби конкуренція виявляла тільки позитивний вплив на розвиток виробництва і економічні відносини, то проблем з конкуренцією не було б. Але негативна сторона її дії вимагає зняття негативних впливів і досягнути цього можна за рахунок регулювання відносин конкуренції. Противагою конкуренції є монополія. Але монополії в свою чергу породжують настільки потужні негативні явища, що регулятором рішення протиріч ринкового господарства в умовах конкуренції і діяльності монополій є державне регулювання. Тому конкуренція і державне регулювання – це не явища, які взаємовиключають одне одно, а що доповнюють одне одного в процесі формування вартості товару. Таким чином, держава виступає в якості регулятора відносин, що складаються у господарській сфері.

Висновки і перспективи подальших розробок. Формування вартості товару в сучасних умовах виробництва піддається впливу держави. Держава впливає на неї не тільки через податкову систему, а також на регулювання умов виробництва.

Накопичення капіталу і ущільнення економічних зв'язків створюють проблеми функціонування економічного циклу, що негативно впливає на формування вартості товару. В цих умовах держава володіє достатнім інструментарієм для нормалізації суспільного виробництва. Тенденцію державного регулювання економіки є поступове посилення ролі держави в формуванні вартості товару не через одержавлення приватної власності, а шляхом створення умов стабільного функціонування суспільного виробництва.

Література

1. Финансовое право: [учеб. пособ.]. – Х.: Одиссей, 2003. – 310 с.
2. Сутырин С. Ф. Налоги и налоговое планирование в мировой экономике / С. Ф. Сутырин, А. И. Погорлецкий. – С-Пб: Полиус, 1998. – 269 с.
3. Ютнина Т. Ф. Налоговедение: от реформы к реформе / Т. Ф. Ютнина. – М.: Инфра-М., 1999. – 232 с.
4. Popescu O. Studies in the History of Latin American Economic Thought / Popescu Oreste. – London: Routledge, 1997. – 172 p.
5. Поддєрьогін А. М. Оподаткування підприємств / А. М. Поддєрьогін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://books.efaculty.kiev.ua/finpd/2/r5/7.htm>.

ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті висвітлено питання стимулювання інноваційного розвитку в Україні за допомогою податкових важелів та механізмів, зокрема через надання податкових пільг. Проаналізовані показники діяльності підприємств, що займаються інноваціями на прикладі Одеського регіону. Окреслені напрямки фінансової підтримки інноваційного процесу держави в Україні.

In the article the question of stimulation of Ukraine's innovative development is reflected by tax levers and mechanisms, in particular through the grant of tax deductions. Performance of enterprises engaged in innovations is analyzed on the example of the Odessa region indicators. The directions of the state sponsorship of innovative process realization in Ukraine are outlined.

Постанова проблеми у загальному вигляді. Важливим чинником розвитку економіки держави є її національний науково-технічний потенціал. Інноваційна діяльність у свою чергу посідає важливе місце щодо впровадження новітніх технологій, стимулювання розвитку науково-технічного прогресу та забезпечення економічного розвитку у державі. У теперішній час в Україні здійснення інноваційних процесів є недостатньо врегульованим та перебуває на початковій стадії. Досить приділяється недостатньо уваги проблемам фінансової підтримки здійснення інноваційного процесу, не має єдиного розробленого спеціального фінансового механізму щодо цього.

Аналіз останніх досліджень і публікацій останніх років, які стосуються обраної проблеми, свідчать про наявність теоретичних розробок вітчизняних науковців у цьому напрямку із застосування податкових важелів та механізмів через надання податкових пільг. Серед економістів та вчених, які займаються даною проблематикою, можна виділити українських вчених Л. Тулуш, Д. Завтур, Т. Александрюка, І. Дежина та англійських вчених Д. Кларка, Л. Суйте. Але потрібно відзначити, що нині бракує науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо посилення стимулюючого впливу фінансової і насамперед податкової політики на інноваційний розвиток в Україні. Саме механізми вирішення зазначених питань і розглядатимуться у даній статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вітчизняні вчені наприклад Л. Тулуш [1, с.63] відзначають, що державна фінансова підтримка посідає суттєве місце серед важелів реалізації інноваційного розвитку в Україні і може здійснюватися у напрямку стимулювання залучення іноземних інвестицій, науково-технічного прогресу, соціально-економічного розвитку за допомогою механізмів оподаткування. Стимулююча природа оподаткування найповніше проявляється в системі податкових пільг. Важливим напрямом забезпечення виконання програм інноваційного розвитку має бути формування оптимальних механізмів пільгового оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності. На даному етапі в Україні не має єдиної обґрунтованої системи надання податкових пільг суб'єктам підприємницької діяльності. Навпаки українське законодавство постійно змінюється знищуючи цим довіру іноземних інвесторів.

Постановка завдання. Метою дослідження у даній статті є розгляд механізмів стимулювання інноваційного розвитку в Україні через використання системи оподаткування та надання податкових пільг.

На теперішній час державна діяльність у сфері інноваційної політики є досить актуальною. Вона покликана закласти основи прискореного розвитку національної економіки та виходу на сучасний науково-технологічний рівень. Дослідження присвячені

механізмам впливу держави на забезпечення інноваційного розвитку набувають особливої важливості щодо виходу України із економічної кризи.

Серед цих механізмів як вітчизняні так і іноземні вчені особливу увагу приділяють створенню спеціальних фінансових механізмів з використанням непрямих важелів підтримки з боку держави щодо впровадження новітніх технологій. Однак до цього часу висновки економістів не знайшли синтезу у єдиному фінансовому механізмі стимулювання науково-технічного прогресу держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація інноваційної діяльності, а також економічних відносин, що виникають при цьому, повинні здійснюватися за допомогою спеціального інноваційного фінансового механізму. Інноваційний фінансовий механізм у свою чергу має бути сукупністю видів, форм, методів і інструментів фінансового забезпечення, регулювання і організації фінансових відносин в інноваційній сфері. Фінансовий механізм є мірою реалізації фінансової політики. Фінансова політика у сфері інновацій має бути узгоджена із загальною економічною, соціальною та науково-технічною політикою держави. Що повинно забезпечувати взаємоузгоджену дію фінансових важелів для вирішення цілої низки питань як економічних, так і соціальних. Тобто стимулювання нововведень має сенс тоді, коли це дає як локальний ефект для окремої галузі, так і глобальний ефект для держави у цілому.

Розповсюдження інновацій потребує наявності, фінансового забезпечення конкретних економічних умов, та стимулювання. Стратегічним джерелом фінансування наукових розробок у свою чергу є іноземні інвестиції, залучення яких потребує створення привабливих умов та фінансової підтримки для іноземного інвестора з боку держави. До таких умов відносять: податкові пільги, дешева робоча сила, фінансування за зниженими процентними ставками та інші.

Як було вказано вище особливу увагу серед механізмів фінансової підтримки з боку держави приділяють непрямым важелям. До непрямого стимулювання інноваційного розвитку відносять такі складові:

1. Нормативно-правове регулювання – це:

- по-перше – це стабільність законодавства,
- по-друге – взаємоузгодженість законодавчих актів між собою та до загальної мети економічної політики щодо інноваційного розвитку;

2. Податкове регулювання – податки у свою чергу слід розглядати як вагому складову економічного розвитку держави, оскільки у них та в механізмах їх справляння закладено стимулююче спрямування і особливо інвестиційної діяльності. Наприклад податкові пільги можуть бути альтернативою прямому бюджетному фінансуванню. Тобто їх застосування веде до забезпечення достатніми джерелами фінансових ресурсів тих суб'єктів господарювання, діяльність яких є суспільно пріоритетною та значимою. Система податкових пільг є різноманітною і включає у себе застосування зниженим ставок при оподаткуванні, звільнення від оподаткування окремих об'єктів виробничих фондів, створених за рахунок прибутку; надання пільг при нарахуванні амортизації основних засобів (застосування механізмів прискореної амортизації); звільнення від оподаткування окремих галузей, територій; застосування податкових канікул тощо.

Ці складові взаємозалежні та взаємопов'язані між собою та мають бути розглянуті у сукупності. Проаналізуємо застосування цих двох складових в Україні щодо стимулювання інноваційної діяльності.

Враховуючи, що Україна має могутній науково-технічний потенціал, починаючи з 1999 року Урядом України була прийнята ціла низка законів, які передбачали різноманітні механізми пільгового оподаткування для підтримки суб'єктів інноваційної діяльності. Наприклад розділ V Закону України „Про інноваційну діяльність” [2] передбачав наступне:

- особливий механізм справляння ПДВ, відповідно якого 50% податку на операціях поставок продукції, пов'язаних із виконанням інноваційних проектів не підлягали сплати до бюджету, а залишались у розпорядженні підприємств і використовувались на розвиток

інноваційної діяльності,

- особливий механізм уплати податку на прибуток, аналогічний до механізму розподілення ПДВ,
- прискорена амортизація основних фондів третьої групи із використанням щорічної норми прискореної амортизації 20%,
- сплата земельного податку у половинному розмірі,
- звільнення від сплати ввізного мита сировини обладнання, що необхідні для виконання інноваційних проектів.

Згідно Закону України “Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків” [3] фінансова підтримка з боку держави забезпечувала інноваційним проектам технопарків такі заходи як:

- звільнення від податку на прибуток;
- звільнення від ПДВ з продажу в Україні;
- звільнення від сплати ввізного мита;
- звільнення від сплати ПДВ при імпорті товарів;
- кошти, отримані в іноземній валюті від реалізації продукції, не підлягають обов’язковому продажу;
- подовження терміну експортно-імпортних платежів із 90 до 150 днів.

Також спеціальний режим оподаткування було запроваджено для Вільних економічних зон (ВЕЗ) Законом України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» [4]. Цей режим передбачав багаточисельні пільги, такі як зменшення ставок щодо оподаткування прибутку або податкові канікули на 3-5 років, звільнення від уплати ПДВ, митних зборів та інших для інвесторів, які мали намір здійснювати інвестиційні проекти в Україні.

Ці механізми мали стимулювати приток іноземного капіталу з метою створення високотехнологічних підприємств із створенням нових робочих місць та виробництва конкурентоспроможної продукції.

Але у 2005 згідно із Законом України „Про внесення змін до Закону України "Про Державний бюджет України на 2005 рік” ці режими пільгового оподаткування були вилучені із вище вказаних законів та припинені [5].

Так, наслідками погіршення умов функціонування для суб’єктів інноваційної діяльності є втрата довіри зарубіжних інвесторів до стабільності нормативно-правової бази інноваційної діяльності в Україні і згорання їхньої участі у фінансуванні ризикових інноваційних проектів, що призводить до зменшення інноваційної діяльності в цілому.

За думкою більшості економістів України розглянуті механізми пільгового оподаткування не знайшли практичного застосування через недосконале податкове законодавство України, через зловживання пільговими умовами деякими суб’єктами інноваційної та інвестиційної діяльності та бюджетними втратами.

На теперішній час єдиною діючою формою інноваційної діяльності в Україні є технопарки. На сьогодні існує 16 технопарків, діяльність яких регулюється Законом України “Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків” [3].

За період функціонування технопарків з 2000 по 2008 рік прийнято 116 інноваційних проектів; створено 3363 робочих місць; реалізовано продукції за інноваційними проектами на суму 13976 млн. грн., у тому числі на експорт – 1721 млн. грн.; зараховано податків та мит на суму 1385 млн. грн., у тому числі перераховано до бюджету – 905 млн. грн.; зараховано податкових пільг на суму – 480 млн. грн. [6].

Згідно останньої редакції вищевказаного Закону (початок 2006 року) держпідтримку технопарків було частково відновлено, проте діє вона не повністю (пункт про звільнення від уплати ПДВ так і не був відновлений). Згідно ст.7 цього Закону для реалізації інноваційних проектів технологічних парків, їх учасникам надаються цільові субсидії у вигляді:

- звільнення від ввізного мита при ввезенні в Україну для реалізації проектів
- технологічних парків нових устаткування, обладнання та комплектуючих, а також

матеріалів, які не виробляються в Україні;

- податкового векселя на суми податкового зобов'язання, що нараховуються при імпорті нових устаткування, обладнання та комплектуючих, зі строком погашення на 720 календарний день, а при імпорті матеріалів, які не виробляються в Україні, зі строком погашення на 180 календарний день з дня надання векселя органу митного контролю;
- суми податку на прибуток, одержаного при реалізації проектів технологічних парків).

Зазначені суми податків, що нараховуються при виконанні проектів технологічних парків зараховують на спеціальні рахунки технологічних парків. При цьому на спеціальні рахунки учасників технологічних парків зараховуються 50 відсотків зазначених сум податків, а решта 50 відсотків – зараховуються на спеціальний рахунок керівного органу відповідного технологічного парку.

Зараховані на спеціальні рахунки технологічних парків при реалізації проектів технологічних парків на:

- проведення наукових, науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт за пріоритетними напрямками діяльності технологічних парків;
- створення, розвиток, модернізацію та реконструкцію науково-технологічних, експериментальних та дослідно-промислових дільниць, у тому числі на інструменти, обладнання та устаткування, що використовуються для цілей інноваційної діяльності;
- підготовку конструкторської та технологічної документації, технічних умов, технічних проектів та витрати на підготовку виробництва інноваційної продукції;
- патентування розробок, придбання прав на об'єкти права інтелектуальної власності (патентів, ліцензій на використання винаходів, корисних моделей, промислових зразків, ноу-хау тощо);
- накладні та поточні витрати (на матеріали, технічне забезпечення тощо), що виникають у ході інноваційної діяльності;
- придбання обладнання, устаткування та інших засобів виробництва, пов'язаних з впровадженням інновацій [3].

Розглянемо показники діяльності технологічних парків України за 2000-2008 роки.

Таблиця 1

Економічні показники технопарків України за 2004 - 2005 рр.[6]

Показники	2004	2005	У %-х до 2004р.
Прийняті проекти Технопарків, од.	8,0	0,0	0,0
Створено нових робочих місць, од.	828,0	399,0	48,0
Обсяги інвестицій, млн. грн.	129,0	11,0	9,0

За даними таблиці 1 можна бачити, що після скасування пільг для учасників технопарків України у 2005 порівняно із 2004 роком не було прийнято жодного нового інноваційного проекту. Також спостерігається зменшення кількості створених нових робочих місць у межах промислових підприємств технопарків на 52% та обсягу вкладаних інвестицій у інноваційні проекти на 91%.

Порівняльна таблиця 2 по періодам функціонування технопарків 2000-2004рр. та 2005-2008рр., тобто періодів до і після скасування пільг для учасників технопарків України показує, що кількість нових прийнятих інноваційних проектів зменшилась на 93% та кількість тих проектів, що виконувались – на 44%. Також кількість нових робочих місць, що щорічно створюються в межах технопарків, зменшилась на 58% та обсяг вкладаних інвестицій у інноваційні проекти скоротився на 88%. Суттєвий спад щодо надання

податкових пільг учасникам технопарків склав 76%, а наповнюваність бюджету зроста майже у 2,5 рази.

Таблиця 2

Порівняння економічних показників технопарків України за 2000-2008 рр.[6]

	Проекти Технопарків, од.		Перераховано податків і мит до бюджету, млн. грн.	Податкові пільги, млн. грн.	Створено нових робочих місць, од.	Обсяги інвестицій, млн. грн.
	прийняті	у т.ч. виконувались				
2000-2004	108,0	189,0	251,0	386,0	2375,0	449,5
2005-2008	8,0	106,0	654,0	94,0	988,0	56,0
У %-х до 2000-2004 рр.	7,0	56,0	261,0	24,0	42,0	12,0

Враховуючи, проаналізовані данні можна бачити, що скасування податкових пільг для суб'єктів інноваційної діяльності мало негативні наслідки щодо сприяння інноваційному шляху розвитку України, створення науково-технічного фундаменту розвитку економіки та впровадження новітніх технологій; торкнулось як економічної так і соціальної сфери та призвело до згортання діяльності інвесторів щодо підтримки інноваційних проектів в Україні.

Проте інноваційна діяльність стає одним з найважливіших системних чинників соціального і економічного розвитку країн у світі. У розвинених країнах світу технологічні парки, технополіси та інноваційні центри є основними елементами інноваційної інфраструктури, засобами прискорення інноваційних процесів. На сьогоднішній день в світі налічується близько 1000 технологічних парків. Більшість з них зосереджено в США, Європі: Великобританії, Ірландії, Франції, Німеччині, країнах Азії: Японії, Китаї і Індії. Міжнародна практика оподаткування засвідчує необхідність використання стимулюючої функції податків при реалізації державної інноваційної політики. Уряди цих країн запроваджують спеціальні режими для функціонування цих елементів, що включає податкові і митні пільги, кредити на пільгових умовах, цільове фінансування окремих інноваційних розробок т. д. Наприклад, Японія реалізує довгострокову програму „Технополіс” по створенню 19 міст науки, яке фінансувалось як на регіональному рівні – за рахунок місцевих податків, так і на державному - за допомогою податкових пільг по прискоренню амортизації (15 і 20 % у перші роки), субсидій та кредитної підтримки для інноваційних проектів [5, с.139]. Важливо зробити наголос, що затвердження таких програм урядом Японії здійснюється на довгострокову перспективу, а не на швидкий комерційний успіх та характеризується системністю щодо надання податкових пільг із складання календарних планів по строкам отримання конкретних результатів від дії механізмів пільгового оподаткування суб'єктів, що займаються інноваційною діяльністю. Пріоритетом є створення стабільно працюючих підприємств, які поступово нарощують обсяги випуску інноваційної продукції, що у свою чергу буде забезпечувати наповнюваність бюджету, добробут суспільства та фінансування подальших інноваційних розробок. Така підтримка з боку держави забезпечує створення нових робочих місць, розвиток високотехнологічних та рентабельних підприємств і наповнення національних та міжнародних ринків наукоємною технологічною конкурентоспроможною продукцією.

Згідно «Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області на період до

2015 року» одним з пріоритетів регіонального розвитку є формування інноваційної інфраструктури.

Так у м. Одеса був створений "Український мікробіологічний центр синтезу та новітніх технологій" (УМБІЦЕНТ). Метою його створення є інтенсифікація розробок у галузі мікробіології, технології переробки сільськогосподарської продукції, впровадження та виробництво наукоємної, конкурентоспроможної інноваційної продукції, насичення нею внутрішнього ринку, збільшення експортного потенціалу країни (враховуючи сприятливе положення Одеського регіону щодо встановлення та розвитку міжнародних зв'язків), захист національного виробника.

Так, розглянемо показники щодо інноваційної активності промислових підприємств Одеської області.

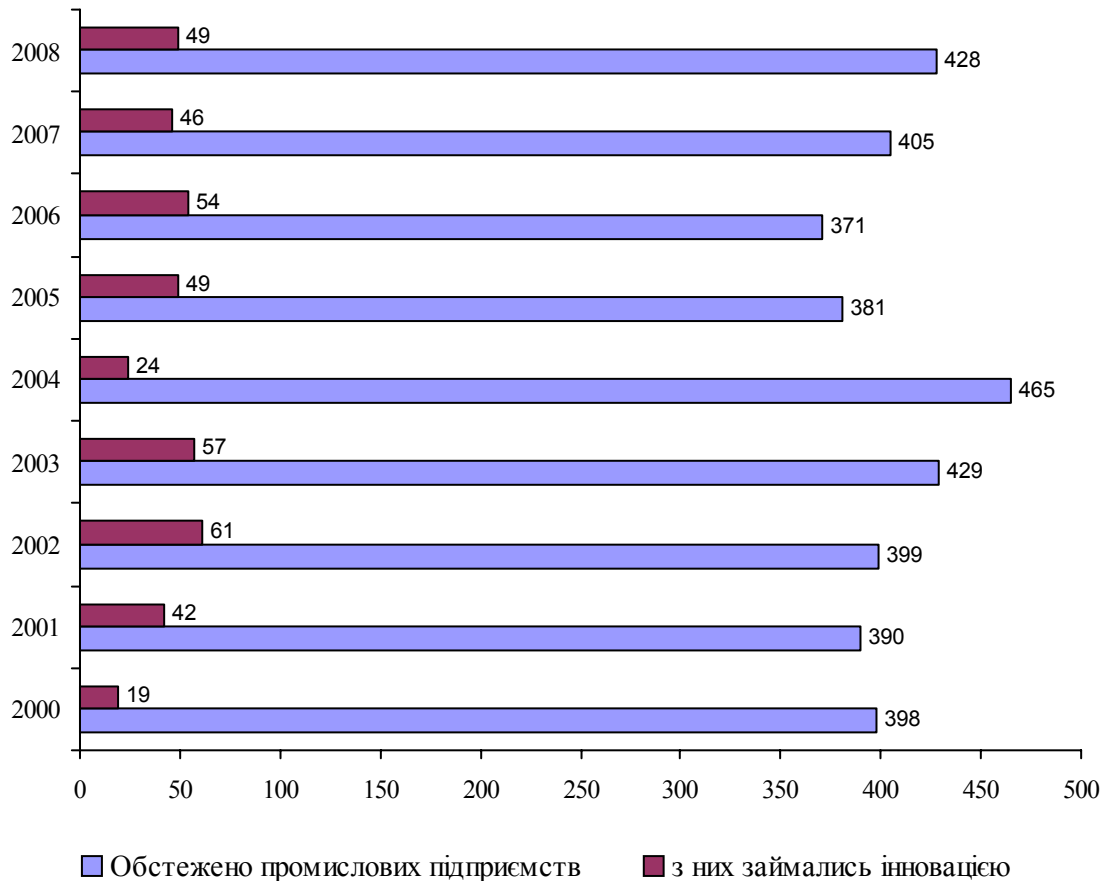


Рис. 1. Інноваційна активність промислових підприємств Одеської області [7]

Як можна бачити на рис. 1, що кількість підприємств що займаються інноваційною діяльністю має тенденцію до зростання. Але ж середня їх частка у загальному обсягу промислових підприємств у середньому складає лише 11%. При цьому варто зауважити що кількість підприємств, що впроваджують інновації також зростає: якщо у 2000 році їх було 15, то у 2005 – 32, та 2008 році – 42.

Частка Одеської області щодо обсягу реалізованої інноваційної продукції, що є новою для ринку в межах України, у середньому складає 10%, а за межі України – 2%. Найбільші обсяги реалізованої інноваційної продукції в межах України досягнути підприємствами що займалися у 2007 році виробництвом хімічної продукції (87,8% загального обсягу), у 2008 році – продукції машинобудування (69,9% загального обсягу), а за межами України найбільші обсяги реалізованої інноваційної продукції досягнути підприємствами що займалися виробництвом продукції машинобудування у 2007 році – 23,8% – загального обсягу та у 2008 році – 1,4% загального обсягу [8]. Усе це говорить про перспективність формування інноваційної структури у Одеській області, яка ще знаходиться на початковій

етапі та має великі резерви щодо розвитку.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, на сьогоднішній день інноваційна діяльність має стратегічне значення щодо впровадження науково-технічного прогресу та інтенсифікації економічного розвитку України.

При цьому резервом для цього є промислова могутність національних підприємств та виробництво кінцевого продукту, у тому числі на експорт. Та для цього потрібні капіталовкладення з боку інвесторів, тобто інвестиції, що в свою чергу потребує створення привабливих умов для їх залучення.

Важливим кроком щодо формування спеціального інноваційного фінансового механізму пільгового оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності стало створення технопарків, метою створення яких є сприяння інноваційному шляху розвитку України, забезпечення можливостей щодо приросту людського капіталу та зростання інвестиційної привабливості держави.

Але функціонування лише Закону України „О спеціальному режимі інноваційної діяльності технологічних парків ” не вирішує всіх проблем інноваційної діяльності в країні, яка потребує системного підходу щодо її реалізації.

Питання розробки спеціального фінансового механізму щодо систематизації надання податкових пільг суб'єктам інноваційної діяльності має стати пріоритетним, що має означати розробку та прийняття комплексу взаємозалежних законів, які забезпечуватимуть взаємоузгодженість податкової, фінансової та інноваційної політики.

Низка цих законів повинна створювати благоприємні умови для іноземних інвесторів щодо започаткування дії механізму реалізації інноваційних проектів за рахунок використання непрямих методів стимулювання, зокрема податкових пільг, застосування яких, у свою чергу, було б доцільним під жорстким контролем щодо цільового використання.

Література

1. Тулуш Л. Д. Податкові важелі та механізми стимулювання інновацій / Л. Д. Тулуш // Фінанси України. – 2006. – № 4. – С. 62–70.
2. Закон України „Про інноваційну діяльність” № 40-IV від 04.07.2002р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
3. Закон України “Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків”: № 991-XIV. від 16.07.1999р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
4. Закон України „Про загальні засади створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон” № 2673-XII від 13.10.1992р. із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
5. Закон України „Про внесення змін до Закону України "Про Державний бюджет України на 2005 рік" та деяких інших законодавчих актів України” № 2505-IV от 25.03.2005р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
6. Технологічні парки України: стан та проблеми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://in.gov.ua/files/content/mazur_techpark1131.pdf.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Одеській області за 2009 рік // Статистичний збірник. – Держкомстат України. Головне управління статистики в Одеській області.
8. Інноваційна діяльність промислових підприємств в Одеській області у 2006-2008 рр. // Статистичний бюлетень. – Держкомстат України. Головне управління статистики в Одеській області.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ТА ПЕРЕВАГИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ СИСТЕМ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИТУАЦІЙ

У статті виділено центральний елемент будь-якої інформаційно-аналітичної системи, визначено та докладно розглянуто можливі компоненти прогнозування економічних ситуацій, а також надано переваги сучасних інформаційно-аналітичних систем прогнозування економічних ситуацій у процесі планування соціально-економічного розвитку з урахуванням змін у зовнішніх умовах та стратегічних цілях.

The central element of any information-analytical system is examined in the article, the possible components of forecasting of the economic situations are defined and thoroughly considered, are given the advantages of the modern information-analytical systems of prognostication of economic situations in the process of planning of socio-economic development taking into account changes in external terms and strategic aims.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ефективне управління економікою і соціальною сферою в масштабах країни або окремих її регіонів – непросте завдання. Великий обсяг і складність регіональних, галузевих і зовнішньоекономічних процесів вимагає від державного апарату ефективного управління процесом соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

В сучасних умовах підвищення ефективності управління досягається завдяки використанню методів математичного моделювання макроекономічних процесів, методів моделювання регіональної економіки і міжсекторних зв'язків, а також за допомогою новітніх інформаційних технологій.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Центральним елементом будь-якої інформаційно-аналітичної системи, як правило, є комплекс макроекономічних і регіональних моделей.

Розробляються такі системи із застосуванням сучасних інформаційних технологій і містить засоби динамічної обробки даних, а також різні методи математичного моделювання [1, с.11-89; 2, с.15-67; 3, с.94-150; 4, с.10-59; 5, с.105-183]. Вони дозволяють виконувати весь спектр завдань, з якими мають справу держслужбовці, а також інші управлінці при проведенні моніторингу, аналізу і прогнозування соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

Отже, така система може з однаковим успіхом використовуватися у центральних і місцевих органах виконавчої влади.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасних умовах, а також умовах напруження економічної ситуації у світі, розвитку складних суспільних відносин та майже повної інформатизації суспільства питання застосування інформаційно-аналітичних систем прогнозування економічних ситуацій є надзвичайно актуальними.

Постановка завдання. Вирішити вказані завдання, на наш погляд, покликані інформаційно-аналітичні системи моніторингу, аналізу і прогнозування соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

Такі системи призначені для інформаційної, технологічної та методологічної підтримки управлінської діяльності керівництва і співробітників центральних органів влади – міністерств, служб, агентств – у частині виконання широкого кола завдань

моніторингу, аналізу й прогнозування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційно-аналітичні системи роблять можливим [6, с.131-189; 7, с.50-87; 8, с.74-101]:

- сформувати єдиний інформаційний простір у розрізі показників соціально-економічного розвитку країни, її регіонів і галузей;
- здійснювати постійний моніторинг і аналіз показників соціально-економічного розвитку країни, виконання цільових програм, інвестиційних проектів, динаміки розвитку виробництва в розрізі регіонів і галузей;
- проводити аналіз зведеної соціально-економічної інформації, результатів реалізації галузевої та відповідно цінової політики по регіонах, а також галузях народного господарства;
- визначити комплексні інтегральні оцінки рівня соціально-економічного розвитку;
- здійснювати експертизу і аналіз обґрунтованості галузевої і цінової політики;
- робити різноманітні сценарні і цільові прогностичні розрахунки показників соціально-економічного розвитку країни з урахуванням параметрів податкової, інвестиційної, структурної й грошово-кредитної політики;
- оцінювати ступінь взаємозалежності показників – факторний аналіз, а також оцінка чутливості показника, що аналізується, до зміни факторів, які впливають на його значення;
- обґрунтовувати і оцінювати значимість та реалістичність досягнення стратегічних цілей розвитку регіонів.

Компонентами інформаційно-аналітичних систем прогнозування економічних ситуацій мають бути:

- централізоване зберігання даних;
- підсистема моніторингу;
- підсистема аналізу;
- підсистема сценарного моделювання і прогнозування: (за принципом «Що буде, якщо...?»);
- підсистема цільового моделювання і прогнозування: (за принципом «Що необхідно для...?»).

Перший компонент, централізоване зберігання даних, має забезпечувати накопичення і збереження історичних даних щодо показників соціально-економічного розвитку в масштабі країни або окремих регіонів.

Оскільки такі дані є динамічними, то вони звісно повинні постійно піддаватися інтенсивній обробці великою кількістю користувачів функціональних застосувань [9, с.4-10].

Централізоване сховище даних покликане виконувати такі функції:

- інтегрувати дані із різних джерел;
- підтримувати будь-які територіальні декомпозиції;
- трансформувати одиниці виміру параметрів;
- зберігати розрахункові показники з метою прискорення їх надання користувачам;
- встановлювати різну періодичність збору інформації – місяць, квартал, рік.

Другий компонент, підсистема моніторингу, призначений для здійснення контролю соціально-економічної ситуації в країні та її регіонах.

Він має виконувати такі функції:

- здійснювати постійний моніторинг основних показників соціально-економічного розвитку країни, її регіонів і галузей;
- накопичувати, обробляти та інтегрувати різноманітну статистичну й аналітичну інформацію з контрольованих показників;
- здійснювати моніторинг процесів, що є предметом контролю міністерства, служби, агентства тощо;

- проводити OLAP-аналіз показників соціально-економічного розвитку країни та її регіонів;
- формувати стандартні і нерегламентовані аналітичні звіти на основі накопичених даних з використанням ділової графіки і картограм.

У рамках цієї підсистеми доцільно було б розробити засоби візуалізації інформації на основі табличного, графічного і картографічного виводу інформації, ділової графіки.

Третій компонент, аналітична підсистема, призначена для обробки даних за соціально-економічними і фінансовими показниками, побудови зведених інтегральних оцінок розвитку регіонів і галузей, ранжирування, створення паспортів регіонів, галузей, муніципальних утворень.

Її функціями має бути:

- аналіз тенденцій і закономірностей у динаміці контрольованих показників у розрізі територій, галузей, підприємств;
- багатоаспектний аналіз ситуацій: динамічний, структурний, а також кластерний аналіз основних показників розвитку підвідомчих об'єктів: регіонів, галузей, підприємств та ін.;
- ранжирування структур відомчого контролю за рівнем виробничого, соціально-економічного, фінансового розвитку;
- виявлення і статистична оцінка ступеня взаємозалежності показників – багатофакторний аналіз, оцінка чутливості показника, що аналізується, до зміни факторів, які впливають на його значення;
- аналіз впливу законодавчих актів на зміну відомчих показників – експертиза нормативних документів;
- формування аналітичних записок і паспортів об'єктів, і є предметом контролю міністерства, агентства, служби тощо;
- розрахунок комплексних інтегральних оцінок розвитку контрольованих об'єктів на основі стандартних методик, а також методик користувача, що є обов'язковою вимогою.

Два останні компоненти, підсистеми сценарного і цільового моделювання і прогнозування, дозволяють легко здійснювати:

- прогнозування на основі комплексу імітаційних моделей стану і взаємозв'язків функціональних показників галузевих, виробничих, регіональних комплексів;
- багатоваріантне сценарне прогнозування параметрів розвитку підвідомчих структур за принципом «Що буде, якщо...?» при різних комбінаціях керуючих впливів на основі комплексу динамічних моделей;
- порівняння і ранжирування результатів сценарних розрахунків за різними критеріями, вибір найкращого варіанту;
- визначення умов досягнення заданого рівня показників, які обрані в як цільові індикатори за принципом «Що необхідно для...?» на основі динамічних моделей;
- реалізація методик користувача на основі конструктора моделей і алгоритмів.

Інструменти для моделювання мають бути інтегровані з центральним сховищем даних, що дозволить користувачеві, який описує моделі, оперувати єдиними для всієї аналітичної системи термінами бізнес-сфери [10, с.80-91; 11, с.12-79; 12].

Висновки і перспективи подальших розробок. Переваги сучасних інформаційно-аналітичних систем прогнозування економічних ситуацій є очевидними. Основними є надання можливості, поліпшення якості та суттєве спрощення:

- інтеграції показників соціально-економічного розвитку країни та її регіонів у єдиному інформаційному просторі;
- об'єднання різних методів аналітичної обробки даних - моніторингу, аналізу, планування, моделювання і прогнозування - у єдину аналітичну систему;
- використання методів сценарного і цільового моделювання для розробки оперативних і стратегічних прогнозів і планів соціально-економічного розвитку з урахуванням змін у

зовнішніх умовах і стратегічних цілях;

- інтеграції існуючих програмних комплексів, баз даних та нових розробок у єдину систему.

До беззаперечних переваг щодо інформаційно-аналітичних систем можна віднести також:

- відкритість системи для змін: користувачі системи можуть самостійно створювати нові представлення даних, змінювати алгоритми розрахунку і рівняння моделей без залучення фахівців ззовні;
- гнучкість структури системи, яка забезпечується завдяки використанню аналітичного комплексу, в якому мають бути реалізовані всі необхідні для цього компоненти, що дозволяє оперативно створювати аналітичні системи, які можуть задовольнити всі вимоги замовника;
- підтримку моделей, рівнянь, які можуть змінюватися в часі, що необхідно для корегування моделей, наприклад, відповідно до чинного законодавства;
- простий графічний інтерфейс, що дозволяє корегувати існуючі моделі користувачеві, який не є фахівцем у сфері інформаційних технологій.

Варто зазначити, що застосування інформаційно-аналітичних систем прогнозування вже виправдовує себе в органах державної влади:

1. Адміністрації Президента України;
2. Центральних органах виконавчої влади;
3. Національних компаніях, тощо.

Література

1. Джарратано Дж. Экспертные системы: принципы разработки и программирование / Дж. Джарратано, Г. Райли. – М.: Вильямс, 2006. – 315 с.
2. Джексон П. Введение в экспертные системы / П. Джексон. – М.: Вильямс, 2006. – 203 с.
3. Делягин М. Информационная революция, глобализация и кризис мировой экономики / М. Делягин. – К.: Таксон, Українська мережа інформаційного суспільства, 2001. – 434 с.
4. Дуган Л. Розробка стратегії: минуле, сучасність та майбутнє / Л. Дуган. – Чернівці: Регіональне представництво УЦРП РПС, 2001. – 121 с.
5. Ладанюк А. П. Основи системного аналізу: [навч. посіб.] / А. П. Ладанюк. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 360 с.
6. Снитюк В. Є. Прогнозування. Моделі, методи, алгоритми / В. Є. Снитюк. – К.: Маклаут, 2008. – 240 с.
7. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: [учеб. пособ.] / Ю. П. Сурман. – К.: МАУП, 2003. – 267 с.
8. Вовк В. М. Основи системного аналізу: [навч. посіб.] / В. М. Вовк. – Львів: Львівський нац. ун-т ім. І. Франка, 2002. – 248 с.
9. Анфилов В. С. Системный анализ в управлении / В. С. Анфилов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
10. Хентце Й. Основные идеи стратегического менеджмента / Й. Хентце // Проблемы теории и практики управления. – 1982. – № 2. – С. 4–10.
11. Шершньова З. Е. Стратегічне управління / З. Е. Шершньова, С. В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 248 с.
12. Койн К. Как упорядочить процесс разработки стратегии [Электронный ресурс] / К. Койн. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua>.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

Досліджено поняття та види конкурентоспроможності, уточнено зміст конкурентоспроможності регіону. На основі розгляду основних методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності, виділено особливості оцінювання конкурентоспроможності регіону.

Investigational concept and types of competitiveness, maintenance of concept of competitiveness of region is specified. On the basis of consideration of the basic methodical going near the evaluation of competitiveness, the features of region's competitiveness evaluation are selected.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Питання конкурентоспроможності важливе на сучасному етапі розвитку ринкових та міжнародних економічних відносин України. Діяльність країни на міжнародній арені, ступінь її входження у сферу міжнародних економічних відносин, здатність підприємств забезпечити ефективну роботу на внутрішньому та міжнародному ринку, формування попиту на ті чи інші товари підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності.

Що стосується самого поняття конкурентоспроможності, то його зміст відрізняється у залежності від об'єкту, на який воно спрямоване. У економічній літературі розрізняють конкурентоспроможність держави, економіки, регіону, галузі, фірми, товарів [1, с.26]. Під конкурентоспроможністю держави розуміється її здатність забезпечити своїх громадян і підприємств більшими перевагами, у порівнянні з іншими країнами [1, с.26]. Це досягається за рахунок ефективності роботи державних інститутів та розвитку інфраструктури, забезпеченням гідних умов для існування підприємств і організацій. Конкурентоспроможність галузі передбачає наявність конкурентних переваг перед аналогічними галузями за кордоном. Це може виражатися у наявності регіональної галузевої структури; групи конкурентоспроможних фірм; налагодженої дослідно-конструкторської та виробничо-технологічної бази, системи науково-технічної, матеріально-технічної, комерційної співпраці та ряду інших чинників [2, с.38]. Конкурентоспроможність фірми полягає у наявності у неї конкурентних переваг над іншими підприємства на ринку.

Говорячи про конкурентоспроможність товару, її можна розглядати у вузькому та широкому змісті. Вузько, конкурентоспроможність товару можна визначити як ступінь зацікавленості ним клієнта для здійснення купівлі [3, с.27]. Широко, конкурентоспроможність товару – це сукупність якісних і вартісних характеристик, які забезпечують його відповідність вимогам ринку в певний момент часу [4, с.75].

Поняття конкурентоспроможності регіону є найменш дослідженим у літературі явищем. Незважаючи на це, її варто вважати складовою конкурентоспроможності держави та сукупністю конкурентних переваг підприємств різних галузей, що розташовані у одному регіоні (адміністративно-територіальній одиниці). Також, дане поняття можна розглядати як здатність забезпечити мешканців більшими перевагами у порівнянні іншими регіонами країни чи регіонами інших країн.

Лісове господарство полягає у діяльності щодо відтворення лісових ресурсів, їх охорони, збереження, заготівлі продуктів лісового господарства тощо. В Україні лісове господарство розвинуто у Рівненській, Хмельницькій, Вінницькій, Одеській та інших областях.

Протягом 2000-2007 рр. вітчизняне лісове господарство належить до галузей, що зростає. У аналізованому періоді збільшуються обсяги зовнішньоекономічної діяльності

підприємств галузі. Проте, лісове господарство за регіонами країни розвивається нерівномірно.

До негативних тенденцій варто, також, віднести і зменшення ефективності діяльності лісогосподарських підприємств, скорочення експорту продукції (збільшення обсягів зовнішньоекономічної діяльності відбувалось через нарощення імпорتنих поставок) [5, с.12-18] Для подолання негативних явищ та забезпечення подальшого розвитку галузі необхідно дослідити її конкурентоспроможність як загалом, так і у окремих регіонах.

Зважаючи на те, що визначення конкурентоспроможності регіону (на прикладі лісового господарства Хмельницької області) складний процес, він вимагає застосування відповідних методик та володіє рядом особливостей.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. За Г.Л. Азоевим, А.П. Челенковим конкурентоспроможність регіону визначається наявністю у підприємств, що діють у ньому економічних, технічних, організаційних умов для створення, виробництва і збуту продукції високої якості, які задовольняють вимоги певних споживачів чи їх груп [6, с.19]. Проте, авторами не зазначено яким чином визначити наявність у підприємств регіону згаданих умов, що забезпечують виробництво продукції високої якості.

Оцінювання конкурентоспроможності регіону, згідно поглядів І.З. Должанського та Т.О. Загородної, здійснюється шляхом обрахунку загального коефіцієнту конкурентоспроможності за формулою:

$$K_{\text{заг}} = \sum_{i=1}^n K_{\text{т}} \quad (1)$$

де, $K_{\text{заг}}$ – загальний коефіцієнт конкурентоспроможності;

$i=1,2,\dots,30$ – товари галузі, що є лідерами за обсягами продукції у розрахунковому році;

$K_{\text{т}}$ – конкурентоспроможність товарів в розрахунковому році [1, с.212].

У відповідності із цим, конкурентоспроможність товарів варто визначати наступним чином [1, с.209]:

$$K_{\text{т}} = \left(\frac{E_z}{E_{\text{зк}}} \right) * K_1 * K_2 * K_3 \quad (2)$$

де, $K_{\text{т}}$ – коефіцієнт конкурентоспроможності товарів;

E_z – ефективність аналізованого зразка, од. корисного ефекту/гр. од.;

$E_{\text{зк}}$ – ефективність зразка конкурента, од. корисного ефекту/гр. од.;

K_1, K_2, K_3 – коригувальні коефіцієнти, що враховують рівень конкурентної переваги.

Саму ефективність автори пропонують визначати діленням ефекту від використання товару до затрат на його купівлю (ціни товару, витрат до доставки, обслуговування). Це наслідок загальновизнане твердження про те, що ефективність – «це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, що визначається як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат» [7, с.508].

За В.Г. Пасічником, О.В. Акіліною конкурентоспроможність товару визначається різницею між споживчою ціною і ціною реалізації. У випадку існування такої різниці покупець товару отримує економію, а продавець – запас конкурентоспроможності [3, с.28]. У даній методиці незрозумілим залишається механізм визначення споживчої ціни товару та поняття запасу конкурентоспроможності.

Інакше конкурентоспроможність товару можна визначити шляхом обрахунку його рейтингу. Це здійснюється із застосуванням наступної формули [2, с.94]:

$$P_{\text{т}} = \prod_{i=1}^n Q_i \quad (3)$$

де, $P_{\text{т}}$ – рейтинг товару;

Q_i – відносний показник якості товарів.

n – кількість одиничних показників якості, що використані при оцінюванні.;

Для обрахунку рейтингу слід знайти відносний показник якості товарів:

$$QI = \frac{P_{i0}}{P_i} \quad (4)$$

де, P_i – одиничний показник якості оцінюваної моделі;

P_{ib} – одиничний показник якості базової моделі.

О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник рекомендують визначати конкурентоспроможність товару шляхом обрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності, що визначається як відношення індексу споживчих параметрів (індексу якості) до індексу економічних і маркетингових параметрів (індексу споживання) [4, с.77]:

$$K = \frac{I_{cn}}{I_{en}} \quad (5)$$

де, K – інтегральний показник конкурентоспроможності;

I_{cn} – індекс якості;

I_{en} – індекс цін споживання.

Індекс якості розраховується шляхом підсумовування відносних параметрів якості товару (розрахованих діленням значення параметрів якості оцінюваного і базового виробу) із врахуванням коефіцієнтів їх вагомості. Індекс споживання є відношенням ціни споживання оцінюваного і базового зразка. Ціна споживання визначається як сума ціни купівлі, вартості транспортування товару, витрат на страхування, експлуатацію, сервісне обслуговування, навчання персоналу тощо.

За [8, с.13] конкурентоспроможність регіону визначається його конкурентним середовищем. У зв'язку з цим слід досліджувати рівень концентрації підприємств регіону, для чого доцільно обраховувати індекс відносної концентрації, ранговий індекс концентрації, індекс обернених величин.

Найбільш популярним серед наведених показників є індекс Херфіндала – Хершмана (I_{HH}), в основі якого лежить частка окремих виробників на галузевому ринку (регіональному ринку).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Існування різноманітних методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності регіону та наявність у них певних недоліків не дозволяє отримати єдині результати оцінювання і аналізування. Виділення особливостей оцінювання конкурентоспроможності регіону сприяє формуванню уніфікованої методики його оцінювання, що визначає важливість процесу дослідження.

Постановка завдання. Відповідно до поставленої проблеми необхідно вказати на значення та описати процес оцінювання конкурентоспроможності регіону (на прикладі лісового господарства Хмельницької області) та наголосити на його особливостях.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі аналізування останніх досліджень у публікацій за проблемою можна стверджувати, що оцінювання конкурентоспроможності регіону (на прикладі лісового господарства Хмельницької області) володіє рядом особливостей.

Насамперед, оцінювання конкурентоспроможності регіону варто здійснювати на внутрішньому і на зовнішньому ринках. Дана особливість впливає із того, що регіони можна порівнювати за рівнем конкурентоспроможності між собою у середині країни. Крім того, конкурентоспроможність держави, складовими частинами якої є регіони визначається у порівнянні із іноземними країнами.

Наступною особливістю є взаємозалежність показників. Конкурентоспроможність регіону залежить від конкурентоспроможності підприємств (розміщених у регіоні), а останні знаходяться у залежності від конкурентоспроможності товарів, які виготовляються на цих підприємствах.

На основі цього можна стверджувати, що конкурентоспроможність регіону залежить від ефективності роботи підприємств (розміщених у регіоні).

У відповідності із конкурентоспроможністю країни [1, с.26], при визначенні даного показниками за регіонами варто враховувати наступні чинники: зовнішньоекономічні зв'язки у регіоні, державне регулювання діяльності підприємств регіону, кредитно-фінансову систему, інфраструктуру.

Решта виділених авторами [2, с.26] чинників конкурентоспроможності країни (внутрішній економічний потенціал, система менеджменту, науково-технічний потенціал, трудові ресурси) впливають на конкурентоспроможність фірми, тому нами до переліку не включені.

Із попередніх двох особливостей випливає те, що оцінювання конкурентоспроможності не можливо здійснити шляхом розрахунку індексу концентрації регіону [8, с.13] чи шляхом розрахунку загального коефіцієнту конкурентоспроможності [1, с.212], як це рекомендовано вище. Це визначає необхідність розвитку методичних рекомендації із оцінювання конкурентоспроможності регіону на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Іншими особливостями оцінювання конкурентоспроможності регіону, у відповідності із особливостями оцінювання конкурентоспроможності підприємства є: порівняльний характер, наявність коротко- і довгострокових складових [9, с.45]. Порівняльний характер як особливість в оцінюванні конкурентоспроможності полягає у тому, що даний показник визначається лише у порівнянні певного значення параметри із досягненнями конкурентів. З цього слідує те, що результат оцінювання справедливий лише в умовах конкурентного ринку та в короткий проміжок часу (оскільки ринкова ситуація є динамічною, тобто швидко міняється).

Конкурентоспроможність регіону охоплює як поточне положення підприємств у ньому, так і перспективи його зміни, що визначає наявність коротко і довгострокових складових оцінювання.

Узагальнення особливостей оцінювання конкурентоспроможності регіону наведено на рис. 1.



Рис. 1. Особливості оцінювання конкурентоспроможності регіону

Як видно із рис. 1 особливості оцінювання конкурентоспроможності регіону нами поділено на дві групи: ті, що пов'язані із оцінюванням конкурентоспроможності підприємства (порівняльний характер, наявність короткострокових і довгострокових складових) та ті, що не пов'язані із оцінюванням конкурентоспроможності підприємства (взаємозалежність показників, необхідність оцінювання на внутрішньому і зовнішньому ринку, врахування чинників конкурентоспроможності країни).

Висновки і перспективи подальших розробок. Конкурентоспроможність регіону – це сукупність конкурентних переваг підприємств різних галузей, що розташовані у одному регіоні (адміністративно-територіальній одиниці). Серед різновидів конкурентоспроможності, у економічній літературі вона є найменш дослідженим явищем.

Для оцінювання конкурентоспроможності регіону вченими-економістами рекомендовано здійснювати: обрахунок економічних, технічних, організаційних умов для створення, виробництва і збуту продукції високої якості; визначати показник конкурентоспроможності регіону за групами найбільш популярних товарів чи здійснювати обрахунок індексу концентрації.

Шляхом аналізування визначено, що методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності регіону недосконалі і потребують удосконалення. Для цього слід дослідити особливості оцінювання конкурентоспроможності регіону.

Особливості оцінювання конкурентоспроможності регіону нами поділено на дві групи: ті, що пов'язані із оцінюванням конкурентоспроможності підприємства (порівняльний характер, наявність короткострокових і довгострокових складових) та ті, що не пов'язані із оцінюванням конкурентоспроможності підприємства (взаємозалежність показників, необхідність оцінювання на внутрішньому і зовнішньому ринку, врахування чинників конкурентоспроможності країни).

У подальших дослідженнях за проблемою слід сформулювати методичні рекомендації з оцінювання конкурентоспроможності регіону на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Література

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загрона. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб.] / С. М. Клилешко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
3. Пасічник В. Г. Конкурентоспроможність фірми: [навч. посіб.] / В. Г. Пасічник, О.В. Акіліна. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 112 с.
4. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: підруч. [вид. 2-ге, вип. і доп.] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
5. Бюлетень аналізу лісопродукції. – № 2. – К.: Державне підприємство «Український інформаційно-координаційний центр аналізу ринку лісопродукції», 2008. – 43 с.
6. Азов Г. Л. Конкурентное преимущество фирмы / Г. Л. Азов, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ»», 2000. – 256 с.
7. Економічна енциклопедія: [у 3-х томах. Т1] / відп. редактор С. В. Мочерний та ін. – К.: Академія, 2000 – 864 с.
8. Конкурентоспроможність підприємств: оцінка та стратегія забезпечення: [монографія]. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
9. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства: [навч.-практ. посіб. для студентів економ. спец.]. – К.: Професіонал., 2007. – 208 с.

БЕЗГОТІВКОВИЙ ТА ПЛАТІЖНИЙ ОБОРОТИ КРАЇНИ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ЇЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто єдиний грошовий оборот країни та його складові – безготівковий і платіжний грошові обороти, їх взаємозв'язок і відмінності один від одного. Проаналізовано теоретичні і практичні відмінності грошової маси (як запасу грошей на конкретну дату) від потоку грошей (як їх руху за період – рік).

In the article the uniform money turnover of the country and its components – cashless and payment turnover are considered. Theoretical and practical differences of money supply (as reserve of money for concrete date) from money turnover (as a stream of money for the period – year) are analyzed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні в економічній літературі не існує єдиного погляду на сутність єдиного грошового обороту країни та його функцій.

Значна кількість економістів розглядає грошовий оборот країни як сукупний, який є сукупністю готівкового і безготівкового грошових оборотів. Однак, на наш погляд, використання терміна «сукупний» грошовий оборот країни не відповідає його сутності через певні причини.

Перш за все, слід відмітити, що у так званому «сукупному» грошовому обороті країни знаходяться гроші (готівкові і безготівкові), які мають єдину природу і єдину сутність (тобто це сучасні гроші, які є кредитними нетоварними грошима без власної вартості) і які, до того ж, у процесі свого руху безперервно переходять з готівкової форми у безготівкову, і – навпаки.

За таких умов кількісна характеристика складових єдиного грошового обороту країни (готівкового і безготівкового) безперервно змінюється, бо зменшення обсягу готівкового грошового обороту країни свідчить, що збільшився безготівковий грошовий оборот (і, навпаки). Таким чином, сутність грошового обороту країни характеризується єдністю природи та сутності грошей, які в ньому знаходяться, і єдністю їх руху. За таких умов, як нам здається, буде більш правильним розглядати грошовий оборот країни як єдиний, що відповідає його сутності, а не сукупний.

Відносно складових єдиного грошового обороту країни – готівкового та безготівкового грошових оборотів, то з цих питань не існує єдиної точки зору, хоча кожний з цих оборотів відіграє свою важливу роль в економіці країни.

Наприклад, готівковий грошовий оборот обслуговує фізичних осіб, а безготівковий – в основному, юридичних осіб. Разом з тим ці окремі складові єдиного грошового обороту не однаково впливають на стан соціально-економічного розвитку країни і потребують свого подальшого вивчення. Що ж стосується платіжного грошового обороту, в якому використовуються і готівкові, і безготівкові гроші у функції засобу платежу, який відіграє особливу роль у вимірі обсягу названих грошей, то він – взагалі не знайшов у сучасній літературі свого теоретичного визначення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проведений аналіз показав, що найбільш вагомим з питань грошового обороту та його видів, з теоретичної точки зору, є праця Г. Шварца «Безготівковий оборот та кредит у ССРСР», яка оприлюднена ще у шістдесятих роках минулого сторіччя. Г. Шварц стверджує, що «...Сумма всех этих денежных платежей (предприятий, организаций, учреждений и населения – Л.Р.) представляет собой денежный оборот» [1, с.49]. Відповідно в роботі Г. Шварца не розглядаються відмінності грошової маси, як запасу грошей, від грошового обороту, як

поток грошей в країні.

До того ж, Г. Шварц (в силу існуючих у той час причин) серед факторів розвитку безготівкового та платіжного грошових оборотів розглядає перш за все існування соціалістичного способу виробництва. Разом з тим праця Г. Шварца, заклала основи методичного підходу економістів до розгляду різних видів грошового обороту країни.

Зазначимо, що публікацій з питань безготівкового і платіжного грошових оборотів пострадянських економістів практично не існує.

Ті ж автори, які сьогодні розглядають безготівковий оборот, ототожнюють його з платіжним оборотом [2, с.161; 3, с.49], що, на наш погляд, не відповідає економічній сутності цих оборотів, або розглядають платіжний оборот ширшим, ніж увесь єдиний грошовий оборот [4, с.60].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Серед невирішених частин загальної проблеми функціонування єдиного грошового обороту країни слід перш за все назвати існування того безсумнівного, але мало вивченого сьогодні факту, що грошовий оборот і грошова маса є різні складові економіки країни (хоч і взаємопов'язані між собою) і, які грають в ній неоднакову роль, і тому потребують свого всебічного висвітлення. По-друге, слід вказати на існування невирішеності між відмінностями таких складових єдиного грошового обороту, як безготівковий і платіжний грошові обороти, їх функціями і ролью в економіці країни.

Постановка завдання. Завданням статті є висвітлення відмінностей грошової маси від грошового обороту, а також визначення сутності, взаємозв'язку та відмінностей безготівкового і платіжного оборотів, їх функцій і ролі в економіці країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Грошовий оборот країни, як єдність руху готівкових та безготівкових грошей, історично виникає з розвитком кредиту та банків, коли останні починають відкривати клієнтам поточні рахунки, приймаючи на зберігання готівку, та обліковувати її у вигляді кредитових записів (безготівкових коштів) по цих рахунках. Не випадково Г. Шварц розглядає безготівковий грошовий оборот у зв'язку з кредитом, а точніше з кредитними операціями банків.

Так як використання банками для видачі позичок залучених ними у вклади коштів практично створило єдність руху готівкових і безготівкових грошей і, відповідно, створило готівковий та безготівковий обороти, в яких кожна з форм грошей виконує свою конкретну функцію: у готівковому грошовому обороті – функцію засобу обігу, а у безготівковому обороті – функцію засобу платежу. І тільки у платіжному грошовому обороті обидві форми грошей виконують одну й ту ж функцію – функцію засобу платежу.

Заслуговує на увагу, що К. Маркс ніколи не розглядав вклади як гроші (нагадаємо, що за Марксом, гроші – це золоті монети та злитки чи за визначенням Маркса – «дійсні» гроші), тому він писав, що «Все вклады, за исключением резервного фонда, представляют не что иное, как долговые обязательства банкира и никогда не существуют в наличности» [5, с.13]. Не можна не погодитися із Марксом, навіть, сьогодні, в тому аспекті, що вклади є борговими зобов'язання банків.

Разом з тим не можна не відмітити, що саме тому, що вклади є грошовими зобов'язаннями, які створені сьогодні банками, завдяки залученню ними готівкових грошей у вигляді грошових білетів без власної вартості (які теж є борговими зобов'язаннями банку, але центрального) впливає, що сьогодні і вклади, як форма безготівкових грошей, і готівка мають єдину природу, у зв'язку з чим сучасна теорія грошей розглядає вклади як суттєву складову грошової маси, яка саме і складається з боргових зобов'язань банків центрального та комерційних).

До того ж, з розвитком грошового обороту вклади, як безготівкова форма грошей, займають усе більшу питому вагу у грошовій масі по усім грошових агрегатах, починаючи з M1.

Особливо слід підкреслити, що єдність природи готівкових та безготівкових грошей, та єдність їх руху створює єдиний грошовий оборот країни.

Саме єдиний, а не сукупний, тобто такий, який складається з різних за своєю природою та сутністю видів грошових оборотів, як його сьогодні визначають деякі економісти [6, с.57-58].

Доречно, що між двома формами грошей – готівковою і безготівковою існує прямий і безперервний взаємозв'язок – перехід однієї форми грошей у процесі їх руху в іншу і навпаки. Наприклад, якщо підприємство одержало готівкову виручку і наприкінці дня здає її в банк для зарахування на свій поточний рахунок, то готівкова форма грошей переходить у безготівкову. Коли ж підприємству необхідна готівка (для видачі заробітної плати робітникам та службовцям, або на інші цілі, передбачені законом), то підприємство, представивши в банк грошовий чек, одержує зазначену в чеку суму грошей готівкою, перетворюючи тим самим безготівкову форму грошей у готівкову. Відповідно, в грошовому обороті країни завжди частина грошової маси представлена готівкою, інша частина – безготівковими грошима.

Причому в рамках єдиної сукупності грошового обороту між готівковою й безготівковою грошовою масою існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність: при збільшенні готівкової грошової маси – зменшується безготівкова грошова маса, і навпаки.

Наприклад, якщо в Україні буде здійснений глобальний перехід на пластикові картки з відповідним глобальним переходом на розрахунки за їх допомогою у всій організованій товаропровідній мережі, то потреба грошового обігу в готівці різко скоротиться, але не відпаде зовсім. Це пояснюється, по-перше, існуванням неорганізованого ринку товарів і послуг, на якому використовується саме готівка, а, по-друге, тим, що люди завжди, у всі часи і у всіх країнах воліють володіти певною сумою зовсім ліквідних коштів, тобто готівкою.

Важливим моментом у розумінні сутності всіх видів грошового обороту країни (єдиного, готівкового, безготівкового та платіжного) є той факт, що гроші як у готівковій, так і у безготівковій формі, які знаходяться в процесі свого безперервного руху, практично не мають власної вартості. Це означає, що назустріч потокам товарної маси, яка має реальну вартість, рухаються потоки номінальної грошової маси (готівкової і безготівкової), які не мають власної вартості, тобто потоки, нееквівалентні власній вартості товарної маси. Відповідно гроші у грошових потоках, оцінюють вартість товарної маси не своєю власною вартістю (якої у них немає), а своєю цінністю (купівельною спроможністю грошей в конкретний момент часу).

Але так, як потоки товарної та грошової маси, що рухаються назустріч один одному, повинні бути збалансовані, то зрозуміло, що баланс між реальною вартістю товарної маси й номінальною вартістю грошової маси досягається на ринку стихійно за допомогою цінового механізму.

Відповідно, якщо грошей багато, то зростають товарні ціни, порівнюючи, тим самим, номінальну грошову масу із сумою цін товарної маси, породжуючи, тим самим, інфляцію. Недооблік цього цінового механізму, який зрівнює суму цін товарної маси з номінальною сумою грошової маси може привести до серйозних помилок в оцінці економічного стану країни, тому що при рості обсягу ВВП у фактичних, тобто номінальних цінах, у дійсності може відбуватися його реальне скорочення (бо реальний ВВП враховується у порівняльних цінах).

Заслугує на увагу й те, що рух готівкових і безготівкових грошей відбувається по-різному. Наприклад, одна й та ж сама грошова одиниця, скажімо, гривня, у вигляді одногогривневого грошового білету, у процесі свого руху може брати участь у декількох послідовних актах купівлі-продажу, переходячи з одних рук до інших неодноразово. При цьому між актами купівлі-продажу з використанням готівки немає розриву у часі. Гроші й товар, рухаючись назустріч один одному, одночасно міняють своїх власників. І цей безперервний і нескінченний перехід, ця передача готівки з рук у руки, являє собою рух готівки в процесі свого обігу.

Саме тому функцію засобу обігу виконує тільки готівка. Разом з тим, готівкові гроші можуть виконувати й функцію засобу платежу, наприклад, коли готівка використовується

для видачі заробітної плати (тобто коли є розрив у часі між актами купівлі–продажу), погашенні позичок, сплати процентів тощо. Інакше кажучи, готівкові гроші можуть виконувати й функцію засобу обігу, і функцію засобу платежу, у той час як безготівкові гроші можуть виконувати лише функцію засобу платежу, тобто безготівкові гроші не обертаються, що в спеціальній літературі дуже часто ігнорується. Відповідно, важко погодитися з думкою про те, що «Безналичное обращение- это движение денег безналичного оборота» [7, с.84].

На відміну від руху готівки, безготівкова грошова одиниця у вигляді запису на рахунку в банку, не може брати участь у декількох послідовних актах купівлі-продажу, тому що не можна одним записом (у вигляді якого й існує ця безготівкова грошова одиниця) здійснити декілька послідовних актів купівлі й продажу. Крім того, при використанні безготівкових грошей між актами купівлі-продажу завжди існує розрив у часі. І вже в зв'язку із цим безготівкові гроші не можуть виконувати функцію грошей як засіб обігу, тобто одночасно з товаром рухатись йому назустріч, переходячи з рук в руки, і, відповідно, безготівкові гроші не можуть обертатися.

Безготівкові гроші, на відміну від готівки, виконують у процесі свого руху тільки функцію засобу платежу (в той час як готівкові гроші в розрахунках можуть виконувати і функцію засобу обігу, і функцію засобу платежу).

Рух безготівкових грошей технічно відбувається у вигляді перепису грошової суми (у нашому прикладі однієї гривні) з одного рахунку в банку на інший рахунок в цьому чи іншому банку. І цей рух безготівкових грошей (переміщення однієї гривні по банківських рахунках) виконується банками при здійсненні ними будь-яких кредитних операцій (не плутати із позичковими операціями банків).

Відповідно, безготівковий оборот країни – це безперервний процес руху безготівкових грошей по банківських рахунках у функції засобу платежу при здійсненні банками кредитних операцій. З цього випливає, що рух безготівкових грошей, тобто безготівковий грошовий оборот країни виконується лише по рахунках у банках, тому він обмежений банківською системою і ніколи не покидає її, в той час як рух готівкових грошей здійснюється поза банками й нічим не обмежений. До того ж, у безготівковому грошовому обороті безготівкові гроші не посередничають у товарообміні, а завершують його.

Окрім готівкового та безготівкового грошових оборотів в рамках єдиного грошового обороту існує і поняття «платіжний оборот», який деякі автори [2,с.161; 3,с.49] ототожнюють з безготівковим грошовим оборотом, що заперечує сутності платіжного обороту.

Під платіжним оборотом країни слід розуміти процес безперервного руху готівкових і безготівкових грошей у функції засобу платежу. Для платіжного обороту характерно, що в ньому беруть участь як готівкові, так і безготівкові гроші в одній і тій же функції – функції засобу платежу. На жаль, сьогодні поняттю платіжний оборот країни не приділяється достатньої уваги, хоча він має велике значення в економіці країни, тому що дозволяє уникати подвійного обліку одних й тих же сум, що проходять через банк з одного боку як надходження, а з другого боку як платежі.

Це обумовлено тим, що будь-який акт купівлі-продажу для продавця уявляє собою реалізацію продукції і відповідне отримання надходжень виручки від реалізації, яка зараховується на його поточний рахунок. В той же час для покупця, саме, ця сума грошей уявляє собою платіж, який списується з його поточного рахунку. Тому з метою уникнення подвійного обліку одних і тих же сум, загальноприйнято обліковувати грошову масу не по надходженнях, а по платежах, що саме і формує платіжний грошовий оборот країни. До того ж, в платіжному обороті і готівкові гроші виконують функцію засобу платежу, наприклад, коли роботодавець розраховується із своїми робітниками, видаючи їм заробітну плату готівкою. Однак навряд чи можна погодитися з думкою про те, що поняття платіжний оборот ширше поняття грошового обороту [4, с.60].

Останнє, зумовлено тим, що в платіжному обороті, на відміну від єдиного грошового обороту, лише незначна частка готівки виконує функцію засобу платіжу, в той час як в

єдиному грошовому обороті, основна маса готівкових грошей (за винятком тих, що використовуються для видачі заробітної плати) виконує функцію засобу обігу. Що ж стосується платіжного грошового обороту, то в ньому обидві форми грошей виконують одну й ту ж саму функцію – функцію засобу платежу. З цього випливає, що платіжний оборот охоплює рух усіх безготівкових грошей і ту частку готівкових грошей, яка виконує функцію засобу платежу. Роль безготівкового і платіжного грошових оборотів в економіці країни не однакова і зумовлена різними функціями цих оборотів, які досі ще не розглядалися ані зарубіжними, ані вітчизняними економістами.

Функції безготівкового грошового обороту не відрізняються від функцій єдиного грошового обороту. Тому безготівковий оборот, на думку автора, виконує такі функції:

- засобу забезпечення безготівковими грошима процесу суспільного відтворення;
- засобу інтеграції грошової системи країни у світову грошову систему.

З цього випливає, що безготівковий грошовий оборот, який, як правило, є найбільш вагомою складовою єдиного грошового обороту країни, в більшій мірі забезпечує процес суспільного відтворення грошима.

Така функція єдиного грошового обороту як засіб інтеграції грошової системи країни у світову грошову систему підтверджує, що саме безготівковий грошовий оборот в єдиному грошовому обороті і виконує цю функцію.

Розглядаючи функції платіжного грошового обороту слід відмітити, що, з того, що він охоплює увесь безготівковий оборот та частку готівкового грошового обороту, то безумовно він виконує усі функції, які притаманні єдиному грошовому обороту.

Разом з тим, платіжний оборот, на наш погляд, виконує ще і третю функцію – попереджувальну, яка дозволяє усунути подвійний облік одних і тих же сум грошей у єдиному грошовому обороті країни і, навіть, у її грошовій масі по всіх грошових агрегатах.

Це зумовлено тим, що одна й та ж сама сума грошей з точки зору продавця і покупця має різне призначення і різне місце у кругообороті їх коштів, тому що для продавця ця сума є виручкою від реалізації, а для покупця – є платежом. А в платіжному обороті враховуються лише ті суми, які списуються з рахунку у банку як платежі. Зрозуміло, що ті ж самі суми, але які зараховуються на поточні рахунки постачальників – не обліковуються у платіжному обороті країни.

Заслуговує на увагу те, що грошовий оборот суттєво відрізняється від грошової маси, яка характеризує стан грошової маси (її запас) на конкретну дату, в той час як грошовий оборот характеризує потік грошей (рух грошової маси) за рік, у зв'язку із чим грошовий оборот вимірюється як зміна грошової маси за рік.

Саме тому грошовий оборот кількісно відрізняється від грошової маси. Слід відмітити, що в грошовій теорії розподіл перемінних на запаси та потоки пов'язаний з їх виміром у часі.

Відповідно, перемінна запасу може бути виміреною лише в конкретний момент і її розмір не має часової протяжності, в той час як перемінна потоку може бути виміреною лише як оборот за період і, відповідно, її розмір має часовий вимір. Саме тому: «...изменение запаса следует понимать и измерять как поток, а уровень запаса – нет» [8, с.102]. З цього випливає, що відмінності між грошовою масою і грошовим оборотом мають особливо вагомe значення, бо нечітке розуміння відмінностей запасів грошей та їх потоків веде до серйозних помилок в розрахунках і відповідних висновках.

Разом з тим, ця особлива риса грошового обороту (його кількісна відмінність від грошової маси) не знайшла сьогодні свого висвітлення у вітчизняній літературі. Ряд авторів [4, с.60; 9, с.55 та інші] розуміє, що грошовий оборот – це безперервний рух грошей і його не можна трактувати як сукупність усіх грошових платежів у народному господарстві [10, с.20; 11, с.111], але разом з тим вони вважають, що недоліком такого визначення є те, що фіксується «...лише кількісний бік грошового обороту, його результативний аспект» [9, с.55].

Однак в тому-то і помилка даного підходу до кількісного виміру грошового обороту, бо коли грошовий оборот визначається як сукупність усіх грошових платежів у народному господарстві, то визначається саме грошова маса на конкретну дату, яка аніяким чином не визначає кількісного боку грошового обороту як потоку грошей у процесі їх руху за період часу.

Кількісні відмінності грошової маси від грошового обороту (усіх його видів) надано у таблиці 1.

Таблиця 1

Грошова маса (за формами грошей) і грошові обороти України (єдиний, готівковий та безготівковий) в 2000-2009 рр. (станом на кінець року), млрд.грн.
[11, с.89; 12, с.77]

Показники	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Грошова маса (МЗ), в т.ч.:	32,2	45,8	64,9	95,0	125,8	194,1	261,1	396,2	515,7	487,3
а) готівкова (М0)	12,8	19,5	26,5	33,1	42,3	60,2	75,0	111,1	154,8	157,0
б) безготівкова (МЗ-М0)	19,4	26,3	38,4	61,9	83,5	133,9	186,1	287,1	360,9	330,3
Єдиний грошовий оборот	10,1	13,6	19,1	30,1	30,8	78,3	67,0	135,1	119,5	91,1
Готівковий грошовий оборот	3,2	6,7	7,0	6,9	9,2	17,9	14,8	36,1	43,8	46,0
Безготівковий грошовий оборот	6,9	6,9	12,1	23,2	21,6	60,4	52,2	99,0	75,7	45,1

Як видно з даних таблиці 1, обсяги грошової маси і грошового обороту суттєво відрізняються один від одного. Разом з тим грошова маса (МЗ) і єдиний грошовий оборот мають аналогічну динаміку, що виражається в однаковому зростанні і грошової маси (МЗ), і обсягу єдиного грошового обороту впритул до 2009 року, коли відбулося одночасне зменшення і обсягу грошової маси, і обсягу єдиного грошового обороту.

Заслугує на увагу факт, що у 2009 році грошова маса зменшилася відносно 2008 року на 28,4 млрд. грн. (515,7 млрд. грн. – 487,3 млрд. грн.), з цього випливає, що запас грошей в країні на кінець 2009 року скоротився на ту ж саму величину. За таких умов і єдиний грошовий оборот (потік грошей) у 2009 році зменшився відносно єдиного грошового обороту 2008 року на 28,4 млрд. грн. і склав 91,1 млрд. грн. (119,5 млрд. грн. – 28,4 млрд. грн.).

Однак, як видно з даних таблиці 1, зменшення грошової маси (запасу грошей) по МЗ у 2009 році створилося за рахунок суттєвого (на 30,6 млрд. грн.) зменшення безготівкової грошової маси відносно 2008 року (360,9 млрд. грн. – 330,3 млрд. грн.), у зв'язку з чим, безготівковий грошовий оборот у 2009 році відносно 2008 року суттєво зменшився і склав лише 45,1 млрд. грн. (75,7 млрд. грн. – 30,6 млрд. грн.) проти 75,7 млрд. грн. у 2008 році.

А з того, що готівкова грошова маса 2009 року і, відповідно, готівковий грошовий оборот цього ж року збільшилися відносно 2008 року на 2,2 млрд. грн. випливає, що готівковий грошовий оборот 2009 року склав 46 млрд. грн. (43,8 млрд. грн. + 2,2 млрд. грн.).

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведене дослідження наглядно висвітлює той факт, що грошова маса і єдиний грошовий оборот країни мають різні кількісні характеристики, з чого випливає, що ніяким чином не можна ототожнювати грошову масу як перемінну запасу із грошовим оборотом, у якості перемінної потоку. І як

видно з даних табл. 1, обсяги грошової маси за весь досліджуваний період у 3-3,5 рази перевищують обсяги єдиного грошового обороту, який саме й забезпечує грошима процес суспільного відтворення.

Зрозуміло, що НБУ у своїй грошово-кредитній політиці слід враховувати саме рівень єдиного грошового обороту, а не тільки рівень грошової маси, бо якщо не враховувати рівні різних видів саме грошових оборотів, то може створитися в країні платіжна криза, коли запас грошей буде великим, а потік грошей, який забезпечує процес суспільного відтворення – недостатнім.

Крім того, через те, що сучасні гроші не мають власної вартості впливає, що назустріч потокам товарної маси, яка має реальну вартість, виражену у поточних цінах, рухаються потоки номінальних грошей (готівкових і безготівкових), які не мають власної вартості, тобто потоки, нееквівалентні власній вартості товарної маси.

Відповідно, якщо грошей багато, то зростають товарні ціни, порівнюючи тим самим номінальну грошову масу із сумою цін товарної маси через ціновий механізм, породжуючи тим самим інфляцію. Недооблік цього цінового механізму, який зрівнює суму цін товарної маси з номінальною сумою грошової маси може призвести до серйозних помилок в оцінці економічного стану країни, тому що при рості обсягу ВВП у фактичних, тобто номінальних цінах, у дійсності може відбуватися його реальне скорочення (бо реальний ВВП враховується у порівняльних цінах), що приховує дійсне положення справ. За таких умов НБУ як регулятору, необхідно чітко визначати рівень усіх видів грошових оборотів країни, з метою ефективного регулювання ним не тільки запасу грошей (грошової маси), а, що особливо важливо, і потоку грошей (його рівня) у грошовому обороті країни, і ввести до складу основних макроекономічних показників, соціально-економічного стану України такі показники як: рівень єдиного грошового обороту країни, рівень готівкового грошового обороту, безготівкового та платіжного оборотів.

Література

1. Шварц Г. Безналичный оборот и кредит в СССР / Г. Шварц. – М.: Госфиниздат, 1963. – 220 с.
2. Лісна Р. П. Безготівковий платіжний оборот у контексті забезпечення ефективного функціонування економіки / Р. П. Лісна // Вісник Університету банківської справи НБУ (м. Київ). – 2010. – № 1(7). – С. 161–164.
3. Коробкіна С. Безготівкові розрахунки та шляхи їх вдосконалення / С. Коробкіна // Банківська справа. – 2000. – № 1. – С. 49–52.
4. Деньги, кредит, банки: [учеб.] / под ред. О. И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 448 с.
5. Маркс К. Соч. [т. 25.] – [ч. п.] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 463 с.
6. Гроші та кредит: [підруч.] / за ред. М. І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2006. – 740 с.
7. Общая теория денег и кредита: [учеб.] / под ред. Е. Ф. Жукова. – М.: Банки и биржи «ЮНИТИ», 1995. – 304 с.
8. Харрис Л. Денежная теория / Л. Харрис. – М.: Прогресс, 1990. – 741 с.
9. Лагутін В. Д. Гроші та грошовий обіг: [навч. посіб.] / В. Д. Лагутін. – К.: Знання, КОО, 1998. – 169 с.
10. Денежное обращение и кредит: [учеб.] / под ред. В. С. Геращенко. – М. Финансы и статистика, 1986. – 375 с.
11. Бюлетень НБУ. – 2008. – № 3. – С. 88–112.
12. Бюлетень НБУ. – 2010. – № 3. – С. 77.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ

У статті досліджено економічну сутність та важливість транснаціональних корпорацій (ТНК) для економіки країни. З'ясовано сучасні тенденції розвитку ТНК, а також особливості їхнього міжнародно-правового регулювання. Визначено проблеми та перспективи розвитку транснаціональних корпорацій в Україні.

The economic essence and importance of multinational corporations (MC) for the economy of the country are researched. The modern trends of development of MC and the peculiarities of their international and legal adjusting are elucidated. The problems and the prospects of development of the multinational corporations in Ukraine are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Транснаціональні корпорації (ТНК) є важливим елементом розвитку міжнародних економічних відносин, рушійною силою процесу транснаціоналізації та глобалізації світової економіки. Вони домінують у провідних галузях економіки, контролюють значну частину науково-технічного потенціалу та впливають на структуру всього світового господарства і на формування економічної політики своєї та інших країн, застосовуючи при цьому різні методи конкурентної боротьби. ТНК завдяки сучасним засобам інформації та технологіям, які в останні десятиріччя мають безпрецедентні досягнення, запровадили нові форми організації та збуту продукції.

ТНК виступають провідними агентами фінансової глобалізації, опосередковуючи потужні фінансові розрахунки як з власними дочірніми компаніями і філіями, так і з місцевими національними підприємствами, а також створюють єдину систему інтегрованого виробництва, що перетворюється в ядро світової господарської системи [1, с.21].

Ринкова капіталізація окремих ТНК перевищує 500 млрд. дол., а щорічні обсяги продажів становлять 150–200 млрд. дол. Сьогодні ТНК контролюють понад 50% світового промислового виробництва, 67% міжнародної торгівлі, більш як 80% патентів і ліцензій на нову техніку, технології та ноу-хау, майже 90% прямих зарубіжних інвестицій. Сукупні валютні резерви ТНК у кілька разів перевищують сукупні резерви всіх центральних банків світу. Тому переміщення лише 1–2% маси грошей, що перебувають у їхньому володінні, цілком здатне змінити паритет національних валют [2].

Про зростання масштабів транснаціоналізації світової економіки свідчить те, що сума внутрішнього та зовнішнього нагромаджених обсягів прямих іноземних інвестицій досягла 1/5 світового ВВП, експорт закордонних філій ТНК – 1/3 світового експорту; ВВП, вироблений за рахунок закордонних філій, становить 7 % світового ВВП [3]. Світову економічну могутність сконцентровано в руках 100 найбільших ТНК (Microsoft, General Electric, Exxon Mobil, Wal-Mart Stores, Citigroup, Johnson&Johnson, Royal Dutch/Shell, BP, IBM, Ford, Nestle, Phillip Morris та ін.). Ринкова капіталізація окремих ТНК перевищує 500 млрд. дол., а щорічні обсяги їх продаж становлять 150–200 млрд. дол. Чистий прибуток будь-яких із найбільших ТНК є адекватним річному бюджету України, а обсяг їхнього товарно-грошового обороту нерідко перевищує ВВП декількох країн загалом [4, с.299].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Вагомим внеском у вирішення проблеми дослідження ТНК, механізму їх функціонування, особливостей розвитку та діяльності в умовах глобалізації є праці зарубіжних і вітчизняних науковців. Зокрема, Р. Робінзон, С. Кіндлбергер, С. Хірш, Т. Ангмон, Х. Перлмутер проаналізували передумови формування та чинники розміщення транснаціональних компаній. Т.Я. Білоус, В.А. Білошапка, В. Новицький, В. Плотніков, В. Рокоча, Л. Руденко дослідили типи,

організаційні форми інтеграції компаній та механізм їх функціонування. Т. І. Сичова, Г. Семенов, І. Мигас, Н. Нікітіна, О. Рогач, О. А. Шуба, Ю. Н. Яковенко приділили увагу дослідженню певних аспектів діяльності ТНК та їх ролі для вітчизняної економіки тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. ТНК стали об'єктом посиленої уваги з боку економістів ще у 70-і рр. XX ст., тому проблема феномену ТНК є предметом багатьох досліджень та публікацій. Проте до сьогодні нема спільної думки щодо визначення суті поняття ТНК, впливу ТНК на економіку приймаючої країни з огляду на сучасні тенденції їх розвитку, невирішені також проблеми врегульованості їх міжнародно-правової діяльності та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку ТНК та їх міжнародно-правове регулювання, оцінка позитивних та негативних сторін процесу транснаціоналізації вітчизняної економіки.

Основними завданнями для досягнення поставленої мети є: з'ясувати сутність та роль ТНК для економіки країни; дослідити сучасні тенденції розвитку ТНК та особливості їх міжнародного регулювання; оцінити переваги та недоліки процесу транснаціоналізації економіки; визначити перспективи транснаціональної діяльності для вітчизняної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. При визначенні сутності ТНК у наукових колах і практичній діяльності найчастіше використовують визначення, що запропоновані впливовими міжнародними організаціями. Так, за визначенням ЮНКТАД, ТНК – це підприємства, які складаються з материнських компаній та їх зарубіжних філій. Материнські компанії здійснюють контроль за філіями через участь у їх акціонерному капіталі з частками не менше 10% [5, с.59]. Відповідно до визначення ОЕСР, ТНК об'єднують компанії приватної, державної або змішаної форми власності, що знаходяться в різних країнах, при цьому одна або декілька з цих компаній може значно впливати на діяльність інших, особливо у сфері обміну знаннями, технологією і ресурсами.

Конвенція про транснаціональні корпорації визначає транснаціональну корпорацію як юридичну особу (сукупність юридичних осіб), що має у власності, господарському віданні чи оперативному управлінні відокремлене майно на території двох і більше країн [6].

На думку А.С. Філіпенка, транснаціональна компанія – це інтегрована виробничо-комерційна система, яка здійснює свої операції на ринках двох чи більше країн, а зовнішньоекономічна діяльність такої компанії є невід'ємним елементом її функціонування як певної цілісної господарської структури [7, с.141]. Вказані та інші визначення ТНК потребують конкретизації та уточнення передусім у кількісному аспекті. Найбільш точні та достовірні дані про ТНК відображаються в публікаціях ООН. Спочатку статистика ООН як міжнародні корпорації розглядала лише великі підприємства з річним оборотом більше 100 млн. дол., які мали при цьому філії чи дочірні компанії не менш, ніж у шести країнах світу. На сьогодні, за класифікацією ООН, до ТНК належать лише ті компанії, у яких: а) річний обсяг продажу становить не менше, ніж 1 млрд. дол.; б) від 1/5 до 1/3 загального обороту припадає на зарубіжні операції; в) частка зарубіжних активів досягає не менше 25%; г) філії знаходяться не менше, ніж в шести країнах.

На основі розглянутих визначень ТНК можна запропонувати таке, що охоплює основні ознаки цих корпорацій. ТНК – це інтегрована господарська структура з централізованим планомірним керуванням, до якої входять підприємства різні за організаційно-правовою формою та формою власності, що створюються як у своїй країні, так і в інших країнах світу. Сучасними тенденціями розвитку ТНК є:

1. Зміна стратегії діяльності ТНК. Серед основних напрямків зміни можна виділити такі:

- основною метою діяльності ТНК є не отримання максимального прибутку, а забезпечення фінансової стійкості і стабільного фінансового становища на світовому ринку;
- диверсифікація діяльності ТНК (найбільш ефективними вважаються комплексні форми зовнішньоекономічної діяльності: рух товарів, капіталів, технологій, знань тощо);
- створення глобальних мереж виробництва і збуту в межах єдиної глобальної стратегії компанії (при цьому ТНК не прагнуть створити виробництво закінченого циклу в одній

країні, а намагаються спеціалізувати кожне підприємство, яке входить у глобальну мережу, на найбільш раціональному для нього виробництві тих чи інших комплектуючих виробів);

- збільшення частки нематеріального виробництва у міжнародній діяльності ТНК (це стосується діяльності страхових, туристичних, торгових компаній, які перетворюються в ТНК і відіграють вирішальну роль у своїх галузях діяльності. У промислових ТНК також є багато дочірніх компаній і філій, які входять до сфери послуг. Промисловим ТНК належить майже половина всіх зарубіжних інвестицій у сфері послуг);
- інтенсивний розвиток внутрішньокорпоративної торгівлі між підрозділами тих чи інших ТНК;
- вивіз капіталу ТНК спрямований не лише на збільшення кількості зарубіжних філіалів, а й на скорочення розривів в організації і технології виробництва в промислово розвинутих країнах, щоб якість продукції і послуг компаній будь-якої країни відповідала світовим стандартам;
- переорієнтація діяльності ТНК на галузі обробної промисловості як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються (зацікавленість у розвитку наукомістких галузей промисловості розвинутих країн, де зосереджено приблизно 2/3 закордонних компаній, що належать ТНК).

ТНК прагнуть перенести на закордонні дочірні компанії у розвинутих країнах виробництво технічно складної і капіталомісткої продукції, яка потребує великих затрат і використання найновіших матеріалів. Цьому сприяє можливість одержання в цих країнах засобів для фінансування висококваліфікованих кадрів і необхідних матеріалів. Наслідком цього процесу є значне збільшення іноземного капіталу в обробну промисловість розвинутих країн та ін.

2. Зміни у політиці інвестування. До пріоритетних напрямків інвестиційної діяльності сучасних ТНК можна віднести такі:

- спрямування інвестицій на злиття і поглинання (ТНК спрямовують свої інвестиції насамперед у злиття та поглинання, що є найкоротшим шляхом до лідерства чи, навіть, гегемонії ТНК на важливих світових ринках і до одержання доступу до всеможливих ресурсів. За оцінкою експертів, загальна сума прямих іноземних інвестицій за 2000 рік перевищила 1 трлн. дол., а за останні 12 років вартісний обсяг міжнародних злиттів і поглинань виріс більше, ніж у сім разів (720 млрд. дол. в 1999 р. проти 100 млрд. дол. у 1987 р.). Щорічний оборот світового ринку злиттів і поглинань досягнув 3 трлн. дол. [8, с.20]. Метою злиттів і поглинань є досягнення синергетичного ефекту (отримання однією корпорацією додаткової вартості в результаті купівлі іншої корпорації). Крім того, злиття і поглинання у кредитній сфері сприяли виникненню банківських холдингів, які є на сьогодні лідерами у світовому рейтингу: Citigroup (США), BankAmerica Corp (США), HSBC (Великобританія), Credit Agricole group (Франція). Злиття та поглинання є результатом таких видів диверсифікації: горизонтальної, коли купуються компанії, які працюють в інших регіонах країни, що розширює асортимент товарів та послуг; вертикальної, коли поглинаються компанії, що входять в єдиний технологічний ланцюг; створення конгломератів, купуються компанії, які не пов'язані з попереднім бізнесом. Вертикальна і горизонтальна диверсифікація оцінюється інвесторами позитивно. Створення ж конгломератів – як негативно, так і позитивно. Конгломерат є об'єднанням компаній, які виробничо не пов'язані між собою, тому тут рідко виникає синергія. Загалом їх створення виправдовується, якщо компанія-покупець збільшує свою частку на ринку і якщо на дохід конгломератів не впливають відмінності у макроекономічних циклах різних виробництв. Так, позитивним прикладом конгломератної диверсифікації є корпорація «Дженерал електрик», вартість якої у березні 2000 р. становила 401 млрд. дол. Бізнес компанії побудований таким чином, що забезпечується її стійкість на всіх стадіях економічного циклу;
- вагоме збільшення частки фінансування науково-технічної сфери. У світі все більша увага приділяється якості людських ресурсів, рівню освіти та практичному використанню

знань, інноваційній діяльності. Інвестиції в НДДКР провідних ТНК досягли великих розмірів. Наприклад, щорічні витрати на це «Дженерал моторз», «Форд», і «ІБМ» становлять 2-3 млрд. дол., що перевищує науково-дослідницькі бюджети багатьох країн. Так, у США практично весь обсяг витрат на НДДКР приватного бізнесу припадає на 700 найбільших компаній, при цьому близько 40% цих коштів припадає на частку всього лише 15 найбільших корпорацій [2].

За даними Доповіді про світові інвестиції за 2005р. «Транснаціональні корпорації та транснаціоналізація НДДКР», практично половина глобальних витрат та не менш, ніж 2/3 комерційних витрат на НДДКР забезпечується ТНК (за експертними оцінками, приблизно 450 млрд. дол.). Крім того, витрати на проведення НДДКР окремими ТНК перевищують відповідні витрати багатьох країн. Шість ТНК («Форд», «Пфайзер», «Даймлер Крайслер», «Сіменс», «Тойота», «Дженерал Моторс») у 2003р. витратили на науково-дослідні та конструкторські розробки більше 5 млрд. дол. [9].

ТНК відкривають зарубіжні дослідницькі підрозділи для забезпечення потреб власних виробництв, створених у відповідних країнах. В останні роки діяльність зарубіжних підрозділів все частіше спрямовується саме на використання глобального науково-дослідного потенціалу, зокрема на залучення висококваліфікованих науково-інженерних кадрів. Відкриваючи нові лабораторії за кордоном, ТНК, зазвичай, співпрацюють з місцевими університетами, академіями, державними дослідницькими центрами, надаючи їм гарантії і пільги у спільних дослідженнях. Університети і окремі дослідницькі групи отримують доступ до технологічних програм ТНК, фінансову та матеріальну допомогу. Проте існують і певні негативні моменти процесу глобалізації НДДКР, а саме: посилення впливу ТНК на систему національних НДДКР і освіту; придбання іноземними компаніями лабораторій національних підприємств, що створює загрозу використання науково-технічного потенціалу конкурентами; послаблення власного науково-технічного потенціалу і конкурентоспроможності через відносно звуження національної бази досліджень тощо.

Характерною особливістю діяльності ТНК на світовому ринку є проведення ними погодженої ринкової політики. Основними напрямками такої політики є:

У галузі виробництва:

- розподіл сфер виробничої діяльності;
- розподіл виробничих програм між найбільшими виробниками з метою регулювання номенклатури продукції, що виробляється;
- проведення погодженої політики в галузі капіталовкладень для уникнення вільного переливання капіталу тощо.

У галузі науково-технічної діяльності:

- укладення угоди про кооперування в галузі НДДКР і виробництва нової продукції;
- укладення патентних і ліцензованих угод, угод про надання ноу-хау;
- укладення угод про продаж прав на використання зареєстрованих торговельних марок та ін.

У галузі збуту:

- визначення порядку фіксації світових цін;
- територіальне закріплення ринків збуту та ін.

Важливою сферою регулювання міжфірмових відносин є вживання заходів, які перешкоджають вільному переливанню капіталів. Такими перешкодами є: величина капіталу, необхідна новому виробнику, щоб проникнути в галузь; контролювання чинних в галузі підприємств за найновішою технікою і технологією виробництва, новими видами продукції з допомогою патентів тощо. Перераховані напрями погодженої політики найбільших компаній у світовій практиці належать до методів міжфірмового регулювання ринку, які називають погодженими ринковими правилами поведінки і мають, як правило, прихований характер.

Процес транснаціоналізації економіки має як позитивні, так і негативні наслідки. Загалом позитивними наслідками діяльності ТНК є поглиблення міжнародного поділу праці, посилення процесів інтернаціоналізації і глобалізації, отримання доступу до додаткових

джерел фінансового капіталу, нових технологій тощо.

В Україні транснаціональна діяльність представлена американськими, німецькими, англійськими, південнокорейськими та російськими компаніями. Розвиток вітчизняних ТНК та їх залучення в Україну будуть мати такі позитивні наслідки: дозволять перенести в інші економічно більш відсталі країни малоефективні та екологічно забруднюючі підприємства, розвинути в себе наукомісткі і перспективні виробництва; сприятимуть оновленню виробництва та розширенню експортних можливостей; підвищать конкурентоспроможність вітчизняної продукції; захистять вітчизняних виробників від кризових явищ; покращать структуру управління на вітчизняних підприємствах та ін.

Разом з тим серед негативних наслідків діяльності ТНК можна виділити такі: чим вищий ступінь міжнародної економічної інтеграції через ТНК, тим більше на дані країни розповсюджується стратегія цих корпорацій у вигляді міжнародного ринкового тиску, циклічних коливань, конкуренції, спекулятивних маневрів тощо; великий обсяг прямих іноземних інвестицій, що вкладаються в економіку інших країн, дозволяє ТНК контролювати не лише окремі компанії, а й цілі галузі промисловості і витіснити з ринку місцевих виробників, впливати на внутрішню політику урядів цих країн; порушення законодавства країн перебування ТНК та приховування прибутків від оподаткування шляхом їх переливу у країни з нижчим рівнем оподаткування; встановлення монопольних цін та диктування умов несприятливих для країн перебування ТНК; ТНК переслідують в основному власні фінансові інтереси і цілком байдужі до економічних проблем країн перебування. Так, для них є привабливими лише високоприбуткові сегменти вітчизняної економіки, а менш прибуткові галузі, які потребують підтримки та допомоги залишаються поза увагою. Представляючи певний сектор економіки, вони створюють велику прірву між ним та іншими секторами, що породжує нерівність доходів та різні заборони; цілі діяльності ТНК та критерії економічної ефективності, на які вони орієнтуються, не збігаються з цілями та критеріями країн, на території яких розташовані філії ТНК; ТНК зневажають інтересами місцевих робітників, оскільки їхня діяльність носить глобальний характер.

Створенню та діяльності ТНК в Україні перешкоджають наявність корупції, нерозвиненість інфраструктури українського ринку, погана якість сполучень та комунікацій, непривабливий інвестиційний клімат, недосконалість законодавчої бази (відсутність послідовності у прийнятті законодавчих актів, часті зміни пільг, правова незахищеність іноземних інвесторів тощо). В Україні діяльність ТНК регулюється такими законами: Закон України «Про промислово-фінансові групи в Україні», Закон України «Про господарські товариства», Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Закон України «Про інвестиційну діяльність», Закон України «Про іноземні інвестиції», У межах СНД 6 березня 1998 р. у Москві було підписано Конвенцію про транснаціональні корпорації. Верховна Рада України 13 липня 1999 р. прийняла закон № 921-XIV про ратифікацію цієї Конвенції із застереженнями. Проте в цілому українське законодавство не відповідає існуючим вимогам щодо діяльності ТНК, а тому не може належним чином регулювати та контролювати їх діяльність. ТНК через свою організаційну структуру не можуть бути об'єктом регулювання і підлягати праву однієї держави. Міжнародно-правове регулювання діяльності ТНК на регіональному рівні відіграє певну роль, але воно ще не спроможне захистити країни, особливо ті, які стали на шлях самостійного розвитку. Тому саме ці країни і висунули вимоги про встановлення нового міжнародного економічного порядку, в межах якого здійснювалося б правове регулювання діяльності ТНК. У даному випадку йдеться про міжнародно-правове регулювання діяльності ТНК універсального характеру.

Міжнародно-правове регулювання діяльності ТНК як на регіональному, так і на універсальному рівні сьогодні ще далеке від бажаного, хоча вже є міжнародно-правові документи, які використовуються для регулювання їхньої діяльності: кодекс іноземних інвестицій, прийнятий 1970 р. латиноамериканськими державами, – країнами – учасниками Андського пакту: Болівією, Колумбією, Перу, Чилі (до 1976) і Еквадором; Хартія економічних прав та обов'язків держав, затверджена резолюцією Генеральної Асамблеї ООН

у 1974 р., норми якої спрямовані на захист економічних прав країн, що розвиваються. Цей документ закріпив загальні принципи обмеження діяльності ТНК; регіональна декларація про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства від 21 червня 1976 р.

ТНК є економічною та організаційною системою, яка не має єдиної правової основи, тому не можуть бути об'єктом регулювання і підлягати праву однієї держави. Саме тому виникла потреба створити та прийняти для них кодекс міжнародної поведінки.

Проект кодексу поведінки ТНК, розроблений в ООН, було прийнято у 1980 році з переглядом та уточненням в 1985 і в 1988 рр. Робота над кодексом триває по сьогодні. У проекті Кодексу сформульовано основні принципи діяльності ТНК, зокрема: повага суверенітету країн, в яких вони здійснюють свою діяльність; підпорядкування законам цих країн; врахування економічних цілей і завдань політики, що проводиться в цих країнах; повага до соціально-культурних цілей, цінностей і традицій країн, в яких вони здійснюють свою діяльність; невтручання у внутрішні справи; відмова займатися діяльністю політичного характеру; утримання від практики корупції; дотримання законів і постанов, що стосуються обмеженої ділової практики, утримання від її застосування; дотримання положень, що стосуються передачі технологій та охорони навколишнього середовища.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, для вітчизняної економіки, яка в період кризи особливо гостро відчуває потребу у фінансовій підтримці, залученні інвестиційних ресурсів, поширенні науково-технічного прогресу, процесах інтеграції та транснаціоналізації є важливими та необхідними. Головними суб'єктами цих процесів виступають ТНК, діяльність яких при умові ефективної політики держави має позитивні наслідки для економіки країни в цілому. Тому насамперед необхідно внести зміни у вітчизняне законодавство, яке б належним чином врегульовувало діяльність ТНК, оскільки міжнародно-правове регулювання їх діяльності ще далеке від бажаного. Крім того, зусилля держави повинні бути спрямовані на: створення великих конкурентоспроможних підприємств, які б витримували конкуренцію з міжнародними корпораціями; заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості держави та покращання інвестиційного клімату; боротьбу з корупцією та забезпечення захисту прав власності та ін. Подальші праці у цьому напрямку будуть зосереджені на дослідженні проблеми розвитку вітчизняних ТНК.

Література

1. Нікітіна Н. Транснаціональні корпорації як нові гравці на світовому ринку / Н. Нікітіна // Вісник Київського нац. торгов.-економічного університету. – 2002. – № 4. – С. 20–25.
2. Самофалов В. Глобальний виклик транснаціональних корпорацій / В. Самофалов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dt.ua/2000/2250/41312.
3. Шевцова Я. О. Масштаби діяльності транснаціональних компаній (ТНК) на світовому ринку / Я. О. Шевцова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: intkonf.org/shevtsova-yao-masshtabi-diyalnosti-transnatsionalnih-kompaniytnk-na-svitovomu-rinku.
4. Яковенко Ю. Н. Вплив транснаціональних корпорацій на економічний розвиток України / Ю. Н. Яковенко, Т. І. Сичова // Научный вестник ДГМА. – 2009. – № 2 (5Е). – С. 298–302.
5. Ибрагимов М. И. Тенденции эволюции современных ТНК / М. И. Ибрагимов // Экономика XXI века. – 2002. – № 5. – С. 59–72.
6. Конвенция о транснациональных корпорациях (Конвенцию ратификовано с предостережением Законом №921-XIV (921-14) от 13.07.99) [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.expertsoft.com.ua/laws.
7. Шамхалов Ф. Государство и экономика: основы взаимодействия / Ф. Шамхалов. – М.: Экономика, 2000. – 381 с.
8. Тюрина А. В. Об инвестиционной стратегии финансово-промышленной группы / А. В. Тюрина // Финансы и кредит. – 2002. – № 16. – С. 19–26.
9. Брикова І. В. Національна інноваційна система як нова мегаінституція глобального економічного середовища / І. В. Брикова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kneu.kiev.ua.data.

ГАРМОНІЗАЦІЯ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ЗАПОБІГАННЯ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

У статті розглянуто роль гармонізації у відверненні та запобіганні виникнення кризових ситуацій. Досліджено, що гармонічний розвиток на базі золотого перетину як фактора сталого розвитку суспільства є однією з фундаментальних проблем економічної, екологічної й соціальної теорій. Розкрито сутність поняття гармонічного менеджменту з урахуванням екологічної складової.

In the paper is discussed the role of harmonic ecological factors in forming the demands on ecologically pure and safe products. The essence of such notions as ecological goods, ecological demands and sustainable development is discovered with using the principle of “golden intersection”. The notion of the harmonic management category is discussed accepting the ecological component.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день в умовах конкуренції змінюється як технічна, так і управлінська, і організаційна стратегії екологізації економіки. Потреби людей у чистих природних ресурсах і умовах, в еколого-безпечних товарах, послугах є основою стратегічної державної політики, і питання управління екологічними конфліктами антропогенного характеру є особливо актуальними.

На даний час широке поширення одержали порушення суб'єктами господарювання правових норм, етичних правил і екологічних обмежень економічної поведінки. Системне вивчення соціо-еколого-економічних проблем вимагають нового підходу до їхнього розв'язання, і таким підходом є гармонічний розвиток на базі концепції золотого перетину.

Екологічні конфлікти в принципі породжені самою взаємодією суспільства й природи, відображають зміст процесів життя людей в існуючих природних умовах, специфіку екологічних систем, що склалися.

Екологічні конфлікти антропогенного характеру виникають у результаті використання природних ресурсів і продукування соціально-економічними системами забруднення (викидів, скидань і поховання відходів). Як відомо, у працях з конфліктології науковці сперечаються про існування корисних конфліктів, про відмінність таких оцінок конфліктів, як нормальність, об'єктивність, корисність і уточнюються поняття корисності. Екологічний конфлікт антропогенного характеру є об'єктивно-суб'єктивним явищем і не обов'язково негативним.

Дійсно, проблема вибору між різними варіантами поведінки, яка властива всьому соціальному розвитку, особливо позначається на поведінці в обмеженому просторі й при обмежених можливостях. У сучасних умовах ця постійна властивість екологічної поведінки загострюється тим, що, на думку багатьох фахівців, людство живе в борг у природи, тому що рівень споживання природних ресурсів перевищує здатність природи до їхнього поповнення або відновлення, відтворення [1, с.15-260].

Взаємодія суспільства й природи здійснюється в принципово обмеженому просторі й пов'язана з витратою об'єктивно обмежених, важко відновлюваних або взагалі невідновлюваних ресурсів. Це обумовлює характер екологічного конфлікту антропогенного характеру.

Суспільство, люди змушені жити в умовах екологічних конфліктів антропогенного характеру, породжуваних самою людиною, зважати на них і бути підготовленими до можливості їх виникнення й необхідності подолання. У своїх працях В.І. Вернадський всебічно розвив вчення про біосферу й увів нове поняття – ноосфера як більш високий етап

розвитку біосфери. Оскільки цей стан виникає як функція розумної діяльності людей, В.І. Вернадський дав таке визначення: ноосфера – це цілісна планетна оболонка Землі, населена людьми та раціонально перетворена ними відповідно до законів збереження й підтримки життя для гармонічного існування суспільства з іншими організмами, ноосфера це «такого роду стан біосфери, у якому повинні виявитися розум та робота людини, що й направляється їм, як нова небувала на планеті геологічна чинність». Поняття «ноосфера» стане центральним міждисциплінарним поняттям і буде відігравати важливу роль у побудові цілісної системи знань про навколишнє природне середовище у взаємозв'язку всіх його частин [2, с.152-170].

З теорії ноосфери В.І. Вернадського впливає важливий принцип спільної коеволюції суспільства та природи, необхідності гармонічного спільного розвитку людства і біосфери. Тому є надія, що в нових умовах ноосфери екологічних конфліктів антропогенного характеру не буде.

Технологія гармонічного менеджменту призначена для запобігання кризи у діяльності компаній за рахунок вибору гармонічної стратегії розвитку фірми, і тому відразу ж виявилася затребуваною вітчизняними бізнес-структурами.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Аналіз існуючої літератури дає підставу говорити про те, що питання гармонічного спільного розвитку суспільства та біосфери дозволять запобігти виникненню кризових економіко-екологічних ситуацій. Але проблема гармонізації суспільства, обліку зростаючих екологічних потреб у товарах, послугах в процесі прийняття рішень, що впливають на раціональне використання природних ресурсів і захист навколишньої природного середовища, практично не розроблена. Дослідження літературних джерел показали, що вирішення завдання ідентифікації золотого перетину є досить серйозною проблемою.

Очевидно, що від коректності постановки суттєво залежить і правильність її вирішення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вирішення цих завдань можливе за допомогою гармонізації суспільства та навколишнього середовища у ринкових умовах соціально орієнтованої економіки.

Головним невирішеним завданням в галузі теорії економіко-екологічної безпеки природокористування є гармонізація суспільства та довкілля, гармонізація як методологічний підхід запобігання виникнення кризових ситуацій.

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення ролі гармонічного розвитку на базі золотого перетину як фактора сталого розвитку суспільства, соціо-еколого-економічних потреб у просуванні екологічно сталого бізнесу в інтеграційних процесах при формуванні відкритої економіки України. Необхідно також розкрити сутність поняття гармонічного менеджменту з урахуванням екологічної складової.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна система в цілому є система виробництва, розподілу й споживання товарів і послуг. У рамках даних процесів постійно відбувається взаємодія суспільства й природи. Будь-яке економічне рішення також впливає на середовище проживання в самому широкому змісті цього поняття. У міру ускладнення функціонування економічних систем, збільшення виробництва й споживання роль природного (екологічного) фактора постійно підсилюється. Економіка забезпечує потужну аналітичну базу для вивчення взаємозв'язку між екологією, з одного боку, і виробничими та політичними системами – з іншого. Вивчення економіки може допомогти визначити фактори, що породжують екологічні проблеми, знайти причини цих проблем і шляхи їх вирішення.

Одним з мало вивчених способів вирішення є гармонія, використання золотого перетину.

Компанії, бізнес і навколишнє природне середовище в цілому - складні системи. Тому прийняття рішень менеджерами – майже завжди непростий процес, а самих менеджерів часто-густо не зовсім задовольняють результати цих рішень. Щоб хоч якось їх поліпшити,

доводиться використовувати досить непрості технології.

Існують складні системи і в біології. Абсолютна більшість біологічних істот - складні системи, а їх об'єднання – це системи ще більш складні. Проте їх життєдіяльність визначається надзвичайно гармонічними і простими законами. Біологічному світові в цілому властива внутрішня простота.

У світі пізнання структури тіла й органів людство навчилося лікувати багато хворі, а з пізнанням матерії на молекулярному рівні впритул підійшли до вирішення питання довгожителства. Зупиняє незнання достатньої для бажаного результату кількості біологічних законів. При цьому кожним новим відкриттям у даній області підтверджується правило: істині властива простота. Для прикладу досить згадати гармонічну будову спіралі ДНК.

Виникає питання: а чи не повинна всяка компанія керуватися тим же принципом? Може, саме внутрішня простота взаємодії між її окремими елементами зробить бізнес успішним і стабільним? Дуже популярною сьогодні є теорія обмежень (ТОС), яка пропонує саме такий підхід до управління бізнесом. Її автор Елія Голдратт, фізик за фахом, створив продукт, заснований на гармонії й логіці, а не на складних взаємозалежностях або економічних моделях. Базові принципи теорії обмежень прості й незаперечні.

При дослідженні ринкової економіки на предмет наявності в ній ознак гармонії, вдалося встановити наступну цілком очевидну закономірність. Саме присутність погодженості, стрункості (або порядку) у пропорціях складових частин бізнес-процесів значно підсилюють адаптаційні якості фірми й забезпечують її успішний і ефективний розвиток, а відсутність погодженості й стрункості (тобто безладдя) призводять у найкращому випадку до неефективного використання ресурсів фірми, а в найгіршому – до розвалу бізнесу, банкрутства, занепаду.

Проведений порівняльний аналіз великого обсягу накопичених даних про тривалість життєвого циклу як самих успішних, так і самих неуспішних американських, європейських і російських компаній за останнє сторіччя [3, с.5-60], дозволив виявити наявність серед причин їх розвалу й руйнування наступні стабільні й досить цікаві негативні закономірності:

- без винятку всі компанії світу на всіх ринках за всі часи і у всіх станах обов'язково проходять кризи свого власного розвитку;
- усі кризи обумовлені неминуче виникаючими через зростання компанії диспропорціями (або відсутністю гармонії) між зовнішніми факторами (ціни й асортименти конкурентів) і внутрішніми (ціни, асортименти, обсяги продажів, оплата праці персоналу).

Таким чином, з одного боку, маємо досить розвинену загальну теорію про гармонію й погодженість частин у цілому, а з іншого – на практиці спостерігаємо наявність непогодженості й диспропорцій у ринковій економіці.

Говорячи про гармонію, слід сказати, що таке гармонія (з грецької *Harmonia* – зв'язок, домірність) – співзвуччя, згода, погодженість частин у розчленованому цілому».

Один із законів, на яких ґрунтується підхід Голдратта, – це природня простота, властива стабільній системі (*inherent simplicity*). Усе, що у світі довговічно, - є простим по своїй суті, а все тимчасове – складне й незрозуміле. Це основне посилення. Часто світ здається нам складним тільки тому, що його прості та логічні закони залишаються для нас закритими. Але як тільки ми їх відкриваємо, усе сприймається набагато простіше.

Три ключові постулати теорії обмежень:

1. Кожна організація прагне досягати певної мети.
2. Кожна організація - щось більше, ніж просто сума її складових частин.
3. Ефективність роботи будь-якої організації залежить від дуже невеликої кількості змінних факторів.

Теорія обмежень повинна бути пов'язана з економічною теорією дозволів за допомогою пропорції золотого перетину, для того щоб підприємства були сталими.

Екологічними дозволами умовно називають ті дозволи на здійснення діяльності, які пов'язані з навколишнім середовищем, що й впливають на неї. Такими екологічними

дозволами є, наприклад, дозвіл на використання й дослідження природних ресурсів і дозвіл на забруднення.

Дозвіл на розробку корисних копалин дає його власникові право на підставі певних умовах здійснювати розробку частини надр. Дозволами на забруднення встановлюються граничні кількості викидів і відходів, дозволені місця складування відходів і т.п.

Комбінація обмежень і дозволів – це сфери проникнення золотого перетину як структуроутворюючого принципу. Золотий перетин може бути використаний як методика прогнозування кризових соціо-еколого-економічних ситуацій. Гармонійність – це глибоке структурне поняття.

Найвідоміше широке використання концепції золотого перетину презентовано в технічному аналізі на міжнародному валютному ринку FOREX і на безлічі фондових ринків. Хвилі Р. Елліота – це майстерно відточений, але найголовніше – єдино признаний інструмент в економіці, розроблений на основі золотого перетину [2, с.300-315].

На цих ринках золотий перетин зарекомендував себе як метод прогнозування цін. У зв'язку із цим виникає пропозиція щодо можливості використання золотого перетину не тільки на валютних, товарних ринках і ринках послуг, але й в економіці природокористування при розрахунках плати за викиди, скидання, за поховання відходів і при формуванні природоохоронних податків. Адже принципи стягнення плати за викиди в навколишнє середовище були розроблені Артуром Піго ще на початку нашого сторіччя, але дотепер вони майже не застосовувалися в якості засобів управління в охороні навколишнього середовища. Проте вони активно вивчалися, і багато країн уже ввели або вводять їх у практику [4, с.1-21].

А в основі пропорції для гармонічного, збалансованого розвитку суспільства й навколишнього природного середовища лежить золотий перетин, як структуроутворюючий принцип. Економічна роль платежів за викиди й принципові основи їх впливу на ринок через правило золотого перетину дозволить використовувати безліч різних засобів управління екологічною політикою.

Використання концепції золотого перетину в економіці природокористування дозволить забезпечити найбільш ефективне природокористування, вибір найкращого варіанта відтворення й охорони природних ресурсів, ефективного розв'язку господарських завдань із урахуванням екологічного фактора [5, с.27-35].

Основну ідею концепції можна викласти так: необхідною умовою наявності, або стартовою крапкою початку процесу сталого еволюційного розвитку складної ринкової соціально-економічної системи є існування пропорцій золотого перетину в її структурі. Але пропорції золотого перетину самі по собі нічого не створюють, тому про них говорять як про умову необхідну, але не достатню.

Застосування адміністративних засобів управління охороною навколишнього середовища й природоохоронних податків припускає, що природні ресурси залучаються в господарську діяльність завдяки спеціальним політичним рішенням. Альтернативою цьому є формування ринку прав на користування природними середовищами й пов'язаних з ними ризиків. При цьому ресурсно-екологічна політика реалізується, як прийнято говорити в економіці, «шляхом саморегуляції». А в основі саморегуляції лежить концепція золотого перетину.

До природоохоронних податків і платежів належать податок на сировину, плата за викиди, податок на споживчі товари, а також інші податки і форми прогресивної шкали оподаткування. Їхньою метою є вплив на способи включення навколишнього середовища в господарську діяльність людини. І цей вплив може бути гармонічним при використанні пропорцій золотого перетину. Податок на сировину платиться за використання екологічно-шкідливих сировинних матеріалів.

Він підвищує ціну такої сировини, і підприємці починають шукати йому заміну; або вони можуть спробувати підвищити ефективність виробництва, одержуючи більше продукції з колишньої кількості сировини і, таким чином, знижуючи свої витрати. Негативна сторона

цього податку полягає в тому, що він не стимулює зниження викидів через удосконалювання очисних і виробничих технологій, оскільки він платиться тільки з розрахунку обсягу закупленої сировини.

В економіці навколишнього середовища часто вважається, що витрати на очищення викидів є важливим критерієм при оцінці й виборі конкретних засобів управління. Теоретично система платних дозволів на викиди й плата за викиди є більш ефективним інструментом, ніж адміністративні заходи. Засоби управління вибираються, однак не тільки виходячи з їхньої економічної ефективності – велике значення мають також керованість, прийнятність і створювані ними розподіл вигід і збитків.

Проведені в Інституті проблем керування РАН багатоаспектні дослідження ринкових структур дозволили виявити досить цікавий факт. Виявилось, що іноді пропорції золотого перетину мимовільно й незалежно від бажання керівників стихійно виявлялися як у пропорціях цін на ціновому ринковому діапазоні, так і в пропорціях між фінансово-економічними показниками фірм. І там, де ці пропорції спостерігалися, як з'ясувалося згодом в результаті аналізу, там забезпечувалася наявність двох важливих для виживання на ринку взаємодоповнюючих властивостей:

- фірми перебувають у режимі сталої рівноваги у своїх ринкових нішах;
- витрати фірм на підтримку цих станів стабільності мінімальні.

Але стабільність підприємств визначається не тільки економічними і соціальними показниками, але й залежить від екологічних факторів. Адже основний методологічний принцип теорії взаємодії суспільства і природи полягає в оптимальності відповідності суспільства й природного середовища, який неминуче впливає з вимоги системного підходу.

Використання речовини та енергії людиною повинне бути оптимально циклічним, безперервним, маловідходним (або безвідхідним).

Висновки і перспективи подальших розробок. Екологічна криза сприяла істотному перегляду традиційних цінностей сучасного суспільства. Характерна для індустріальної цивілізації орієнтація на споживання заради споживання й раніше викликала протест з боку вчених і прогресивно мислячих людей. Природоохоронні платежі й податки дозволяють розглядати використання природних ресурсів як забруднюючий вид господарської діяльності з умовою виплати компенсації за їхнє використання.

Самі по собі вони не визначають кількості приваблюваних ресурсів, залишаючи це в компетенції підприємців, що ухвалюють рішення з урахуванням заданого рівня плати за викиди. Платний характер залучення ресурсів у забруднюючу діяльність стимулює підприємців шукати альтернативні рішення в області технології або якості сировини. Подорожчання продукції, що відбувається унаслідок введення природоохоронних податків, може призвести до зниження попиту, обсягів випуску та, як результат, рівня забруднень.

Гармонізація як методологічний підхід запобігання виникненню кризових ситуацій буде сприяти сталому розвитку соціо-еколого-економічних систем.

Література

1. Кудрявцев В. Н. Юридическая конфликтология / В. Н. Кудрявцев. – М.: Ин-т государства и права, 1995. – 319 с. – (Работы / Ин-т государства и права РАН, Центр конфликтологических исследований).
2. Вернадский В. И. Химическое строение биосферы Земли и ее окружение / В. И. Вернадский. – М.: Наука, 1965. – 329 с.
3. Иванус А. И. Код да Винчи в бизнесе или гармоничный менеджмент по Фибоначчи / А. И. Иванус. – М.: КомКнига, 2006. – 104 с.
4. Отчёт о Менеджмент-туре в самые инновационные компании Японии. – Токио, 2007. – 21 с.
5. Иванус А. И. Концепция золотого сечения в модели гармонического рынка / А. И. Иванус // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 27–35.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано стан конкурентоспроможності України за різними міжнародними рейтингами. Розглянуто основні шляхи підвищення конкурентної позиції України. Визначено вплив інноваційної діяльності на міжнародну конкурентоспроможність країни. Надано відповідні рекомендації.

The Ukrainian position of competitiveness in different international ratings is analyzed in the article. The main ways of increasing the competitive position of country in present circumstances are overviewed. The influence of innovation on the national competitiveness of the county in the world is determined. The certain recommendations are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Актуальність дослідження національної конкурентоспроможності в умовах глобалізації очевидна для України. Глобалізація світової економіки та відкритість національних економік загострює конкуренцію, зумовлюючи нестійкість конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин.

Це вимагає пошуку механізмів утримання та розвитку конкурентоспроможності, побудованих на постійному вдосконаленні, розвитку можливостей та гнучкій адаптації до змін світової кон'юнктури і динамічного конкурентного середовища.

Світове господарство на сучасному етапі розвитку характеризується динамічним поглибленням процесів інтеграції політичного, економічного та соціально-культурного життя країн світу. Активно протікають процеси взаємного зближення економік різних країн, відбувається формування єдиного інформаційного простору й переливання сучасних технологій, політична трансформація та інтеграція на регіональному і світовому рівнях.

На початку ХХІ століття світове господарство все більше набуває рис єдиної динамічної цілісної системи, в якій протікають різнопланові процеси. Посилюється роль і значення зовнішніх факторів у економіці країн, створюється єдиний світовий ринок без національних бар'єрів.

Останнім часом, по суті, вичерпався потенціал зростання національної економіки на ресурсній основі. Потрібні кардинальні зміни у виборі пріоритетів національного економічного розвитку в глобальній конкуренції, а для цього важливим є усвідомлення змісту і структури такої фундаментальної економічної категорії, як конкурентоспроможність країни. Конкурентоспроможність економіки, методи її визначення та зв'язок із динамікою зростання на різних етапах економічного циклу вже не перше десятиліття перебувають у центрі уваги економістів та урядовців, оскільки якість тих чи інших оцінок і ступінь їх відповідності сучасним економічним реаліям суттєво позначаються на ґрунтовності стратегічних рішень держави на всіх рівнях економіки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблема оцінки і управлінням конкурентоспроможністю займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені: П. Кругман, С. Ліндер, М. Портер, Д. Сакс, П. Самуельсон, Л. Саммерс, Я. Базилук, М. Делягін, Я. Жаліло, В. Іноземцев, Д. Лук'яненко, С. Меншиков, І. Спиридонов, Р. Фатхутдінов, І. Фішер, Т. Циганкова, Й. Шумпетер та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці дослідження конкурентоспроможності країни, на нашу думку, потребують подальшого дослідження теоретико-методологічні засади феномена конкурентоспроможності країни в глобальному середовищі.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження конкурентоспроможності України на основі порівняльного аналізу існуючих рейтингів конкурентоспроможності країн світу, а також визначення основних заходів для підвищення конкурентних позицій української економіки на світовому ринку в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий економічний спад виявив структурні недоліки економіки, приховані в благополучні часи, і зробив завдання підвищення конкурентоспроможності як ніколи актуальним.

Розглядаючи кризу як каталізатор змін, що сприяє об'єднанню політичних сил і ресурсів державного апарату на всіх рівнях для вирішення економічних питань, на нашу думку, Україна має унікальну можливість для здійснення структурних реформ, здатних пожвавити економіку і забезпечити стійке підвищення її конкурентоспроможності в довгостроковому періоді.

Важливою умовою достатнього рівня конкурентоспроможності країни є здатність її суб'єктів оперативно реагувати на зміни у світовій кон'юктурі та структурі економічних зв'язків. Передумовами для цього є сприятливий інвестиційно-інноваційного клімат, а також національне середовище ефективного функціонування суб'єктів господарювання. Рівень конкурентоспроможності країни визначається наявністю в ній механізмів формування умов і засобів, які сприяють вирішенню завдань загальнонаціональної безпеки, економічного розвитку та підвищенню рівня життя населення.

Як підкреслює Майкл Портер «в економіці, що глобалізує, вагомі конкурентні переваги все більш і більш визначаються місцевими елементами – знання, відносини, мотивація – чого не можуть отримати віддалені конкуренти» [1, с.242].

Поняття «конкурентоспроможність» має різні рівні виміру залежно від об'єкта, до якого воно застосовується. При комплексному вивченні цього вища можна виділити такі рівні, як мікрорівень (товар, підприємство), мезорівень (галузь), макрорівень (національна економіка) і мегарівень (світова економічна система). Усі рівні є однаково значимі та є необхідною умовою ефективного функціонування як національних господарств, так і світового господарства [2, с.25].

Так, І. Бондаренко було запропоновано матрицю «Рівень формування конкурентних переваг / Рівень реалізації конкурентних переваг» з виокремленням національного та міжнародного рівнів. Залежно від комбінації даних критеріїв можна визначити як формується та реалізується національна політика підвищення конкурентоспроможності країни (рис. 1).

Рівень формування конкурентних переваг		Рівень реалізації конкурентних переваг	
		Національний	Міжнародний
	Національний	1. Національна політика підвищення конкурентоспроможності країни. 2. Національна політика у сфері конкуренції. 3. Домінування національних інститутів регулювання.	1. Підвищення відкритості національної економіки та стимулювання інтернаціоналізації. 2. Імплементация міжнародних норм регулювання конкуренції. 3. Домінування міжнародних інститутів регулювання.
	Міжнародний	1. Національна політика у сфері конкуренції. 2. Вплив міжнародних інституцій та політики. 3. Узгодження політики національних та міжнародних інститутів регулювання.	1. Міжнародна політика управління конкурентоспроможністю (у тому числі на основі складання рейтингів). 2. Розробка та розповсюдження глобальних підходів до управління конкурентоспроможністю. 3. Домінування міжнародних інститутів регулювання.

Рис. 1. Матриця рівнів формування та реалізації конкурентних переваг [2, с.27]

Для того, щоб визначити місце України в сучасних глобалізаційних тенденціях, слід звернутися до результатів дослідження Всесвітнього Економічного Форуму, яка застосовується в серії Звітів про Глобальну Конкурентоспроможність з 1979 року. На даний час аналіз охоплює 134 країни з розвиненими економіками і економіками, що розвиваються. З часу публікації першого звіту методологія оцінки конкурентоспроможності змінювалась і доповнювалась, і зараз є однією з найбільш досконалих у світі. Останнім кроком в еволюції методології став Індекс Глобальної Конкурентоспроможності (ІГК), який був розроблений у співпраці з професором Сала-і-Мартіном з Колумбійського університету і вперше представлений в 2004 році. З тих пір ІГК став вичерпним індексом для вимірювання національної конкурентоспроможності, який враховує мікро- та макроекономічні основи конкурентоспроможності (12 складових конкурентоспроможності).

Згідно з методологією, конкурентоспроможність це сукупність установ, політик та факторів, які визначають рівень продуктивності економіки. Рівень продуктивності економіки, у свою чергу, визначає рівень добробуту, який може бути досягнутий в країні. Рівень продуктивності також визначає відсоток прибутковості інвестицій в економіці. В середньо та довгостроковій перспективі ймовірність зростання більш конкурентоспроможної економіки вище, ніж менш конкурентоспроможної, так як відсоток прибутковості інвестицій визначає рівень зростання економіки. Отже, для виходу з економічної кризи та покращення добробуту громадян необхідно створювати умови для підвищення конкурентоспроможності країни.

При порівнюванні загальної конкурентоспроможності України з іншими країнами показує, що потенціал конкурентоспроможності залишається нереалізованим. Україна займає 72-е місце в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2008-2009 рр. із загальним балом 4,09 (з 134 країн, що увійшли до цього звіту).

За минулий рік Україна поліпшила свій рейтинг всього на одну позицію. Якщо цей результат порівняти з вибіркою країн за 2007–2008 рр., то прогрес України становитиме два пункти. У порівнянні з попереднім звітом можна констатувати, що Україна продемонструвала малопомітний прогрес у рейтингу.

Загальна оцінка конкурентоспроможності економіки зросла на 0,11 бала (для порівняння в 2007-2008 рр. – загальна оцінка України знизилася на 0,05 бала). Однак, збільшення загального балу не позначилося на динаміці країни в рейтингу ІГК. Це говорить про те, що більшість країн, що знаходяться вище або нижче України у рейтингу, прогресували в 2008-2009 рр. швидше або з таким само успіхом. Інституційне середовище є найслабшим місцем на мапі конкурентоспроможності України. За даним компонентом Україна займає 115 місце із 134 держав, включених у ІГК 2008-2009 рр., відстаючи від усіх країн ЄС-12 (медіанний рейтинг 68) і більшості держав СНД (медіанний рейтинг 92). У порівнянні з минулим звітом позиції України в рейтингу за даною складовою не змінились [3, с.7].

Зношена та нерозвинена інфраструктура залишається одним з вагомих факторів, що послаблює національну конкурентоспроможність. За даною компонентою Україна займає 79 місце в ІГК 2008-2009 рр., погіршивши за рік свої позиції у рейтингу на два пункти. Показники якості української інфраструктури не відповідають європейським стандартам, включаючи країни ЄС-12, а також не дотягують до рівня найбільш розвинених країн СНД. Погана інфраструктура накладає фізичні обмеження на зростання інших секторів економіки. Україна, що володіє вигідним географічним положенням, повинна отримувати більші вигоди від реалізації свого транзитного потенціалу.

Макроекономічна стабільність – складова, за якою Україна продемонструвала найбільший регрес у порівнянні з попереднім звітом.

За минулий рік за даним компонентом країна втратила 9 позицій в рейтингу, посівши у підсумку 91 місце. Одною з найважливіших умов для стабілізації макроекономічної ситуації є збалансований бюджет.

Система вищої та професійної освіти є одною з найсильніших конкурентних переваг

України. За даною складовою країна посідає 43 місце в рейтингу ІГК 2008-2009 рр., зміцнивши свої позиції за минулий рік відразу на 10 пунктів. Такий прогрес дозволив Україні помітно скоротити відставання за даним компонентом від країн ЄС-12 (обігнавши Словачку Республіку, Румунію та Болгарію), медіанний рейтинг яких становить 36,5 і вийти на провідне місце серед країн СНД.

Слабка ефективність ринку товарів – поряд з нерозвиненими інститутами та нестабільним макроекономічним середовищем – одна з трьох найслабших складових національної конкурентоспроможності. У ІГК 2008-2009 рр. Україна займає 103 місце за даним компонентом, істотно відстаючи від країн ЄС-12 (з медіанним рейтингом 49) і програючи найбільш розвиненим країнам СНД (Російській Федерації, Азербайджану, Казахстану, а також Грузії). За минулий рік країна не змогла домогтися істотних поліпшень у даній сфері, що й зумовило її падіння в рейтингу на дві позиції [3, с.10].

З урахуванням стадії розвитку України – низька ефективність ринку товарів є одним з ключових факторів, що гальмують зростання продуктивності і конкурентоспроможності економіки України. Тому реформи, спрямовані на посилення конкуренції, зниження податкового тиску, розвиток ефективного ринку землі сільськогосподарського призначення, скорочення адміністративного тиску на бізнес та спрощення дозвільної системи повинні стати одним з найважливіших пріоритетів для держави на найближче майбутнє.

В Україні склався і функціонує відносно ефективний ринок праці. За даним компонентом Україна займає 54 місце серед країн, включених в ІГК 2008-2009 рр. За минулий рік позиції країни у відповідному рейтингу покращилися на 11 пунктів. Це дозволило Україні обігнати в рейтингу групу країн ЄС-12, медіанний рейтинг якої становить 60,5 (включаючи Польщу, Угорщину, Словенію, Кіпр, Мальту, Румунію та Болгарію).

Незважаючи на бурхливе зростання банківського і фондового ринку в останні роки, національний фінансовий сектор залишається все ще слабо розвиненим. За минулий рік Україна не змогла поліпшити свої позиції в рейтингу за даним компонентом, залишившись на 85 місці. В останньому випуску ІГК за рівнем розвитку фінансового ринку Україна помітно відстає від усіх країн ЄС-12, медіанний рейтинг яких становить 51,5, хоча й вийшла на лідируючі позиції в СНД.

Оснащеність новітніми технологіями (технологічна готовність) – складова, за якою Україна продемонструвала найбільший прогрес в ІГК 2008-2009рр. У порівнянні з минулим роком позиції країни в рейтингу за даним компонентом зміцнилися відразу на 23 пункту, що перемістило Україну на 65 місце. Такий стрибок не дозволив подолати істотне відставання від країн ЄС-12, які з медіанним рейтингом 37 пішли далеко вперед від України, однак дозволив вийти на провідне місце серед країн СНД, випередивши Російську Федерацію і Азербайджан [3, с.43].

Для того, щоб країна отримувала вигоди від використання тих чи інших технологій, вони не обов'язково повинні розроблятися всередині країни. Для держав, які знаходяться на першій та другій стадіях розвитку, таких як Україна, здатність адаптувати технології з-за кордону на даному етапі є навіть важливіше, ніж можливість самостійно виробляти технологічні інновації. ПП можуть бути основним джерелом трансферту технологій та ноу-хау. У багатьох країнах з перехідною економікою, таких як Угорщина або прибалтійські країни, ПП зіграли визначальну роль у збільшенні технологічної оснащеності секторів виробництва та послуг.

Імпорт та використання вже готових першокласних світових технологій, наприклад, у такій сфері як енергозбереження, може допомогти Україні у відносно короткий термін підвищити продуктивність економіки. Виходячи з досвіду країн Центральної та Східної Європи, Україна не повною мірою використовує свій потенціал для залучення ПП, як каналу для доступу до нових технологій. У цьому контексті показовим прикладом є сектор мобільного зв'язку, бурхливе зростання в якому стало можливе за рахунок приходу іноземних інвесторів.

Українські компанії мають доступ до достатньо ємного внутрішнього і зовнішнього

ринків. За складовою «розмір ринку» Україна займає найвище 31-е місце в ІГК 2008-2009 рр., поступаючись із країн ЄС-12 тільки Польщі (20 місце), а з країн СНД – Російській Федерації (8 місце). За минулий рік становище України у рейтингу за даним компонентом погіршилося на 5 позицій. Це пов'язано, перш за все, зі скороченням обсягів експорту та імпорту у ВВП. Тим не менше, розмір ринку продовжує залишатися одним з найбільших конкурентних переваг України.

В ІГК 2008-2009 рр. Україна займає 80 місце за рівнем розвитку бізнесу, що всього на одну позицію краще, ніж у попередньому звіті. Слід зазначити, що за останні три роки особливих змін у рейтингу розвитку українського бізнесу не відбувалося. За даним компонентом Україна відстає від більшості країн ЄС-12 (медіанний рейтинг 56), крім Латвії та Болгарії, але випереджає всі країни СНД (медіанний рейтинг 112).

В Україні склалося відносно сприятливе середовище для інновацій. За цією складовою країна посідає 52 місце в ІГК 2008-2009 рр., що перевищує рейтинг у групі ЄС-12 (56,5), зокрема таких країн як Словачка Республіка, Румунія, Польща, Литва, Латвія і Болгарія. З країн СНД більш високим рейтингом за інноваційною компонентою володіють лише Російська Федерація і Азербайджан. За минулий рік Україна змогла поліпшити своє положення у рейтингу найбільш інноваційних економік відразу на 13 позицій [3, с.112].

Готовність бізнесу до інновацій підкріплюється наявністю висококваліфікованих вчених і інженерів, підвищеним рівнем співпраці між бізнесом та університетами в рамках наукових досліджень і прикладних розробок. У той же час, слабким місцем у сфері інновацій залишається низький захист прав інтелектуальної власності, що стримує роботу компаній у даному напрямку.

Методологія ІГК припускає, що рівень розвитку бізнесу та інновації є факторами конкурентоспроможності, набагато важливішими для країн з високим рівнем доходу на душу населення. Для підтримки досягнутого рівня життя необхідно виробляти товари та послуги з найбільшою часткою доданої вартості. Але для України, яка знаходиться на іншій стадії розвитку, вплив складових «рівень розвитку бізнесу» та «інновації» на загальний рейтинг не є значним [4, с.72-97]. Тим не менше, цей аспект конкурентоспроможності не повинен ігноруватися.

По-перше, незалежно від стадії розвитку підвищення ефективності бізнесу і впровадження інновацій підвищують конкурентоспроможність компаній, і окремих секторів на будь-якому ринку.

По-друге, наявність конкурентоспроможних бізнес-кластерів стимулює появу нових кластерів і таким чином підтримує цикл економічного зростання. Саме кластерні моделі в нових умовах глобалізації і бурхливого розвитку новітніх технологій дозволяють використати можливості основних галузей для прискорення розвитку економіки та відновлення її здатності випускати конкурентоспроможну продукцію. Інноваційний процес на основі кластерних моделей в ринковій економіці підтримується інституційними і структурними факторами, пов'язаними з перерозподілом ресурсів у відповідності з критеріями найбільш повного задоволення поточного і перспективного платоспроможного попиту і структури суспільних потреб, що склалися.

По-третє, зростання доходів населення змусить український бізнес переходити до більшої виробничої спеціалізації на товари і послуги з високою часткою доданої вартості, тож ранні кроки в напрямку підвищення рівня розвитку бізнесу та інновацій забезпечать довгостроковий успіх.

Аналіз рейтингів окремих країн за індексом глобальної конкурентоспроможності свідчить, що найвищу позицію в них займають країни з економікою, яка базується на високих технологіях та інноваціях. Сучасна ж Україна майже втратила позиції технологічного лідера, яким була у ряді галузей в 70-80-роки минулого століття [5].

Для того щоб не перетворитися на світову периферію, що виготовляє дешеву сировинну продукцію, Україна повинна через 15–20 років забезпечити перехід до 6-го технологічного укладу. Сьогодні більшість наших виробництв відносяться до 3-го і 4-го

технологічних укладів.

Розвиток шостого технологічного укладу несе за собою наноелектроніку, молекулярну і нанофотоніку, наногетерогенні системи, нанобіотехнології, наносистемну техніку. Тому дуже важливо розвивати нові наукоємні виробництва, такі як біотехнології, програмне забезпечення та ін.

Ряд наукоємних галузей в яких наша країна має значні досягнення та потенціал необхідно зробити пріоритетними, для того щоб в майбутньому вони стали основою нової структури вітчизняної економіки.

Незаперечним є факт, що основою конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможні національні підприємства.

Тому у справі розвитку конкурентоспроможності підприємств промислова політика держави має бути спрямована на розв'язання наступних завдань:

- вдосконалення нормативно-правової бази розвитку конкурентного середовища;
- розвиток вимогливого попиту на продукцію і послуги шляхом введення прогресивних стандартів якості (ISO9001+9003);
- стимулювання підприємств до проведення глобальної стратегії щодо перспектив розвитку, підвищення ефективності, конкурентоспроможності та розширення експорту;
- постійний розвиток і вдосконалення інфраструктури;
- проведення узгодженої структурної політики з іншими країнами щодо розвитку конкурентоспроможності підприємств і забезпечення рівних умов конкуренції.

Висновки і перспективи подальших розробок. Новий підхід щодо розуміння ролі інновацій і інноваційної діяльності в конкурентоспроможності національних економік на світовій арені вимагає нової економічної стратегії, яка має враховувати такі завдання, як розвиток національної інноваційної системи та державна підтримка її основних інституцій; поглиблення інтернаціоналізації національної інноваційної системи на основі впровадження міжнародних стандартів забезпечення; збільшення частки наукоємної продукції в структурі експорту; збільшення обсягів фінансування фундаментальних і прикладних досліджень, в тому числі використання міжнародних механізмів проведення та фінансування НДДКР; впровадження прогресивних форм навчання і підготовки фахівців з об'єднанням зусиль держави і приватного сектору; активізація комерціалізації інновацій, створення каналів їх дифузії для забезпечення більш широкого освоєння нововведень.

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності української економіки потребує насамперед активізації економічної діяльності. Тільки на цьому шляху Україна зможе на гідних засадах інтегруватися у світове співтовариство, забезпечити необхідний рівень економічної безпеки та добробуту населення.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; [пер. с англ.] // под. ред. В. Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Бондаренко И. С. Конкурентоспособность страны и конкурентные преимущества: сущность, методы оценки / И. С. Бондаренко // Економіка промисловості. – 2007. – № 3 (38). – С. 25–31.
3. Звіт про Конкурентоспроможність України 2009. – К.: Фонд «Ефективне Управління». – 2009. – 230 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/docs/Final>.
4. Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації: [монографія] / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська. – К.: НІСД, 2005. – 388 с.
5. Державний комітет статистики України. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті проведено аналіз становлення та розвитку недержавного пенсійного забезпечення з початку незалежності України. Виявлено проблеми розвитку та запропоновано шляхи їх вирішення. Надамо рекомендації щодо вдосконалення законодавства про недержавне пенсійне страхування.

The article analyzes the formation and development of private pensions since Ukraine's independence. Problems are identified and development areas to address them are proposed. Recommendations concerning the improvement of legislation about the private pension insurance are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні недержавне пенсійне забезпечення розвивається дуже повільно, що пов'язано насамперед з нерозвиненістю фінансового ринку в Україні. Наявність проблем на шляху реформування пенсійної системи України, які потребують розв'язання та науково-теоретичного обґрунтування, підтверджують актуальність наукових досліджень у цій сфері.

Перші кроки на шляху створення законодавчої бази для добровільного пенсійного забезпечення в Україні були передбачені ст. 9 Закону України «Про пенсійне забезпечення» ще у 1991 р. [1].

Відповідно до цієї статті водночас з державним пенсійним забезпеченням працівники отримали право укладати договори добровільного страхування додаткової пенсії. Джерелом для виплати такої пенсії в системі Української державної страхової організації (Укрдержстрах) став страховий фонд, який складався на 50% з особистих внесків працюючих і на 50 % – з коштів Державного бюджету України. Іншим кроком у напрямку створення законодавчої бази недержавного пенсійного забезпечення стало ухвалення в 1996 р. Закону України «Про страхування» [2]. Ст. 4 цього закону передбачено, що об'єктами страхування можуть бути майнові інтереси, пов'язані з додатковою пенсією.

Водночас слід зауважити, що система недержавного пенсійного забезпечення в Україні й донині перебуває на початковому етапі розвитку.

Система недержавного пенсійного забезпечення становить третій рівень пенсійної системи, запроваджений Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення» від 9 липня 2003 року [3].

Основу такої системи складають недержавні пенсійні фонди.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Різні аспекти пенсійного забезпечення розглядаються у працях вітчизняних та зарубіжних економістів. Вагомий внесок у формування національної концепції пенсійного забезпечення зробили: С. Березіна, М. Вінер, В. Геєць, В. Гордієнко, Ю. Драбкіна, Б. Зайчук, С. Злупко, В. Колбун, Е. Лібанова, Б. Надточій, Ю. Палкін, М. Папієв, І. Сахань, С. Сивак, Б. Сташків, Н. Тихоненко та ін.

Проведений аналіз надбань вітчизняної науки і практики свідчить про відсутність системного дослідження проблем становлення та розвитку недержавного пенсійного забезпечення.

Не всі аспекти цієї складної та багатогранної проблеми вивчені та отримали належне наукове обґрунтування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Старий механізм пенсійного забезпечення є звичайним перерозподілом фіскальними засобами частини

створеної підприємством вартості на потреби споживання непрацездатної частини населення. Це означає, що кошти, які могли б бути спрямовані підприємством на інвестування, розширення виробництва, підвищення продуктивності праці робітників, практично «проїдаються» суспільством.

Але ж за умов жорсткого дефіциту фінансових ресурсів, який склався в Україні, кожна гривня отриманого в суспільстві доходу має використовуватися з максимальною ефективністю. Тому залучення пенсійних нагромаджень до інвестування в українську економіку, безсумнівно, сторицею відіб'ється на рівні життя населення, в тому числі пенсіонерів.

Постановка завдання. Розвиток системи недержавного пенсійного забезпечення в Україні потребує вдосконалення законодавства про недержавне пенсійне страхування та створення необхідних умов діяльності недержавних пенсійних фондів та стимулювання попиту на послуги додаткового до державного пенсійного забезпечення, яке здійснюють добровільні пенсійні фонди.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на прийняті нормативні акти право на здійснення добровільного пенсійного страхування, за інформацією Укрстрахнагляду (1997 р.), отримали лише три комерційні страхові організації: «Аска-Лайф» (м. Донецьк), «Грант-Сервіс» (м. Харків), «Астра-Дніпро» (м. Запоріжжя) [3].

Поява перших недержавних пенсійних фондів, які, по суті, мали лише відповідну назву, але були утворені за різними організаційними формами і фактично займалися акумуляцією коштів населення, припадає також на початок 1990-х років [4, с.15-23]. Вони створювалися на основі ухваленого в 1991 р. Закону України «Про господарські товариства» [5] як акціонерні товариства та товариства з обмеженою відповідальністю, або прийнятого у 1993 р. Декрету Кабінету Міністрів України «Про довірчі товариства» [6]. У 1997 р. недержавних пенсійних фондів налічувалося 76, у 2000 р. – уже близько 200.

Створення недержавних пенсійних фондів загальмувалося після їх масового банкрутства та перевірок діяльності довірчих товариств у 1995 р. відповідно до розпоряджень Президента України від 01.03.1995 № 427 та від 11.09.1995 № 1558. Результати цих перевірок стали предметом розгляду Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, Радою регіонів при Президентові України. Так, зокрема, у постанові Кабінету Міністрів України «Про результати комплексних перевірок діяльності довірчих товариств» від 01.11.1995 № 8739 зазначалося, що в діяльності багатьох із них, а також у недержавних фінансових організаціях мали місце факти грубого порушення чинного законодавства, шахрайства і зловживань під час здійснення ними операцій з коштами та майном громадян, що спричинило значні матеріальні й моральні втрати, завдало шкоди майновим інтересам держави.

Внаслідок цих порушень у деяких регіонах погіршився соціально-політичний клімат: пройшли мітинги, пікетування, спостерігалися інші прояви громадського невдоволення. Як засвідчили перевірки, найбільші збитки громадян були спричинені діяльністю небанківських фінансових установ, таких, як Український будинок «Селенга» та недержавний пенсійний фонд «Оберіг».

Через незадовільний контроль з боку держави довірчі товариства працювали з порушеннями, завдаючи громадянам збитків, які відшкодувати практично неможливо.

Загальний обсяг активів, залучених до недержавних пенсійних фондів (діючих до набрання чинності Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення»), становив близько 16 млн. грн. Слід зазначити, що майже 90 % активів були акумульовані чотирма найбільшими пенсійними фондами.

Приблизно 31 тис. осіб брали участь на той час у недержавному пенсійному забезпеченні. При цьому 72 % загальної кількості учасників було залучено до чотирьох фондів, три з яких мають найбільший обсяг пенсійних активів.

Найбільшими недержавними пенсійними фондами за кількістю залучених громадян вважалися: ТОВ «Народний пенсійний фонд «Україна», м. Київ – 14 тис. осіб; ТОВ НПФ

«Кримспоживспілка», м. Сімферополь – 3,2 тис. осіб; Перший український недержавний фонд, м. Київ – 3,1 тис. осіб; ТОВ НПФ «Укоопспілка», м. Київ – 1,4 тис. осіб [4, с.15-23].

З 22 пенсійних фондів 13 (60 %) належали до споживчої кооперації «Облспоживспілки». У кожного фонду цієї системи були власні засновники, працівники яких залучалися до системи недержавного пенсійного забезпечення. Найбільшими фондами у вказаній кооперації були: ТОВ НПФ «Кримспоживспілка» (м. Сімферополь); ТОВ НПФ «Укоопспілка» (м. Київ), ТОВ НПФ «Облспоживспілка» (м. Миколаїв); ТОВ НПФ «Облспоживспілка» (м. Одеса).

Частка осіб, залучених до фондів споживчої кооперації, у загальній кількості учасників системи недержавного пенсійного забезпечення (31 тис. осіб) становила приблизно 34 % (11 тис. осіб). Загальний обсяг активів, залучених до фондів споживчої кооперації, – 7 млн. грн. Це 43 % від загального обсягу активів, залучених до сучасної системи недержавного пенсійного забезпечення (16 млн. грн.).

Так, добровільне недержавне пенсійне забезпечення в Україні почало зароджуватися наприкінці минулого десятиліття здебільшого на основі пенсійних схем з визначеними пенсійними виплатами. Першу спробу всебічно врегулювати цю сферу діяльності було зроблено в 2003 р. Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення» [3], який набрав чинності в 2004 р., наклав заборону на укладання нових договорів з використанням пенсійних схем з визначеними пенсійними виплатами і встановив перехідний період для їх перетворення у схеми з визначеними пенсійними внесками.

Перехід успішно відбувся, і пенсійні схеми з визначеними пенсійними виплатами більше не діють і/або не пропонуються.

На форму сплати внесків не накладено жодних регуляторних обмежень, проте у вказаному законі детально виписані положення про пенсійні виплати на зразок таких:

- здійснення одноразових пенсійних виплат дозволяється за особливих обставин, таких як серйозне погіршення здоров'я або смерть учасника фонду (ці положення є стандартними для законів такого роду у усьому світі);
- пенсійні виплати на визначений термін мають здійснюватися протягом щонайменше десяти років;
- довічні пенсії (ануїтети) можуть виплачуватися лише після укладання договорів і перерахунку пенсійних активів страхової організації.

Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» [3] містить низку додаткових положень, які відображають міжнародні стандарти, наприклад щодо обмежень на використання пенсійних активів як застави, успадкування пенсійних активів тощо.

Проект змін до цього закону, які мають переважно технічний характер, було подано до Верховної Ради в 2007 р. І досі невідомо, коли ці зміни стануть чинними.

Станом на 31.12.09 в Державному реєстрі фінансових установ міститься інформація про 108 недержавних пенсійних фондів, 44 адміністратори НПФ, з яких мають ліцензію на здійснення діяльності з адміністрування НПФ – 37.

Станом на 31.12.09 адміністраторами недержавних пенсійних фондів було укладено 62 475 пенсійних контрактів з 49 804 вкладниками, з яких 2 312 вкладників, або 4,6%, – юридичні особи, на яких припадає 722,7 млн. грн. пенсійних внесків (95,8% від загального обсягу пенсійних внесків за системою НПЗ), а 47 492 вкладники, або 95,4%, – фізичні особи.

Загальний обсяг активів, сформованих пенсійними фондами, станом на 31.12.09 р. становить 857,9 млн. грн. Усього за 2009 рік активи недержавних пенсійних фондів зросли на 40,1% (на 245,7 млн. грн.) Станом на 31.12.09 адміністраторами недержавних пенсійних фондів було укладено 62 475 пенсійних контрактів з 49 804 вкладниками, з яких 2 312 вкладників, або 4,6%, – юридичні особи, на яких припадає 722,7 млн. грн. пенсійних внесків (95,8% від загального обсягу пенсійних внесків за системою НПЗ), а 47 492 вкладники, або 95,4%, – фізичні особи. При цьому порівняно з кінцем 2008 року кількість контрактів з юридичними особами зменшилась на 5,8%, а з фізичними особами зросла на 2,3% [7].

На кінець 2009 року кількість учасників НПФ відповідно до укладених контрактів становила 497 066 осіб, протягом року вона зросла на 14,6 тис. осіб, або на 3%. Разом із зростанням учасників НПФ зростають і обсяги сплачених пенсійних внесків. Так, станом на кінець 2009 року всіма вкладниками недержавних пенсійних фондів було сплачено 754,6 млн. грн. пенсійних внесків, що на 29,5% більше, ніж на кінець 2008 року.

Але слід зазначити, що взагалі в системі НПЗ серед вкладників спостерігається тенденція до скорочення або тимчасового припинення сплати внесків на користь своїх учасників, що спричинена нестабільною економічною ситуацією, яка на цей час має місце в країні [7].

Темпи приросту загальних пенсійних активів у 2009 році суттєво зменшились у порівнянні з 2008 роком. Так, за I квартал 2009 року темп приросту загальних пенсійних активів склав лише 7,9%, але в той же час у II кварталі 2009 року приріст пенсійних внесків дещо збільшився та склав 11,1%. Проте станом на 30.09.09 темп приросту падає до 8,9%, а станом на 31.12.09 – до 7,4%. Це пов'язано передусім із скороченням або тимчасовим припиненням окремими НПФ сплати внесків на користь своїх учасників, що спричинено нестабільною економічною ситуацією, яка на цей час має місце в країні, а також із зростанням розміру пенсійних виплат (зокрема одноразових). Пенсійні виплати (одноразові та на визначений строк) станом на 31.12.09 склали 90,1 млн. грн., збільшившись за 2009 рік на 230% [7].

За результатами 2009 року переважними напрямками інвестування пенсійних активів є депозити в банках (40% інвестованих активів), облігації підприємств – резидентів України (18,9%), цінні папери, дохід за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України (16,4%), та акції українських емітентів (8,8%) [7].

Метою інвестування пенсійних активів є насамперед збереження пенсійних заощаджень громадян. Тому стратегія інвестування недержавних пенсійних фондів є більш консервативною, ніж в інших фінансових установах.

У 2009 році проти 2008 року в консолідованому портфелі НПФ дещо зменшилась частка акцій українських емітентів з 9% до 8,8%, але в абсолютному виразі їх розмір збільшився з 55,4 до 75,9 млн. грн. Значно збільшився обсяг цінних паперів, дохід за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України, у консолідованому портфелі НПФ – з 21,8 у 2008 році до 141 млн. грн. у 2009 році (з 3,6% до 16,4%) НПФ показали приріст вартості акцій як за рахунок додаткового інвестування, так і за рахунок зростання вартості самих акцій, що може свідчити про початок позитивних зрушень на фондовому ринку України. Загальна вартість доходу, отриманого від інвестування пенсійних активів, станом на 31.12.09 склала 236,7 млн.грн., або 31,4% від суми залучених внесків, збільшившись протягом 2009 року на 149,8 млн. грн., або на 172,5%.

Суттєвим фактором, що впливає на розмір інвестиційного доходу, є те, що розмір залучених пенсійних внесків є незначним для забезпечення можливості здійснення диверсифікації пенсійних активів у дохідні фінансові інструменти [7].

Згідно із Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення» функції адміністрування НПФ, управління активами та їх зберігання розмежовано, причому функцію зберігання жорстко відокремлено від перших двох функцій, які можуть здійснюватися тією самою компанією.

Шість установ виконували виключно функції адміністрування фондами, 22 – мали ліцензії як на адміністрування фондами, так і на управління активами (хоча не всі з них насправді виконували обидві функції): 55 % загального обсягу активів перебували в управлінні компаній, які водночас здійснювали функції адміністрування та управління активами, тоді як функції управління активами та адміністрування решти 45 % загального обсягу активів були розподілені і виконувалися різними компаніями. Із 203 ліцензованих зберігачів 107 були банками, функції зберігачів для НПФ виконували 30 із них. Варто зазначити, що зберігачами для НПФ можуть бути лише банки.

Витрати, що відшкодовуються за рахунок пенсійних активів, станом на 31.12.09

зросли на 49,1% і в цілому за час існування пенсійних фондів складають 47,1 млн. грн., або 5,5% від загальної суми активів НПФ. Основна частина витрат, що відшкодовуються за рахунок пенсійних активів, припадає на оплату послуг з управління активами пенсійного фонду – 26 671,9 тис. грн., або 56,6% від загальної суми витрат. Витрати на оплату послуг з адміністрування пенсійного фонду складала 16 675,3 тис. грн., або 35,4% від загальної суми витрат, що відшкодовуються за рахунок пенсійних активів. Оплата послуг зберігача, який здійснює відповідальне зберігання активів пенсійного фонду, – 1 855,1 тис. грн., або 3,9% від загальної суми витрат [7; 8, с.150-230].

Нагадаємо, що недержавні пенсійні фонди є інкорпорованими структурами, які створені не з метою одержання прибутку (їхніми засновниками).

Засновниками НПФ повинні бути юридичні особи, за винятком професійних фондів. Професійні пенсійні фонди можуть засновувати об'єднання фізичних осіб (наприклад, професійні спілки).

Засновники фондів мають складати проект статуту фонду, отримати ліцензію та призначити раду фонду, яка відповідає за відбір і укладення договору з адміністратором фонду, компанією, яка управляє активами, та зберігачем, а також за прийняття інвестиційної декларації НПФ.

Нагляд за добровільними пенсійними схемами досить розпорошений. Ліцензії НПФ та їхнім адміністраторам надає Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України (Держфінпослуг), яка здійснює також нагляд за їхньою діяльністю.

Функції видання ліцензій і нагляду за компаніями з управління активами покладено на Державну комісію з цінних паперів та фондового ринку України (ДКЦПФРУ). Видання ліцензій і нагляд за зберігачами фондів здійснює Національний банк України (НБУ) та ДКЦПФРУ в межах відповідних повноважень. Функції видання ліцензій і нагляду за пенсійним забезпеченням (пенсійними контрактами та пенсійними схемами) виконує лише Держфінпослуг.

З огляду на обсяг ринку та очікуване поліпшення фінансового добробуту в довгостроковій перспективі передбачалося, що добровільні пенсійні схеми розвиватимуться в Україні швидкими темпами. Фактично діяльність НПФ в Україні розпочалася у 2005 р. з певною затримкою у часі після ухвалення Закону «Про недержавне пенсійне забезпечення» у 2003 р. Додатковий час був потрібний для прийняття необхідних підзаконних актів. Наприкінці 2005 р. загальна вартість активів, які перебували в управлінні, становила 46,2 млн. грн., а кумулятивний показник зростання загальної вартості таких активів для періоду між груднем 2005 р. і вереснем 2007 р. дорівнював 370 %.

Ця цифра свідчить про наявність великого потенціалу зростання. Низка інших показників вказує на високий потенціал ринку. На додаток до 51 чинного НПФ в Україні є 31 ліцензований фонд з укладеними договорами на адміністрування фондів, управління активами та зберігання фондів. Ці НПФ уже готові розпочати роботу. До того ж є ще 13 зареєстрованих НПФ, які ще не уклали договорів. Крім того, до шести власників ліцензії на адміністрування фондів і 22 власників ліцензій на адміністрування фондів та управління активами є два додаткові адміністратори з ліцензією на адміністрування та два додаткові власники ліцензій на адміністрування та управління активами, які уклали договори з фондами. Є також один власник однієї ліцензії та чотири власники двох ліцензій, які ще не уклали контрактів з фондами [4].

Такий динамічний вихід на ринок з невеликими обсягами є ознакою очікуваного значного зростання. До того ж існує явна тенденція започаткування діяльності НПФ із символічними сумами сплачених внесків, що свідчить про те, що інвестори у цій сфері діяльності вважають високоймовірним швидкий розвиток вказаного ринку (і /або пов'язаних з ним ринків, таких як ринок для пенсійних фондів другого рівня) у майбутньому (нині обговорюється питання впровадження другого рівня пенсійної системи у 2011–2012 рр.). Ймовірно, окремі надавачі послуг наразі формують основи для своєї стратегічної присутності на ринку приватного пенсійного забезпечення, очікуючи на започаткування

другого етапу пенсійної реформи.

Висновки і перспективи подальших розробок. На підставі цього можна зробити висновок: є чимало структур, зацікавлених такою діяльністю, які займають місця на ринку послуг недержавного пенсійного забезпечення, передбачаючи його подальший розвиток. Вони, очевидно, застосовують низькі премії за ризик у коефіцієнтах дисконтування, які використовуються для обчислення чистої дисконтованої вартості своїх інвестицій в адміністрування фондів і управління активами.

Наявні дані свідчать про те, що добровільна пенсійна система ще перебуває на ранньому етапі виходу на ринок. Зазвичай, після етапу виходу на фінансові ринки відбувається консолідація. Тому дуже важливо здійснювати регулювання ринком у такий спосіб, щоб пом'якшити ризики, пов'язані з цим процесом, і зберегти довіру населення до добровільної пенсійної системи впродовж всього етапу її зростання і консолідації.

Нинішня система недержавного пенсійного забезпечення обтяжена ризиками, які у випадку, якщо ними не управляти на цьому етапі, можуть перешкодити виконанню основоположної ролі добровільної пенсійної системи, а саме: формуванню забезпечених і добре капіталізованих довічних заощаджень як бази для отримання доходів після виходу на пенсію.

Позитивним є той факт, що чималий досвід, пов'язаний з функціонуванням нинішньої системи, накопичено до акумулювання істотніших активів у НПФ. Це створює «вікно можливостей» – достатньо великий часовий інтервал тривалістю близько одного року, яким можна скористатися для швидкого покращання існуючої системи.

Підвищення прозорості, надійності та ефективності системи можна досягти завдяки вдосконаленню підзаконних актів та поліпшенню технічних і /або операційних процедур (зокрема, процедур, застосовуваних зберігачами фондів для перевірок оцінки вартості активів НПФ, та правил і процедур регулювання діяльності), тому необхідною є активна позиція регуляторів.

Крім того, дуже важливим для досягнення зазначеної мети буде структурований професійний діалог і оперативна праця спільних груп, які складатимуться з регуляторів і представників галузі недержавного пенсійного забезпечення.

Література

1. Про пенсійне забезпечення : закон України від 05.11.1991 – № 1788-XII. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
2. Про страхування : закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
3. Про недержавне пенсійне забезпечення : закон України від 09.07.2003 № 1057-IV. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
4. Терещенко Г. М. Розвиток недержавного пенсійного страхування / Г. М. Терещенко // Наукові праці НДФІ. – 1 (46). – 2009. – С. 15–23.
5. Про господарські товариства : закон України від 19.09.1991 № 1576-XII. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
6. Про довірчі товариства : декрет Кабінету Міністрів України від 17.03.1993 № 23–93. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
7. Офіційний сайт Державної комісії регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dfp.gov.ua
8. Лазебна М. В. Організаційно-економічний механізм державного регулювання діяльності недержавних пенсійних фондів: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.02.03 / М. В. Лазебна. – К.: НДЕІ, 2004. – 303 с.

РЫНОЧНОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БОЛГАРИИ

Роль торговых сетей на болгарском рынке потребительских товаров возрастает. В статье обосновываются значимость и основные характеристики торговых сетей на основе современной торговой концепции. Нынешние рыночные условия позволяют использовать повышение розничных сетей, как конкурентную стратегию для противодействия усилению конкурентного давления на розничные продажи.

The role of retail chains in Bulgarian consumer goods market is constantly on the rise. The article reveals the significance and main characteristics of retail chains as modern retail conception. The present market conditions realize the rising of retail chains as competitive strategy for counteraction to intensification of competitive pressure in the retail sales.

Постановка проблемы в общем виде. В последние два десятилетия в торговле наблюдается ряд значимых организационных перемен. Современная торговая концепция уже базируется на эффективном удовлетворении потребительских нужд, улучшенной логистике, развитии новых торговых форматов и нарастающем давлении конкуренции в розничной торговле. Национальный рынок потребительских товаров отмечает тенденцию об увеличении концентрации, что преимущественно происходит в результате давления торговых сетей. Этот процесс следует определить скорее как «инновации в розничной торговле, которые рассматриваются скорее с точки зрения эволюции, а не революции» [1, с.39].

Анализ исследований и публикаций последних лет. В литературе уже ведётся дискуссия относительно значения сегмента торговых сетей, поскольку «индекс продаж торговых сетей – это первая информация о крупнейшем секторе экономики, а именно потребительских расходов» [2, с.1]. Это обусловлено фактом, что торговые сети и их информационные системы имеют возможность регулярно генерировать информацию (ежедневно, еженедельно, ежемесячно) в течении только несколько дней, учитывая потребительские ожидания и поведение. Поэтому статистика продаж торговых сетей оценивается как «показательная для данной отрасли» [3, с.8.]. Как подтверждение этой точки зрения, «в развитых западных странах 90 % объема торгового оборота осуществляют торговые сети» [4, с.28-30]. В дополнение отметим, что «быстрое и надежное обеспечение точной и полной информации о покупателях, продавцах и продуктах имеет существенное значение и поэтому, не преувеличивая, можем сказать, что это – основа всех рынков и услуг в информационной экономике» [5, с.3]. Свободное распространение информации между экономическими агентами – это основной фактор, повышающий эффективность и редуцирующий ненадежность любого рыночного сегмента. Таким образом, сети магазинов «быстро успевают достичь прибыли, так как они в состоянии устранить или уменьшить несовершенства, которые присущие сети «производитель – оптовая торговля – розничная торговля» ... при помощи централизованных решений, закупки и децентрализации более рутинных функций» [6, с.437]. Этим обуславливается роль торговых сетей как «последняя, наиболее современная тенденция в развитии торговли» [7, с.9.]. Такое состояние возможно из-за того, что торговая сеть – это «метод управления капиталом, который позволяет получить экономию от масштабов в розничной торговле» [8, с.13].

Выделение нерешённых ранее частей общей проблемы. Торговые сети обладают организационной способностью управлять перемещением определенных объемов товаров с

одной территории или с одного объекта к другим, чтобы ответить потребительскому спросу, неравномерно распределенному по месту и во времени.

Кроме того, объекты торговых сетей разбросаны на большом расстоянии и располагают потенциальным преимуществом – географической стратегией о ценовой дискриминации. Это означает, что когда на данном рынке определяется цена, основным является определение «расходных факторов», которые присущи данной торговой деятельности, а именно конкурентного климата и характеристик рынка, которые не связаны с конкуренцией.

Формулирование цели статьи. Цель настоящей работы – сделать краткий обзор и выделить некоторые особенности торговых сетей, способствующие реализации потенциала современной торговой концепции о конкурентоспособном развитии бизнеса и устойчивом экономическом росте торговых фирм на рынке потребительских товаров в Болгарии.

Изложение основного материала исследования. В экономической литературе и в бизнес практике существуют разнородные определения торговой сети. Одна из первых дефиниций была предоставлена Федеральной комиссией торговли США – «применяется для организаций, владеющих контрольным пакетом двух или более предприятий для розничной торговли, продающих сходные продукты» [9, с.2]. При либеральном толковании этой дефиниции акцентируется на собственности капитала торговых объектов, а не на количественных показателях, как существенных для определения и стандартизации торговой деятельности сетей. Бюро подсчета населения США определяет сеть как «четыре или больше магазинов в единстве» [10, с.17]. Согласно более строгим дефинициям, сеть это «оператор, обладающий 11 или более торговыми объектами». Все подобные определения используют количественную характеристику «количество объектов» в качестве критерия, причисляющих его к категории торговая «сеть».

Согласно наиболее широкому определению, торговая сеть это «группа торговых объектов одного и того же типа, с единой собственностью и, до известной степени, с одинаковостью в работе» [11, с.23]. Под «единой собственностью» понимают «группу магазинов, принадлежащую одной и той же компании», а «одинаковость в работе» связывают с «использованием одной и той же схемы дистрибуции и сбыта сходных товаров» [12, с.190]. Торговая сеть «это интегрированное предприятие, обладающее функцией как оптового, так и розничного торговца, хотя некоторые маленькие сети не так велики, чтобы упражнять обе деятельности» [13, с.183]. Вышеуказанные определения нормативно конституированы в Российской Федерации, где под торговой сетью понимают «комбинацию из двух или более торговых объектов под общим контролем, или комбинацию из двух или более торговых объектов, использующих единый торговый символ или другой способ индивидуализации». Такая формулировка акцентирует внимание и на тех характеристиках, которые помогают потребителям идентифицировать и выделить рыночное присутствие каждого самостоятельного объекта торговой сети.

Среди разнообразных дефиниций выделяется и концепция, что «по существу сеть магазинов – это универсальный магазин, разделенный на части,... притом все объекты сети продают одну и ту же линию товаров» [14, с.348]. Следовательно «торговые сети воспользуются как всеми преимуществами поставок универсального магазина, так и всеми преимуществами продаж маленького магазина» [14, с.348]. Та же способность далее эволюционирует и в возможность сочетания функций производителя, оптового и розничного торговца и таким способом оптимизируются прямые оперативные затраты, и улучшается эффективность собственного капитала. Это легко достижимо для торговых сетей, поскольку они торгуют стандартизованными продуктами массового потребления и по этой причине они в состоянии воспользоваться всеми преимуществами массового производства и распространения.

Торговая сеть тесно связана и с франчайзингом, однако, «основная разница состоит в том, что сетью торговых объектов владеет один владелец, пока франчайзинг – это независимый предприниматель» [15, с.10]. С одной стороны, общее между ними – это увеличенная база для продаж франчайзера с присоединением объектов и применением

общей концепции. С другой стороны, их отличает юридическая самостоятельность франчайзи.

В болгарской литературе еще в 1947 г. Г. Георгиев выделил основные причины для развития предприятий, состоящих из многих магазинов: «для них важно, прежде всего, осуществлять быстрое товарообращение и большие обороты при низкой прибыли на единицу реализованного товара» [16, с.324]. В дополнение, он указывает и на способы, при помощи которых это возможно: «значительные объемы поставок, прямо с производителя, если возможно... иногда они сами прибегают к производству ряда товаров... потребность в капитале уменьшается ...осуществляется экономия затрат» [16, с.325]. Приведенное мнение Г. Георгиева соответствует современному пониманию о причинах рыночного доминирования торговых сетей. Его можем дополнить и преимуществом сетей «лучше распределять риск, иметь большие резервы, ..., лучше понимать рынок и обладать лучшей специализацией менеджмента» [17, с.245]. В историческом плане первая сеть магазинов, а именно Great Atlantic and Pacific Tea Company (A&P) основана в 1859 г. в США. В XX веке популярность торгового формата вызвана комплексом благоприятствующих факторов того периода. Они связаны с [18, с.195.]: нарастающей необходимостью развивать широкомасштабную торговую деятельность и таким способом эффективно дистрибутировать продукцию в условиях массового производства; повышающимся жизненным стандартом и усложненным многообразием товаров; постоянным давлением на потребителей и приложением разнообразных средств для стимуляции продаж. Успешное существование и развитие данной торговой концепции доказывается и фактом, что в 2004 г. компания Wal-Mart поставила рекорд о крупнейшей торговой сети в мире, являясь также и корпорацией с самыми мощными продажами в мировом масштабе. По итогам фискального 2009 года компания является крупнейшим розничным торговцем, а ее результаты достигают 401 миллиарда долларов США прибыли от продаж, 4 200 торговых объектов в США и 8 416 в 16 зарубежных государствах и более 2 100 000 служащих, обслуживающих 200 миллионов клиентов в неделю. Второй крупнейший торговец в мире и первый в Европе, это созданная во Франции мультинациональная компания Carrefour. Согласно оперативным результатам на 2009 г. ее прибыль от продаж составляет 96,2 миллиардов евро, а в тот же самый год в эксплуатацию введены 1 005 новых торговых объектов площадью 970 000 кв.м., при этом общее число объектов достигло 15 663.

Подтверждается мнение, что торговые сети имеют устойчивый бизнес формат, поскольку «уровень банкротства среди сетей ниже, чем в любой другой торговле... и практически они доминируют в городской торговле» [19, с.32]. По этим причинам, крупные производители и импортеры поддерживают стабильные бизнес-отношения с торговыми сетями, которые гарантируют широкую рыночную реализацию продукции. Также торговые сети «рассчитывают на своих поставщиков снизить цены, улучшить качество и развить инновации быстрее своих конкурентов» [20, с.27]. Использование торговой сети как место для продаж дает возможность производителям непрерывно оптимизировать свои расходы.

Масштабы торговли, осуществляемой торговой сетью, позволяет ей организовать и управлять собственной дистрибуционной сетью и таким способом аккумулировать дополнительную возвращаемость за счет экономии от масштаба и специфических потребностей любого торгового объекта системы. Далее отдельные объекты торговой сети имеют возможность поддерживать свою собственную структуру портфеля, в зависимости от специфических потребностей обслуживаемого рынка и развитии объекта во времени. Это приводит к «системе работы, при которой разрешается проблема с запасом товаров любого торгового объекта и в то же время разрешается проблема любого производителя» [21, с.131].

В нынешней рыночной ситуации «баланс сил на рынках потребительских товаров ... непрестанно клонит в пользу розничных торговцев» [22, с.74]. При таком положении, сила торговых сетей в канале реализации может привести к умышленному искажению рынка и неравномерному распределению экономической прибыли между производителями и агентами обмена. В связи с этим, можем рассматривать силу рыночной позиции торговых сетей как «возможность добавления дополнительной стоимости к определенному

результату». Такая практика оценивается как «антиконкурентная ... во вред потребителям» и ее можно передать на рассмотрение Комиссией для защиты конкуренции. Сети-гиганты оказывают существенный контроль на доступ производителей, особенно сельскохозяйственных, к конечному потребителю. Поэтому торговым сетям отведена роль «сторожа», контролирующего реальный доступ производителей и поставщиков к потребителям.

Торговые сети классифицируются по разнообразным критериям:

- в зависимости от ценовой стратегии, применяемой в объектах торговой сети, выделяются: торговые сети с разнообразными ценами, сообразно местному спросу и конкурентным условиям; торговые сети с унифицированными ценами или единой ценовой политикой во всех объектах;
- в зависимости от операционного охвата торговой сети: интернациональные торговые сети; национальные торговые сети, действующие на всей территории страны; локальные и региональные торговые сети, не имеющие планы об экспансии по стране;
- в зависимости от товарной специализации: узкоспециализированные; специализированные; универсальные;
- в зависимости от взаимосвязи между отдельными элементами торговой сети: горизонтально интегрированные, где разграничиваются следующие разветвления: сети оптовой торговли, сети розничной торговли; вертикально интегрированные, где разграничиваются следующие разветвления: объединения между оптовой и розничной торговлей, объединения между производством, оптовой и розничной торговлей; конгломеративно интегрированные;
- в зависимости от характера собственности, разграничиваем: собственные торговые объекты; франчайз объекты.

В 2010 г. торговля продолжает свое колеблющееся развитие в условиях ухудшенной макроэкономической рыночной среды вследствие мирового экономического кризиса. По данным консультантской компании A. T. Kearney, в 2009 г. Болгария занимает 21 позицию, а в 2010 г. – 19 позицию по привлекательности развивающихся рынков для международных торговых сетей. И если в 2003 г. Болгария создает привлекательные возможности для нового бизнеса, то 6 лет спустя рынок уже описывают как «насыщенный, направленный к инвестициям в бренд, «лидерство в данном сегменте» как подходящая торговая стратегия и вторая волна развития торговых форматов» (см. табл. 1).

В такой ситуации потенциал местных сетей все еще недооценен, особенно в региональном аспекте, а перспектива развития – в незанятых нишах и в сегментах торговых форматов «дискаунтер», гипермаркетов и электронной торговли. При этом, «рынок будет развиваться гораздо быстрее, чем до сих пор, и за 10-15 лет он сможет покрыть западноевропейские стандарты», несмотря на то, что в определенных сегментах и по отношению торгового продукта сетей, уже достигнуто определенное сходство с европейской практикой в торговле. Colliers International дает следующую оценку: «торговые сети, которые позиционируются в нижнем ценовом сегменте, будут наиболее успешными в 2010 г. и, вероятно, их экспансия продолжится. Компании среднего и высокого ценового сегмента продолжат свой рост более умеренным темпом».

Общая оценка положительна из-за «более низкого риска при финансировании сетей розничной торговли». Значимость сетей выявляется и данными об организованной торговле различных торговых форматов (гипермаркетов, супермаркетов, дискаунтеров, cash-and-carry) в Болгарии. В 2007 г. рыночная доля организованных торговцев составляет 25%, в 2008 г. уже нарастает до 31,3%, ожидаемая стоимость на 2009 г. – 36%, а на 2010 г. – 40,1%.

Такое стабильное увеличение доли организованной торговли отражает продолжающую рыночную консолидацию рынка потребительских товаров в целом, хотя в определенных сегментах (торговли бытовой техникой и др.) – это уже факт. Оптимистический прогноз подтверждается и исследованием консультантской компании CB Richard Ellis, согласно которому в 2010 г. – 16% торговых сетей планируют расширить охват своей деятельности в Болгарии.

Таблица 1

Этапы развития розничных сетей в Болгарии

Период	Этап	Организация торговли	Основные организационные единицы
до 1990 г. [38. стр. 20-25]	Стадия планирования	Самоуправляемых предприятий розничной торговой сети по всей республике и местные организации создание через городские народные советы (в 1990 году количество магазинов в Болгарии составляет более 41 тыс. единиц).	1. Предприятий оптовой торговли 2. Предприятия оптовой и розничной торговли 3. Предприятия розничной торговли 4. Фирменные и другие магазины
до 2002 г. [39. стр. 66-71 и 187-195]	Фазового перехода	Демонополизация, приватизация (началась 1992 году), конкуренция (с первым законом о защите конкуренции в 1991 году) частного предпринимательства (в 2002 году количество магазинов в Болгарии составляет более 104 тыс. единиц).	1. В оптовой торговли демонополизация создала 60 самоуправляемых предприятий. 2. Создание новых частных предприятий, формирование и расширение розничной сети. 3. Ввод иностранных розничных сетей.
с 2002 г. [39. стр. 46-47]	Рыночный этап (В 2002 году Европейская комиссия предоставлен статус Болгарии как функционирующая рыночная экономика)	Главным образом за счет частного предпринимательства предприятий розничной торговли, торговых систем и индивидуальных предпринимателей (в 2008 г. году количество магазинов в Болгарии составляет более 111 тыс. единиц) а «некоторые розничные сети уже приобрели общегосударственное значение от 10 до 170 объектов, и могут быть приняты для коммерческих систем»	1. Создание новых частных предприятий. 2. Расширение розничной сети местных и иностранных торговых сетей. 3. Вступление новых иностранных предприятий розничной торговли.

Существующий потенциал рынка Болгарии оценивается и при помощи показателя о степени насыщенности населения торговой площадью в современных форматах торговли, который к концу 2008 г. всего лишь 22 кв.м. на 1000 людей, а в начале 2010 г. – 30 кв.м. на 1 000 людей (темп роста составляет более 30%), пока среднеевропейский уровень показателя – в 7 раз больше и составляет 150 – 200 кв.м. на 1 000 людей. Компания Report Linker в своем докладе о развитии болгарского ритейл сектора на 2009–2014 г. прогнозирует годовой рост 4,9% в национальной валюте. Оптимистические перспективы для торговли реализуются, вопреки ожиданиям Международного валютного фонда об отрицательном экономическом росте -2,5% и об увеличении уровня потребительских цен на 1,6% в 2010 г.

Пессимистический сценарий МВФ поддерживается и прогнозом Агентства экономических анализов и прогноз об отрицательном реальном росте БВП –1,0% и об уровне инфляции к концу 2010 г. – 2,2%, а также анализаторами из Unicreditgroup, которые предусматривают изменение БВП –1,5% при более низкой инфляции 0,3%. В такой ситуации ожидания о положительном развитии торговли обуславливаются разрастающимися урбанистическими процессами, стабилизацией доходов и улучшением стандарта жизни.

Из консультантской компании Forton определили, что к началу 2010 г. в Болгарии крупнейшие торговцы, диктующие ритм соответствующих торговых форматов и рынка в

целом это следующие сети (см. табл. 2): Metro, HIT, Carrefour, Billa, Kaufland, Maxima (T Market), Piccadilly, Plus, Penny Market, Mercator, CBA, Elemag, Technomarket, Domo, Technopolis, Mr. Bricolage, Praktiker, Baumax, Praktis, Office 1 Superstore и др. Отметим, что число в скобках показывает число действующих магазинов.

Таблица 2

Основные виды розничной торговли в Болгарии (на начало 2010 года)

Коммерческий формат	Компании (количество объектов)
Гипермаркеты	Metro (11); HIT (2) Carrefour (1)
Продовольственные магазины (товары повседневного спроса (FMCG))	Billa (65); Kaufland (27); Maxima (T Market) (30); Piccadilly (24); Plus (21); Penny Market (26); Mercator (1); CBA (194); Elemag (5)
Розничные торговцы бытовой электроники	Technomarket (44); Domo (40 – объявивших о своей ликвидации в начале 2010 г.); Technopolis (23)
Гипермаркеты DIY	Mr Bricolage (10); Praktiker (9); Baumax (4); Praktis (4)

Согласно «Карте торговых сетей в Болгарии» на территории страны 20 основных ритейлеров в секторе «товары повседневного спроса», FMCG и к концу 2009 г. они присутствуют в 96 населенных пунктах при помощи 1125 самостоятельных торговых объектов. На рис. 2 представлено распределение торговых объектов двадцати основных торговых сетей, в зависимости от доминирующей доли собственности компании. Доминирование торговых объединений обусловлено преимуществами этой формы экономического группирования: увеличенная рыночная мощь альянса, особенно при переговорах с поставщиками; лучшая экономия ресурсов; легкий доступ к третьим рынкам; усовершенствованная логистическая и маркетинговая политика.

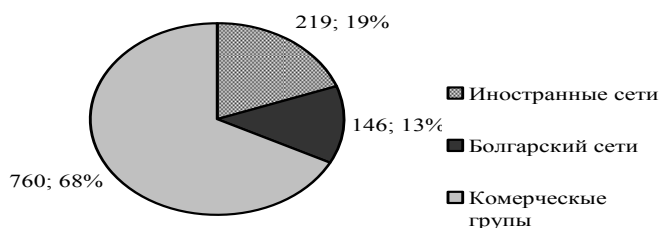


Рис. 1. Число магазинов, и доля розничных сетей в Болгарии по форме собственности

Существуют, однако, и некоторые ограничения развития торговых сетей. Некоторые из наиболее важных ограничений это:

- капиталовые ограничения – отсутствие инвестиционных ресурсов, из-за рестриктивной кредитной политики и неудовлетворительного функционирования рынка капиталов, т.п.;
- нестабильные доходы потребителей – рост безработицы, более низкие доходы населения маленьких городов и деревень;
- цены недвижимости – продолжающийся высокий уровень цен свободных площадей для строительства в больших городах и высокая арендная плата помещений в новостроящихся торговых центрах;
- конкурентное давление, разрастание серого сектора и неформальной экономики;
- бюрократия и усиленный контроль над большими сетями.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. В условиях экономической рецессии, влияющей уже на все виды бизнес деятельности, менеджеры в торговле сталкиваются с острой проблемой, а именно выбора между необходимостью экономить затраты и принятием уменьшения номинальной прибыли. Большинство менеджеров воспринимают подход экономий, хотя очень часто это приводит к ухудшению обслуживания и качества, которые потребители ценят. Эти действия ограничивают эксплуатационные затраты, создают комфорт при покупках и отличают услугу среди других. Поэтому, перед тем как воспринять подобные действия, следует ограничить те «плохие затраты, которые не добавляют ничего к тому, о чем клиенты в конечном счете готовы заплатить своими

деньгами». В подобной ситуации следует воспринять кризис как повод для новых возможностей – занять свободные ниши в бизнесе и интенсифицировать борьбу на нижней ценовой границе соответствующего сегмента. Перераспределение рыночных позиций и рыночных долей стимулирует рост точно определенных участников – торговых сетей. Мы можем ожидать, что в ближайшие годы рынок потребительских товаров в Болгарии претерпит следующую свою трансформацию, связанную с появлением участников нового формата, вступлением больших торговых сетей и в маленькие населенные пункты и приложением модели, при которой «большие компании выкупят меньших».

Литература

1. Davidson W. R. The Future of Discounting / W. R. Davidson, A. F. Doody // Journal of Marketing. – 1963. – Vol. 27. – January, Issue 1. – P. 39.
2. Harris E. S. What do chain store sales tell us about consumer spending? // Federal reserve bank of New York Research paper / E. S. Harris, C. Vega. – No 9614. – June, 1996. – P. 1.
3. Niemira M. ICSC-UBS Weekly Chain Store Sales Index: History, Methodology and Use / M. Niemira // ICSC research quarterly. – Volume 11. – Number 3. – Fall, 2004. – P. 8.
4. Войцеховский О. Экономичный супермаркет – будущее российской розничной торговли / О. Войцеховский // Витрина. – 2000. – № 1. – С. 28–30.
5. Cate F. The value of information-sharing. Protecting privacy in the new millennium series / F. Cate, M. Staten // The national retail federation. – Washington, DC, July, 2000. – P. 3.
6. Schmalz C. N. Independent store versus chains in the grocery field / C. N. Schmalz. – Harvard Business Review. – July 1. – 1931. – P. 437.
7. Костова С. Съвременни форми на търговия / С. Костова // Научно-приложна конференция 26 ноември 1998, С.: УНСС, 1999. – С. 9.
8. Есютина А. А. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление / А. А. Есютина, Е. В. Карпова. – Москва: КНОРУС, 2007. – 230 с.
9. Federal Trade Commission, Chain Stores, Scope of the chain store inquiry. – Washington, 1932. – P. 2.
10. Bureau of the Census, Fifteenth Census of the United States, 1930. – Washington, 1933. – P. 17.
11. Alexander R. S. The Census, the Codes, the Commission, the Committee and Marketing Terminology / R. S. Alexander // Journal of Marketing. – 1937, July 1. – P. 23.
12. Maynard H. H. Principles of marketing / H. H. Maynard, T. N. Beckman, W. R. Davidson. – Ronald Press Co., 6th Ed., 1957. – 340 p.
13. Converse P. D. Essentials of distribution / P. D. Converse. – Prentice-Hall, Inc., New York, 1936. – 290 p.
14. Duncan C. S. Marketing Its Problems and Methods / C. S. Duncan. – BiblioBazaar, LLC, 2009. – 380 p.
15. Ritzer G. Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption / G. Ritzer. – Pine Forge Press, 2009. – P. 10.
16. Георгиев Г. Учение за предприятието / Г. Георгиев. – Варна: Университетска печатница на Държавен университет Св. Кирил Славянобългарски, 1947. – 330 с.
17. Beattie T. E. Public relations and the chains / T. E. Beattie // Journal of Marketing. – 1943. – Vol. 7. – January, Issue 3. – P. 245.
18. Coles J. V. The consumer-buyer and the market: A Century of marketing / J. V. Coles. – Ayer Publishing, 1978. – P. 195.
19. Fisk J. W. Retail Selling: A Guide to the Best Modern Practice / J. W. Fisk. – BiblioLife, LLC, 2009. – 282 p.
20. Ликър Дж. Управление на веригата за снабдяване / Дж. Ликър, Т. Чой.; [прев. от англ. Петър Узунов]. – С., Класика и стил, 2009. – С. 27.
21. Stinchcombe A. L. Information and organizations/ A. L. Stinchcombe, University of California Press. – Berkeley, 1990. – P. 131.
22. Костова С. Сравнителен анализ на дейността на търговските вериги в България / С. Костова // Мениджърски решения за глобален и местен пазар в условията на криза. – Несебър, Септември, 2009. – С. 74.

ДЕРЖАВНА ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

У статті розглядаються актуальні проблеми розвитку промисловості України та їхні динамічні зміни. Визначаються основні напрямки державної промислової політики на сучасному етапі трансформування національної економіки. Надано рекомендації щодо стабілізації промисловості, як головного чинника розвитку підприємництва.

The article deals with topical issues of Ukrainian industry and its dynamic changes. Major areas of the state industrial policy at the present stage of transformation of the national economy are identified. Recommendations concerning the stabilizing of industry as the main factor of development the entrepreneurship are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність розробки промислової політики для України пов'язана з притаманними ринковій економіці кризовими явищами, структурними зрушеннями, що відбуваються внаслідок переходу економічної системи від одного стану до іншого, диспропорція між реальним сектором та фінансовою системою, порушеннями в системі ціноутворення, монополізація, обмеження конкуренції.

Досить важливою і актуальною є проблема визначення місця, структури та технології формування промислової політики при наявному в Україні потужному промисловому комплексі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питанням розробки і реалізації державної політики по підвищенню промислової активності підприємств, зростання їх конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Ю. Багал, С. Вовкинич, В. Геєць, С. Глазьев, Б. Данилишин, І. Крючкова, В. Семиноженко, Р. Фатхутдінов, Л. Федулова, Ю. Яковець, Н. Гончарова та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Зростання безробіття, розлад у політиці, незрозуміла економічна політика та механізми її втілення, інфляційні процеси все це складає глобальну проблему для функціонування держави. Системні проблеми економіки України та відсутність консолідованої виваженої економічної позиції політиків та керівників держави щодо цілей, принципів та методів як монетарної так і економічної політики, спрямованої на подолання кризових явищ, суттєво погіршують перспективи розвитку у найближчі роки та можливості швидкого виходу із кризи. Ці фактори спричинили різке зростання стурбованості та тривоги за майбутнє свого бізнесу та майбутнє своїх родин та працівників які задіяні у підприємницькому середовищі України.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сутності та особливостей державної промислової політики в Україні та провідних країнах світу, надання відгуків та рекомендацій щодо стабілізації головної сфери економіки – промисловості як головного чинника розвитку підприємницького середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Промисловість є провідним сектором національної економіки, а її частка в основних показниках залишається вагомою. Державна промислова політика є важливою органічною частиною загальної економічної політики і спрямована на підвищення конкурентоспроможності промислової продукції. В останні роки, у зв'язку з глобалізацією ринків, в багатьох країнах державна промислова політика використовується як механізм стимулювання міжнародної конкурентоспроможності. Важливою функцією державної промислової політики є вибір пріоритетів в розвитку

промисловості, створення режиму найбільшого сприяння перспективним галузям і підприємствам, розробка сучасної науково-технологічної продукції.

По рейтингу глобальної конкурентоспроможності, який проводить Всесвітній економічний форум, Україна у 2005 р. посідала 68-е місце, а в 2006 р. – 78-е. У вересні 2007 р. Світовий банк і Міжнародна фінансова корпорація презентували у Вашингтоні щорічну доповідь «Ведення бізнесу – 2008». Матеріали доповіді свідчать, що у 2007-2008 р.р. Україна впевнено знаходиться серед світових аутсайдерів, зайнявши 139-у позицію серед 178 держав. Автори доповіді не відмітили в Україні жодної повноцінної реформи. Більш того, за рік рейтинг України за умовами ведення бізнесу знизився на 11 пунктів (у 2007 р. ми займали 128-му сходинку) [1, с.31-32].

Найбільш складними та витратними для підприємців в Україні залишаються оплата податків і ліцензування. За обтяжливістю для бізнесу податкова система України займає 177-ме місце серед 178 країн. У сфері одержання ліцензій для ведення бізнесу Україна посідає 174 місце. Однією із істотних причин такого становища є відсутність в країні радикальних економічних реформ. Розпочаті перетворення в сфері регуляторної політики не проведені. Світовий банк і Міжнародна фінансова корпорація не зареєстрували в Україні жодної результативної реформи для поліпшення умов ведення бізнесу.

Промислово розвинені країни, а в останній час – нові індустріальні країни нагромадили значний досвід державного регулювання економіки. Зростаюча роль державної промислової політики в зарубіжних країнах обумовлена низкою причин, найбільш істотною серед них є різке загострення конкуренції на світових ринках [2, с.31-41]. У 80-х р.р. ХХ ст. нові індустріальні країни – Республіка Корея, Гонконг, Тайвань, Сінгапур, Бразилія, Мексика – услід за Японією захопили лідерство в багатьох галузях економіки завдяки тому, що сформували високоефективну і гнучку структуру промисловості і орієнтацію на виробництво новітньої наукомісткої продукції. Боротьба за лідерство на світових ринках обумовила підвищену увагу урядів, парламентів, вчених зарубіжних країн до державної промислової політики. В основу державної промислової політики закладались такі вихідні методологічні та концептуальні принципи [3, с.35-40]:

- перетікання капіталу в галузі, які мають потенціальні можливості в недалекому майбутньому досягти високої конкурентоспроможності й швидко вийти на світові ринки;
- надання допомоги галузям, які зазнають труднощів;
- прискорення розвитку провідних галузей, що спроможні стати новими
- імпульсами технічного і технологічного прогресу;
- створення державного банку промислового розвитку, який повинен
- фінансувати підприємства, корпорації й окремі галузі з підвищеним рівнем ризику.

Концепція державної промислової політики України була розроблена в 1996 р. і затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 29 лютого 1996 р., №272. «Концепція» визначила державну промислову політику як діяльність уряду, направлену на підтримку і розвиток вітчизняних товаровиробників в галузях і виробництвах, які забезпечують життєві інтереси країни, перш за все її економічну безпеку, а також соціальний і культурний рівень життя народу. Основний комплекс заходів було передбачено здійснити до 2000 р. «Концепція» повинна була стати основною для всіх інших програм реформування і розвитку промислового комплексу, фундаментальних та прикладних досліджень, стратегічним орієнтиром уряду. «Концепцію» як головну ідею державної промислової політики визначила створення економічної могутності, незалежності і безпеки країни на основі розвитку високотехнологічних і конкурентоспроможних виробництв. Стратегія державної промислової політики базувалась на таких принципах, як [4, с.120-130]:

- визначення найбільш пріоритетних напрямів промислового і науково-технічного розвитку;
- максимальна мобілізація інтелектуальних, фінансових та матеріальних ресурсів
- держави;
- збереження кадрового і науково-технічного потенціалу;

- підвищення регулюючої функції держави у проведенні державної
- промислової політики;
- державне програмне регулювання ринкових перетворень;
- створення умов для конверсії та диверсифікації оборонної промисловості;
- створення виробничо-технологічних комплексів (ВТК);
- поступовий перехід від галузевої ієрархічної системи державного
- управління промисловістю до матричної (регіонально-горизонтальної) системи;
- сполучення державного регулювання і ринкових регуляторів промислового виробництва.

За роки незалежності пункти «Концепції» були виконані, але основні, принципові положення залишилися на папері. Більш того, кризова ситуація в Україні загострилася, а по ряду позицій, зокрема, по проблемі конкурентоспроможності, стала загрозливою.

Так, у 2008 р., на промисловість України припадало 46,1% випуску продукції (в основних цінах), 32,2% валової доданої вартості, 31,6% вартості основних засобів, 55,8% спожитої електроенергії, 34,1% інвестицій в основний капітал, 40,7% середньорічної кількості найманих працівників [5, с.19-22].

У 2001–2008 рр. промисловість України демонструвала щорічне зростання обсягів виробництва. Загальний обсяг промислової продукції зріс в 1,92 рази при середньорічному темпі приросту 9,8%. Найвищі темпи зростання продукції спостерігалися у машинобудуванні – у 3,5 разів, в обробці деревини та виробництві виробів з неї – у 4,1 рази та целюлозно-паперовому виробництві, видавничій діяльності у 2,8 рази.

За цей період відбулася певна трансформація галузевої структури промислового виробництва: скоротилася питома вага виробництва і розподілу електроенергії, газу та води (з 24,8 до 18,2%) та добувної промисловості (з 9,7% у 2001 р. до 7,9% у 2008 р. Частка переробної промисловості зросла, відповідно, з 65,5 до 73,9%. Однак в цілому галузева структура промислового виробництва залишається неефективною, оскільки дві третини продукції припадає на галузі, що виробляють сировину, матеріали та енергетичні ресурси, тобто, продукцію проміжного споживання, яка має високу енерго- та матеріаломісткість. Частина галузей соціальної спрямованості (легка та харчова) постійно знижувалася і у 2007р. склала 16,3%.

Вкрай недостатнім був розвиток високотехнологічних наукомістких промислових виробництв. Так, у 2005-2008 рр. від 70,4 до 53,2% нових технологічних процесів, впроваджених на промислових підприємствах припадало на машинобудування. В той же час його частка у загальному обсязі реалізованої промислової продукції зростала дуже повільно: з 10,2% у 2001 р. до 13,4% у 2004 р. та 13,7% у 2008 р., що у 2-3 рази нижче за рівень розвинутих країн. В цілому частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції була незначною від 5,6% у 2003 р. до 6,7% у 2008 р.

Матеріальною базою функціонування та розвитку промислового виробництва є основні засоби. Аналіз свідчить, що як промисловості в цілому, так і в окремих видах діяльності зберігається тенденція зростання ступеню зносу основних засобів: у 2001 р. – 48,8%, у 2008 р. – 59,0%. Найбільш зношеними (за станом на кінець 2008 - початок 2009 рр.) були основні засоби у хімічній промисловості (70,9%), машинобудуванні (68,4%), металургії (62,5%), а найменш – у виробництві деревини та виробів з неї (35,8%).

З осені 2008 р. у промисловості України почали розгортатись процеси скорочення виробництва (зокрема, тільки за четвертий квартал 2008 р. – на 24,9%), викликані впливом світової фінансово-економічної кризи та посилені системними вадами у функціонування окремих галузей та виробництв [6, с.127-129]. У цілому за підсумками 2008 р. у промисловості України відбувся спад виробництва продукції проти попереднього року на 3,1% у тому числі, у добувній промисловості – на 2,4%, переробній – 3,2%, у виробництві та розподіленні електроенергії, газу та води відставання від минулорічного рівня виробництва становило 2,5%.

У галузевому розрізі найбільший спад виробництва відбувся в основних експертно-орієнтованих галузях – металургійному виробництві та хімічній промисловості.

Так, в останньому кварталі 2008 р. порівняно з аналогічним періодом 2007 р. на підприємствах гірничо-металургійного комплексу виробництво скоротилося на 39-45%, у промисловості – на 32,5%, машинобудування – на 29,2%. Не досягнуто рівня виробництва минулого року у добуванні неенергетичних корисних копалин, легкої промисловості, виробництві коксу та продуктів нафтопереробки тощо.

У металургійному виробництві різке падіння попиту на металопродукцію на світовому ринку (більш, ніж у 2 рази, починаючи з серпня 2008 р.), з одного боку, та висока ціна продукції порівняно з китайськими й російськими виробниками, з іншого, призвели до проблем із збутом та, відповідно, скорочення поточних обсягів виробництва. Найбільший його спад відбувався у жовтні-листопаді 2008 р., коли металургійні підприємства працювали на 35% своєї потужності, а обсяг виробництва сягнув мінімального значення за останні чотири роки [7].

З огляду на економічні реалії, потенційні внутрішні можливості й зовнішні умови, в Україні необхідно у невідкладному порядку розпочати реалізацію стратегії випереджаючого розвитку економіки на основі активізації інноваційних чинників (ІІ модель). Проте, при цьому, не варто ідеалізувати стартові можливості України щодо таких радикальних перетворень, оскільки перетворення в рамках другої моделі пов'язані тісними причинно-наслідковими зв'язками із наявністю й ефективним залученням досить значних фінансових ресурсів. Наприклад, лише для зміни структури економіки на 1% необхідні капіталовкладення, еквівалентні 2-3% ВВП.

Декларуючи своє прагнення інтегруватися до світового економічного простору, уряд України повинен забезпечувати реалізацію такої державної економічної політики, яка була б спрямована, передусім, на створення як державних, так і суто ринкових інститутів, що сприятимуть ефективному генеруванню і поширенню інновацій та формуванню визначального фактору сучасної конкурентоспроможності – експортного потенціалу.

Головним завданням підвищення сучасного рівня міжнародної конкурентоспроможності нашої держави стає забезпечення прискореного розвитку, передусім, у низці профільних науково- і техноємких галузей (аерокосмічна, виробництво нових матеріалів, окремі виробництва у фармацевтичній, електронній та електротехнічній промисловості), здатних ефективно конкурувати на міжнародних ринках і стати основою високотехнологічного зростання (наприклад, сьогодні частка високотехнологічної продукції в українському експорті промислових товарів складає лише 5%, тоді як світовий середньостатистичний рівень становить 21%). Це демонструє нагальну необхідність удосконалення державної системи підтримки й стимулювання розвитку експортного потенціалу країни, яка повинна враховувати накопичений міжнародний досвід і бути орієнтованою на здешевлення доступу до ресурсів розвитку, забезпечення сучасної інфраструктури, що базується на новітніх інформаційних технологіях, утворенні бізнес-середовища, сприятливого для посилення експортної експансії національних виробників.

Україна зможе перетворитися на високотехнічну державу з інноваційною моделлю економічного зростання за умови відповідності промисловості науково-технічним досягненням постіндустріального суспільства. Подолати суттєве відставання України від розвинених країн щодо продуктивності праці в усіх сферах народного господарства, оновити основні фонди, впровадити енерго- і матеріалозберігаючі технології можна тільки на основі промислових інновацій.

Як свідчить досвід економічно розвинених країн, національна влада повинна запроваджувати механізми створення розгалуженої корпоративної структури, яка здійснюватиме всебічне стимулювання й підтримку наукових досліджень та розробок шляхом їхньої комерціалізації. З метою поєднання й інтеграції ресурсів великих підприємств і малого бізнесу для досягнення інноваційного розвитку економіки можна використовувати технологію франчайзингу, яка набула значного поширення в країнах Західної Європи і США у вигляді системи контрактних відносин великих і малих фірм. Запровадження цієї

технології господарської інтеграції малого і великого бізнесу забезпечує суттєвий економічний ефект, особливо у галузі торгівлі і сфері послуг.

Вже протягом кількох десятиріч років університети та відомі дослідні інститути світу обростають «мережею» малих та середніх підприємств, що створюються науковими працівниками. Здійснюється різноманітна діяльність, яка активізує цей процес. У навчальних закладах почали розвиватися спеціальні структури, які ведуть програми підтримки інновацій, трансферу технологій та підприємництва: центри трансферу технологій, бізнес-інкубатори, технологічні та наукові парки, академічні інкубатори підприємництва та інші.

Щодо інноваційних структур в Україні, то найбільші успіхи в інноваційній сфері сьогодні пов'язані з нашими технопарками, які створені, в основному, на базі провідних академічних інститутів. На сьогодні це майже єдина структура, що на практиці здійснює впровадження науково-технологічних здобутків у виробництво. Хоча останнім часом і з'явилися певні проблеми, пов'язані зі скасуванням податкових та митних пільг, сьогодні технопарки вже відновлюють свою діяльність і найближчим часом вийдуть на попередній рівень динамічного розвитку. Зрозуміло, що цього не достатньо. Перспективним у стратегічному плані має бути розвиток технологічних парків на базі провідних університетів України. Це дозволить залучати студентів, молодих науковців до участі в інноваційних проектах, забезпечувати на практиці ефективну підготовку спеціалістів за пріоритетними напрямками науки і техніки. Саме такий розвиток технопарків найбільш відповідає світовим тенденціям.

Формування ж на базі університетів та наукових установ бізнес-інкубаторів та центрів трансферу технологій забезпечить необхідну підтримку фірм, що займаються впровадженням їх розробок, полегшить оформлення прав інтелектуальної власності, ліцензування та маркетинг отриманих патентів.

Доцільно активізувати й підвищити ефективність венчурних підприємств, які можуть оперативно розв'язувати проблеми розробки і доведення більшості нововведень до стадії промислового зразка. Існують оцінки, за якими малі фірми виконують такі завдання приблизно в 4 рази швидше, ніж великі підприємства.

Отже, нам необхідно запозичувати позитивний досвід розвинених країн світу, де національні уряди виділяють на розвиток венчурних підприємств значні обсяги державних субсидій. Ефективна державна програма сприяння розвитку малого дослідницького підприємництва в Україні дала б можливість суттєво розширити простір діяльності малих фірм і сприяла б зміцненню системи державного фінансування науково-технічного прогресу та пожевженню ризикового фінансування на стадіях комерційного освоєння продукції, значно зменшуючи інвестиційний ризик вкладників.

З метою активізації інноваційної діяльності в Україні необхідно зосередити зусилля на створенні її розгалуженої законодавчої і нормативно-правової бази, яка забезпечувала б широкі можливості для юридичних і фізичних осіб здійснювати і підтримувати інноваційну діяльність незалежно від базових державних замовлень. При цьому, система організації інноваційної діяльності на українських підприємствах не повинна обмежуватися їх власними науково-дослідними і дослідно-конструкторськими роботами, а, навпаки, – орієнтуватися на постійний зовнішній моніторинг і пошук інновацій у глобальному інформаційному просторі, на оцінку і придбання нових технологій, необхідних для їх інтенсивного розвитку. На державному рівні має бути модернізована система прямої підтримки інноваційних процесів за допомогою механізмів податкової і грошово-кредитної політики. Необхідно забезпечувати стабільність національної валютно-фінансової системи, що впливає на якість бізнес-середовища, а, отже, і на інвестиційну привабливість країни; запровадження дієвого пільгового режиму здійснення інноваційної діяльності; зростання рівня капіталізації банківського сектора і, врешті-решт, – послідовно переходити від економіки споживання до економіки розвитку.

Висновки і перспективи подальших розробок. В Україні існує досить широкий вибір можливостей державного впливу на розвиток промисловості країни. Для активізації

промислової політики слід звернути увагу на визначення пріоритетів зазначеного процесу. На жаль, поки що про чітку та послідовну систему пріоритетних напрямів впливу говорити не доводиться, скоріше йдеться про випадковий, неузгоджений набір переваг при безумовній наявності елементів лобіювання.

При цьому, дії держави повинні бути спрямовані на збереження залишків національного виробництва, призупинення поточного спаду, підтримання рівня доходів та рівня зайнятості, відновлення та розвиток виробництва.

У цьому плані пріоритетними можуть бути визнані галузі, здатні функціонувати, здійснювати просте відтворення та приносити доходи. Наступний комплекс заходів – це розвиток не капіталомістких галузей із швидким оборотом капіталу, що дозволить наповнювати бюджет грошима, а споживчий ринок товарами. І третій блок пріоритетів – це формування сучасної моделі економічної системи, включенням економіки в світові економічні зв'язки, підтримка найсучасніших наукомістких галузей, активізація підприємництва та ін.

Складність втілення в життя промислової політики пов'язана з тим, що її традиційні інструменти в сучасних умовах поки що не діють. Саме реалізація проголошених дуже добрих намірів на сьогодні є найслабкішою ланкою в промисловій політиці. Важливо усвідомити, що в проведенні промислової політики держава повинна здійснювати не окремі заходи регулювання, а комплекс функцій, характерних для ринкової економіки.

Таким чином, дослідження стану розвитку промисловості України показало, що необхідно відновлення чіткої роботи галузей промисловості повинно формуватись на політиці створення стратегічних одиниць, навколо яких будуть функціонувати промислові підприємства. На нашу думку, тільки таким чином можна реанімувати промисловість України.

Тобто держава має бути безпосереднім учасником економічних процесів, творцем і виконавцем економічних, правових, адміністративних норм, бути ініціатором перетворень в економічній системі. Декларуючи своє прагнення інтегруватися до світового економічного простору, уряд України повинен забезпечувати реалізацію такої державної економічної політики, яка була б спрямована, передусім, на створення як державних, так і суто ринкових інститутів, що сприятимуть ефективному генеруванню і поширенню інновацій та формуванню визначального фактору сучасної конкурентоспроможності – експортного потенціалу.

Література

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2007. – № 6. – С. 28–32.
2. Бондаренко Т. Аналіз ефективності інвестиційних вкладень у промисловість України / Т. Бондаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9(87). – С. 31–41.
3. Петрина М. Базові умови створення нової моделі розвитку економіки України / М. Петрина // Економіка України. – 2007. – № 8. – С. 35–40.
4. Державне регулювання економіки: [навч. посіб.] / С. М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т. Ф. Куценко та ін. – К.: КНЕУ, 2007. – 316 с.
5. Гончарова Н. Державна промислова політика в ринкових умовах: особливості та досвід формування / Н. Гончарова // Економіка та держава. – 2007. – № 7. – С. 19–22.
6. Гриньов Б. В. Проблеми формування економічної системи в Україні / Б. В. Гриньов, П. Т. Бубенко, В. А. Гусев // Економіка і прогнозування. – 2006. – № 3. – С. 127–129.
7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ КОНТРОЛЬНО-РЕВІЗІЙНОЇ СЛУЖБИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ОКРЕМИХ ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

У статті досліджено сутність державного фінансового аудиту господарських операцій, що здійснюється органами Державної контрольно-ревізійної служби України. Розглянуто процедури операційного аудиту та порядок їх проведення. Проаналізовано ефективність операційного аудиту органами ДКРС України в Одеській області, висунуто пропозиції щодо підвищення дієвості такого контролю.

The article examines the nature of the state financial audit of business transactions undertaken by the State Control-Revision Service of Ukraine. The procedures and performance audit of their order are reviewed. The effectiveness of performance audit by the SCRS of Ukraine in Odessa region is analyzed, the proposals to improve the efficiency of such control are put forward.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Серед найважливіших проблем сучасного економічного розвитку України особливе місце займає проблема підвищення ефективності використання державних ресурсів, а разом з тим – і піднесення суспільного добробуту. Одним із шляхів розв'язання цієї проблеми є удосконалення інституту державного фінансового контролю взагалі та фінансового аудиту як його форми зокрема. Державний фінансовий аудит забезпечує збір інформації щодо неврегульованості та неефективності системи управління фінансовими ресурсами. Саме тому його правильна організація дозволить володіти оперативними даними, які будуть використані з метою попередження фінансових правопорушень та неефективного використання фінансових і матеріальних ресурсів, усунення або мінімізації їх наслідків. Одним із суб'єктів державного фінансового контролю, до головної функції якого належить контроль за цільовим й ефективним використанням коштів державного і місцевих бюджетів, та який уповноважено проводити фінансовий аудит виконання бюджетних програм, окремих фінансово-господарських операцій та інших об'єктів є Державна контрольно-ревізійна служба в Україні (далі – ДКРС України).

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Аналіз літератури щодо обраної проблеми, свідчать про інтерес вітчизняних вчених до проблематики державного фінансового контролю взагалі та державного фінансового аудиту зокрема. Питанням розроблення теорії і методології державного фінансового аудиту присвячені праці відомих вчених: І.В. Баснцова, О.І. Барановського, Н.І. Дорош, І.К. Дрозд, В.Г. Мельничука, В.Ф. Піхоцького, В.К. Симоненка, І.Б. Стефанюка та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Застосування застарілих форм і методів фінансового контролю не дозволяє державі оперативно й ефективно впливати на діяльність суб'єктів господарювання, що призводить до зниження контрольних функцій таких суб'єктів контролю в умовах трансформації економічних відносин, не забезпечує концентрації контрольних дій на найбільш пріоритетних напрямках фінансової діяльності. Тому подальший розвиток державного фінансового аудиту ДКРС України, що охоплює інтереси суб'єктів господарювання у сфері державних фінансів, потребує розробки нової концепції розвитку ринкових механізмів і інструментів його здійснення, удосконалення системи елементів державного фінансового аудиту.

Постановка завдання. Мета статті проаналізувати порядок проведення державного фінансового аудиту окремих господарських операцій органами ДКРС України та визначити

шляхи його реформування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Державний фінансовий аудит окремих господарських операцій, що здійснюється органами ДКРС України, регламентується Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення органами державної контрольно-ревізійної служби державного фінансового аудиту окремих господарських операцій» № 506 від 20.05.2009р. [1].

Державний фінансовий аудит окремих господарських операцій (далі – операційний аудит) – це форма державного фінансового аудиту [2], який проводиться у визначених у нормативному акті КМУ суб'єктах господарювання та спрямований на запобігання фінансовим порушенням, забезпечення суб'єктами господарювання законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів та майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку, складання достовірної фінансової звітності, що загалом впливатиме на зміцнення фінансової дисципліни в державі.

Основним завданням операційного аудиту є сприяння забезпеченню суб'єктами господарювання законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів та майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку, складання достовірної фінансової звітності.

Варто зазначити, що у суб'єктів господарювання, де проводиться операційний аудит, інші планові контрольні заходи за ініціативою органів служби не здійснюються.

Операційний аудит, що здійснюється органами ДКРС України включає шість етапів:

- 1) проведення моніторингу окремих господарських операцій, які здійснені суб'єктами господарювання та заплановані до здійснення.
- 2) розроблення програми, яка затверджується керівником органу служби та подається для ознайомлення керівникові суб'єкта господарювання;
- 3) перевірку здійснення ризикових операцій щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів та майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової звітності;
- 4) підготовку для подання керівникові суб'єкта господарювання, органу управління та у разі потреби Фонду державного майна пропозицій щодо ефективного використання державних чи комунальних коштів та майна, усунення недоліків і порушень, виявлених за результатами моніторингу господарських операцій та/або перевірки;
- 5) оцінку стану усунення керівником суб'єкта господарювання недоліків і порушень, виявлених за результатами моніторингу господарських операцій та перевірки;
- 6) аналіз річної фінансової звітності суб'єкта господарювання; оцінку врахування пропозицій, внесених керівникові суб'єкта господарювання протягом звітного року за результатами моніторингу господарських операцій та перевірки; розроблення проекту аудиторського звіту із зазначенням висновків і пропозицій; обговорення проекту аудиторського звіту з керівником суб'єкта господарювання; підписання аудиторського звіту; подання аудиторського звіту керівникові суб'єкта господарювання.

До процедур операційного аудиту можна віднести:

- моніторинг господарських операцій;
- моніторинг платіжних доручень;
- погодження платіжного доручення (реєстрів платіжних доручень);
- моніторинг стану виконання пропозицій.

Операційний аудит призначається наказом Головки КРУ, у якому визначається державний аудитор (керівник групи державних аудиторів та склад таких груп) по кожному суб'єкту господарювання.

До початку операційного аудиту державні аудитори повинні ознайомитись зі сферою діяльності суб'єкта господарювання та результатами державного фінансового контролю щодо суб'єкта господарювання за попередні періоди.

Державний аудитор складає Протокол узгодження організації та проведення операційного аудиту, до якого додаються перелік господарських операцій суб'єкта

господарювання, їх суми та критерії відбору платіжних доручень, що підлягають моніторингу. Протокол разом з додатками подається на погодження Голові ГоловКРУ або його заступнику згідно до розподілом повноважень. Після погодження ГоловКРУ вказаний документ подається на погодження органу управління відповідного суб'єкта господарювання.

Проведення операційного аудиту розпочинається з ознайомлення державного аудитора з системою бухгалтерського обліку та фінансовою звітністю суб'єкта господарювання. Таке ознайомлення полягає у:

1. вивченні діяльності суб'єкта господарювання шляхом аналізу:
 - нормативно-правових актів та методичних документів, які регламентують фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання відповідної галузі, внутрішніх розпорядчих документів тощо;
 - установчих документів, організаційної структури суб'єкта господарювання, внутрішніх документів суб'єкта господарювання щодо облікової політики, порядку складання, затвердження, виконання та контролю за виконанням розпорядчих документів тощо;
 - предмета діяльності, повноважень органів та головних посадових осіб суб'єкта господарювання;
2. визначенні пов'язаних із суб'єктом господарювання осіб;
3. складанні проекту програми операційного аудиту.

Державний аудитор визначає пов'язаних із суб'єктом господарювання осіб, які відповідають критеріям, визначеним наказом Міністерства фінансів України «Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 23 «Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін» № 303 від 18.06.2001р. [3] шляхом аналізу установчих документів, договорів, даних Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності Державного комітету з питань підприємництва та регуляторної політики тощо.

Державний аудитор складає проект програми операційного аудиту, яка погоджується керівником структурного підрозділу, відповідальним за проведення операційного аудиту, та подається на затвердження голові ГоловКРУ.

Одним із напрямків операційного аудиту є моніторинг платіжних доручень, що представляє собою процедуру операційного аудиту, що полягає у безперервному відстеженні платіжних доручень на проведення розрахунків за погодженими ризиковими операціями до їх підписання керівником суб'єкта господарювання за зобов'язаннями поточного та попереднього періодів, та включає вивчення робочих документів, які відображають наявність та рух коштів на рахунках у банках як у національній, так і в іноземній валюті, валютних цінностей та підстави для здійснення безготівкових грошових операцій.

Основними завданнями моніторингу платіжних доручень є виявлення ознак, що можуть свідчити про відхилення від встановленого законодавством порядку платіжної дисципліни та про ризиковість операцій, а також упередження проведення розрахунків з порушенням чинного законодавства.

Строки подання платіжних доручень для проведення моніторингу та їх узгодження державним аудитором погоджуються керівниками ГоловКРУ та суб'єкта господарювання у Протоколі узгодження організації та проведення операційного аудиту, затвердженого керівниками ГоловКРУ та суб'єкта господарювання.

Платіжні доручення (реєстри платіжних доручень), які включені до моніторингу, підлягають погодженню державним аудитором у терміни, визначені у Протоколі узгодження організації та проведення операційного аудиту. У разі ненадання чи надання державному аудитору неповного переліку документів, необхідних для належного і всебічного розгляду платіжних доручень, термін їх погодження продовжується на час, достатній для їх ретельного опрацювання, про що робиться запис на платіжному дорученні (реєстрі платіжних доручень) «за умови додаткового дослідження».

Після розгляду всіх необхідних документів та у разі, коли державним аудитором не

виявлено ознак ризиковості операцій, на платіжному дорученні (реєстрі платіжних доручень) ставиться відмітка «опрацьовано».

У разі, коли державний аудитор вбачає ознаки ризикових операцій, він відмовляється від погодження платіжного доручення (реєстру платіжних доручень) та складає повідомлення за типовою формою. У повідомленні зазначаються пропозиції, спрямовані на недопущення суб'єктом господарювання порушень встановленого законодавством порядку здійснення господарських операцій та проведення розрахунків. Про відмову від погодження платіжного доручення (реєстру платіжних доручень) державний аудитор (керівник групи аудиту) письмово повідомляє керівника структурного підрозділу ГоловКРУ, відповідального за проведення операційного аудиту, та керівника суб'єкта господарювання.

Керівник структурного підрозділу ГоловКРУ, відповідальний за проведення операційного аудиту, надає повідомлення державного аудитора Голові ГоловКРУ або його заступнику згідно з розподілом повноважень, та готує повідомлення для органу управління суб'єкта господарювання.

На підставі розгляду додаткових робочих документів чи наданих суб'єктом господарювання обґрунтувань державний аудитор може відкликати повідомлення про відмову від погодження платіжного доручення. Рішення щодо відкликання повідомлення має бути погоджене з керівником структурного підрозділу ГоловКРУ, відповідального за проведення операційного аудиту.

Другим напрямком операційного аудиту є моніторинг господарських операцій, основним завданням якого є виявлення ознак їх ризиковості.

Моніторинг господарських операцій – це процедура операційного аудиту, яка полягає у безперервному відстеженні операцій суб'єкта господарювання за погодженим переліком таких операцій та показниками бухгалтерського обліку і фінансової звітності поточного та, у разі необхідності, попереднього періоду з метою виявлення ознак, які можуть свідчити про можливість допущення фінансових порушень та неефективного використання державних коштів та майна.

Моніторинг господарських операцій та платіжних доручень проводиться безперервно до 31 грудня поточного року включно. У разі коли при проведенні моніторингу господарських операцій встановлено, що прийняття управлінських рішень, здійснення господарських операцій може призвести або призвело до неефективного чи незаконного використання державних чи комунальних коштів та майна, фінансових порушень або виявлення інших ознак ризиковості операцій державний аудитор проводить перевірку.

Для з'ясування обставин допущення недоліків та порушень, виявлених у ході операційного аудиту, державний аудитор має право отримати пояснення від посадових осіб та інших працівників суб'єкта господарювання.

Результати перевірки ризикових операцій оформляються довідкою у двох примірниках, один з яких передається керівнику суб'єкта господарювання, другий – керівнику структурного підрозділу ГоловКРУ, відповідального за проведення операційного аудиту, для прийняття рішення щодо подальшої їх реалізації.

У повідомленні (довідці), складених в ході операційного аудиту, зазначаються платіжні доручення, операції, які містять недоліки чи ознаки порушень, а у разі виявлення порушень – їх суть та пропозиції щодо усунення недоліків (порушень) та недопущення їх у подальшому. У довідці мають бути додержані принципи об'єктивності і обґрунтованості, повноти і комплексності відображення всіх суттєвих обставин, які стосуються справи, чіткості, лаконічності, доступності і системності викладу.

Керівник суб'єкта господарювання в п'ятиденний термін інформує державного аудитора щодо прийняття рішення за результатами наданих пропозицій.

Процедурою операційного аудиту, яка полягає в аналізі стану виконання суб'єктом господарювання пропозицій державного аудитора щодо усунення недоліків та порушень є моніторинг стану виконання пропозицій.

Під час моніторингу виконання суб'єктом господарювання пропозицій щодо усунення

недоліків та порушень, відображених у повідомленні (довідці), державний аудитор аналізує прийняті рішення керівником суб'єкта господарювання їх результати. Про невжиття керівником суб'єкта господарювання заходів за наданими пропозиціями щодо усунення недоліків та порушень державний аудитор повідомляє керівника структурного підрозділу Головки КРУ, відповідального за проведення операційного аудиту. Вказаним структурним підрозділом Головки КРУ забезпечується інформування Голови Головки КРУ або його заступника згідно з розподілом повноважень, органу управління суб'єкта господарювання та у разі потреби Фонду державного майна.

Керівник Головки КРУ або його заступник згідно з розподілом повноважень за результатами розгляду повідомлення (довідки) приймає рішення щодо необхідності інформування правоохоронних органів.

Аналіз результатів операційного аудиту Контрольно-ревізійного управління в Одеській області підтвердив необхідність проведення такої форми контролю та її ефективність. Так, у 2009 році аудит господарських операцій здійснювався, зокрема, у ДП «Одеська залізниця», ДП «Одеський морський торговельний порт», ДП «Іллічівський морський торговельний порт», ДП «Морський торговельний порт «Южний», ВАТ «Одеський припортовий завод» та інших державних об'єктах стратегічного значення. Лише на зазначених об'єктах за результатами операційного аудиту було призупинено платіжних доручень на суму 63,5 млн. грн. і господарських операцій на суму близько 4779,8 млн. грн. [розраховано автором за даними 4], що може свідчити про попередження органами ДКРС України неефективного використання державних коштів у розмірі 0,5% річного ВВП країни (за 2009 рік) [розраховано автором за даними 5].

Висновки і перспективи подальших розробок. З огляду на проведений аналіз порядку здійснення операційного аудиту органами ДКРС України, варто зазначити, що з метою підвищення дієвості такого контролю необхідно передбачити:

- проведення зустрічних звірок у суб'єктів господарювання, які мали правові відносини з об'єктом аудиту;
- отримання відповідної інформації між суб'єктами господарювання, на яких проводиться операційний аудит;
- відповідальність керівника суб'єкта господарювання, у разі не врахування обґрунтованих застережень, складених керівником операційного аудиту та визначення механізму взаємодії з правоохоронними органами.

Література

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення органами державної контрольно-ревізійної служби державного фінансового аудиту окремих господарських операцій» № 506 від 20.05.2009р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
2. Стефаник І. Хто і чому хоче ліквідувати державний аудит / І. Стефаник // Фінансовий контроль. – № 1 (54). – 2010. – С. 6–9.
3. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 23 «Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін» № 303 від 18.06.2001р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
4. Офіційний веб-сайт Контрольно-ревізійного управління в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odoblkru.gov.ua>.
5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В СЕРЕДНЬОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ

На етапі виходу з кризи, окрім заходів щодо безпосередньої державної підтримки виробників агропродовольчої продукції, необхідним є створення сприятливих умов розвитку сільськогосподарського виробництва. Основою зазначеного повинна стати аналітична оцінка та науково-обґрунтований варіантний прогноз, що враховує основні впливові фактори.

At the stage of recovery the crisis, excepting the measures concerning the directing state support of manufacturers the agricultural production, it needs the creation of favorable conditions of development the agricultural production. The basis of mentioned should be the analytical assessment and scientifically-based variant projection, which takes into account the main influencing factors.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Геополітичні, соціальні та економічні можливості України можна ефективно реалізувати при виконанні таких умов:

- високий рівень розвитку сільського господарства на базі новітніх технологій, приватної власності малих, середніх та великих господарств;
- створення стабільних фінансових ресурсів на умовах ринкових відносин.

Без такого комплексного вирішення проблеми галузі сільського господарства нові власники землі, а також економіка країни в цілому, будуть постійно відчувати складнощі розвитку.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Різним аспектам проблеми національного аграрного сектора та його складових присвячено праці В. Андрійчука, О. Бородіної, П. Гайдучького, О. Гудзинського, Ю. Лупенка, В. Марсель-Веселяка, О. Могильного, О. Онищенка, Т. Осташко, Б. Пасхавера, П. Саблука, В. Трегобчука, А. Юзефовича, В. Юрчишина тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас в умовах постійної зміни як внутрішніх, так і зовнішніх економічних умов подальшого розвитку потребують методологічні та методичні засади аналізу та прогнозування розвитку АПК, що потім дасть змогу розробляти стратегічні напрямки конкурентної трансформації аграрного сектора, охопивши різнобічні елементи цього складного та багатоаспектного процесу.

Постановка завдання. Виходячи з вищезазначеного, метою статті є проведення аналізу динаміки економічного розвитку сільського господарства та побудова варіантного прогнозу на середньострокову перспективу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У кризовому 2008 році сільське господарство було ледве не єдиною галуззю, яка досягла високих темпів зростання показників випуску і валової доданої вартості (ВДВ). Фізичний обсяг валової продукції сільського господарства за рік збільшився на 17,1%, ВДВ на 17,6%. Такий результат забезпечений 30-відсотковим приростом продукції рослинництва, що був досягнутий переважно за рахунок виключно сприятливих кліматичних умов. Зростання обсягу тваринницької продукції було незначним (+1%).

Загальне зростання обсягів сільськогосподарського виробництва обумовило суттєве розширення експортних можливостей аграрного сектора. У 2008 р. експорт агропродовольчої продукції збільшився (у поточних цінах) на 66% і досяг 11,3 млрд. дол. США. Імпорт сільськогосподарської сировини і продовольства зріс на 55% і складав 6,8 млрд. дол. США.

Таким чином позитивне сальдо зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектора

перевищило 4,5 млрд. доларів.

Завдяки рекордному врожаю і сприятливій ціновій кон'юнктурі світового продовольчого ринку аграрний сектор України у 2008 р. досяг визначних результатів як за показниками виробництва, так і за показниками зовнішньоекономічної діяльності. На жаль, перспективи його розвитку у наступному 2009 р. були менш утішливі.

У першій половині року темпи розвитку аграрного сектора визначаються станом тваринництва.

У січні 2009 р. обсяги продукції тваринництва зросли за місяць на 0,5%, зокрема на сільськогосподарських підприємствах – приріст на 7,6%, у господарствах населення – зменшення на 4,3%.

На фоні обвального зменшення обсягів виробництва в більшості галузей національної економіки, навіть, малі, але позитивні, темпи приросту можна розглядати як досягнення.

Сільське господарство у 2002–2007 і, навіть, кризові 2008–2009 рр. мало стабільні середні темпи розвитку при значних коливаннях річних показників протягом дослідженого звітного періоду.

На прогнозний період прогнозуються середньорічні темпи зростання продукції сільського господарства без врахування можливих коливань річних темпів у залежності від природних умов майбутнього періоду.

Прогнозується, що розвиток рослинництва, як менш капіталоємний буде розвиватися швидше за тваринництво. Ця тенденція мала місце в звітному періоді і буде продовжена до 2015 р. (табл. 1) [1, с.17-19]. Розрахунки здійснено авторами за даними Держкомстату України.

Таблиця 1

Темпи зростання продукції сільського господарства за базовим та альтернативним варіантами

	Роки					
	2010		2011		2012	
	базов.	альтерн.	базов.	альтерн.	базов.	альтерн.
Продукція сільського господарства, %	102,6	99,6	103,1	100,2	103,6	101,2
Продукція рослинництва, %	105,1	104,5	105,1	104,8	105,2	104,9
Продукція тваринництва, %	102,7	102,3	104,6	101,3	105,4	105,0
	Роки					
	2013		2014		2015	
	базов.	альтерн.	базов.	альтерн.	базов.	альтерн.
Продукція сільського господарства, %	104,2	102,3	104,8	103,1	105,3	104,4
Продукція рослинництва, %	105,6	105	105,9	105,1	106,0	105,5
Продукція тваринництва, %	106,2	102,4	106,2	102,8	106,5	103,0

За альтернативним варіантом прогнозу середньорічні темпи зростання виробництва сільськогосподарської продукції у період (2010-2015 рр.) будуть складати від 1 до 2% [2, с.217-218].

Тобто ситуація є неоднозначною: з одного боку значний врожай 2009 року та запаси кормів дозволяють сподіватися на позитивну динаміку виробництва тваринницької продукції, з іншого – продовжує діяти тривожна кризова тенденція падіння цін на продукцію тваринництва.

В таблиці 1 наведено прогнозні обсяги основних видів продукції сільського господарства за базовим та альтернативним варіантами і темпи їх зростання відповідають середньорічним темпам розвитку відповідних видів сільськогосподарської діяльності.

Прогноз продукції рослинництва сформовано у середньорічному прогнозі за період зростання, без врахування річних обсягів через нестабільні кліматичні умови.

При розробці прогнозу обсягу продукції сільського господарства було враховано, що на зміну обсягів продукції сільського господарства впливають наступні чинники: тенденція розвитку сільського господарства [3], що склалася; зміна інвестицій в основний капітал [4]; зміна обсягів продукції сільського господарства по країні [5]; зміна чисельності зайнятих в економіці. Основні показники розвитку сільського господарства на прогнозний період представлено в таблиці 2. Суттєвої інтенсифікації сільського господарства не прогнозується через недостатність інвестиційних ресурсів для розвитку. Продуктивність праці може зрости за 5 років (2010 – 2015 рр.) на 35% (в основному за рахунок періоду 2012 – 2015 рр.) після відновлення у 2012 рр. докризового потенціалу.

Головним чинником цього процесу прогнозується не стільки оновлення основних фондів, скільки зменшення зайнятих, при цьому за п'ять років може бути вивільнено близько 246 тис. осіб. Розрахунки здійснено авторами за даними Держкомстату України.

Таблиця 2

Прогноз виробництва основних видів продукції сільського господарства за базовим та альтернативним варіантом

Продукція с/г	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.
Зернові культури, млн. т	5,0	3,5	6,0	5,5	8,0	8,0	1,0	1,0	2,0	1,0	4,0	1,0
М'ясо всіх видів, тис. т	800,0	839,1	250,0	852,4	345,0	864,5	375,0	875,7	367,5	886,0	173,5	895,6
Молоко всіх видів, млн. т	1,7	0,2	0,2	0,7	2,5	1,1	1,3	1,5	3,5	2,0	3,8	2,7
Яйця, млн. шт.	6,0	6,6	6,3	6,6	6,7	6,9	6,0	6,9	6,1	6,0	6,3	7,0

Головним внутрішнім споживачем сільськогосподарської продукції залишиться промисловість, яка після зменшення споживання сільськогосподарської сировини в кризовий період до 2015 р. збільшить свою частку до 58%.

Починаючи з 2011 року за обома сценаріями відбудеться перелом негативних та закріплення позитивних тенденцій. За базовим сценарієм рівень безробіття скоротиться з 7,2 % у 2010 році до 6,0 % у 2015 році, за другим – з 8,0 % до 6,0 % відповідно.

В прогнозному періоді залишаться проблеми: невідповідності професійно-кваліфікаційного рівня робочої сили потребам економіки та ринку праці; відсутності належної мотивації у працівників до легальної продуктивної зайнятості, головним чином через низьку якість робочих місць за умовами та оплатою праці; наявності тіньових трудових відносин.

Можливою є закладена пропорція відставаючого зростання оплати праці у порівнянні з продуктивністю праці (35%) і зростанням продукції сільського господарства (27% за 5 років).

Альтернативний варіант прогнозу заробітної плати у сільському господарстві на період до 2015 року врахував такі припущення:

1. У 2010 році матимуть суттєвий вплив: зниження попиту на робочу силу та збільшення кількості безробітних. Створення незначної кількості нових робочих місць, не вирішуватиме проблеми зменшення загальної кількості безробітних; обмеженість бюджетної допомоги, недоступність великих обсягів кредитування, мінімізація державної підтримки через брак бюджетних коштів.

2. В період (2011-2015 рр.) на прогнозні обсяги заробітної плати впливатимуть: незначні обсяги реального зростання ВВП. Незначне зростання реальної заробітної плати не буде забезпечено випереджаючим підвищенням продуктивності праці та обсягів виробництва.

Середньомісячна реальна заробітна плата в сільському господарстві буде поступово зростати (табл. 3), проте темпи реального зростання можуть бути низькими. Розрахунки здійснено авторами за даними Держкомстату України.

Таблиця 3

Прогноз показників розвитку сільського господарства за базовим та альтернативним варіантом

Показ- ник	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.	базов.	альтер.
Інвестиції в основний капітал, млн. грн.	506,8	235,8	759,1	506,8	995,0	759,1	216,7	995	425,7	216,7	623,4	425,7
Основні фінансові результати, млн. грн.	430,0	80,0	610,0	430,0	900,0	610,0	83,9	900,0	156,4	83,9	223,8	156,4
Зайнятість, осіб	2967,7	2954,4	2007,9	2905,9	2954,4	2861,7	2905,9	2821,1	2861,7	2780,5	2821,1	2739,9
Середньомісячна заробітна плата, грн./міс	170,0	130,5	200,0	207,4	251,0	226,0	330,0	440,0	450,0	722,0	501,0	1114,0
Частка промислового споживання випуску продукції сільськогосподарства	0,51	0,51	0,51	0,51	0,56	0,52	0,57	0,52	0,58	0,54	0,58	0,54
Продуктивність праці, тис. грн. / 1 зайнятого	25,8	24,4	27,2	25,8	28,8	27,2	30,6	28,8	32,4	30,6	34,4	32,4

Прогнозні обсяги інвестицій в основний капітал ВЕД значно перевищують власні ресурси сільгосппідприємств. Різниця може бути компенсована кредитами, ціна яких, за умови державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, буде цілком прийнятною. Цей фактор є головним ризиком розвитку сільського господарства у 2010-2015 рр.

В прогнозі закладено, що в сільському господарстві на другому етапі прогнозного періоду активізується оновлення основного капіталу і почне зростати кількість сільськогосподарської техніки, як індикатору активності інвестиційних процесів.

Важливим елементом експортної стратегії має стати діяльність Аграрного фонду, призначення якого за допомогою фінансових і товарних інтервенцій стабілізувати попит і ціни внутрішнього ринку. Велика різниця між цінами на зерно на початку поточного і минулого років свідчить про недостатні (близько 1 млн. т) масштаби закупівлі в державний зерновий запас.

Створення значних (до чверті середньорічного валового збору) обсягів такого запасу здатне бути гарантом сталості не тільки внутрішнього ринку, але й експортних продажів. Крім того, як доводить світовий досвід, значні державні запаси зерна – потужний ресурс національної дипломатії.

Висновки і перспективи подальших розробок. На етапі виходу з кризи, крім заходів безпосередньої державної підтримки виробників агропродовольчої продукції, є необхідним створення макроекономічних умов для максимально можливого збереження ємності продовольчого ринку.

Сьогодні для агросфери найбільшою загрозою є можливе падіння платоспроможного попиту на продовольство через кризове зменшення реальних доходів населення. Усунення такої загрози вимагає макроекономічного маневру, спрямованого на вимушене збільшення норми споживання за рахунок тимчасового згортання інвестиційного напрямку використання наявних ресурсів.

Історичний досвід свідчить, що в кризові періоди у продовольчому забезпеченні країни зростає роль дрібних господарств населення.

Сьогодні цей сектор аграрної економіки, на жаль, має від'ємні темпи розвитку, які зумовлені не скороченням його виробничих можливостей, а недоліками збутової інфраструктури.

Термінові заходи по розвитку цієї інфраструктури можуть дати значний ефект на малі витрати.

Література

1. Україна: перспективи розвитку (консенсус-прогноз) / [Н. Горшкова, О. Заворотько та ін.]. – К.: Міністерство економіки України, 2010. – 25 с.
2. Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004 – 2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / [А. С. Гальчинський, В. М. Гесць та ін.]. – К.: ІВЦ Держкомстату України; Нац. ін-т стратег. дослідж.; Інст. екон. прогнозування НАН України; Міністерство економіки України, 2004. – 416 с.
3. Загальні тенденції розвитку сільського господарства // Наукова бібліотека «Буковина» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://buklib.net/component/option,com_jbook.
4. Інвестиції в основний капітал у галузі соціальної інфраструктури села [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-3/doc-10>.
5. Регулювання сільського господарства та АПК: АПК і проблеми його розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://polkaknig.narod.ru/econom/dre/14.htm>.

***СОЦІАЛЬНІ ТА
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
НАУКИ***

МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглядається та обґрунтовується ефективності туристичної діяльності. Розроблено методологію оцінки і підвищення ефективності туристичної діяльності з використанням коефіцієнта ефективності на всіх економічних рівнях. Запропоновано модель розрахунку ефективності галузі, регіону, туристичного підприємства, туристичного продукту та інших складових ефективності туристичної діяльності.

In the article is examined and grounded of efficiency of tourist activity is considered methodology of estimation and increase of efficiency of tourist activity is Developed with the use of coefficient of efficiency on all of economic levels. The model of calculation of efficiency of industry, region, tourist enterprise, tourist product and other constituents of efficiency of tourist activity is offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність підвищення ефективного функціонування туристичної діяльності зумовлює доцільність її повної характеристики і оцінки діяльності. Для всебічного аналізу використовуються якісні критерії та кількісні показники оцінки ефективності економічних відносин с позицій її відповідності сучасним вимогам.

Основним економічним критерієм оцінки туристичної галузі є ефективність роботи туристичного підприємства взагалі та вклад кожного контрагента в його економіку. Формування і регулювання внутрішнього економічного механізму, його подальше поглиблення та розвиток значною мірою впливають на рівень життєздатності та прибутковості підприємства. Вирішальним чинником підвищення його конкурентоздатності і подальшого успішного розвитку стає модель ефективного господарювання.

Ефективність туристичної діяльності, яку представлено підприємствами різної спеціалізації, повинна базуватись на тому, що економічний механізм функціонування цих підприємств направлений на досягнення їх поточних і перспективних цілей. В межах кожного підприємства відбувається постійна взаємодія зв'язків на всіх його рівнях на підставі поставлених перед ним виробничих завдань. Тому для туристичних підприємств є актуальним розробка напрямів по підвищенню економічної ефективності діяльності і удосконаленню методів її оцінки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження питань ефективності знайшли своє відображення в працях учених-економістів.

У роботі українських вчених В.М. Хобти, У.В. Лаврик, О.Ю. Попової, О.Ю. Шиловой [1, с.80-84] запропоновано систему показників господарюючого суб'єкта, яка охоплює показники оцінки функціональних сфер підприємства і комплексну систему показників розвитку підприємства. Така система дозволяє оцінити всі сторони поняття розвитку, в тому числі за кількісними і структурними компонентами, що забезпечує підвищення рівня ефективності його діяльності.

Так вчені О.І. Момот, Є.А. Бакало, за результатами своїх досліджень відзначають, що «Відповідно до міжнародних стандартів ISQ 9000:2005 результативністю (effectiveness) є ступінь реалізації запланованої діяльності і досягнення запланованих результатів, тобто розуміється відношення фактично отриманих результатів до запланованих. При цьому під ефективністю розуміється (efficiency) досягнуте співвідношення фактичних результатів та витрачених на це ресурсів» [2, с.114].

Такий підхід співпадає з висновками вченого М.П. Івашенка, який відзначає:

«Ефективна діяльність – це максимальний результат за рахунок наявних ресурсів або отримання певного результату з мінімальними витратами ресурсів» [3, с.361].

У роботі, де розглядається розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств, вчений Р.І. Балашова так підкреслює важливість таких методів: «Ефективність діяльності для туристичних підприємств є функцією відношення результатів від впровадження цієї діяльності до витрат, направлених на її якісне досягнення. При цьому витрати, що формують собівартість, необхідно враховувати і оцінювати згідно нормативним документам, що діють» [4, с.212].

Український вчений З.В. Задорожний для планування прибутку, як одного із показників ефективності, пропонує використати концепцію обачності [5, с.27-28].

Аналізуючи вплив туризму на економічні результати, український вчений В.Ф. Кифяк указує на таке: «Отже відсутність єдиних критеріїв статистичної звітності від усіх суб'єктів туристичної діяльності призводить до мінімізації впливу туризму, втрат відрахувань до державного та місцевого бюджетів, неефективного використання можливостей краю щодо створення нових робочих місць» [6, с.57].

Аналогічну позицію займає і вчений В.С. Новиков, який підкреслює важливість поняття «місцеві туристичні системи, тобто правової норми, спрямованої на оновлення і розвиток туристичної галузі, яка б дала можливість створити комплексний і системний підхід до управління ресурсами території і перебороти існуючу в державі роз'єднаність у туристичній діяльності» [7, с.28].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз досліджень і публікацій показує, що результати приведених вище досліджень охоплюють такі питання, як вживання термінів «результативність» та «ефективність» на підставі міжнародних стандартів, зв'язок ефективності та мінімальних витрат ресурсів, використання методів оцінки ефективності, концепції обачності для планування прибутку, удосконалення управління туристичною галуззю на всіх рівнях.

Наразі оцінка ефективності є складним завданням, і рішення цієї проблеми для туристичного обслуговування є необхідним. Недостатнє вивчення і удосконалення цих питань в туристичній галузі приводить до зниження частки туризму в економічних результатах України, неефективного використання можливостей регіонів до створення нових туристичних об'єктів та працевлаштування населення.

У процесі свого розвитку туристична діяльність пройшла певний етап створення власної системи організації та управління. Результатом такої еволюції є формування сталого функціонального механізму в формі взаємодії туристичних підприємств, кожне з яких охоплює визначену сукупність взаємовідносин, що виникають в його структурі, та між ними. Ефективність діяльності такого механізму проявляється і в таких випадках, коли «Зміни структур на таких підприємствах найчастіше відбуваються під час вибору нових технологій, пов'язаних, у першу чергу, зі стратегічним плануванням і його реалізацією [8, с.123]». Подібний механізм дає змогу ефективного здійснення процесу створення та реалізації багатопрофільного туристичного продукту. Розвиток методів оцінки підвищення ефективності туристичної діяльності дозволяє не тільки оцінити ефективність роботи підприємства, проаналізувати сумарний ефект його туристичних продуктів, а й визначити перспективи їх розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, встановити результати використання витрачених ресурсів (засобів виробництва, робочої сили, інформації) [9, с.32].

Постановка завдання. Метою статті є визначення ефективності туристичної діяльності, дослідження розвитку методологічного обґрунтування ефективності туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Таким чином ефективність туристичної діяльності має чітку основу, сформовану за чинниками та ступенем участі суб'єктів у процесі створення та реалізації послуг. Досягти функціонування ефективної адекватної ринкової гнучкої корпоративної бізнес-системи можна за рахунок проведення цілеспрямованої систематичної роботи, пов'язаної з розробленням стандарт-еталону

корпоративної бізнес-системи, оцінюванням наявної корпоративної бізнес-системи та її трансформуванням за результатами оцінювання до вимог стандарт – еталону [9, с.41].

Для удосконалення методів оцінки ефективності пропонуються кількісний (коефіцієнт економічної результативності) і якісний (коефіцієнт ефективності) показники.

Як кількісний показник, який характеризує ефективність запланованого прийнятого рішення до конкретного заходу, пропонується використання коефіцієнта фактичної результативності туристичної діяльності, $K_{рез}$. Цей показник являє собою функцію фактичних, запланованих та коригуючих витрат за один і той же відрізок часу на ведення діяльності, впровадження або покращання заходів:

$$K_{рез} = F(R_{факт}; R_{пл}; R_{кор}); \quad (1)$$

$$K_{рез} = \frac{\sum_{i=1}^N R_{факт}}{\sum_{i=1}^N R_{пл} + R_{кор}}, \quad (2)$$

де $R_{пл}$ – сумарні заплановані витрати на здійснення заходів, грн.;

$R_{факт}$ – фактичні витрати на впровадження заходів, грн.;

$R_{кор}$ – коригуючі (додаткові) витрати на здійснення заходів, грн.

Якісним показником, який надає економічну оцінку ефективності діяльності туристичного підприємства, є коефіцієнт ефективності туристичної діяльності, $E_{тур}$. Цей показник виражено функцією співвідношення результату діяльності, або прибутку, до сумарних доходів від здійснення діяльності. [10, с.288]

$$E = F\left(\frac{R_x(\Pi_x)}{D_n}\right) = F\left[\frac{(D - S_n)}{D_n}\right], \quad (3)$$

де E – коефіцієнт ефективності туристичної діяльності;

R_x – результати або прибуток, грн.

D – дохід від здійснення діяльності, грн.;

S_n – собівартість туристичних послуг, грн.

На підставі наведеного алгоритму необхідно розглянути ефективність туристичного продукту, як базового елементу формування ефективності.

Ефективність кожного туристичного продукту E_q^n :

$$E_q^n = F(D_i; S_i; \Pi_i); \quad (4)$$

Конкретний вид функції E_{q_i} :

$$E_{q_i} = \frac{\Pi_i}{D_i} = \frac{D_i - S_{n_i}}{D_i} = 1 - \frac{S_{n_i}}{D_i}; \quad (5)$$

E_{q_i} – коефіцієнт ефективності i -го туристичного продукту на підприємстві;

Π_i – прибуток i -го продукту на підприємстві, грн.;

D_i – валовий дохід i -го продукту на підприємстві, грн.;

S_{n_i} – витрати на створення і надання i -го продукту на підприємстві, грн.

Виходячи із сутності ефективності, а саме, що ефективність не може бути від'ємною, беремо:

$$E_{q_i} = \max \left\{ 0; 1 - \frac{S_i}{D_i} \right\} = 1 - \frac{S_{n_i}}{D_i}; \quad (6)$$

$$f = \max \{0; 1\}; \quad (7)$$

Розглянемо варіанти змін показників та їх вплив на ефективність E_{q_i} продукту [11, с.45]:

$$1. S_{n_i} = D_i, D_i = 0, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{0}{0} = 1 - \sim = \sim \quad (8)$$

$$2. S_{n_i} > D_i, D_i = 0, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{>0}{0} = 1 - \sim = \sim; \quad (9)$$

$$3. S_{n_i} < D_i, D_i = 0, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{<0}{0} = 1 - \sim = \sim \quad (10)$$

$$4. S_{n_i} < D_i = 0; D_i = 1, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{0}{1}, \text{ то } E_i = 1; \quad (11)$$

$$6. S_{n_i} = D_i = 1; D_i = 1, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{1}{1} = 0 \quad (12)$$

$$5. S_{n_i} > D_i; D_i = 1, \text{ то } E_{q_i} = 1 - \frac{>1}{1} = < 0; \quad (13)$$

Наведені алгоритми показують, що у варіантах 1, 2, 3 ефективність не може бути визначеною.

В розглянутих випадках ефективність може бути визначеною за умови варіантів 4, 5, 6, тобто:

$$\begin{cases} S_{ni} \pi D_{ni} \\ S_{ni} = D_{ni}; \text{ то } D_i > 0, E \leq 1; 0; \\ S_{ni} \phi D_{ni} \end{cases} \quad (14)$$

При цьому за умови, що $E_i \leq 1$ в п'ятому та шостому варіантах, необхідно припинити надання i -го туристичного продукту, або вчинити заходи, що підвищують ефективність.

Таким чином з наведених алгоритмів ефективність туристичного продукту ефективність E_{q_i} буде відповідати своїм вимогам тільки в четвертому варіанті.

Оцінка ефективності діяльності турпідприємства виконується в рамках визначеного періоду часу за видами внутрішньої діяльності (звичайна: операційна, інвестиційна, фінансова, інша, та надзвичайна) та конкретними туристичними послугами.

Ефективність операційної діяльності $E_{\text{опер}}$ туристичного підприємства взагалі $E_{\text{нідпр}}$ можна виразити з урахуванням того, що вона може бути меншою, дорівнювати, або бути більшою за загальну ефективність туристичного підприємства $E_{\text{нідпр}}$:

$$E_{\text{опер}} \leq E_{\text{нідпр}}; > E_{\text{опер}} \quad (15)$$

$$\omega_i = \frac{E_{i_i}}{E_{\text{опер}}}; \quad (16)$$

ω_i – питома вага i -го тур продукту в ефективності операційної діяльності підприємства;

$$\sum \omega_i = 1; \quad (17)$$

Сума питомої ваги ефективностей (і...n) туристичних продуктів дорівнює одиниці.

Ефективність операційної діяльності туристичного підприємства

$$E_{опер} = \sum_{i=1}^n \omega_i \cdot E_{опер} = \sum_{i=1}^n \frac{E_i}{E_{опер}} \cdot E_{опер} \cdot E_{опер} = \sum_{i=1}^n E_i \leq 1) \quad (18)$$

Ефективність операційної діяльності туристичного підприємства являє собою сумовий результат ефективності кожного туристичного продукту і залежить від частки доходу кожного з них та витрат, що необхідні для його створення та реалізації *i* продукту. Коефіцієнт ефективності $E_{опер} \leq 1$ дорівнює 1,0, або менше за 1,0.

Ефективність інвестиційної діяльності підприємства:

$$E_{інв} = \max \left\{ 0; 1 - \frac{S_{інв}}{D_{інв}} \right\}; \quad (19)$$

$$\Pi_{інв} = D_{інв} - S_{інв}; \quad (20)$$

де: $E_{інв}$ – ефективність інвестиційної діяльності туристичного підприємства;

$S_{інв}$ – витрати на інвестиційну діяльність, грн.;

$D_{інв}$ – доходи від інвестиційної діяльності, грн.;

$\Pi_{інв}$ – прибуток від інвестиційної діяльності, грн.

Ефективність фінансової діяльності підприємства:

$$E_{фін} = \max \left\{ 0; 1 - \frac{S_{фін}}{D_{фін}} \right\}; \quad (21)$$

$$\Pi_{фін} = D_{фін} - S_{фін}; \quad (22)$$

де: $E_{фін}$ – ефективність фінансової діяльності туристичного підприємства;

$S_{фін}$ – витрати на фінансову діяльність, грн.;

$D_{фін}$ – доходи від фінансової діяльності, грн.;

$\Pi_{фін}$ – прибуток від фінансової діяльності, грн..

Ефективність інших видів діяльності підприємства:

$$E_{інш} = \max \left\{ 0; 1 - \frac{S_{інш}}{D_{інш}} \right\}; \quad (23)$$

$$\Pi_{інш} = D_{інш} - S_{інш}; \quad (24)$$

де: $E_{інш}$ – коефіцієнт ефективності інших видів діяльності підприємства;

$S_{інш}$ – витрати на інші види діяльності, грн.;

$D_{інш}$ – доходи від інших видів діяльності, грн.;

$\Pi_{інш}$ – прибуток від інших видів діяльності, грн.

Загальна ефективність підприємства від звичайної діяльності:

$$E_{звич} = E_{опер} + E_{інв} + E_{фін} + E_{інш} = \sum_{i=1}^n E_{q_i} + E_{інв} + E_{фін} + E_{інш} = \sum \frac{D_i - S_i}{D_i} + \frac{D_{інв} - S_{інв}}{D_{інв}} + \frac{D_{фін} - S_{фін}}{D_{фін}} + \frac{D_{інш} - S_{інш}}{D_{інш}}; \quad (25)$$

Загальна ефективність підприємства від надзвичайної діяльності:

$$E_{\text{надзв}} = \max \left\{ 0; 1 - \frac{S_{\text{надзв}}}{D_{\text{надзв}}} \right\}; \quad (26)$$

$$\Pi_{\text{надзв}} = D_{\text{надзв}} - S_{\text{надзв}}; \quad (27)$$

де: $E_{\text{надзв}}$ – ефективність надзвичайної діяльності підприємства, грн.;

$S_{\text{надзв}}$ – витрати на надзвичайну діяльність підприємства, грн.;

$D_{\text{надзв}}$ – доходи від надзвичайної діяльності підприємства, грн.;

$\Pi_{\text{надзв}}$ – прибуток від надзвичайної діяльності підприємства, грн.

Ефективність туристичного підприємства від всіх видів діяльності:

$$E_{\text{нідпр}} = E_{\text{звич}} + E_{\text{надзв}}; \quad (28)$$

Ефективність туристичної діяльності на регіональному рівні:

$$\Pi_{\text{рег}} = \sum_{i=1}^n \varpi_{\text{рег}} E_{\text{нідпр}}; \quad (29)$$

$$E_{\text{рег}} = \sum_{i=1}^n \frac{E_{\text{нідпр}}}{E_{\text{рег}}} \cdot E_{\text{рег}} = \sum_{i=1}^n \cdot E_{\text{нідпр}}; \quad (30)$$

де: $E_{\text{рег}}$ – коефіцієнт регіональної ефективності туристичної діяльності;

$\varpi_{\text{рег}}$ – питома вага ефективності від діяльності кожного підприємства в регіоні;

N – кількість підприємств в регіоні.

Ефективність туристичної діяльності на галузевому рівні:

$$E_{\text{тур.гал}} = \sum_{i=1}^M \varpi_{\text{тур.гал}} E_{\text{рег}} = \sum_{i=1}^P \varpi_i \cdot E_{\text{нідпр}}; \quad (31)$$

$$E_{\text{тур.гал}} = \sum_{i=1}^M \frac{\Pi_{\text{рег}}}{\Pi_{\text{держ}}} \cdot E_{\text{рег}} = \frac{1}{\Pi_{\text{держ}}} \sum_{i=1}^M \Pi_{\text{рег}} \cdot E_{\text{рег}}; \quad (32)$$

де: $E_{\text{тур.гал}}$ – коефіцієнт галузевої ефективності туристичної діяльності;

$\varpi_{\text{тур.гал}}$ – прибуток від діяльності всієї туристичної галузі, грн.;

M – кількість регіонів;

P – кількість підприємств галузі.

Таким чином здійснення комплексу заходів, які за змістом характеризують основні напрями розвитку та вдосконалення діяльності, повинно давати прискорення науково-технічного прогресу та організаційного удосконалення структури туристичного виробництва, підвищення якості та конкурентоздатності туристичного продукту й послуг, різносторонній розвиток і вдосконалення зовнішньоекономічної туристичної діяльності. Досягнення ефективності в результаті туристичної діяльності – основна задача, що взаємозв'язана зі всіма іншими, визначає їх зміст, об'єм ресурсів і повноважень щодо їх реалізації. Ефективна діяльність туристичного підприємства сприяє трансформації, організаційному удосконаленню структури туристичного виробництва, підвищенню якості й конкурентоспроможності туристичного продукту і послуг, різносторонньому розвитку і вдосконаленню туристичної галузі.

Висновки і перспективи подальших розробок. Внаслідок проведених досліджень

визначено наукову новизну, яка полягає в розробці методологічного обґрунтування ефективності туристичної діяльності, а саме такі висновки:

1. Коефіцієнт фактичної результативності є результатом співвідношення сумарних запланованих та фактичних (з урахуванням незавершеного виробництва) витрат, $K_{рез}$.
2. Коефіцієнт ефективності туристичної діяльності являє собою алгоритм, в якому ефективність є функцією співвідношення результату діяльності, або прибутку, до сумарних доходів від здійснення діяльності, E .
3. Доказано, що ефективність туристичного продукту, як базового елементу ефективності туристичної діяльності, є функцією доходів, витрат та прибутку, і її можна визначити за умови, якщо собівартість менше доходів та дорівнює «нулю», собівартість дорівнює «одиниці», собівартість перевищує доходи.
4. За тих умов, що собівартість більше, або дорівнює доходам, необхідно припинити надання i -го туристичного продукту та вчинити заходи, що підвищують його ефективність.
5. Доказано, що відповідно до алгоритму з використанням математичних перетворень, ефективність туристичної діяльності на державному рівні є показником, що виражає її залежність від сумарної питомої ваги ефективності кожного регіону, туристичного підприємства, туристичного продукту.
6. Практична значущість методологічного ефективного туристичної діяльності полягає в актуальності використання такої методики за такими найважливішими напрямками, як успішність туристичної галузі, удосконалення її технологічних чинників, можливість доступу на ринки капіталу, доцільність інвестування, розвиток туристичних бізнес-процесів.

Література

1. Механізми забезпечення розвитку підприємств: еколого-економічний аспект: [монографія] / В. М. Хобта, У. В. Лаврик, О. Ю. Попова, О. Ю. Шилова. – Донецьк: ПП Чернецька Н. А., 2009. – 272 с.
2. Момот А. И. Соотношение понятий «результативность» и «эффективность» при осуществлении производственной деятельности / А. И. Момот, Е. А. Бакало // Проблемы развития та управління систем управління якістю в регіоні: 6-а Регіональна наук.-практ. і студ. конф, 2009 р., 24–26 травня, м. Донецьк: [матеріали]. – Донецьк: Донецк. націон. технічн. ун-т, 2009. – С. 114–116.
3. Экономика фирмы: [учеб.] / под общ. ред. Н. П. Иващенко. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 528 с.
4. Балашова Р. І. Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств / Р. І. Балашова // Вісн. ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 99–109.
5. Задорожный З. В. Учет прочих расходов и доходов обычной деятельности / З. В. Задорожный // Бухгалтерский учет и аудит. – 2001. – С. 27–28.
6. Кифяк В. Ф. Програмно-цільовий метод планування та управління розвитком територіально-рекреаційної системи / В. Ф. Кифяк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6 (73). – С. 165–170.
7. Новиков В. С. Менеджмент в туризме: [учеб. пособ.] / В. С. Новиков. – М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2006. – 166 с.
8. Корінько М. Д. Управлінський облік при диверсифікації / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2. – С. 121–127.
9. Кудря Я. В. Особливості механізму оцінювання етапу корпоративної бізнес-системи / Я. В. Кудря // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5 (59). – С. 38–47.
10. Балашова Р. І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: [монографія] / Р. І. Балашова. – Донецьк, 2009. – 343 с.
11. Михайленко В. М. Математичний аналіз для економістів: [навч. посіб.] / В. М. Михайленко, Н. Д. Федоренко. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – 298 с.

ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ

У статті здійснено спробу виділити та проаналізувати переваги та пріоритетні проблеми щодо впровадження дистанційної освіти на основі досвіду провідних у сфері дистанційного навчання вищих навчальних закладів. Розглянуто перспективи розвитку цієї технології навчання в економічній освіті.

In the article there was made an attempt to determine and to analyze advantages and problems of distance education introduction on the basis of progressive high educational establishments' experience. The prospects to consider of development of this technology in educational process of economic science are considered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний рівень розвитку інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ), додаючи небачений динамізм розвитку суспільства, створює передумови для формування глобальної системи дистанційної освіти (СДО), відкритого інформаційного середовища з можливістю вільного, без меж та національних контекстів, розповсюдження знань та інформації.

Інноваційні технології навчання, що постійно розвиваються, зокрема дистанційного навчання, у сукупності з іншими чинниками призвели до виникнення та широкого розповсюдження нової форми здобування освіти – дистанційної освіти (ДО). Одне із завдань системи освіти в сучасному суспільстві – забезпечити кожній людині вільний і відкритий доступ до освіти впродовж усього його життя, з урахуванням його інтересів, здібностей і потреб.

Саме дистанційні освітні технології (ДОТ) можуть допомогти справитися з проблемою масовості, полегшуючи створення різноманітних індивідуально підігнаних освітніх траєкторій для широкого кола слухачів, удосконалення діючих спеціалістів, так і їх оперативної перепідготовки за новими спеціальностями. Потреба у дистанційному навчанні обумовлена багатьма чинниками, зокрема: обмеженістю пропускнуєї спроможності навчальних семінарів, відривом співробітників підприємств від основної діяльності на період навчання, географічною віддаленістю від обласних центрів та збільшенням витрат на відрядження спеціалістів.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемам розробки та впровадження дистанційних технологій освіти в вищих навчальних закладах присвячені праці таких вчених, як І.А. Жирякова, Ж.М. Зайцев, О.Г. Кратко, О.Г. Кириленко, В.І. Солдаткін, В.І. Сологуб, О.О. Стельмах, В.П. Тихомиров, В.М. Ширококов, М.Ф. Ус, Н.М. Ушакова, В.А. Ясулайтіс, В.В. Ярних.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим питання системного підходу до розробки та узгодження усіх складових дистанційної освіти, а також її правового, організаційного, методичного та програмного забезпечення та перспектив її розвитку в Україні ще недостатньо досліджені.

Постановка завдання. В епоху бурхливого розвитку телекомунікаційних технологій, дистанційному навчанню приділяється особлива увага. Викладачі покладають на телекомунікації і світові ресурси мережі Інтернет величезні надії.

Чи виправдаються вони?

Чи зможуть викладачі використати потенціал технічних засобів і засобів нових інформаційних технологій?

Чи стануть дистанційні технології навчання повноправним компонентом системи освіти?

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в розвинених країнах прискорено розвивається електронна освіта. У нас в Україні йдеться лише про дистанційні освітні технології (ДОТ). Законодавчо не визнано навіть дистанційне навчання, не говорячи вже про електронну освіту.

На сьогодні система транснаціональної вищої освіти, що створена на базі нової learning-індустрії, дедалі успішніше завойовує світовий ринок. Тоді як світ пройшов сходина традиційного навчання, дистанційного навчання, електронного навчання (e-learning), всеосяжного (мобільні ІКТ) m-learning навчання та розвиває всепроникаюче u-learning навчання (усюдисущі ІКТ), Україна все ще знаходиться тільки на другому етапі – ДОТ. Входження України до Болонського процесу відкриє (якщо ми екстренно не будемо вживати заходів щодо розвитку електронної освіти в Україні) шлюзи для відтоку української молоді у ВНЗ Європи.

Вже зараз величезна кількість наших студентів навчається за системою дистанційної освіти США, Англії та ФРН. Наприклад, у Німеччині значна кількість студентів, що навчаються за системою дистанційної освіти, – наші співвітчизники. На азіатському освітянському ринку успішно працює Туреччина, що має мільйонну аудиторію студентів системи відкритої освіти та має на меті в найближчі роки довести цю цифру до трьох мільйонів осіб.

Досвід США показує, що багато солідних американських університетів відкривають курси ДО, що надає цій формі навчання ореол привабливості та сприяє збільшенню кількості «віртуальних студентів». До осені 2007 р. їх було вже 3,5 мільйони – за матеріалами, які публікує Дослідницький фонд А.П. Слоуна (США). У порівнянні з 2005 р. приріст склав 9,7%, а в порівнянні з 2002 р. кількість «віртуальних студентів» збільшилась у 4 рази.

Майже 75% ВНЗ навчаються через інтернет-курси, хоча ще є багато прихильників виключно традиційних форм викладання [1, с.56]. Один із найбільш відомих коледжів Ексельсіор, який в основному спеціалізується саме на онлайнових курсах, провів опитування 1500 керівників великих та середніх компаній з метою з'ясувати їхню думку про ДН.

Тільки 45% опитуваних вважають, що онлайнова освіта може бути такою ж повноцінною, як і традиційна. Але більшість з тих, хто не з чуток, а безпосередньо сам був знайомий з дистанційними курсами, є прихильниками ДО (85% з цієї групи) [1, с.56].

Репутацію ДО зіпсували онлайнові «фабрики дипломів» (диплом практично куплений). Тому багато хто вважає, що вчитися по Інтернету простіше, ніж сидіти в аудиторії та слухати професора [1, с.56]. За останні декілька років лекції, які раніше студенти записували від руки в аудиторіях університетів, стало можливим отримувати безкоштовно через Інтернет. Рух «Відкриті освітні ресурси» (Open Education Resources), що отримав підтримку відомих американських, китайських, японських та європейських університетів, набирає сили.

«Зараз усі зможуть отримати рівні можливості до знань незалежно від раси, суспільного становища чи фінансових можливостей», – зауважив Люцифер Чу (Lucifer Chu), 32-річний громадянин

Тайваню, один з багатьох, хто просуває цей загальносвітовий проект [2, с.46]. Він розбагатів, коли переклав китайською мовою відомий цикл творів «Володар кілець».

Приблизно півмільйона доларів він витратив на те, щоб перевести з англійської на китайську великий обсяг навчальних матеріалів безкоштовних інтернет-курсів.

Рух «Відкриті освітні ресурси» (Open Education Resources) розпочався з кінця 90-х років, одночасно із закликами зробити програмне забезпечення з відкритим безкоштовним вихідним кодом. Зараз такі програми встановлені більш ніж на половині серверів у мережі, 18% браузерів також мають відкритий код.

Успіх забезпечений тому, що будь-який користувач має право видозмінювати та самостійно розповсюджувати ці програми.

Ця модель сподобалася та породила ідею створити щось подібне в системі світової освіти – у 1998 році її запропонував професор Девід Уїлі (David Wiley) з університету штату Юта. Першим безкоштовні інтернет-курси опублікував Массачусетський технологічний інститут у 2001 році. Цей проєкт включає тексти лекцій, екзаменаційні матеріали та іншу допомогу з 1800 його навчальних курсів. До них вже мали доступ приблизно 40 мільйонів відвідувачів практично зі всіх країн світу – приблизно по мільйону в місяць.

Майже половина відвідувачів – це ті, хто вчиться самостійно, ще приблизно третина – це самі студенти; викладачі – 16% [2, с.46].

На шлях безкоштовної інтернет-освіти стали багато американських та європейських університетів, а нещодавно до них приєдналися й азіати. Інтернет-матеріали Массачусетського технологічного інституту та інших західних університетів почали перекладати та публікувати у В'єтнамі й Таїланді, а в Китаї цим зайнялися вже 150 університетів. У квітні у китайському місті Далянь (колишній Дальній) відбулася сесія консорціуму відкритої освіти (OpenCourseWare Consortium), що проходить раз на два роки і яка зібрала представників понад 100 установ вищої освіти зі всього світу. Але є і приватні ініціативи.

Так, вже згадуваний Люцифер Чу заснував у 2004 році власну систему розповсюдження безкоштовних курсів (OpenSource OpenCourseWare Prototype System) та організував повний переклад приблизно 200 і частковий переклад близько 600 курсів Массачусетського технологічного інституту.

За його підрахунками в цій роботі взяло участь близько 20 тисяч осіб. Він об'їздив увесь Китай, Гонконг, Японію, Сінгапур, Таїланд та США, щоб створити «визвольну армію знань» («knowledge liberation army»), до якої увійшли медики, фахівці з будівництва атомних і теплових станцій, космічної техніки [2, с.47].

Зараз щонайменше три інститути на Тайвані вийшли в Інтернет з власними відкритими курсами. «У Японії установлено свій консорціум відкритої освіти (Japan OpenCourseWare Consortium), який спочатку займався перекладом навчальних матеріалів, узятих з Массачусетського технологічного інституту, але зараз уже займається розробкою власних курсів», – розповів Ешими Фукухара (Yoshimi Fukuhara), генеральний секретар японського консорціуму відкритої освіти. До консорціуму входять 17 японських університетів, які вже здійснили переклад понад 1000 навчальних курсів з японської на англійську та інші мови [2, с.47].

Серйозні кроки у сфері відкритої інтернет-освіти мають намір зробити в Індії. Проблема розповсюдження таких курсів полягає у тому, що при постійному перекладі з мови на мову, редагуванні та інших змінах немає гарантій, що студент врешті отримує адекватні початкові тексти, а не спотворені й застарілі. Також не цілком зрозуміле питання щодо авторських прав, коли праця, на яку витрачено багато зусиль та часу професора або викладача, розповсюджується абсолютно безкоштовно.

У відповідь на ці сумніви висуваються такі аргументи: більшість тих, хто опублікував в Інтернеті відеозаписи своїх лекцій, стають «поп-зірками» у своїх університетах, виступають у переповнених аудиторіях. Інші ж зібралися з силами та використовують свої відкриті курси, постійно вдосконалюючи їхній зміст.

«Необхідно, щоб викладач був відкритий для того, щоб його могли побачити всі й кожен», – так вважає професор Девід Уїлі (David Wiley) з університету штату Юта [2, с.48]. У вересні 2007 року була проголошена так звана Кейптаунська декларація з відкритої освіти, підписи під якою поставили вже понад 186 організацій та 1809 приватних осіб.

У ній міститься заклик до урядів усіх країн і видавців надавати фінансову підтримку розповсюдженню відкритих освітніх курсів в Інтернеті. Цей рух отримує підтримку та знаходить визнання у все більшій кількості солідних видавництв, університетів та громадських організацій по всьому світі [3].

Поява відкритої освіти зумовлена розвитком демократії у світовому співтоваристві і, як наслідок, становленням інститутів відкритого суспільства.

Дистанційна форма освіти незалежно від бажання або визнання її освітнім

співтовариством уже існує де-факто та повинна бути визнана де-юре.

У даний час до нормативно-правової бази дистанційної освіти та дистанційного навчання відносять більше 400 нормативних правових актів: міжнародних (конвенцій, декларацій, угод) і вітчизняних (Конституція, закони, накази президента, розпорядження уряду, накази, розпорядження, інструктивні листи, рекомендації, програми галузевих міністерств і відомств).

Аналіз правового забезпечення ДО показав, що, незважаючи на велику кількість документів, її чинна нормативна правова база не систематизована та не відповідає вимогам, необхідним для ефективного розвитку дистанційної освіти. До практики організації навчального процесу міцно входять нові структурні одиниці системи ДО: міжрегіональні кафедри та віртуальні університети.

Враховуючи особливості організації навчального процесу ДО, необхідно вдосконалювати організаційні форми дистанційної освіти та розвивати мережу освітніх установ, зокрема представництв і віртуальних університетів, що здійснюють підготовку фахівців як з використанням дистанційних технологій, так і таких, що повністю навчаються дистанційно. Ця мережа повинна стати невід'ємним елементом системи освіти України.

Що заважає розвитку СДО?

У даний час чітко не сформульована головна стратегічна ідея державної політики у сфері освіти і тому незрозуміло, в якому напрямку розвиватися дистанційній освіті, яке відводиться їй місце в загальній системі української освіти. На жаль, законодавство не повною мірою сприяє розширенню використання інформаційних технологій у сфері науки та освіти, так само як і не повною мірою визначає правовий статус суб'єктів освітньої діяльності, що створюють або використовують інформаційні освітні технології.

На сьогодні не розроблена ефективна система навчально-методичного та організаційного забезпечення, відсутній контроль якості навчання, навчально-методичне забезпечення підготовки кадрів у системі відкритої дистанційної освіти. Недостатня підтримка ДО державою в умовах глобалізації освітнього ринку послаблює позиції всієї системи освіти. Крім того, відсутність державної зацікавленості щодо цієї проблеми не дозволяє розробити та впровадити єдиний стандарт якості дистанційних освітніх продуктів і технологій.

Існуючі ліцензійні нормативи, акредитаційні вимоги, розроблені для традиційних форм здобування освіти, і процедури оцінювання якості підготовки випускників відносно освітніх установ, що використовують дистанційні технології навчання, не враховують специфіку ДО та тому вимагають, на нашу думку, змін.

Необхідно усвідомити, що впровадження у повсякденну діяльність ВНЗ ДОТ створить нові соціально-економічні та інформаційно-технологічні умови, проблеми, пов'язані з нормативно-правовим і методичним забезпеченням дистанційної освіти, що неминуче призведе до трансформації навчальних закладів, необхідності оперативного вирішення питань управління СДО.

У першу чергу — зміна порядку організації праці викладачів та працівників ВНЗ у системі дистанційної освіти (формування штатного розкладу, нормування та оплата праці викладачів і працівників, що беруть участь у реалізації освітньої програми в межах дистанційного навчання), а також подальший розвиток інформаційних комунікацій у ВНЗ.

Міжнародний досвід показує, що для вирішення цієї проблеми необхідна серйозна фінансова підтримка держави. ВНЗ, що розвивають ДОТ, поки частково самостійно намагаються вирішувати питання фінансування розвитку та підтримки інформаційних комунікацій за допомогою своїх обмежених ресурсів [4, с.36].

Однією з найбільш гострих проблем у розвитку системи ДО є проблема авторського права, перепідготовки та підвищення кваліфікації викладацьких кадрів як розробників нових електронних, зокрема мережових навчально-методичних матеріалів, так і викладачів, що

використовують їх у навчальному процесі, а також тьюторів.

Оптимістичні прогнози щодо радикальних змін у системі вищої освіти внаслідок активного впровадження її дистанційної форми поки не виправдалися. Опитування, що проводили в 2008 р. у Центрі дослідження політики у сфері ВО нідерландського університету Твенте (Twente), у ВНЗ Нідерландів, Норвегії, Німеччини, Фінляндії, Великобританії, Австралії й США, показали: більшість респондентів вважали, що в недалекому майбутньому будуть переважати традиційні аудиторні методи навчання. Не виправдалися і припущення щодо економії завдяки розвитку дистанційного навчання.

На думку експертів, впровадження дистанційного навчання виявилось дорожчим, ніж уявлялось спочатку, у тому числі через збільшення робочого часу викладачів, пов'язаного з розробкою навчальних матеріалів [1, с.46].

Дистанційне навчання вимагає вирішення ключових проблем, що виходять за межі таких засобів, як розробка курсів, форм і методів викладення матеріалу, забезпечення роботи мереж, ефективна підтримка студентів та викладачів. Стратегічне планування і впровадження нових інформаційних технологій разом з необхідністю підтримки користувачів, загрожують перетворити розробку ефективних курсів дистанційного навчання на досить дорогий процес.

Окремі курси дистанційного навчання можуть стати для студентів дорожчими за традиційні еквіваленти [5, с.97]. У той же час навіть, якщо програми ДН стануть дорожчими в порівнянні з традиційними програмами, деякі переваги, пов'язані з новою формою навчання, наприклад, відсутність витрат на житло або можливість працювати, можуть дати студентів-дистанційнику економічну вигоду, здатну істотно скоротити загальні витрати на навчання.

Хоч очікувана революція у сфері дистанційної освіти так і не відбулася, кількість студентів цієї форми навчання продовжує зростати. За даними експертів ОЕСР(ОЕСД) у 2008 р. у 13 країнах-членах цієї організації програми, цілком орієнтовані на інтернет-навчання, вибирають 5% абітурієнтів; стрімко збільшиться кількість ВНЗ, що мають програми навчання онлайн або плани з її розробки [5, с.98].

Необхідно зауважити, що виникає потреба у вивченні під егідою державних органів влади концепції трансформації ВНЗ, що здійснюють дистанційне навчання, провести експертизу їхньої системи якості, зокрема змісту навчального процесу, програм, форм здобування освіти та ресурсного забезпечення з урахуванням специфіки дистанційного навчання. На дистанційне навчання (ДН) накладається низка вимог, що передбачають: оптимізацію змісту навчальних курсів; розробку технологій навчання, що оптимізують навчальну діяльність та інтенсифікують процес засвоєння матеріалу; створення системи контролю засвоєння знань, що забезпечує безперервне та ефективне управління навчальним процесом.

В основі електронного навчання лежать три базові речі: ІКТ, електронні інформаційні ресурси та організаційно-методичне забезпечення.

При цьому за індикаторами світової практики, їх співвідношення на поточний момент сегментується так: половина – це електронні ресурси, близько третини – організаційно-методичне забезпечення, решта (20%) – технології. Також на ДН накладаються вимоги щодо оптимізації змісту навчальних курсів; розробку технологій навчання, що оптимізують навчальну діяльність та інтенсифікують процес засвоєння матеріалу; створення системи засвоєння знань, що забезпечить неперервне та ефективне управління процесом навчання. На основі досліджень, а також з урахуванням зарубіжного досвіду, необхідно уточнити глосарій системи ДО, науково обґрунтувати та легітимізувати поняття «дистанційна освіта» та «дистанційне навчання» [6, с.32].

З метою подальшого розвитку ДО в Україні доцільно організовувати експерименти у формі науково-методичних проектів із найважливіших проблем використання ДОТ. Прикладом такого проекту можна назвати семінар « Технології дистанційної освіти:

організаційне, методичне та програмне забезпечення», проведений 26 березня 2010 р. у Східноєвропейському університеті економіки та менеджменту Українською Асоціацією з розвитку менеджменту та бізнес-освіти.

Для розробки індикаторів, критеріїв і норм, що регламентують порядок ліцензування та акредитації освітніх установ на право реалізації освітніх програм на базі дистанційного навчання, необхідно продовжити експеримент з вивчення діяльності провідних в сфері відкритої дистанційної освіти навчальних закладів з різними моделями ДН. Експеримент допоможе виділити істотні відмінності дистанційних моделей організації навчального процесу від традиційних, а також чинники, що обумовлюють ці відмінності і що впливають на трансформацію діяльності освітніх установ та системи їхньої якості. Наприклад, розробка індикаторів і критеріїв матеріально-технічного, навчально-методичного та кадрового забезпечення реалізації освітніх програм з використанням ДОТ для традиційних форм здобуття освіти, створення системи технологічних стандартів на компоненти та технології навчального процесу, інтегрованої з міжнародними системами технологічних стандартів [6, с.33].

Сучасні комп'ютерні телекомунікації здатні забезпечити передачу знань і доступ до різноманітної навчальної інформації нарівні, а іноді і набагато ефективніше, ніж традиційні засоби навчання. Досвід впровадження ДОТ в таких ВНЗ України (СУЕМ, м.Черкаси; ДНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, НАА ім. М.Є.Жуковського, УЕП «КРОК» та інші) підтвердили, що якість і структура навчальних курсів, так само як і якість викладання при дистанційному навчанні часто набагато краща, ніж при традиційних формах навчання. Нові електронні технології, такі як інтерактивні диски CD-ROM, електронні дошки оголошень, мультимедійний гіпертекст, доступні через глобальну мережу Інтернет за допомогою інтерфейсів. Mosaic і WWW можуть не тільки забезпечити активне залучення студентів в навчальний процес, але і дозволяють управляти цим процесом на відміну від більшості традиційних навчальних середовищ. Інтеграція звуку, руху, образу і тексту створює нове надзвичайно багате за своїми можливостями навчальне середовище, з розвитком якого підвищиться і міра залучення студентів в процес навчання. Інтерактивні можливості використовуваних в СДО програм і систем доставки інформації дозволяють налагодити і навіть стимулювати зворотний зв'язок, забезпечити діалог і постійну підтримку, які неможливі в більшості традиційних систем навчання. У даний час відсутній єдиний інтерфейс. Історично ВНЗ, що здійснюють дистанційний освітній процес, діяли автономно і до теперішнього часу створили достатньо ефективні системи дистанційної освіти, що значно відрізняються технологіями та формами організації й використання освітніх матеріалів. Це значно сповільнює (а часто і робить неможливим) ефективний інформаційний обмін [4, с.36].

Компетентісний підхід в освіті припускає активне використання нових освітніх технологій, оскільки на засвоєння навчальних програм впливає не тільки наочний зміст, але й сама форма організації процесу навчання. Основна загроза для ВО полягає в небажанні представників академічного співтовариства помічати об'єктивні тенденції, в нездатності змінюватися. Як відомо, «природа не терпить порожнечі». Якщо ми навіть з найблагороднішою метою збереження багатих традицій не зможемо реорганізуватися та адаптуватися до сучасних умов, за нас це зроблять інші, а наше місце посядуть нові структури. Симптоматичним є поява корпоративних університетів на базі великих підприємств. Успішні компанії, які незадоволені підготовкою фахівців навіть кращими ВНЗ, створюють власні освітні підрозділи для додаткового навчання недавніх випускників сучасним технологіям, які, на жаль, невідомі ні випускникам, ні їхнім викладачам.

На сьогодні багато людей, що мають бажання здобути вищу освіту, стоять перед вибором: або навчатися в традиційному ВНЗ, або здобувати освіту віртуально, спілкуючись з носіями знань та інформації за допомогою комп'ютера. На вибір можуть вплинути різні чинники, проте головною перешкодою часто стає вартість навчання. Адже конкурентоспроможність та фінансування сьогодні – спільні проблеми ВО у всьому світі.

Подібно до інших товарів і послуг, вища освіта в сучасному суспільстві є об'єктом маркетингу та продажу. Коледжі та університети використовують різні способи, щоб виділитися на ринку і переконати потенційних покупців в унікальності свого навчального закладу. Сюди входять: розробка інноваційних навчальних програм з урахуванням попиту на тих чи інших фахівців на ринку праці, створення спеціальних служб підтримки студентів; маркетинг і просування продукту на ринку освітніх послуг. Один зі способів зробити свій продукт «привабливішим» для студентів – запропонувати можливості дистанційного навчання у ВНЗ. У світі ДОТ затребувані як в сегменті індивідуальної освіти, так і у сфері корпоративного навчання. Проте в Україні найактивніше ними цікавиться корпоративний сектор – HR-фахівці банків, страхових компаній, мережевої роздрібної торгівлі й інших великих компаній з розподіленою мережею філій, у яких ефективність впровадження СДО найбільш очевидна. ВНЗ, плануючи розширити свої пропозиції в сфері дистанційної освіти, на нашу думку, можуть врахувати вказані результати при розробці програм ДО та включити до них ті характеристики традиційної освіти, які, на думку студентів, відсутні в програмі ДО. Також при впровадженні ДО необхідно пам'ятати про вибір між якістю освіти та її масовістю. В умовах конкуренції та глобалізації неприйнятно як скорочення доступу до вищої освіти, так і зниження її якості. На наш погляд, альтернативою є реструктуризація освітнього процесу. Вона припускає перегляд методів викладання, навчальних планів та програм, моделей організації навчального процесу, пропорцій використання інноваційних та традиційних методів навчання. Це означає, що потрібно переглянути діяльність освітніх установ для знаходження кращого, дешевшого, ефективнішого способу реалізації навчального процесу.

Отже, переваги впровадження та використання ДН:

- для навчання не потрібно залишати місце проживання, роботу, а також оплачувати витрати на дорогу, на проживання та інше;
- ДО позитивно впливає на вирішення комплексу соціально-економічних проблем в різних регіонах країни. Навчання населення, надання можливості здобути вищу освіту і тим самим оптимізувати професійну діяльність призводять до ліквідації відставання периферії від промислово-розвинених центрів. Дистанційна форма навчання унікальна для віддалених від центральних районів місць, де інші можливості навчання практично відсутні. Найбільш значущою соціальною функцією ДО можна вважати значне розширення для кожної людини можливості вибору оптимальних (за умовами життя, психофізіологічними особливостями та соціальним статусом) форм реалізації конституційного права на здобуття якісної освіти;
- важливим є також ще один аспект ДН – це скорочення термінів навчання, оскільки можна буде багато чого вивчити самостійно при серйозній та інтенсивній роботі, не витрачаючи час на дорогу у ВНЗ, непотрібне заучування, нескінченні записи в зошитах, адже величезна кількість часу при цьому ми витрачаємо неефективно. Якщо час для отримання ступеня бакалавра при традиційному навчанні складає чотири роки, то для аналогічної програми у формі електронного навчання через Інтернет – до трьох років;
- яскраво виражена практичність навчання. Вона досягається завдяки наданню студентам більшого вибору в послідовності вивчення предметів, гнучкому темпі навчання, прямому спілкуванню з конкретним викладачем, якому можна ставити питання саме про те, що найбільше цікавить самого студента. Студенти, що обирають онлайн, швидше орієнтуються в пошуку необхідних їм курсів, критичніше ставляться до змісту курсів і бажають заздалегідь знати, навіщо в них введені ті чи інші предмети або теми. Як правило, вони вже мають певний практичний досвід, що допомагає їм зробити вибір необхідної навчальної програми, а також дозволяє краще зрозуміти теоретичні постулати. Традиційна форма подачі інформації у вигляді лекцій для них менш зрозуміла. ДО підкреслює значущість індивідуального підходу до студента. Студенти засвоюють знання та уміння через множину індивідуальних форм навчання - від самостійного вивчення тем

за спеціально розробленими навчальними посібниками, їх поглиблення за допомогою навчальних комп'ютерних програм до різних видів активних семінарів (ділових і операційних ігор, дискусій тощо). У зв'язку з цим суттєво розширюються освітні можливості здобувача. ДО дає йому принципово нові шанси для забезпечення не тільки збільшення обсягу інформації, але і придбання нових навичок та умінь. Зокрема, уміння вільно орієнтуватися в сучасних базах даних, взаємодіяти з членами навчального колективу з метою досягнення загальних і соціально важливих результатів, підвищення рівня інтелектуального розвитку, спираючись на пошукові системи і т.д. При ДО ще більше, ніж при будь-якій іншій, відіграють роль рівень мотивації і раніше накопичені навички самостійного навчання. Якщо вони високі – дистанційний характер не буде істотним мінусом;

- висока мобільність. Світовий досвід показує, що дистанційне навчання менш консервативне у відношенні до інноваційних напрямків діяльності людини, ніж традиційне;
- скорочення непрямих витрат ВНЗ, пов'язаних із контактним навчанням (оплата відряджень та проживання викладачів, оренди приміщень);
- можливість забезпечувати вивчення дисципліни у будь-який час і незалежно від можливостей викладача;
- можливість гарантувати одноманітність навчального контенту для всіх учасників навчального процесу;
- електронне навчання майже немає будь-яких галузевих обмежень у його застосуванні. Питання полягає лише в тому, що ефективність цієї форми навчання може відрізнятися залежно від конкретних чинників, із яких складається ситуація;
- традиційним навчальним закладам потрібні структурні підрозділи дистанційної освіти для розширення спектру та збільшення обсягу освітніх послуг та підвищення конкурентоспроможності з боку розробників нетрадиційних навчальних курсів, зокрема, з інших регіонів і навіть країн;
- реалізація різних методик і програм навчання сприяє здоровій конкуренції між різними формами організації освітнього процесу;
- ВНЗ, що мають ДО і можуть самофінансуватися за рахунок оплати послуг освіти.
- впровадження ДО призводить до суттєвої економії коштів за рахунок зниження витрат на будівництво і експлуатацію нових навчальних комплексів та низкою інших складових.

Суспільство загалом та наукова спільнота практично перебороли недовіру до дистанційних та електронних методів навчання.

Багато ВНЗ України в даний час в тому або іншому масштабі та формі розробляють і застосовують засоби методи дистанційного навчання. Разом із тим досвід впровадження ДОТ виявив такі важливі проблеми, від вирішення яких залежить розвиток дистанційного навчання

- перепідготовка викладацьких кадрів і як розробників нових електронних, у тому числі мережових навчально-методичних матеріалів, і як викладачів, що використовують їх в навчальному процесі;
- відсутність уніфікованого інтерфейсу інструментальних засобів мережевого навчального процесу, що ускладнює інтеграцію освітніх установ в загальносвітовий дистанційний процес, вже організований на основі міжнародних стандартів і специфікацій. У межах вирішення вищезазначеної проблеми необхідно створити єдине інформаційно-освітнє середовище вищої освіти (ІОС ВО), забезпечити використання формалізованих і відкритих дистанційних технологій навчання, відкритого (тарифікаційного або нетарифікаційного) доступу до розподілених навчально-методичних, інтелектуальних, інформаційних і матеріально-технічних ресурсів системи освіти;
- розвиток ДО стримується недосконалістю законодавчої й нормативної бази,

недостатньою кількістю сучасних баз знань, нерозвиненістю інформаційних мереж. Все ще наявна недооцінка соціальних наслідків впровадження системи ДО, істотним чином таких, що змінюють освітній ресурс країни. У зв'язку з цим важливо, щоб ДО не розглядалося як «напівлегальне доповнення» до існуючої освітньої системи, а мало відповідний його ролі в освітньому процесі правовий статус. Йдеться не про альтернативність існуючим видам освіти, оскільки ДО не тільки органічно вписується в освітню сферу і її інфраструктуру, але і виступає невід'ємним компонентом системи виховання як молодого покоління країни, так і всіх громадян без вікових обмежень. Уже сьогодні зрозуміло, що воно може сприяти досягненню соціально значущої для України мети - реалізації безперервної освіти. Зволікання в розробці правового забезпечення ДО гальмує досягнення поставленої мети;

- враховуючи досвід впровадження ДН, зауважимо, що застосування лише однієї з форм донесення знань через ІКТ не завжди оптимальне. Зокрема, в США 75% слухачів дистанційних курсів залишають їх, не закінчивши освіту [4, с.99; 7]. Виникає багато складних проблем, що стосуються сумісності ІКТ з психологією. На нашу думку, необхідні «олюднені» форми контакту з викладачем, уміння комбінувати інформацію, багатоскладова мотивація до здобування знань, що виникає в ході спілкування з викладачами тощо. Очевидно, що певна частина знань і досвіду може бути отримана виключно на основі вербальних контактів студентів та викладача;
- висока вартість доступу до мережі Інтернет для рядового користувача. Потрібно врахувати, що здобування освіти є способом для зміни нинішнього соціального статусу людини. Що свідчить про незадоволеність таким статусом, а часто і низьку зарплату;
- новизна ДО як продукту на ринку освітніх послуг. Їй потрібно увійти до свідомості людей як рівного або близького за якістю замінника традиційної освіти (стаціонарної або заочної);
- процедура дистанційної перевірки знань і навичок упирається в проблему аутентифікації особи. Тому складання іспитів на отримання серйозного сертифікату – це питання майбутнього.

Висновки і перспективи подальших розробок. Для української системи освіти важливим є дотримання принципу розумної обережності при впровадженні ДН, яка не буде сприяти вищій школі переорієнтовуватися на методи та форми навчання, що приносять значний прибуток за рахунок залучення більшого числа студентів без забезпечення якості навчального процесу. Зауважимо, що з розвитком інноваційних форм електронної освіти важливо не втратити дві головні характеристики, що роблять ДН таким привабливим для багатьох абітурієнтів: гнучкість та цінову перевагу.

Саме ці риси дозволяють здобути вищу освіту тим, хто раніше був позбавлений цієї можливості. Якість, гнучкість та вартість, безумовно, залишаються ключовими аргументами для майбутніх абітурієнтів при виборі програм вищої освіти.

Як свідчить практика, чотирирічна перерва в основній діяльності призводить до цілковитої втрати професійних знань і навичок. За один рік перерви в професійній діяльності працівник дискваліфікується, зокрема: машинобудівник – на 40%; будівельник – на 25-40%. Єврокомісія зробила висновок, що через 10 років рівень оновлення технологій складе 80% [4, с.112].

Тому перед українськими роботодавцями постає проблема організації постійного підвищення рівня кваліфікації своїх працівників без відриву від виробництва. Вирішення цієї проблеми потребує більше широкого використання ДН.

У даний час ні в кого не викликає сумніву, що система ДО сприяє створенню мобільного освітнього середовища і є найбільш перспективною формою освіти для широких верств не тільки населення України, але й співвітчизників, що проживають за її межами, формою експорту української освіти, що підвищує конкурентоспроможність та національну безпеку країни. ДО дозволяє найадекватніше та гнучко реагувати на потреби суспільства,

реалізувати конституційну норму доступності освіти, забезпечити широкий доступ до здобування освіти, зокрема для тих, кому неприйнятні традиційні форми навчання, а також вирішити проблему значного розширення контингенту населення з вищою та додатковою професійною освітою.

Розвитку ДО сприятиме також нав'язувана суспільством думка «людина з грошиками – успішна людина». Це означає, що багато студентів прагнутимуть суміщати навчання з роботою.

Дистанційна освіта разом із заочною надає цю можливість. На появу цього покоління абітурієнтів необхідно ще декілька років.

Також потрібно враховувати, що ВО – річ в принципі дорога (а значить і незагальнодоступна), то насамперед просування і пропаганда ДО повинна проходити через послуги з нижчою вартістю (але не низькою якістю). Таких як підвищення кваліфікації (особливо спеціальностей, направлених на ІТ), семінари і онлайн-тренінги. Потенційними споживачами таких послуг є керівники організацій (як найбільш платоспроможна частина населення) і менеджери середньої ланки. Тобто ми маємо в наявності великий пул ймовірних клієнтів.

На нашу думку, в пропаганді ДО потрібно орієнтуватися на ці дві категорії людей. Крім того, ці люди ухвалюють рішення і мають високий рівень впливу на інші верстви працюючого населення.

Це дасть можливість створити позитивний імідж ДН і розширити його використання населенням для навчання за обраним фахом в провідних ВНЗ України.

Дистанційне навчання як спосіб усунення «освітньої» нерівності, дає можливість отримати високого рівня послуги людям, що проживають далеко від престижних ВНЗ. Проте академічну освіту з її студентською атмосферою воно не замінить ніколи.

Тому ця форма навчання займе свою нішу – воно буде потрібно або корпоративним клієнтам, що не мають можливості відірватися надовго від свого робочого місця на спеціалізовані навчальні програми або приватним особам, що прагнуть здобути додаткову вищу освіту.

Література

1. Новости образования в мире. США. Дистанционное образование завоевывает прочные позиции // Alma mater. Вестник высшей школы. – 2008. – № 10. – С. 56.
2. Новости образования в мире. Бесплатные интернет-курсы многообещающее направление // Alma mater. Вестник высшей школы. – 2008. – № 4. – С. 46–48.
3. The Cape Town Open Education Declaration [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.capetowndeclaration.org>.
4. Преподавание в сети интернет: [учеб.пособ.] / отв. редактор В. И. Солдаткин. – М.: Высшая школа, 2003. – 792 с.
5. Иоакимидис М. Дистанционное или традиционное вузовское образование: сопоставление стоимости и качества обучения / М. Иоакимидис // Экономика образования. – 2009. – № 2. – С. 96–100.
6. Ширококов С. М. Нормативное и правовое обеспечение системы дистанционного образования-актуальная задача развития системы образования России / С. М. Ширококов // Alma mater. Вестник высшей школы. – 2008. – № 4. – С. 27–33.
7. Гайнуллина Ф. К. Научить ребенка учиться. Преимущества и перспективы дистанционного обучения / Ф. К. Гайнуллина [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eidos.ru/journal/2000/0409-02.htm>.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У даній статті досліджується категорія «соціально-економічного розвитку», розмежовується її значення із категорією «економічного зростання». Доводиться розбіжність їхньої сутності. Визначається сутнісне значення соціально-економічного розвитку регіону як соціально-економічної системи певного рівня.

This article explores the category of «socio-economic development»; there is shared value of mentioned category with the category of «economic growth». The difference in their essence is proved. The essential content of regional socio-economic development as a socio-economic system of a certain level is defined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Загальновідомим є той факт, що для існування і розвитку людського суспільства процес виробництва матеріальних і нематеріальних благ має постійно відновлюватись.

Отже, має відбуватися постійний процес суспільного відтворення. З метою забезпечення добробуту і покращення життя кожного члену суспільства даний процес повинен носити позитивні зміни і характеризуватися зростанням різноманітних показників і індикаторів. Отже, має відбуватися економічне зростання.

Економічне зростання є основою створення відповідних основ соціально-економічного прогресу суспільства, перспектив зростання національного багатства та добробуту кожної окремої людини.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми і питання економічного розвитку і зростання зустрічаються в працях провідних вітчизняних науковців, серед яких Б. Селігмен, З.В. Герасимчук, І.М. Вахович, Т.В. Пепа, М.П. Бутко, Б.М. Данилишин, Л.Г. Чернюк, М.І. Фащевський, З.С. Варналій, М.І. Долішній, В.Н. Беленцов та ін.

У сучасній економічній літературі немає чіткого обґрунтування категорії «економічне зростання», як в загальноекономічному, так і в політекономічному аспектах. Перші згадки про теорію економічного зростання зустрічаються в роботах А. Сміта і Д. Рікардо, коли вони розглядають «стаціонарний стан».

На думку представників класичної школи, причиною економічного зростання є постійне прагнення до стаціонарного стану. Такий стан означає не застій в економіці, а такий стан, коли населення, капітал і технологія не потерпають змін.

Класична теорія економічного розвитку, складовими елементами якого є погляди Мальтуса на зростання населення, доктрина Д. Рікардо про заробітну плату й ренту, закон продуктивності, що зменшується, точка зору на затрати виробництва, як основу вартості й на утримання, як основу збереження, стверджує, що економічне зростання передусім залежить від накопичення капіталу.

На думку Дж. М. Кейнса коливання і, навіть, різкі раптові спади є невід'ємними рисами розвитку. Один з наслідувачів Дж. М. Кейнса – Рой Ф. Харрод – в проблемі економічного зростання основним питанням вважає темпи зростання доходу, необхідного для повного використання постійно зростаючого об'єму капіталу. Інша переконлива постановка проблеми економічного зростання надана Євсеєм Дамаром. Досліджуючи задачу визначення темпів росту національного доходу, що відповідають повній зайнятості, Є. Дамар дійшов висновку про подвійний характер інвестицій: вони не тільки створюють дохід, а й збільшують виробничу потужність. Концепція Дж. М. Кейнса про рівність збережень й

інвестицій і про обов'язкове повернення отриманого доходу в процесі виробництва виходять лише із збереження статус-кво. Є. Домар вважає, що більш реалістична концепція повинна виходити з утворення додаткового капіталу й подальшого розширення виробничої потужності. Методологічний сенс проблеми полягає в визначенні об'єму інвестицій, необхідного для забезпечення росту доходу, який рівний підвищенню виробничої потужності. Таким чином, стабільність можлива, якщо дохід й інвестиції збільшуються при зростаючому прискоренні. Якщо об'єм інвестицій не відповідає умовам зростання, що потребується, виникає надлишкова потужність, яка стримує подальше інвестування.

Р.Ф. Харрод вважає «виправданими» темпами зростання такі, які гарантують неперервність в інвестуванні на рівні, який забезпечує підприємцям очікуваний ними прибуток. Наявність робочої сили й стан технології накладають обмеження на «виправдане» зростання. «Виправдане» зростання – це максимальний темп зростання при існуючих економічних умовах.

А. Льове відмічає, значний вплив на економічне зростання має структура і взаємозв'язок окремих галузей економіки. В більшості випадків процес зростання здійснюється в декількох галузях економіки, це може являти собою результат впровадження нової техніки, або наслідок впливу політичних факторів. У. Феллнер вважає реальним забезпечення безперервного економічного зростання за допомогою ефективного контролю грошового обігу. При цьому пропонування капіталу повинно перевищувати пропонування робочої сили, аби не допустити убуваючого прибутку, а структурні зміни повинні носити поступовий характер, щоб уникнути вузьких місць й порушень, викликаних неправильним використанням ресурсів.

На думку У.А. Л'юїса економічне зростання обумовлюється трьома головними причинами: прагненням економії й випуску більшої кількості товарів; накопиченням знань й застосуванням їх для цілей технічного прогресу; збільшенням об'єму капіталу на душу населення.

У роботі У.У. Росту відображено переконання, що для постійного економічного зростання необхідні деякі мінімальні зусилля або «злет». Так, було названо три умови, необхідні для «злету»:

- 1) збільшення інвестицій до рівня, що перевищує 10% національного доходу;
- 2) швидкий розвиток однієї чи декількох галузей обробної промисловості;

3) наявність такої політичної, соціальної й інституціональної структури, яка дозволяє використовувати спонукання до економічного зростання [1, с.220-224].

Неокейнсіанські теорії економічного зростання основним джерелом вважають фізичне нагромадження капіталу, а основним інструментом регулювання зростання - норму нагромадження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В той же час, існує певна розбіжність в поглядах та визначеннях вказаних економічних категорій і певних висновків щодо забезпечення відповідних основ соціально-економічного прогресу суспільства, перспектив зростання національного багатства та добробуту кожної окремої людини, соціально-економічного стану регіонів, галузей.

Маємо зауважити, що ті чи інші автори є представниками різних теорій економічного зростання, серед яких теорія чинників розвитку, виміру капіталу, тривалої стабільності, технічних нововведень і зростаючого попиту тощо. В згаданих теоріях існує ряд недоліків: вони розраховані на короткостроковий період, не враховують соціально-економічні передумови тощо. Аналіз розглянутих теорій економічного зростання засвідчує два моменти: тип економічного зростання залежить від рівня розвитку продуктивних сил і спроможності існуючої системи виробничих відносин ефективно використовувати переваги науково-технічного прогресу, визначати найбільш раціональне співвідношення між фондами споживання і нагромадження у національному доході та підрозділами суспільного виробництва.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування сутності соціально-економічного розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дані теорії склали основу більш пізнього розуміння сутності «економічного зростання». Економічне зростання є центральною проблемою оцінки ефективності будь-якої системи господарювання. В таблиці 1 наведено найбільш поширені визначення категорії «економічне зростання».

Таблиця 1

Визначення категорії «економічне зростання»		
№	Автор	Визначення (сутність)
1.	Л. Абалкін	Це постійне збільшення реального обсягу виробництва, що супроводжується покращенням технологічних, економічних і соціальних характеристик суспільства
2.	А. Добринін, Л. Тарасевич	Довгострокові зміни природного рівня реального обсягу виробництва, пов'язані з розвитком продуктивних сил на довготерміновому часовому інтервалі
3.	А. Філіпенко	Просте збільшення реального ВВП нації (країни) одного періоду в порівнянні з іншим
4.	О. Ожерельєв	Збільшення обсягів суспільного виробництва, розширення можливостей економіки задовольняти зростаючі потреби народного споживання і забезпечувати споживання у необхідних розмірах

Така розбіжність в розумінні економічного зростання відбивається і в різноманітних сучасних наукових дослідженнях. Деякі фахівці при цьому схильні ототожнювати поняття «економічного зростання» і «економічного розвитку». Такий стан справ обґрунтовує доцільність і необхідність чіткого визначення «економічного розвитку» і «економічного зростання».

Як зазначають З.В. Герасимчук і І.М. Вахович, категорію розвитку ототожнюють з такими суміжними їй поняттям як «зміна», «ріст», «рух», «відтворення», «еволюція», «трансформація» тощо [2, с.129-132]. В своїй роботі автори розмежовують ці категорії, здійснюючи їх порівняльну характеристику. Поняття «розвиток» згаданими вченими тлумачиться як «об'єктивний багатовимірний (через поступові перетворення) процес змін, який характеризується цілеспрямованістю, незворотністю, структурними і функціональними зрушеннями в певній системі, що призводить до покращення її якісного і кількісного стану». Дані фахівці запропонували класифікацію поняття «розвиток», що враховує: комплексність набору класифікаційних ознак; можливість кількісного (якісного) визначення ознаки; наукову новизну і практичну цінність запропонованих ознак класифікації. Передусім, автори розглядають класифікацію категорії «розвиток» за цілями на економічний, соціальний, екологічний, або в їх сукупності – сталий розвиток. Під економічним розвитком суспільства З.В. Герасимчук і І.М. Вахович розуміють здатність економіки довгий час знаходитися у стані відносної статичної рівноваги, забезпечуючи при цьому створення необхідних суспільству матеріальних благ і послуг для забезпечення потреб населення. Однією з основних умов стратегічного розвитку суспільства відзначено збереження природного середовища як сфери життєдіяльності людини, регенерація джерел ресурсів, необхідних для задоволення матеріальних і духовних потреб людини; такий тип розвитку дістав в економічній літературі назву екологічного [2, с.205-207].

У роботі Т.В. Пепа [3, с.278-300] зазначає, що стабільний ефективний розвиток регіону як суб'єкта господарювання залежить від передумов, які наявні в межах певних територій і, насамперед: від економічної цілісності території як основи господарського комплексу; характеру і рівня розвитку внутрішніх і зовнішніх економічних зв'язків; єдності економічних, соціальних і загальнополітичних завдань, що вирішуються на території регіону; можливості ефективного управління територією. Розвиток об'єкта – це його перехід із одного якісного стану в інший, який характеризується формою, направленістю,

джерелами, механізмом і пов'язаний із змінами внутрішньої структури як сукупності функціонально поєднаних між собою елементів.

Ми цілком згодні з автором в тому, що розвиток регіону є комплексним процесом, який охоплює зміни його економічної, соціальної, екологічної, просторової сфери і приводить до якісного його перетворення. Основною метою розвитку регіону, стабільного функціонування його господарської системи, трансформації регіональних економічних відносин, підвищення їх ефективності з врахуванням вимог об'єктивних економічних законів є забезпечення підвищення рівня життя населення [3, с.312-314].

М.П. Бутко дає наступне визначення: «Економічне зростання як економічна категорія характеризує гармонізовану взаємодію продуктивних сил і виробничих відносин у суспільстві, що обумовлює покращення кількісних показників розвитку, спонукає до поглиблення економічної діяльності, ділової та інвестиційної активності» [4, с.302]. Найважливішими критеріями економічного зростання автор вважає його інтенсивність, характер, ступінь і ефективність використання економічних ресурсів, вектори взаємодії регіональної, національної та світової економіки, юридичний чинник, базовий рівень, на якому ґрунтується економічне зростання. Узагальнення видів економічного зростання за даною роботою наведено на рис. 1.



Рис. 1. Класифікація видів економічного зростання

Як відмічають фахівці Б.М. Данилишин, Л.Г. Чернюк, М.І. Фащевський, стабільність або збереження пропорцій і темпів зростання є необхідною умовою процесу розвитку. Стабільність, як умова збалансованості, виявляється у збереженні відповідних пропорцій між основними складовими процесу комплексного розвитку економічного району. Мета збалансованого розвитку регіону – це ефективне господарювання із забезпеченням соціальних та екологічно комфортних умов життєдіяльності населення [5, с.135-136].

У своїх роботах з вивчення питань регіональної економіки З.С. Варналій серед сукупності цілей економіки одним з найбільш універсальних відмічає економічне зростання, що припускає збільшення масштабів виробництва, поліпшення якості товарів та послуг і, в

кінцевому рахунку, забезпечує підвищення рівня життя населення [6, с.407] З метою спостереження розвитку регіональної економіки автором запропоновано запровадити у регіоні систему моніторингу з використанням певних індикаторів (рис. 2) [7, с.505-508].

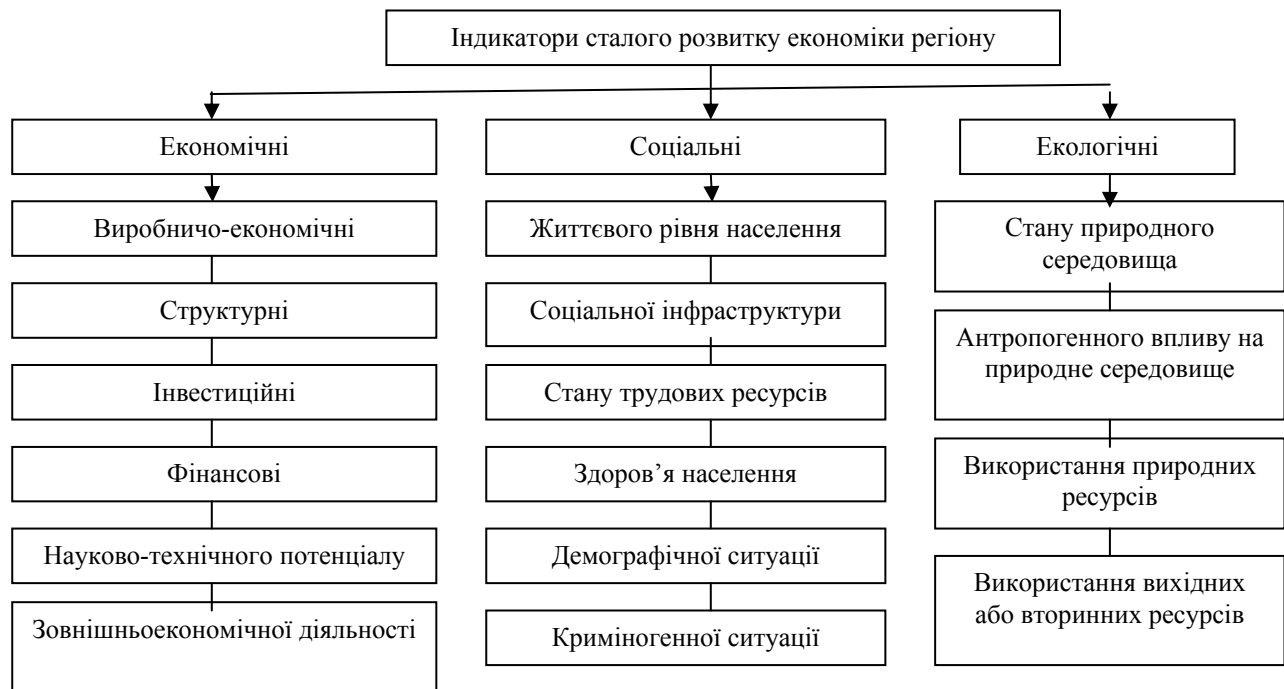


Рис. 2. Система індикаторів сталого розвитку економіки регіону

М.І. Долішній досліджує зміну чинників регіонального розвитку. Вченим зазначено, що старі детермінанти розвитку, в основу яких закладалась індустріалізація всіх територій та принцип інтенсифікації промислового освоєння їхніх ресурсів, себе вичерпали.

Вивчення еволюції факторів регіонального розвитку свідчить, що на попередніх етапах розвитку регіоналістики ресурси територій виступали основним чинником ефективності їхнього розвитку. Сьогодні ресурсний фактор автор вважає лише базовим фактором регіонального розвитку, на перший план висуває фактори, які зумовлюють активізацію економічної діяльності, розширення політичної, економічної та соціальної взаємодії між суб'єктами економічної діяльності, владою й народом та підвищення рівня добробуту населення. Світовий досвід доводить, що в ринкових умовах господарювання виграє не той, хто виробляє товари, а той, хто управляє їх потоками. За цих умов, як зазначає М.І. Долішній, метою регіонального розвитку стає збільшення капіталізації регіонів, яка передбачає зростання вартості активів, що знаходяться на території того чи іншого регіону. Концентрація капіталу відбувається там, де вартість активів є максимальною. Отже, насамперед необхідно визначити, які саме активи, що знаходяться в певному регіоні країни, можуть позитивно вплинути на рівень капіталізації та які саме регіональні утворення здатні замикати на собі потоки активів [8, с.105-109].

В.Н. Беленцов в своїх працях досліджує поняття «економічне зростання», «економічний розвиток», «розвиток економіки» та їх синонімічність. Економічне зростання розглядається як складова економічного розвитку, де критерієм, що розмежовує ці поняття, виступає розвиток технологічного способу виробництва де пропонується наступне трактування цих понять. Отже, економічне зростання - це кількісно-якісне задоволення суспільних потреб зростання, що закономірно ростуть, за рахунок власного виробництва в результаті накопичення ресурсів і науково-технічного прогресу; економічний розвиток - це кількісно-якісне задоволення суспільних потреб, що закономірно ростуть, за рахунок зростання власного виробництва в результаті розвитку технологічного способу виробництва; розвиток економіки - це кількісно-якісне задоволення суспільних потреб, що закономірно

ростуть, за рахунок зростання власного виробництва в результаті розвитку технологічного способу виробництва і соціалізації відносин економічної власності [9, с.47-54].

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, дослідження поглядів різних науковців дозволяє стверджувати, що економічне зростання переважно характеризує цілі економічної системи. Воно означає регулярне, стійке розширення масштабів діяльності певної господарської системи, в тому числі і регіональної, яка проявляється у збільшенні розмірів застосованої суспільної праці і виробленого продукту – товарів і послуг.

При розгляді економічного зростання головною є проблема кількісного і якісного розвитку виробництва і поліпшення його структури. Економічне зростання виявляється в конкретній динаміці кількісного збільшення і якісного удосконалення суспільного продукту й факторів його виробництва. Економічне зростання є необхідною, найважливішою передумовою, основною складовою економічного розвитку.

Поняття економічного зростання відображає передусім характер використання продуктивних сил суспільства. Більш осяжним і широким є поняття економічного розвитку. Поряд із характером використання продуктивних сил суспільства, воно включає й еволюцію економічної системи в цілому, зокрема всіх підсистем економічних виробничих відносин, у тому числі і соціально-економічних, як суспільної форми існування продуктивних сил. Розвиток передбачає якісні перетворення на основі економічного зростання.

Тобто розвиток можливий за умови збільшення масштабів виробництва (бажано більш інтенсивного), поліпшення якості товарів і послуг, покращення рівня життя населення. Саме розвиток має узгодити інтереси і цілі економічного і соціального зростання, визначити їх певні межі, вирішити суперечки.

Науково і практично обґрунтована система індикаторів соціально-економічного регіонального розвитку має сформулювати певні цілі зростання, побудувати їх ієрархію, визначити пріоритети.

Література

1. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли / Б. Селигмен. – М.: Прогресс, 1968. – 600 с.
2. Герасимчук З. В. Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону: [монографія] / З. В. Герасимчук, І. М. Вахович. – Луцьк: ЛДТУ, 2002. – 248 с.
3. Пепа Т. В. Регіональна динаміка і трансформація економічного простору України / Т. В. Пепа. – Черкаси: Брама-Україна, 2006. – 440 с.
4. Бутко М. П. Регіональні особливості економічних трансформацій в перехідній економіці / М. П. Бутко. – К.: Знання України, 2005. – 476 с.
5. Данилишин Б. М. Соціально-економічні проблеми розвитку регіонів: методологія і практика / Б. М. Данилишин, Л. Г. Чернюк, М. І. Фащевський // за ред. Б. М. Данилишина. – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – 315 с.
6. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: [монографія] / за ред. З. С. Варналія. – К.: НІСД, 2007. – 768 с.
7. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі XX-XXI століть: нові пріоритети / М. І. Долішній. – Київ: Наукова думка, 2006. – С. 105–109.
8. Беленцов В. Н. Економічне зростання, економічний розвиток або розвиток економіки? Критерії і основні показники / В. Н. Беленцов // Економіст. – 2005. – № 8. – С. 47–54.
9. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: [монографія] / за ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСВІТНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ

У статті надано обґрунтування структури та функцій інституту освіти в регіоні. Проведено аналіз формування та реалізації освітнього потенціалу Одеської області. Розроблено дієві рекомендації щодо вдосконалення його відтворення з метою підвищення конкурентоспроможності регіону.

Explanation of the structure and functions of an institute of education in a region has been given. The analysis of formation and realization of an educational potential of the Odessa region has been performed. The recommendations for improving reprocessing potential with the aim to increase the region's competitiveness have been worked out.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Із зростанням ролі людського капіталу освіта набуває статус одного з найважливіших чинників формування нової економіки і нового суспільства, стає первинною умовою росту інноваційної активності, конкурентоспроможності, економічного росту і досягнення стійкого розвитку. У країнах ОЕСР довгостроковий вплив збільшення на один рік тривалості освіти на економічні показники оцінюється в межах від 3 до 6%. Економічні моделі, в яких людський капітал розглядається як ендегенний чинник економічного зростання, показують, що більш освічені працівники більш ефективно використовують фізичний капітал, більш схильні до нововведень, швидше діляться новими навиками і знаннями з колегами, краще передають професійний досвід. Відмінності в рівні освіти стали великим фактором міжнародної і внутрішньонаціональної диференціації доходів [1, с.168].

В інноваційному табло ЄС перша група «драйвери інновацій» безпосередньо характеризує освітній процес і його результати. Це: частка випускників по природо-науковим і технічним спеціальностям на 1000 чол. населення у віці 20-29 років; частка населення з вищою і середньо-спеціальною освітою в чисельності населення у віці 25-64 років; широкосмугові лінії доступу в Інтернет на 100 чол. населення; частка населення, що бере участь у навчанні протягом всього життя (life-long learning) в чисельності населення у віці 25-64 роки; частка молоді у віці 20-24 років, яка має закінчену середню освіту.

При цьому доведено, що сам по собі високий освітній рівень населення не гарантує швидкого економічного росту. Україна є прикладом тому. Маючи високий, такий, що відповідає світовим стандартам освітній потенціал, країна втратила свої позиції на світових ринках високотехнологічної продукції. Такі явища як структурне і молодіжне безробіття в першу чергу свідчать про обмеженість системи освіти у формуванні інтелектуального потенціалу суспільства. Відомо, що одна з причин загальносистемної кризи національної економіки полягала в низькій затребуваності потенціалу інтелектуальною складовою громадського відтворення.

У кінці 80-х років у виробництво впроваджувалася лише половина наукових розробок і винаходів. До середини 90-х років цей показник скоротився ще в два рази і продовжує знижуватися. Це стало основою для усвідомлення нової ролі освіти в економіці, постановки завдання інтенсифікації відтворювального процесу інтелектуальної (інноваційної) складової, реформування системи освіти, наукової діяльності і економічної системи в цілому.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання реформування освіти як основи формування інтелектуального потенціалу країни, накопичення і ефективного

використання її інтелектуального капіталу піднімаються в наукових працях таких учених як В. Геець, Б. Данилишин, Л. Лісогор, Б. Маліцький, В. Семиноженко, Л. Семів та ін. Проте регіональна складова цієї проблеми досліджена недостатньо і обмежується переважно проблемою формування кадрового потенціалу регіону і підвищення ефективності взаємодії освіти з ринком праці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На тлі процесів децентралізації, комерціалізації і регіоналізації освіти, що відбуваються у світі, посилення ролі місцевої бази у формуванні конкурентних переваг встає завдання розробки комплексного підходу до проблеми активного включення регіонами наявного ресурсу знань в процеси їх економічного і соціального розвитку.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні структури і функцій інституту освіти в регіоні і розробці рекомендації щодо його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роль освіти у сучасному світі проявляється у виконуваних їм функціях, передусім, таких як трансляція знань, навичок і способів діяльності між поколіннями, формування і розвиток інтелектуального і творчого потенціалу суспільства для продукування і впровадження інновацій, соціалізація особи. Освіта виступає як один з ключових чинників соціалізації особи, що є по своїй суті процесом придбання знань.

Достатньо високий рівень масової освіти і відповідної йому культури є непорушною умовою цивілізованого «каркасу» будь-якої країни, так само як і умовою його відновлення при соціальних катаклізмах.

Освіта як громадська послуга задовольняє як індивідуальні потреби особи, так і соціальні потреби суспільства. Суспільство, яке дає своїм членам освіту, робить не «послуги», а реалізує діяльність по розширеному відтворенню свого існування в умовах, що нестримно змінюються. Послуги – конвенціональні, а утворення – екзистенціональні [2, с.263].

В. Геець у статті "Характер перехідних процесів в економіці знань" відмічає значущість як спеціалізованих (наукових) знань, так і повсякденних (буденних). Останні, на його думку, повинні "розвивати імунний захист від звикання до таких проявів, як аморальність, насильство, рутинну, песимізм, індиферентність, безцільність існування, що негативно позначаються на розвитку суспільства, породжуючи злочинність, тероризм, насильство та інші суспільні хвороби" [3, с.6]. Він вважає, що в сучасних умовах відбувається трансформація освіти в інститут, який в першу чергу формує соціальний порядок світосприйняття, на відміну від біологічного. У зв'язку з цим, відмічає він, буденне знання має не менш важливе значення, чим спеціалізоване, і, по суті, одне з них є необхідним, а інше достатньою умовою досягнення успіху в розвитку економіки.

Ключову роль тут відіграють мотиваційні чинники і наявність у широких мас населення можливостей отримувати спеціалізовані знання в цілях підвищення і свого соціального статусу, і здатності до високопродуктивної діяльності. При цьому внаслідок трансформаційних перетворень стимули і мотиви розширення бази знань значно змінилися (наприклад, з'явилися такі, як конкуренція), а можливості відносно здобуття не лише елітарної, але і звичайної освіти стали вужчими.

Система освіти є цілісним і багаторівневим інститутом, аналіз якого дозволяє виявити його багатоосновну природу. У системі освітніх установ регіону головними соціальними інститутами прийняти вважати школи, середні та вищі професійні учбові заклади, університети. Усі супутні ним інститути є своєрідною інфраструктурою системи освіти, яка має таке ж значення для її розвитку, що і виробнича інфраструктура для матеріальних галузей виробництва. До інфраструктури освіти, у першу чергу, відносяться культурно-освітні і культурно-освітні установи. Вони забезпечують рішення задачі культурного розвитку, розвитку творчого потенціалу, пізнавальних здібностей осіб, що навчаються в школах або вузах.

Другий вид інституціональних структур це метаструктурні освітні установи, і в першу чергу наука, завдання яких зводяться до формування культури наукового мислення і наукового дослідження, перенесення наукового, методологічного досвіду в учбову викладацьку діяльність. Наука диктує зміст професійної і гуманітарної підготовки.

Значний вплив на школи усіх типів і рівнів освіти здійснюють різні види мистецтва, спорт, ЗМІ і установи, що виконують функцію поширення, трансформації наукової, політичної, господарської, побутової та іншої повсякденної інформації.

Все більший вплив на освіту чинить релігія як чинник становлення культури в історії розвитку людської цивілізації. Останні дослідження вчених показують, що масове буденне знання у частині такої складової, як релігійна, має позитивний вплив на підсумки економічного розвитку. Вплив релігії на буденне знання проявляється у вихованні прагнення до працьовитості, сумлінності, аскетизму, що є базою ощадливості як основи формування ресурсів для фінансування розвитку економіки [4, с.7].

Важливою складовою частиною освітньої інфраструктури є організації і установи, пов'язані з обслуговуванням освітнього процесу в цілому (видавництва, учбово-інформаційні служби, побутовий сервіс і т.п.).

І, нарешті, особливе місце в системі освітніх послуг у суспільстві займає держава як найважливіший з усіх соціальних, політичних і господарських інститутів соціуму.

Згідно міжнародному рейтингу ВЕФ [5] у Одеській області сформовано досить високий освітній потенціал. По Індексу глобальної конкурентоспроможності (ІГК), область на тлі регіонів України, вибраних для оцінки (у дослідження були залучені 134 країни і 15 типових регіонів України), відрізняється досить сприятливою ситуацією у сфері освіти. За якістю початкової освіти, вона лідирує і займає 23 місце в загальному рейтингу ІГК; за кількістю учнів у початкових школах – 3-є місце після Києва і Закарпатської області. За складовою вища освіта і професійна підготовка – 3-є місце в національному рейтингу і 41 в глобальному, конкуруючи з Грецією. «Якість освіти» в області була оцінена вище, ніж в усіх інших регіонах країни, в міжнародному рейтингу вона зайняла 23 місце (на рівні Гонконгу). У якості глобальної конкурентної переваги області виступає значення індикатора «кількість учнів у середньо-освітніх школах», вона поступається тільки м. Києву (у міжнародному рейтингу 38 позиція).

Знижують конкурентні переваги області гірші, ніж у середньому по Україні, «показники доступу до мережі Інтернет в школах» (до системи Інтернет підключено лише 46% загальноосвітніх установ I і II рівнів акредитації) і «якість викладання математики і точних наук». У сфері професійної підготовки область демонструвала показники вище середнього по регіонах України.

Для більш повної оцінки якісних характеристик потенціалу освіти та ефективності його використання звернемося до даних маркетингового дослідження, проведеного Інститутом проблем ринку НАНУ в Одеській області в 2008-2009 рр., що охопило вищі навчальні заклади I-II та III-IV рівнів акредитації, установи системи середнього професійної освіти і ринок праці регіону.

У системі вищої освіти області при наявності великих обсягів підготовки (в 54 навчальних закладах і 19 їх підрозділах навчалось понад 150 тис. студентів) дублювався досить значний перелік спеціальностей, за якими на ринку праці існувала працевзбиткова кон'юнктура. Економіка, підприємництво і право у випуску 2007-2008 рр. займали значну частку по всіх рівнях підготовки (табл. 1). При цьому переважна частка випускників за працевзбитковими професіями здобувала освіту за рахунок бюджетних коштів, в т.ч. державного та місцевого бюджетів.

Зростаюче «перевиробництво» за спеціальностями, які мають попит у населення за відсутності на них попиту на ринку праці, зниження потреб природної і технічної освіти стало однією з причин істотного дисбалансу на ринку праці.

Таблиця 1

Доля випуску по основним напрямкам підготовки	
Напрямки підготовки	Доля випуску, %
молодших спеціалістів	
Природничі науки	1,0
Інженерія	29,3
Транспорт	21,0
Економіка та підприємництво	17,7
Медицина	13,5
бакалаврів	
Природничі науки	1,0
Гуманітарні науки	18,0
Право	15,0
Економіка та підприємництво	14,5
Транспорт	13,9
Культура та мистецтво	1,4
Медицина	0,1
Архітектура	2,0
Математика и інформатика	2,8
спеціалістів	
Архітектура	1,0
Культура та мистецтво	2,0
С/г, лісництво та риболовля	2,5
Соціальні науки, економіка та підприємництво	17,8
Право	19,4
Інженерія	25,4
магістрів	
Медицина	1,0
Архітектура	1,0
С/г, лісництво та риболовля	1,0
Право	14,4
Інженерія	13,6
Економіка та підприємництво	41,0

При цьому коригування у структурі та обсягах підготовки кадрів у навчальних закладах здійснювалися без урахування реальних потреб в них. У переліку напрямів підготовки спеціальності, безпосередньо пов'язаних з інноваційною діяльністю, виявлено не було.

У системі професійно-технічної освіти також мало місце значна невідповідність кількості випускників з наявними в області робочими місцями. У випуску були відсутні робочі професії, пов'язані з новими технологіями. Серед професій з найбільшою кількістю випуску в Одеській області були кухарі, слюсарі з ремонту автомобілів і оператори комп'ютерного набору при відсутності в регіоні дефіциту за цими професіями (табл. 2).

Уповільнена реструктуризація зайнятості також не сприяла змінам у системі підготовки кадрів.

Так, в 2006-2008 рр. найбільшу кількість робочих місць від загальної кількості їх створили фізичні особи в цілях заняття підприємницькою діяльністю (43,6%, 45,3%, 44,4% відповідно). Значна кількість робочих місць створена для найманих працівників у фізичних осіб-підприємців (35,9%, 36,2%, 35,8% відповідно). Юридичні особи створили найменшого

кількість робочих місць (20,3%, 18,3%, 19,6% Відповідно). При цьому робочі місця створювалися переважно у сфері оптової і роздрібної торгівлі, торгівлі транспортного засобу, послуг з ремонту (28756, 25367, 24217 робочих місць відповідно). Набагато менше їх було створено в оброблювальній промисловості і будівництві (8149, 6427, 5371 робочих місць відповідно).

І це очевидно, якщо проаналізувати структуру діяльності підприємств малого бізнесу, які переважно формують нові робочі місця.

Таблиця 2

Перелік професій з найбільшою кількістю випуску

№ п/п	Назва професії	Кількість випускників	% до загальної кількості випускників
1.	Кухар	739	9,2
2.	Слюсар по ремонту автомобілів	626	7,9
3.	Оператор комп'ютерного набору	576	7,2
4.	Тракторист-машиніст с/г виробництва	509	6,4
5.	Кравець	416	5,2
6.	Електрогазозварник	375	4,7
7.	Конторський службовець (бухгалтерія)	351	4,4
8.	Водій авто(мото)транспортних засобів	290	3,6
9.	Електромонтер по ремонту і обслуговуванню електроустаткування	251	3,2
10.	Маляр	243	3,1
11.	Слюсар-ремонтник	192	2,4
12.	Кондитер	187	2,3
13.	Штукатур	186	2,3
14.	Столяр-будівельний	175	2,2
15.	Закрійник	168	2,1

За період 2004-2008 рр.. попит на ринку праці на робочу силу збільшувався за всіма видами економічної діяльності, за винятком промисловості та будівництва. Спостерігалось зростання навантаження незайнятого населення на вільні робочі місця за професійними групами, що вимагає невисокого рівня освіти.

При цьому користувалися попитом і кадри вузької спеціалізації нової якості, випуск яких у регіоні був незначним.

Перенавчання та підвищення кваліфікації кадрів не було пріоритетним завданням для абсолютної більшості керівництва підприємств. За новими професіями в 2008 р. в промисловості було навчено 5,4% працівників, на транспорті і зв'язку – 3,7%. У сфері підвищення кваліфікації лідирували такі види діяльності як транспорт і зв'язок (12,4%), фінансова діяльність (9,6%), промисловість (9%), а також ті, в яких існує обов'язкова державна система підвищення кваліфікації, в тому числі : державне управління (11,5%), охорона здоров'я та соціальна допомога (8,2%), освіта (7%).

Таким чином, можна стверджувати, що освітній потенціал області затребуваний не повністю, зв'язок з господарським комплексом регіону практично відсутня, регіональна компонента підготовки кадрів виявляється дуже слабо.

Незважаючи на зростання витрат на освіту в системі вищої та професійно-технічної освіти, існуючі обсяги бюджетного фінансування є недостатніми.

У загальній структурі джерел фінансування установ вищої освіти державної форми власності, що взяли участь в опитуванні, найбільша частка належала населенню (табл. 3), тобто, частка учнів на комерційній основі в докризовий період була переважаючою.

Таблиця 3

Структура фінансування освіти в регіоні	
Джерела фінансування	Частка, %.
Держбюджет	40,9
Місцевий бюджет	3,6
Засоби фізичних осіб	55,4
Засоби юридичних осіб	0,1

Серед заходів, які, на думку опитаних, могли б підвищити ефективність системи освіти були зазначені: розробка стратегії управління освітою, що враховує регіональні особливості та пріоритети розвитку господарського комплексу регіону; формування в регіоні системи моніторингу та прогнозування потреб ринку праці; розробка заходів щодо сприяння зайнятості випускників навчальних закладів, створення нових організаційних форм у системі освіти; формування регіонального замовлення на підготовку кадрів; формування ефективної системи безперервної підготовки кадрів і профорієнтації; підвищення якісного рівня професійної підготовки, вдосконалення механізмів співпраці навчальних закладів з підприємствами регіону.

Завдання модернізації системи фінансування освіти та підвищення її ефективності розглядаються в числі найбільш актуальних. Очевидно, що для вирішення фінансових проблем освіти в регіоні необхідна розробка нових управлінських технологій та фінансових механізмів, у тому числі інституційних.

Значне місце в дослідженні було приділено проблемам взаємодії освіти і науки, науково-технічної та інноваційної діяльності вузів, виявленню комерційного потенціалу розробок вузівської науки та його реалізації.

Дослідження показало, що потенціал освіти в забезпеченні інноваційної діяльності регіону реалізується досить незначним чином. У багатьох вузах нематеріальні активи розглядалися адміністрацією як стратегічний ресурс їх розвитку, однак науково-педагогічний персонал далекий від такого сприйняття. Незважаючи на ствердження опитуваних про наявність в їхньому вузі стратегії управління інтелектуальною власністю, єдиний вищий навчальний заклад із числа, які взяли участь в опитуванні, в якому був спеціальний відділ, що займається питаннями інтелектуальної власності, – це Одеська Національна Академія харчових технологій (ОНАХТ).

Протягом 2008 р. в ОНАХТ було подано 106 заявок на об'єкти промислової інтелектуальної власності (у 2007 р. – 70), за останні 5 років – 206, за останні 10 років – 285, протягом року був зареєстрований 101 патент, в 2007 р. – 47, за останні 5 років – 174, за 10 років – 192. Високу патентно-ліцензійну активність проявила Академія будівництва і архітектури, де за останні 5 років було зареєстровано 40 патентів. А також Південноукраїнський педагогічний університет (відповідно – 21 патент), Одеський національний університет ім. Мечникова, де за останні 5 років зареєстровано 11 патентів, серед яких – 8 зарубіжних.

Проте зареєстровані патенти використовувалися переважно безпосередньо у вузах, і лише невелика їх частка передавалася іншим організаціям у вигляді ліцензійних договорів. Це відповідало загальній ситуації в Україні, коли частка реалізованих у господарстві об'єктів інтелектуальної власності, створених у вищих навчальних закладах країни, становить менше 1%, а охоронні документи вони отримують, головним чином, для підтвердження компетенції здобувачів вчених ступенів.

Лише ОНАХТ, активно взаємодіє з підприємствами і організаціями регіону, займалася впровадженням своїх інноваційних розробок, використовуючи при цьому самостійно сформовані механізми просування. Більшість, що брали участь в опитуванні респондентів, висловилися на користь необхідності формування в регіоні Центру трансферу технологій.

За рахунок грантів фінансувалася дуже незначна частка розробок вищих навчальних закладів регіону. Так, вперше в січні 2009 р. ОНАХТ увійшла до складу міжнародного європейського консорціуму 7 Рамкової програми ЄС FP 02-02 «біоактивні компаунди в традиційні продукти харчування Чорноморського басейну». Консорціум представив проект, розрахований на 3 роки, і включає у числі виконавців 13 університетів і організацій із 9 європейських країн

Виявлені проблеми, на нашу думку, є типовими для більшості регіонів країни. Виходячи з даних дослідження, вдосконалення відтворення освітнього потенціалу регіону вимагає розробки і впровадження комплексу взаємопов'язаних заходів та заходів, в числі яких реформування колишніх і становлення нових соціальних інститутів (ринку праці та ринку освітніх послуг, інституту соціального партнерства, інноваційної системи регіону та інше). У даному випадку інституційне середовище регіону виступає технологічною основою управління освітою та формування його інтелектуального потенціалу. Це стане можливим завдяки адекватній регіональній промисловій, науково-технічній, інноваційній, інвестиційній, соціальній політиці.

За кордоном питання проведення широкого спектру досліджень і створення нових технологій в освіті знаходяться у сфері інтересів, як держави, так і приватного сектора економіки. Часто економічно заможний університет представляє ядро регіональної інноваційної інфраструктури. У європейських країнах їх частіше підтримують органи місцевої, а не центральної влади. Однак в Україні рідко в якому регіоні за винятком м. Києва є вузи із традиційно високим науково-виробничим потенціалом та елементами інноваційної інфраструктури.

Світовою практикою напрацьовано також перелік механізмів фінансування освіти, багато із яких можуть бути взяті для впровадження у вітчизняну практику. Практично у всіх країнах спостерігається перехід від фінансування за рахунок бюджетних коштів до диференційованим неурядовим джерелам на основі договірних і контрактних відносин. В Україні в 2007-2008 навчальному році частка бюджетних коштів у підготовці фахівців склала 74,6%, коштів населення – 21,6%, кредитних ресурсів – 1,8%, грантів – 0,8%, коштів підприємств – 0,7%

Велика практика свідчить про величезну роль соціального партнерства у формуванні освітнього потенціалу регіону й розвитку усіх сфер, що визначають його функціонування. Так, наприклад, для системи професійної освіти соціальне партнерство як особливий тип взаємодії освітніх закладів з суб'єктами й інститутами ринку праці, державними і місцевими органами влади, громадськими організаціями, націлений на максимальне узгодження та реалізацію інтересів усіх учасників цього процесу, є природною формою існування.

Представляє інтерес розвиток партнерства на основі ендаумент-фондів (англ. endowment – фонд), які призначені для фінансування організацій соціальної сфери: освіти, медицини, культури. Фонди виступають у вигляді активів самого різного роду, отриманих з державних джерел усіх рівнів, від корпоративних і громадських організацій, а також в дар від приватних благодійників. Їх завдання – отримання прибутку за рахунок інвестування коштів і формування довготривалого джерела фінансування їх некомерційної діяльності. Це дає можливість забезпечити їх фінансову стабільність за допомогою одержання гарантованого доходу і, в свою чергу, стабільність дослідних програм і можливість залучення найкращих викладачів для навчання студентів, виплати стипендій, грантів та вирішення інших завдань [6, с.21-31].

У Росії, де ендаументи розглядаються як інноваційний фінансовий інструмент, вони почали формуватися з появою в 2006 р. Закону РФ «Про порядок формування та використання цільового капіталу некомерційних організацій» [7] у сфері вищої освіти, культури, спорту, початкової і середньої професійної освіти.

Розвиток ендаумент-руху в Україні потребує відповідного доопрацювання законодавства, а також активної просвітницької роботи в регіонах. Істотною перешкодою для впровадження даної форми фінансування є нерозвиненість фондового ринку країни.

Очевидно, що в основі стратегії соціально-економічного розвитку регіонів повинні стати задачі формування та прискореного розвитку їхнього освітнього та інтелектуального потенціалу. В якості вихідних принципів для розробки стратегії можуть бути наступні:

- створення в регіоні цілісного взаємоузгодженого освітнього простору, органічно поєднує усі форми навчання;
- активізація в регіоні процесів формування інноваційних освітніх траєкторій, покликаних забезпечити компетенціями, знаннями та навичками, необхідними для посилення конкурентоспроможності промисловості та бізнесу;
- якісне посилення ролі вузівської науки регіону у вирішенні завдань його соціального та економічного розвитку і постійне оновлення змісту освіти всіх його рівнів;
- формування системи адекватних мотивацій для висококваліфікованих фахівців усіх рівнів освіти;
- зміщення акценту з підвищення освітнього рівня та зростання наукових досліджень в напрямку активного використання результатів освіти та досліджень, які повинні вбудовуватися в місцеві програми соціально-економічного та галузевого розвитку;
- формування принципово нової функції установ освіти, покликаних організувати науково-технічне і кадрове забезпечення технопарків, техноцентрів, бізнес-інкубаторів, особливих техніко-впроваджувальних зон та інших елементів інноваційної інфраструктури регіону, що передбачає розвиток якісно нових типів системних взаємодій із суб'єктами регіонального інноваційного середовища;
- активний розвиток взаємодії усіх рівнів освіти з міжнародним освітнім співтовариством.

Висновки і перспективи подальших розробок. Підвищення конкурентоспроможності регіону при переході до інноваційної моделі економіки потребує трансформації всієї системи освіти регіону, її взаємозв'язків і взаємодії з іншими підсистемами економіки таї суспільства.

Формування та ефективне використання освітнього потенціалу регіону має бути в явній формі включено до числа стратегічних завдань регіональної соціально-економічної політики.

Для проведення оцінки розвитку освіти в регіоні необхідно розробити відповідну систему показників, які будуть відображати динаміку змін всіх соціальних інститутів, що функціонують в системі освіти.

Література

1. Minser J. Schooling, Experience, and Earnings / J. Minser. – N. Y., 2000. – 360 p.
2. Экономическая теория в XXI веке – 4(11): Институты экономики / под ред. Ю. М. Осипова, В. И. Сизова, Е. С. Зотовой. – М.: Экономист, 2006. – 432 с.
3. Геец В. Характер переходных процессов в экономике знаний / В. Геец // Экономика Украины. – № 4. – С. 4–14.
4. Геец В. Характер переходных процессов в экономике знаний / В. Геец // Экономика Украины. – № 5. – С. 4–14.
5. Отчет о конкурентоспособности Украины 2009. Навстречу экономическому росту и процветанию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.feg.org.ua.
6. Марцинкевич В. Целевой научно-образовательный капитал на Западе и в России (О собственности некоммерческих организаций) / В. Марцинкевич // МЭМО. – 2008. – № 4. – С. 21–31.
7. Закон РФ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» № 275-ФЗ от 30.12.2006 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2007/01/11/nko-kapital-dok>.

ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

У статті показано деякі аспекти фінансування системи вищої освіти у зарубіжних країнах. Проведено детальний аналіз та порівняння фінансової діяльності закладів освіти. Розглянуто досвід інших країн, джерела надходжень, а також витрати та управління ресурсами освіти.

The article shows some aspects of the financing of higher education in foreign countries. The detailed analysis of the financial activities of institutions education is provided. The experience of other countries, sources of revenue, expenditure and resource management education are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах трансформаційного періоду зростає роль освіти і науки в суспільному розвитку країни. США та європейські країни пройшли етап трансформаційних перетворень, тому аналіз стану фінансового забезпечення розвитку вищої освіти і науки є цікавим для України.

В останній час в багатьох країнах замінюється підхід, орієнтований на надання коштів навчальному закладу, підходом, при якому більше уваги приділяється безпосередній підтримці студентів. При цьому заклади продовжують отримувати кошти від держави, однак непрямым методом. Крім того, у закладах зберігається можливість отримання прямого фінансування з боку держави.

Такий шлях державного фінансування закладів освіти веде до конкуренції між ними за залучення студентів, більшої виборності в державному фінансуванні освіти. Зараз в багатьох країнах, особливо європейських, переважає фінансування безпосередньо закладів державою, проте все більше досліджуються можливості виділення державних коштів на освіту за рахунок студентів.

Розглядаючи питання про джерела фінансового забезпечення діяльності вищих навчальних закладів, не можна обійти увагою таке поняття теорії фінансового права, як «державні видатки».

Державні видатки як вид фінансової діяльності держави є методом здійснення її внутрішніх економічних, культурно-виховних, соціальних і зовнішніх функцій. У даному питанні необхідно вести мову про взаємозумовленість таких фінансово-правових понять, як «державні доходи» та «державні видатки». Об'єктом державних видатків є мобілізовані в розпорядження держави й органів місцевого самоврядування доходи, а метою фінансової діяльності держави – не отримання максимальної суми доходів як таких, а фінансування повсякденних потреб, пов'язаних із здійсненням своїх функцій. Такий підхід до визначення ролі державних видатків, їх пріоритетності існує і в зарубіжних державах [1, с.395].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретичним підґрунтям дослідження з питань моделей, підходів та перспектив фінансування коледжів та університетів стали роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених – економістів, відомих фахівців, таких, як Б. Кларк, Х. Строуп, В. Гармс, Дж. Гутрі, Л. Піерс, Д. Найт, Ч. Кватлебаум, Дж. Мак Кормак, В. Фулмер, Дж. Перкінс, Д. Вуд, І. Чейт, Д. Бок, І. Майбуров, Т. Шевальє, Ж.-К. Ейшер, В. Зубко, К. Корсак, В. Луговий, І. Кичко, С.Яременко, Л. Добровольська та ін.

Стаття присвячена таким аспектам фінансування системи вищої освіти як джерела надходжень, витрати та управління ресурсами освітніх закладів. Актуальність дослідження полягає в необхідності пошуку традиційних та нетрадиційних джерел фінансування

навчальної та науково-дослідної роботи у вищих навчальних закладах (ВНЗ). Набуття досвіду щодо фінансування різних типів освіти і того як функціонує освіта в її різноманітних формах має і матиме в майбутньому важливе значення при прийнятті управлінських рішень.

Метою статті є аналіз та порівняння фінансової діяльності закладів вищої освіти у зарубіжних країнах, вивчення питання чи є фінансова автономія засобом для вищих навчальних закладів вижити в середовищі, що змінюється. Основним підходом даного дослідження є вивчення взаємовідносин ВНЗ з державою та іншими зацікавленими сторонами.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Можна виділити два підходи до ролі вищих навчальних закладів.

При першому підході навчальні заклади ми розглядаємо як організації, які обслуговують інтереси суспільства і держави, а при другому – як комерційні підприємства, які надають послуги окремим особам (студентам), які в свою чергу використовують освіту з метою отримання додаткових доходів в майбутньому.

При першому підході всю або більшу частину видатків на освіту несе держава, а при другому підході – студенти. Останній варіант одержує все більш широке розповсюдження в умовах ринкових відносин.

Все ж таки «ринковий» підхід не є повною альтернативою «державному». Його скоріше потрібно розглядати як додатковий або допоміжний підхід.

Постановка завдання. Механізм прямого фінансування відрізняється в різних країнах. Виділення коштів відбувається по одному з трьох критеріїв: оплата за результатами, пряме фінансування по «видатках», на основі оцінок видатків на вході освітньої системи.

Оплата за результатами – як централізовано, так і децентралізовано (США). Система виділення коштів здійснюється за результатами роботи системи вищої освіти, зазвичай виділяють університетам кошти в залежності від плану випуску студентів і аспірантів [2, с.86].

Фінансування за результатами обов'язково базується на ефективності підготовки випускників. В цих системах необхідно ретельно контролювати якість підготовки.

Основна причина заінтересованості уряду в розробці технології фінансування «за результатами» - висока вартість підготовки випускників, неефективна робота навчального закладу, або що більш вірогідно, низький рівень студентів, які проходять через цю систему. Фінансування за результатами дозволяє уникнути неефективної роботи і отримати високі результати на одиницю ресурсу. Однак урядовий контроль не завжди веде до досягнення цих цілей [2, с.87].

У деяких державах, в яких освітня інфраструктура недостатньо розвинута, здійснюється пряме фінансування «по видатках». В більшості промислово розвинутих країнах, які розвиваються, фінансування виділяється на основі видатків на вході освітньої системи.

При цьому методологія, яка використовується для розрахунку вартості, робить важливий вплив на стимули навчального закладу.

Існує три підходи до використання методу, які можна спрощено зіставити з трьома механізмами фінансування.

Перший підхід – розробити кошторис по типах – зарплата, обладнання, обслуговування студентів (лінійний бюджет).

Другий підхід поділяє бюджет по центрах вартості – під цим розуміється окремих факультет або в деяких навіть окремих викладач, що відповідає за фінансування програм (програмний бюджет).

Третій підхід розбиває кошторис по видах діяльності, тобто на витрати на навчання і на дослідницьку роботу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання про джерела фінансового забезпечення діяльності вищих навчальних закладів є актуальним упродовж усього періоду існування вищої школи. Саме недостатній обсяг джерел фінансового забезпечення діяльності

освітніх установ можна вважати основною причиною розпаду вищої школи і науки.

Як важливий принцип бюджетного права зарубіжні юристи виділяють пріоритетність публічних видатків. Цей принцип є одним із основних критеріїв у розмежуванні публічних і приватних фінансів. Фінансове право, регулюючи публічні фінанси, визнає державні видатки, що спрямовуються на фінансування основних напрямів державної діяльності. Здійснення державою функцій не ставиться в пряму залежність від величини накопичуваних доходів, а тому, визначаючи в пріоритетному порядку обсяг публічних видатків, уряд обчислює відповідно до отриманих результатів розміри потрібних для фінансової рівноваги державних доходів [3, с.668].

Державні видатки, незалежно від їх напрямку, здійснюються на основі принципів організації: цільового спрямування коштів; максимальної ефективності використання, тобто забезпечення суспільно необхідного результату при мінімальних видатках; дотримання режиму економії; фінансового контролю з метою дотримання фінансової дисципліни.

Видатки на вищу освіту можна розглядати як видатки держави, що забезпечують здійснення вищими навчальними закладами їх основної діяльності (освітньої, наукової, тощо). Прийнятою є класифікація видатків на вищу освіту:

- видатки на забезпечення функціонування вищої освіти, зокрема на науково-методичне забезпечення, видатки з управління та реалізації суспільних заходів, на пряме бюджетне фінансування акредитованих освітніх установ як необхідну умову забезпечення конституційного права громадян на освіту;
- видатки на розвиток системи вищої освіти, на реалізацію державних програм розвитку вищої освіти й інших програм соціально-економічного розвитку;
- видатки на фінансову підтримку студентства. Кошти у формі стипендій, грантів, пільгових кредитів, встановлених чинним законодавством, надаються безпосередньо студентам або ж призначені для оплати освітніх послуг, житлово-комунальних, культурних, інших потреб в період навчання.
- Як основні показники, що визначають положення вищої освіти в різних країнах, в галузі фінансування, прийнято виділяти такі поняття:
- частка державних видатків на вищу освіту в загальному обсязі державних видатків;
- частка державних видатків на вищу освіту в загальному обсязі державних видатків на освіту;
- частка державних видатків на вищу освіту у валовому національному продукті;
- сума державних видатків на вищу освіту з розрахунку на одного студента.

Такий показник, як частка державних видатків на вищу освіту в загальному обсязі державних видатків становить у Нідерландах – 4,5 %; Бельгії, Данії – 3,6 %; Іспанії, Італії – 3,5 %; Росії – 2,0 %. Частка державних видатків на вищу освіту у валовому національному продукті: у Нідерландах – 1,8 %; Данії – 1,6 %; Ірландії – 1,4 %; Україні – 0,7 %. Сума державних видатків на вищу освіту з розрахунку на одного студента становить: у Данії – 9000 євро; Нідерландах – 8000; Люксембурзі – 7000 євро.

Наведені дані свідчать про відставання України від провідних європейських країн за даними показниками.

На відміну від країн Європи, у США розроблені та використовуються основні економічні показники для вищої освіти, які включають і стан її фінансування. Ці показники можуть бути корисними для виявлення змін, що впливають на розвиток вищої освіти, визначення конкретної дії цих змін на різні сектори вищої освіти й окремі вищі навчальні заклади. Перелік зазначених показників у США виглядає таким чином: валовий національний продукт; населення (випуск середньої школи, частка тих, хто вступає у вищі учбові заклади); робоча сила; бюджети штатів (асигнування штатів на вищу освіту, реальні асигнування штатів на вищу освіту (з урахуванням інфляції) у розрахунку на одного студента, частка дефіциту бюджетів штатів від їх загальних видатків); федеральний бюджет (асигнування з федерального бюджету на допомогу студентам, державні дослідницькі гранти та контракти, частка досліджень, що фінансуються безпосередньо університетами і

коледжами); добровільні пожертвування на вищу освіту (тенденції в обсягах пожертвувань за їх джерелами, частка пожертвувань, призначених на покриття поточних видатків вищих навчальних закладів і капіталовкладень).

У широкому сенсі основна мета фінансування – це націлити ресурси на досягнення специфічних політичних цілей. В історії вищої освіти США було кілька «сприятливих» для її розвитку періодів. Так, з прийняттям Закону Морілля (1862 р.) Конгрес США почав надавати допомогу штатам для вдосконалення певних галузей вищої освіти.

В історії вищої освіти США минулого сторіччя декада з середини 50-х до середини 60-х років була «золотою ерою» для зростання коледжів та університетів. Потік коштів з державних та приватних джерел уможливив зростання кількості студентів, розширення функцій університетів тощо. Відкрилися можливості вдосконалення матеріальної бази та залучення кращих професорів.

Сталося це тому, що збільшилася кількість абітурієнтів. У кінці цього періоду «буму» вищої освіти викладачі стали більше уваги приділяти управлінню закладами, а студенти – відповідності програм своїм потребам.

З початку 70-х років усе частіше поставало питання «а хто платитиме», адже проблема планування та реформування, ролі й напрямів розвитку все більше залежала від фінансової ситуації в навчальному закладі.

У 1980-х та 90-х рр. прийом у вищі заклади освіти зменшився на 10-20%. Менша кількість студентів означає більші витрати на 1 студента, що, у свою чергу, потребує підвищення плати за навчання, більших субсидій держави на студента, чи, навпаки, зменшення витрат на товари й послуги, яких потребують коледжі та університети.

Одним із чинників, що впливають на зарахування студента до університету чи коледжу, є його фінансова спроможність. Адже програми навчання іноземних студентів у США, як, зрештою, і в багатьох інших країнах, є свого роду великим комерційним проектом.

Звісно, що навчання в американському університеті чи коледжі є доволі коштовним з огляду на економічний стан пересічного українця. Адже вартість одного року навчання складає від 15000 до 40000 доларів США [4, с.214-222].

Вартість навчання залежить від багатьох чинників – регіону, рейтингу навчального закладу, навчальної програми тощо. Американські університети та коледжі можуть надавати фінансову допомогу в різноманітних формах. Це можуть бути гранти, стипендії, часткове чи повне звільнення від сплати вартості навчання.

Форми такої допомоги можуть залежати від багатьох чинників, однак загальний розмір пакету фінансової допомоги зазвичай залежить від того рівня, на якому навчається студент – переддипломного чи дипломного.

Багато університетів та коледжів США пропонують своїм студентам ще одну форму фінансової допомоги – позики. Кошти на позики надходять від приватних, контрольованих коледжами чи університетами фондів або, що буває рідше, від фінансових установ. Деякі схеми позик вимагають, щоб громадянин чи постійний мешканець США був співгарантом повернення позики.

Поступове впровадження ринкових відносин у сферу вищої освіти США супроводжувалося такими процесами: спочатку – підвищення конкурентоспроможності та якості вищої освіти, оформлення й наповнення альтернативних каналів фінансування, а вже потім – зменшення коштів державної підтримки [5, с.59-66].

Аналізуючи питання про джерела фінансування діяльності вищих навчальних закладів незалежно від структури держави видатки на вищу освіту мають покриватися з комбінації чотирьох джерел надходжень: батьків, студентів, платників податків і вищих навчальних закладів. Цей підхід характерний для США [6, с.120-180].

Джерелами фінансового забезпечення діяльності вищих навчальних закладів США є: кошти, що виділяються з бюджетів федерального, штату та місцевого; плата студентів за навчання та послуги; доходи від власної діяльності; пожертвування організацій і окремих осіб; відсотки від накопичень із спеціальних фондів; створених приватними організаціями й

особами.

В разі значного зростання набору студентів до державних університетів та коледжів, як правило, очікується, що більша частка коштів для забезпечення їх освіти надійде з державного казначейства. Якщо ж приватні коледжі розширюють свій набір, кошти для цього надходять із зростаючої частки подарунків, дарів, плати студентів.

Державна допомога вищим навчальним закладам у США сформувалася, скоріше, як результат необхідності, ніж вигоди, і зросла до своїх теперішніх обсягів зважаючи не тільки на визнання суспільством того, що освіта слугує національним інтересам, а й на тверде переконання, що розвинута освітня галузь є істотним поштовхом до національного розвитку.

Слід зазначити, що державні джерела фінансового забезпечення діяльності вищих навчальних закладів є і в провідних країнах Європи. У Великобританії видатки університетів покриваються майже на 80 % з державного бюджету. При цьому розмір субсидій безпосередньо залежить від того, як університети виконують приписи Міністерства освіти та науки.

Іншим джерелом фінансування британських університетів є дослідницькі ради, які фінансують навчання та дослідження, що проводяться студентами післядипломного навчання, викладачами університетів. Діяльність цих рад координується консультативним комітетом, підлеглим Міністерству освіти та науки. Якщо раніше університетам або окремим факультетам виділялася загальна сума на проведення дослідницьких робіт і навчальні заклади могли розподіляти її на свій розсуд, то в результаті реформ у Великобританії в останні роки здійснюється фінансування певних наукових тем, що розробляються конкретними виконавцями на конкурсних засадах.

Заохочуються суспільні з промисловими фірмами наукові дослідження, розробки, інші заходи, що забезпечують університетам дохід.

Проте провідну роль у джерелах фінансування вищих навчальних закладів відіграє плата за навчання, плата за користування лабораторіями, бібліотеками тощо. В цілому частка за навчання в прибутковій частині університетського бюджету зросла з 4,5 % у 1975 р. до 65 % у 2005 р.

Провідні навчальні заклади Німеччини фінансуються в основному з державних джерел. Основна частина коштів надходить у вищі навчальні заклади з бюджетів земель, а інші – з федерального бюджету. Федеральні асигнування призначаються перш за все для капітального будівництва, на розвиток, розширення діяльності вищих навчальних закладів.

Крім державних джерел фінансування вищої школи, у Німеччині є й позабюджетні асигнування, що надходять від німецького дослідницького товариства, різних фондів, приватних підприємств, які витрачаються в основному на наукові дослідження та відіграють важливу роль у технічних вищих навчальних закладах.

Певна частка позабюджетних джерел припадає на так звані колективні кошти вищого навчального закладу, що формуються з доходів від колективного майна, а також ряду фондів. Як правило, колективні кошти використовуються для проведення наукових досліджень, а також на соціальні потреби.

У Німеччині система вищої освіти поділена на два сектори. Один сектор охоплює університети, другий – Fachhochschulen (вищі професійні навчальні заклади, які нині прийнято називати університетами прикладних наук). Хоча кількість університетів не перевищує чверті загальної кількості ВНЗ (96 з 350 ВНЗ у 2000 р.), вони до цього часу домінують за кількістю студентів.

Якщо розглядати Німеччину в цілому, то вища освіта є значно децентралізованою системою. Однак на рівні окремих земель вища освіта належним чином централізована. Традиційно міністерства земель, які відповідають за вищу освіту, істотно впливають на законодавства, управління та фінанси.

Питання про фінансування вищої освіти перебуває, у першу чергу, в компетенції земель. Землі, окрім цього, у повному обсязі перекривають витрати, пов'язані з оплатою праці викладачів, іншого персоналу, а також з обслуговуванням будівель і обладнання.

У більшості земель прийнято нове законодавство про вищу освіту. У Німеччині діє дуже складна процедура переговорів про традиційні постатейні бюджети між окремими ВНЗ і міністерствами (Міністерством науки і освіти та Міністерством фінансів) відповідних земель. Процедура фінансування складається з декількох етапів. Спочатку ВНЗ повідомляє уряд землі про свої фінансові потреби через заявку, яка включається в бюджет. Повний бюджет відповідного міністерства обговорюється з іншими міністерствами і за результатами обговорення складаються пропозиції щодо бюджету, які уряд землі подає на розгляд парламенту.

Після того, як парламент схвалив бюджет, кошти розподіляються і витрачаються відповідно до потреб кожного ВНЗ – знову ж таки під наглядом уряду землі. Цей процес часто уповільнюється і переривається, Міністерство фінансів вводить додаткові обмеження, обумовлені реальною сумою коштів, або тимчасово обмежує витрати.

Складні, запутані та незрозумілі схеми постатейного бюджету дуже детальні й розділені на глави, групи статей і статті. Як правило, перерахування грошей із одного бюджетного року (який збігається з календарним) у наступний неможливе.

Невикористані фонди мають бути повернені міністерству, й інститутський бюджет на наступний рік буде відповідним чином зменшений. Як результат цього, ВНЗ часто витрачають невикористані гроші на що-небудь аби уникнути скорочення бюджету.

Існує дві групи формул. Одна – це формула прийому, по якій держава надає фонди закладу пропорційно кількості зарахованих студентів. Найбільш загальним підходом є множення загальної кількості на вартість одиниці. Такий підхід може поєднуватися з іншими формами виділення державних коштів.

Альтернативним методом визначення вартості є варіант дати можливість системи вищої освіти самій визначити вартість на основі конкуренції. Фондовий механізм, який замінює старі формули, потребує від закладів боротьби за фінансування – тобто за те, щоб навчати певну кількість студентів. Перемагає той, який запропонує найменшу вартість при відповідному рівні якості.

Теоретичні переваги такого підходу в тому, що він штовхає навчальні заклади на пошук додаткових коштів ефективного використання визначеної суми і, таким чином, кошти перетікають в ті області, які в стані більш ефективно здійснювати навчання. Крім того, замість нав'язування жорстоких стандартів по визначенню вартості всіх закладів тут підвищується гнучкість системи фінансування.

Цей підхід використовують розвинуті країни (Канада, Великобританія, Франція, Японія, Швеція, Норвегія) і деякі країни, які розвиваються (Китай, Нігерія).

В більшості країн, які розвиваються (Бразилія, Аргентина, Індія), і в деяких розвинутих країнах (Греція, Італія) фінансування здійснюється на договірній основі.

Договірне фінансування сприяє високому ступеню контролю уряду за системою вищої освіти в цілому, а також за деякими закладами. Що стосується непрямого виділення коштів, то через студентів фінансуються тільки заклади Чилі.

Взагалі всі країни, які використовують договірне фінансування, нав'язують високий рівень обмежень університетам. Заклади мають дуже мало автономії для контролю за прийомом, для внутрішнього розподілу фондів або для пошуку додаткових коштів фінансування із приватних джерел. Взагалі жодна із подібних систем з договірним бюджетом не використовує плату студентів за навчання.

Досвід зарубіжних країн переконує, що принцип кредитування населення з метою отримання вищої освіти успішно реалізується в зарубіжних країнах, наприклад у Франції ця система набула помітного розвитку. У Великобританії та Швеції освітянські кредити теж мають попит у населення. Цікавим є також досвід участі держави у частковому фінансуванні приватних навчальних закладів. Вивчення такої практики може бути корисним, а тому розглянемо організацію, роль і місце фінансово-кредитних коштів у системі освіти Франції, Англії, Швеції і США.

Для Франції характерним є постійне зростання витрат на освіту. Так, наприклад, із

1975 по 1992 р. вони зросли з 95,9 до 460,6 млрд. франків, у відношенні валового продукту є стабільними і коливаються від 6,4 до 6,8 відсотка. Зауважимо, що держава, окрім громадських закладів освіти, частково фінансує і приватні, але тільки ті, які співпрацюють із нею на основі контракту.

Відносно неглибокий перерозподіл участі у фінансуванні вищої освіти між державою і приватним сектором, який спостерігається всюди, маскує два важливих явища: рух до системи змішаного фінансування та зміну методів громадського контролю [7, с.85-94].

Головна роль у забезпеченні функціонування державної вищої освіти відводиться Раді фінансування вищої освіти в Англії та відповідним управлінням у Шотландії, Уельсі й Північній Ірландії. Роль Ради – подавати рекомендації Державному Секретареві з освіти Великобританії та розподіляти державні кошти фінансування університетів та коледжів. На Раду покладено також обов'язки контролювати якість навчального процесу та наукових досліджень, розвивати співпрацю університетів, зберігаючи їх автономію, розширювати як місцеву, так і міжнародну роль кожного університету, ревізувати ефективність використання коштів та державного фінансування.

На підставі вивчення літературних джерел можна зробити висновок, що кредитування освіти державними установами чи окремими галузями промисловості у Великобританії не проводиться. Освіта у вищих навчальних закладах платна, університети та коледжі, що функціонують економічно, незалежно регулюють вибір спеціальностей залежно від попиту інтересів вступників. Однак держава для підтримки деяких спеціальностей, переважно інженерних, практикує надання одноразової допомоги для вступників. Місцеві відділи освіти при меріях надають безпроцентні позички своїм студентам із поверненням після завершення навчання та працевлаштування або під час навчання.

Ця система позик введена Міністерством освіти у вересні 1990р. і залежить від можливостей студентів та їхніх батьків. Величина позик залежить від того, чи студенти живуть з батьками, чи навчаються в Лондоні, живучи поза домом, чи в інших місцях. Величина позик зменшується під кінець навчання.

Різні наукові, добродійні місцеві та міжнародні організації, а також окремі університети надають допомогу чи винагороду особливо талановитим студентам, що мають високу успішність у навчанні. Нормативних документів на одержання позики або допомоги у Великобританії не існує.

Окреме місце в системі вищої освіти Швеції посідає обов'язкове надання урядом країни з держбюджету матеріальної (фінансової) допомоги всім студентам вищих освітніх закладів, які цього потребують. Така допомога надається у вигляді грантів та кредитів. При цьому (що не підлягає поверненню) може становити до 30% від загального обсягу допомоги, кредит – близько 70%, фінансова допомога на навчання в обов'язковому плані індексується з огляду на інфляцію.

Повернення державної кредитної частини фінансової допомоги на навчання починається не пізніше, ніж через 6 місяців після одержання останнього паю кредиту разом із кредитними процентами, які дорівнюють 70% від встановленої Національним банком облікової ставки кредиту. Розмір частини кредиту, що повертається, залежить від щорічного доходу особи. Як правило, він становить близько 4 відсотка щорічного доходу.

Майже всі вищі навчальні заклади у тій чи іншій формі отримують від штату та федерального уряду пряму або непряму фінансову підтримку. При цьому значна частина бюджету державних вищих навчальних закладів формується, власне, за рахунок урядового фінансування. Іншими джерелами надходжень для громадських (державних) і приватних вищих навчальних закладів є плата за навчання, яка утримується із студентів, продаж товарів і послуг, приватні пожертвування та цільові субсидії, внески різних фондів.

За результатами досліджень використання досвіду Швеції в Україні могло б дати позитивні результати для освітньої галузі, розширило б можливості отримання вищої освіти, її доступність для широких верств населення.

Процес формування фондів фінансових ресурсів, із яких надається фінансова

допомога, можна назвати безперервним, оскільки поточні витрати на фінансову допомогу студентам за такою системою фінансуються за рахунок повернення позик тими, хто вже отримав освіту і працює. Тобто маємо своєрідну солідарну систему допомоги. Щоб така система сформувалася в Україні й функціонувала хоча б беззбитково, окрім законодавчого забезпечення, потрібні роки.

В Україні можна було б застосувати деякі елементи американської системи податкових пільг на освітні послуги, взявши за критерії визначення розміру таких пільг рівень доходу претендента чи його сім'ї та успішність навчання. Гранти і знижки в оплаті повинні застосовуватись як заохочення для найталановитіших студентів, а кредити – як забезпечення можливості здобути вищу освіту [8, с.50-54].

Отже, аналіз сучасного стану закладів освіти, їх фінансування свідчить, що для розв'язання проблем у цій галузі необхідно сформувати цілісну політику її розвитку. Головне завдання при цьому – оптимізація структури освітніх закладів, фінансових та кредитних джерел їх розвитку [9, с.53-59].

Висновки і перспективи подальших розробок. Що стосується західних моделей фінансування вищої освіти, то слід зазначити, що держава не обмежується тільки прямим фінансуванням вищої освіти. Приватні фірми беруть участь у державному субсидуванні навчальних закладів і студентів через систему оподаткування. Але існують інші специфічні можливості збільшення фінансування вищої освіти: введення спеціальних податків для потреб освіти, податок з товарообігу.

Якщо держава в даний час не здатна фінансувати вищу освіту в необхідних обсягах, то вона має створити умови, за яких вищі навчальні заклади здійснювали б свою фінансову діяльність у найбільш сприятливому економічному режимі.

На сьогодні існують вагомі причини для організації багатоканального (змішаного) фінансування сфери освіти. Наявність позабюджетних джерел фінансового забезпечення діяльності вищих навчальних закладів є ефективнішою, дає максимальний результат.

Таким чином, практика державного фінансування освіти не може бути сталою і незмінною, необхідність підвищення її економічної ефективності потребує вдосконалення всього фінансового механізму: податкової бази, нормативного визначення розмірів фінансування, системи міжбюджетних відносин.

Література

1. Воронова Л. К. Фінансове право України / Л. К. Воронова, М. П. Кучерявенко, Н. Ю. Пришва та ін. – К., 2009. – 395 с.
2. Гретлер А. Исследования в области образования в Европе / А. Гретлер // Перспективы. – 2000. – № 3. – С. 81–96.
3. Крохина Ю. А. Финансовое право России / Ю. А. Крохина. – М., 2008. – 668 с.
4. Грішнова О. Зарубіжний досвід фінансування освіти та перспективи його застосування в Україні / О. Грішнова // Наукові праці НДФІ. – К.: НДФІ, 2000. – Вип. 10–11. – С. 214–222.
5. Майбуrow І. Фінансування вищої освіти: «національні особливості» / І. Майбуrow // Вища школа. – 2005. – № 3. – С. 59–66.
6. Галаган А. И. Университеты в региональных экономических и управленческих структурах США, стран Западной Европы и Японии / А. И. Галаган. – М., 1994. – 128 с.
7. Шевальє Т. Фінансування вищої освіти: десять років змін / Т. Шевальє, Ж.-К. Ейшер // Вища школа. – 2005. – № 2. – С. 85–94.
8. Добровольська Л. М. Деякі аспекти державного фінансування вищої освіти / Л. М. Добровольська // Фінанси України. – 2003. – № 8. – С. 50–54.
9. Кичко І. І. Фінансування освіти в умовах формування соціально орієнтованої економіки / І. І. Кичко // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 53–59.

КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА В УПРАВЛІННІ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ

У статті розглядається проблема впровадження кластерної політики в практику управління регіональним розвитком туризму. Проаналізовано ключові умови ефективного функціонування кластерних моделей в регіональному туризмі, а також властивість мереж, альянсів та типи кластерної політики, що виділяються за способами її здійснення.

In the article the problem of cluster policy introduction is examined in practice of management regional development of tourism. Key effective operating of cluster models conditions in regional tourism, property of networks, alliances and types of the cluster policy, which are selected after the methods of its realization, are analyzed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах зростання конкуренції на глобальних, національних та регіональних ринках туристичних продуктів альтернативою існуючим організаційним утворенням в рекреаційно-туристичних комплексах можуть стати мережні альянси та туристичні кластери як результат кластерної політики в туристичній галузі та сусідської солідарності її підприємств. Регіональну кластерну політику, як новий інститут розвитку, необхідно сполучити з туристичною політикою держави.

Кластерна модель, як породження постфордизму, стає одним з базових інструментів організаційно-економічного механізму управління регіональним розвитком туризму, здатним значно підвищити конкурентоспроможність. У кластерах істотно зменшуються витрати, пов'язані з окремими видами діяльності, наприклад, закордонною комерційною діяльністю, спільним дослідженням ринку, маркетинговою діяльністю, участю у ярмарках і салонах, покращенням технології надання туристичних та курортно-оздоровчих послуг. Розробляються нові механізми диверсифікації туристичних продуктів (в спільних науково-дослідницьких центрах, лабораторіях), укладаються перехресні субпідрядні контракти між підприємствами одного і того ж регіону, що є зацікавленими у взаємодоповненні.

Незважаючи на зростаючу цікавість у наукових колах та підприємницькому середовищі до нових мережних систем, зокрема, кластерів та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також здійснену низку заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності України, її окремих регіонів та сфер економічної діяльності, кількість кластерів в Україні, на відміну від європейських країн, збільшується повільно. Затягування зі створенням і оформленням конкретних кластерів, як нам видається, пов'язане з організаційно-методичною невизначеністю формування інститутів управління кластером і відсутністю в регіонах чіткої кластерної політики. Актуальним в туристичних регіонах є впровадження кластерної політики у вигляді, насамперед, кластеризації регіональних рекреаційно-туристичних комплексів, інтеграції туристичних підприємств в регіональні туристичні кластери, стимулювання та підтримка кластерних ініціатив.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Прихильники кластеризації національної економіки, її галузевих та просторових сфер вважають, що кластери являють собою позитивні чинники розвитку, сприяють прискоренню інноваційного процесу, з яким пов'язані найоптимістичніші очікування нашої держави. Протягом останніх років в економічній науці зростає цікавість до нових мережних систем, зокрема, кластерів. Кластерний підхід в теорії просторової економіки збагачується суттєвими змінами й доповненнями, зокрема, пропонуються напрямки кластерної політики та кластерної ініціативи

в Україні (В.М. Геєць, В.А. Осколський, Л.Д. Масловська, В.І. Захарченко, В.М. Осіпов).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В існуючих в Україні концепціях щодо започаткування процесу формування інституційного середовища для реалізації кластерної моделі розвитку економіки присутні чотири види кластерів, в тому числі туристичний кластер, але на жаль, ці документи поки що не отримали схвалення Верховної Ради України. Туристична політика держави не достатньо зорієнтована на кластерну політику, яка має стати її новим інститутом розвитку. В підготовлених проектах стратегій розвитку регіонів та окремих сфер діяльності в національному масштабі поняття «кластер» вже позиціонується, але в діючому законодавстві кластер та його види, інституційне середовище їхнього функціонування досі ще не знайшли свого відображення [1, с.9]. Через відсутність достатнього інформаційного забезпечення, невірне та неповне розуміння принципів діяльності кластерних об'єднань, малі та середні підприємства недостатньо зацікавлені в об'єднанні у великі мережі по наданню туристичних послуг. Формування кластерної політики розвитку туризму потерпає також від відсутності інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю та депресивністю регіонів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження кластерного підходу та кластерної політики в управлінні регіональним розвитком туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. На Заході кластерна політика з'явилася у 90-х роках ХХ-го століття в умовах глобалізації, що стало у свою чергу наслідком інформаційно-технологічної революції, яка розпочалася у 70-х роках у США та дала імпульс інформаційним технологіям. Розповсюдження інформаційних технологій обумовило нову парадигму організації та управління, що отримала назву «постфордизм». На відміну від фордизму – ідеології концентрації та масового виробництва товарів і послуг, постфордизм – це розповсюдження гнучких форм взаємодії підприємств, пов'язаних ланцюжком формування додаткової вартості в мережах підприємств за рахунок їхньої сусідської солідарності.

Традиційно оптимізація підприємств у межах окремих територій розглядалася як взаємодія пов'язаних між собою підприємств та організацій, що використовували місцеві природні та економічні ресурси і умови, а також загальну схему розселення. Основною формою прояву такої оптимізації виступали територіально-виробничі комплекси (ТВК), а серед них: промислові ядра, промислові центри, промислові вузли, промислові райони, агломерації тощо. На практиці утворення територіально-виробничих форм організації господарства регіону – це складний і тривалий процес. Передумови створення нових територіально-виробничих форм господарювання свідчать про те, що для кожного окремого періоду економічного розвитку притаманні певні організаційні форми. Кінець ХХ століття висунув нову парадигму регіонального розвитку, оптимізації господарства: регіональна економічна політика із загальнонаціонального макrorівня переводиться на мезо- та мікрорівні, на стимулювання місцевої ініціативи, в тому числі на створення технопарків, зон підприємництва, технополісів, зон прикордонного співробітництва, підприємницьких мереж, кластерів тощо.

Мережні структури охоплюють безліч різноманітних організацій у різних сферах діяльності. Деякі дослідники характеризують сучасну національну економіку як мережну, як систему мереж. При цьому мережа розуміється як сукупність стійких контрактів або пов'язаних з ними відносин між людьми, суб'єктами господарювання та їх групами. У вузькому сенсі під мережею розуміються спеціальні організаційні структури управління локальною взаємодією в регіональній економіці, де головними елементами є підприємства, компанії, інші суб'єкти господарювання та зв'язки між ними. Взаємодія в туристичних, торгових, франчайзингових, фінансових, логістичних, інформаційних мережах може бути не тільки локальною, а й регіональною, міжрегіональною, загальнонаціональною, глобальною.

Ключовими умовами ефективного функціонування мереж є довірічі відносини і обов'язковість виконання угод (як формальних, так і неформальних). Дотримання цих, умов забезпечує різнобічний і стійкий характер організаційних, економічних, фінансових, інформаційних та інших відносин у мережі. Так, створюється база для прийняття учасниками мережі «взаємних зобов'язань» і сама мережа стає гарантією неухильного виконання

зобов'язань.

Найважливішою властивістю мережі визнається підвищений рівень взаємозв'язку і впевненості у виконанні угод. У мережних формуваннях складається особлива система керуючих впливів, для якої характерні горизонтальні зв'язки «з партнерами і своєрідний механізм координації, оскільки часто мережа є об'єднанням або взаємодією інтелектуальних ресурсів, орієнтованих на досягнення співпадаючих цілей учасників. Важливою особливістю деяких мереж є віртуальний за формою характер об'єднання. Відсутність жорсткої організаційно-правової форми не дозволяє державним органам управління регіональним розвитком застосовувати традиційні, формальні методи впливу на мережні формування. Горизонтальні відносини і свобода організаційно-правового оформлення визначають високу ефективність дій туристських мереж. Таким чином, сучасні туристичні мережі являють собою різноманітну сукупність розгалужених груп туристичного бізнесу, пов'язаних між собою складно переплетеними організаційними, інформаційними, економічними, фінансовими, та іншими відносинами, певним чином інтегруючими спільні дії.

Мережі виконують кілька взаємопов'язаних функцій, а саме: поширення загальнодоступної і конфіденційної інформації; рейтингування (ранжування) підприємств і формування репутації; встановлення довірчих відносин і зменшення ступеня невизначеності; надання взаємодопомоги на формальній та неформальній основах; зниження трансакційних витрат, пов'язаних із взаємодією з незнайомими партнерами. Мережі можуть бути відкритими й закритими залежно для інших суб'єктів ринкових відносин. Специфіка мереж полягає в тому, що кожна фірма приймає участь відразу в кількох різних мережах. А кожна з мереж може бути описана набором операціональних параметрів. Конфігурація кожної з мереж визначається такими параметрами, як щільність мережі, ступінь її централізації, сила ділових зв'язків, тіснота зв'язків, стійкість мережі, ступінь формалізації зв'язків. Все це чинить відповідний вплив на результативність функціонування конкретного мережного формування.

У даний час в економіці країни існує безліч мереж різних розмірів, конфігурацій і масштабів діяльності, що включають різноманітні види діяльності та варіанти їх поєднання; інтеграції та комбінування. Причому процеси мережної взаємодії мають тенденцію до різнобічного розвитку, адекватного сучасним умовам. Співробітництво в мережах передбачає участь не тільки суб'єктів туристичної діяльності, але й суб'єктів підприємництва суміжних областей, що обумовлено різноманітністю напрямків туризму й високим ступенем його чутливості до екзогенних факторів мезо- і макрооточення, дифузії інновацій. Залучення суб'єктів підприємництва суміжних сфер, хвильова природа інновацій, які розповсюджуються в найбільш конкурентоспроможних підприємствах, звичайно сконцентрованих в одному регіоні, призводить до перетворення мереж в те, що можна назвати кластерами (пучками). Відповідно до розробок і висновків основоположника кластерного підходу М. Портера, кластери – це співтовариства сконцентрованих за географічним принципом фірм тісно пов'язаних галузей, що взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного. Загальновизнаним вважається наступне тлумачення кластеру: «кластер – це мережа незалежних виробничих або сервісних фірм (включаючи їх постачальників), творців технологій, ноу-хау (університети, науково-дослідні інститути, інжинірингові компанії), зв'язуючих ринкових інститутів (брокери, консультанти) і споживачів, що взаємодіють один з одним в рамках єдиного ланцюжка створення вартості».

Зарубіжні економісти (М. Портер, М. Енрайт та ін.), вивчаючи географічні масштаби конкурентних переваг, дійшли висновку про існування регіонального кластера. Регіональний кластер – це географічна агломерація фірм, які працюють в одній або кількох споріднених галузях господарства. Сьогодні конкурують вже не окремі фірми і компанії, а регіональні кластери. При цьому конкурентоспроможність того чи іншого підприємства, що входить до регіонального кластеру, зазвичай, є похідною високої конкурентоспроможності кластера. У провідних державах світу регіональні кластерні моделі дали значний імпульс розвитку внутрішніх регіонів.

Процеси організації підприємств у кластерній моделі управління регіональним

розвитком, як новий вектор світової економіки, охоплюють вже понад 50% економік провідних країн. Так, у США налічується близько 400 кластерів, сфера діяльності яких охоплює широкий спектр послуг та переробних галузей промисловості. У Німеччині функціонують три з семи найефективніших світових кластерів високих технологій – Мюнхен, Гамбург, Дрезден. У Данії, яка на сьогодні є світовим лідером кластеризації, функціонує біля 30 провідних кластерів, які забезпечують понад 60 % експорту країни. Фінляндія, маючи 0,5% світових запасів лісових ресурсів, забезпечує понад 10% світового експорту продукції деревообробки, у тому числі 25% світового експорту якісного паперу. На світовому ринку телекомунікаційної продукції Фінляндія охоплює близько 30% продаж обладнання для мобільного зв'язку і майже 40% виробництва мобільних телефонів, що говорить про дуже високий рівень конкурентоспроможності фінських кластерів, які виробляють ці види продукції. Отже, в сучасних умовах висока конкурентоспроможність територій та країн тримається саме на сильних позиціях окремих кластерів, тоді як без них, навіть, розвинена економіка буде давати посередні результати. Цінність кластеру полягає не стільки в комплексності, скільки, по-перше, в наявності внутрішнього конкурентного середовища, оскільки він не є вертикально-інтегрованою компанією, а по-друге, – в наявності у нього сильних конкурентних позицій, здатних забезпечити конкурентоспроможність регіону на глобальному ринку. На світовому ринку регіональні кластери присутні як єдині агенти мережі та конкуренції, що дозволяє їм виступати на рівних і протистояти пагубним тенденціям глобальної конкуренції. Регіональні економіки, в яких відсутні кластери, не конкурентоспроможні на глобальному ринку в довгостроковій перспективі.

З точки зору діючого законодавства України в інноваційній сфері «кластер» підпадає під класифікацію «інноваційна структура». Порядок створення і функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів». Згідно п. 2 цього документу інноваційна структура – це юридична особа будь якої організаційно-правової форми, яка створена у відповідності з законодавством (вид А), або група юридичних осіб, яка діє на підставі договору про спільну діяльність без створення юридичної особи і без об'єднання вкладів її учасників (вид Б), з певними сферами діяльності і типом функціонування, орієнтованими на створення та впровадження наукоємної конкурентоспроможної продукції. У відповідності з п. 4 Порядку визначено, що ініціатором створення інноваційної структури можуть бути центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, організації незалежно від форм власності [1, с.11].

У туристичному кластері географічна близькість туристичних фірм та організацій розглядається як місце накопичення критичної маси людського й фінансового капіталів, природного, наукового, інформаційного, інфраструктурного й інноваційного потенціалів. В Україні створення туристичних кластерів здатне нейтралізувати недосконалість державної політики підтримки малого й середнього бізнесу. До туристичних кластерів входять: компанії з надання рекреаційно-туристичних послуг; постачальники спеціалізованих факторів, сервісних послуг; фінансові інститути; фірми допоміжних галузей; фірми, що працюють у низових галузях (збуту або споживання послуг); виробники супутніх послуг; спеціалізовані провайдери інфраструктури; організації, що забезпечують спеціальне навчання, збір інформації, проведення досліджень та надають технічну підтримку (такі як університети, курси перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо); інфраструктурні агентства, що істотно впливають на функціонування кластеру. Деякі туристичні кластери включають торгові асоціації та інші спільні структури приватного сектору, які підтримують членів кластеру. Можливі різноманітні варіанти структури та конфігурації туристичних кластерів.

Центром регіонального туристичного кластеру найчастіше буває кілька потужних компаній, що становлять його ядро, навколо якого концентрується велика кількість малих і середніх фірм, взаємодіючих і конкуруючих між собою. Ключовою особливістю кластерної форми туристичної економічної діяльності є формування складної комбінації конкуренції та

кооперації, які доповнюють одне одного в створенні сукупного інноваційного продукту на основі ефективного використання існуючих і нових знань, удосконалення форм і методів внутрішньомережевої співпраці. Внутрішня взаємодія у споживанні продукту туристичного кластеру пов'язана з конкуренцією, тоді як взаємодія із зовнішніми споживачами кластеру, як правило, ґрунтується на кооперації з використанням апарату постачання та розподілу логістичного єдиного вікна.

Використання кластерної моделі в управлінні регіональним розвитком туризму забезпечує значні переваги для регіональних органів управління, регіонального бізнесу, учасників регіонального туристичного кластеру. В контексті управління регіональним розвитком туризму завдяки впровадженню моделі туристичного кластеру: збільшується кількість платників податків й оподатковуваної бази (на відміну від вертикальних корпорацій, центри управління малим і середнім бізнесом, що входить до складу кластерів, як правило, знаходяться на тій же території, що і сам бізнес); впроваджується новий, зручніший інструмент для взаємодії органів місцевого самоврядування з бізнесом; збільшується кількість робочих місць; виникають умови для подальшої структурної перебудови економіки регіону; зростає інвестиційна привабливість регіону; підвищується соціальна, економічна та політична значимість регіону; покращується стан навколишнього середовища. В контексті розвитку туристичного бізнесу регіону переваги кластерної моделі мають такі складові: знижуються трансакційні витрати; поліпшуються можливості для результативнішого виходу на глобальні ринки; активізується інноваційна діяльність, з'являються нові знання; вдосконалюється і модернізується ринкова інфраструктура; стимулюється малий бізнес. Регіональний туристичний кластер – це не просто сума взаємопов'язаних підприємств, мережева взаємодія всіх його елементів і процесів. Створення, формування і функціонування регіонального туристичного кластеру завжди пов'язане з появою і проявом зростаючого ефекту, насамперед, синергетичного, який забезпечує кількісний і якісний ріст багатьох складових соціально-економічного розвитку регіону, що в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону в цілому. В Україні створення туристичних кластерів здатне нейтралізувати недосконалість державної політики підтримки малого й середнього бізнесу.

Для того щоб створювати і розвивати кластери в регіонах, потрібна активна кластерна політика, яка могла б забезпечувати зняття різних бар'єрів, з одного боку, і сприяти розширенню і зміцненню міжгалузевих і міжсекторальних зв'язків з іншого.

Державна кластерна політика повинна стимулювати ініціативу бізнесу на регіональному та місцевому рівнях. У такому випадку кластерна політика перетворюється на інструмент регіонального розвитку. Кластерна політика – це створення передумов для впровадження кластерних моделей, стимулювання та підтримка кластерних ініціатив, інтеграція кластерного підходу в стратегію управління регіональним розвитком.

Науковці розрізняють чотири типи кластерної політики за способами її здійснення: 1) каталітична кластерна політика – при цьому уряд зводить зацікавлені сторони (наприклад, приватні компанії та дослідницькі фірми) і надає їм невелику фінансову підтримку; 2) підтримуюча – в цьому випадку каталітична політика доповнюється значними інвестиціями в інфраструктуру і різні важливі сфери (освіта, професійне навчання, маркетинг та ін), що створюють сприятливе середовище для появи і розвитку кластерів; 3) директивна кластерна політика, що передбачає впливові дії держави в рамках програм трансформації економіки регіону шляхом створення кластерів; 4) інтервенціоналістська – коли уряд активно формує спеціалізацію кластерів за допомогою трансфертів, субсидій, стимуляторів і обмежувачів, а також контролює діяльність кластерів [2, с.79].

Означене підводить до судження про те, що в вітчизняних умовах можливе використання всіх чотирьох названих типів державної кластерної політики з домінуючими акцентами відповідно зі специфічними особливостями (структурою, рівнем спеціалізації і станом) економіки того чи іншого регіону. Активна кластерна політика в регіоні сприятиме формуванню різних типів кластерів (промислових, технологічних, наукових, бізнес-послуг,

туристичних, комбінованих). Аналогічні й інші об'єктивні передумови є по інших регіонах, проте до цих пір в українському економічному просторі офіційно не зафіксовано жодного кластеру, хоча відповідні групи підприємств існують, певним чином взаємодіють і неформально можуть розглядатися як певні попередники кластерної форми господарювання. Актуальними напрямками регіональної кластерної політики є: виявлення і моніторинг ситуації розвитку економічних кластерів на територіальному рівні, в тому числі виявлення структури кластеру, територіальної локалізації його окремих ланок, співфінансування аналітичних досліджень перспектив розвитку кластеру на зовнішньому ринку, оцінка впливу кластера на територію і соціальну сферу; формування комунікаційних майданчиків для потенційних учасників територіальних кластерів, в тому числі за рахунок їхньої інтеграції в процес розробки та обговорення стратегій регіонального розвитку, сприяння обміну досвідом між регіонами з формування кластерної політики; сприяння консолідації кластеру учасників (у тому числі через асоціативні форми), реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів, реалізація освітньої політики, узгодженої з основними представниками кластеру, забезпечення можливості комунікації і кооперації підприємств та освітніх установ; розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури в регіонах; формування інституціонального середовища для розвитку територіальних економічних кластерів [3, с.26].

У самих туристичних кластерах переваги полягають, насамперед, у: покращенні внутрішніх зв'язків і взаємодій, що знаходять відображення у більш гарантованому збуті туристичного продукту; підвищенні доступності фінансових ресурсів; скороченні певних видів витрат (на маркетинг, рекламу, підвищення кваліфікації кадрів, науково-дослідні розробки); вільному обміні інформацією, знаннями; динамічнішій дифузії інновацій по всіх каналах виробників туристичного продукту, постачальників і споживачів; появі нових умов для конкуренції та диверсифікації, розширення меж кластеру та масштабів його функціонування.

До того ж потрібні ринкові, інституціональні, структурні, організаційно-управлінські, інноваційні, суспільно-політичні передумови, що відображають: наявність нормативно-правової бази; зацікавленість і здатність органів управління регіональним розвитком в кластеризації туризму та рекреації; наявність стійкого попиту на туристичні продукти; наявність господарюючих суб'єктів, принципово зацікавлених у кластерній взаємодії; коопераційні зв'язки між потенційними учасниками; наявні інноваційні напрацювання; достатнього рівня домагань ключових власників і топ-менеджерів; забезпеченість фахівцями; відповідний розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури; націленість і готовність відповідної освітньої системи; громадська усвідомленість необхідності впровадження кластерної моделі; бажання і досвід співпраці регіональних органів управління з туристичним бізнесом тощо [4, с.123]. Для успішної реалізації обраної регіональними органами самоврядування кластерної політики повинні бути взаємопов'язані та узгоджені стратегія розвитку регіону та стратегії розвитку окремих кластерів [5, с.14]. У нинішніх умовах має бути досягнутий консенсус між діловими та адміністративно-управлінськими елітами щодо доцільності створення та розвитку кластерів. При цьому ролі та функції, які повинні виконувати органи самоврядування і бізнес при формуванні і функціонуванні кластерів, звичайно ж різні, але вони взаємодоповнюють.

Висновки і перспективи подальших розробок. З метою нормативного визначення поняття «кластер», формування інституційних передумов, активного впровадження кластерної моделі розвитку в Україні доцільно розробити методiku визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їх діяльності та статистичного спостереження для відображення об'єктивних показників кластерного розвитку в Україні. Для забезпечення процесу популяризації кластерної моделі розвитку необхідно створити методичні посібники з кластерного розвитку для різних сфер (в т.ч. туристичної сфери) та розповсюдити їх серед підприємців, навчальних закладів, громадських організацій та спеціалізованих установ підтримки підприємницької діяльності та розвитку регіональної економіки. З метою створення транскордонного туристичного кластеру залучати координаційні групи євро

регіонів з питань розвитку туризму, підрозділи органів місцевого самоврядування прикордонних регіонів України, туристичні бізнес-асоціації для формування групи лідерів, які в подальшому на туристичних ярмарках, виставках та комунікативних заходах в прикордонних регіонах України популяризуватимуть ідею створення транскордонного туристичного кластеру і формуватимуть його структуру, склад потенційних учасників. Зокрема до учасників транскордонного туристичного кластеру доцільно залучити туристичні підприємства, навчальні заклади, страхові та фінансові установи, транспортні підприємства, заклади розміщення та громадського харчування, туристичні та культурні об'єкти, громадські організації.

У річизі кластерної політики, що сприяє розвитку кластерних утворень регіонів, суттєво підвищується рівень конкурентоспроможності туристичної сфери депресивних регіонів; формуються переваги для підприємств; реалізується некомерційне партнерство; застосовуються різні схеми мінімізації оподаткування; підвищується ефективність взаємодії приватного сектора, органів місцевого самоврядування, бізнес-асоціацій, дослідницьких та освітніх установ в інноваційному процесі; оптимізуються господарські процеси; уніфікуються і вимоги до продукції та послуг в межах кластеру; створюється позитивна репутація кластеру на його учасників (колективний бренд), спільна дистрибутивна мережа.

Відбуваються зміни в регіональній економіці: підвищується рівень зайнятості; скорочуються виплати по безробіттю з місцевих бюджетів; розвиваються суміжні сектори в економіці та сфері послуг; збільшується податки баз регіону; удосконалюються традиційні й з'являються нові форми державного управління, здійснюється перехід від прямого втручання органів влади до управління за допомогою опосередкованих стимулів; зменшується безробіття; розширюються пропозиції на місцевих ринках туристичних послуг. Подібні опрацювання та обґрунтування є і по інших секторах і, сферах регіонального господарства, що обумовлює розширення рамок кластеризації економічної діяльності та заходів регіональної кластерної політики.

У подальших дослідженнях доцільно розробити методику визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їхньої діяльності та статистичного спостереження для відображення кластерної політики й об'єктивних показників кластерного розвитку в Україні. Реалізація регіональної кластерної політики вимагає дослідження процесів формування адекватних інститутів сприяння, до числа яких можуть бути віднесені агентства регіонального та муніципального розвитку. Вбачається, що рішення зазначених та інших супутніх завдань вимагає активної організаційної роботи, до участі в якій необхідно залучення органів управління регіональним розвитком туризму, представників бізнесу, науки, освіти, різних категорій регіонального співтовариства. Мова повинна йти також про необхідність дослідження реальної участі держави у формуванні кластерної організації туризму, визначення чіткої позиції уряду, органів місцевого самоврядування в області пріоритетних напрямів розвитку туризму в умовах глобальної конкуренції. Без підтримки уряду кластери, що формуються регіональною владою не витримують конкуренції, навіть, на внутрішньому ринку.

Література

1. Геец В. М. Трансформационные преобразования в Украине: переосмысливая пройденное и думая о будущем / В. М. Геец // Экономика Украины. – 2008. – № 5. – С. 7–16.
2. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации. – Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе [Ч. 1] / В. И. Захарченко, В. Н. Осипов. – Одесса: «Фаворит»–«Печатный дом», 2010. – 122 с.
3. Сілічева Н. Є. Інформаційно-аналітичний кластер, як шлях підвищення конкурентоздатності регіону / Н. Є. Сілічева // Науковий вісник. – 2008. – № 6 (62). – С. 23–29.
4. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: [навч. посіб.] / С. П. Гаврилюк. – К.: Націон. торгово-економ. університет, 2006. – 180 с.
5. Чужиков В. И. Модернизация региональной политики в ЕС / В. И. Чужиков // Экономика Украины. – 2007. – № 3. – С. 12–19.

ЯКІСТЬ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

У статті проаналізовано стан навколишнього середовища, динаміка і структура викидів шкідливих речовин в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення. Розглядається основні положення Кіотського протоколу до Рамкової конвенції ООН про зміну клімату та дається оцінка виконання Україною його зобов'язань.

In the article environment's condition, dynamics and structure of air emission of stationary pollutant sources are analyzed. The main principles of Kyoto's report to the United Nations Frame Conventions about climate changing are considering and implementation of its obligations by Ukraine is given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Якість навколишнього середовища є безперечною характеристикою якості життя людей у всіх країнах світу. Важливість цього питання обумовлена тими процесами, які відбуваються зараз у світовій економіці: процесами глобалізації та євроінтеграції, жорсткою конкуренцією на національних і зовнішніх ринках, врахуванням якості навколишнього природного середовища у системах управління якістю, системах екологічного управління, інтегрованих системах управління тощо. Станом на 31.03.2008 р. тільки 47 вітчизняних підприємств (за даними Реєстру Системи сертифікації УкрСЕПРО) мають чинні сертифікати на систему екологічного управління [1].

Екстенсивний тип розвитку економіки України обумовив нераціональне природокористування. Період становлення України як незалежної держави серйозно ускладнився екологічною кризою в нашій країні, тобто критичним станом взаємовідносин суспільства з природою. Без вирішення питань зменшення антропогенного тиску на навколишнє середовище та адаптації до цих змін перехід до сталого розвитку стає проблематичним. Техногенний тиск на території України у шість-сім разів перевищує рівень розвинених європейських держав [2, с.3]. Екологічна складова національної безпеки перетворюється на один з домінуючих чинників внутрішньої та зовнішньої політики держави. При цьому потрібно зважувати, що екологічні проблеми України частково обумовлюють екологічний стан всієї Європи. Виключно важливе значення для вирішення проблеми пом'якшення антропогенного впливу на зміну клімату має впровадження Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції ООН про зміну клімату. Підписання представниками 150 країн світу Конвенції, головною метою якої є стабілізація концентрації парникових газів в атмосфері на такому рівні, який не допускав би небезпечного антропогенного впливу на клімат, свідчить про надзвичайну важливість цієї проблеми для суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Останнім часом з'явилась значна кількість наукових праць, в яких висвітлені проблеми екологічної безпеки. Цим питанням присвячені дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Значний внесок у їх вирішення внесли Дж. Дейлз, Р.Коуз, Я. Міколаш, О. Амоша, О. Балацький, В. Борякин, З. Герасимчук, З. Дорогунцов, О. Шапоренко. У той же час окремі питання реалізації положень Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції ООН не знайшли достатнього висвітлення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Неможливість одностороннього розв'язання екологічних проблем будь-якою країною потребує пошуку шляхів, що забезпечують оптимізацію економічної діяльності національних економік, сприяють стійкому розвитку країн світу з урахуванням міжнародних стандартів. Тому

питання екологічної безпеки залишаються надзвичайно актуальними і потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження екологічних наслідків розвитку ключових секторів національної економіки, оцінка сучасного стану виконання Україною зобов'язань Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції ООН про зміну клімату.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світові тенденції щодо стану природного навколишнього середовища притаманні і Україні. Надмірна концентрація промислових підприємств та автотранспорту на території країни призвели до великого антропогенного навантаження на довкілля. Дві третини забруднювальних речовин, що потрапили у повітря припало на стаціонарні джерела забруднення промислових підприємств. Сьогодні шкідливі викиди у повітряний басейн країни здійснюють майже 11 тис. промислових підприємств України. У 2008 р. від них в атмосферу надійшло 4,5 млн. т шкідливих речовин, що на 6 % менше ніж у 2007 р. та майже у 2 рази менше порівняно з 1990 роком (рис. 1). Однак це відбулося не за рахунок технічного переоснащення виробництва, а за рахунок скорочення його обсягів, що в свою чергу було зумовлено спадом економіки.

Вуглекислий газ (CO_2), метан (CH_4), закис азоту (N_2O) та озон (O_3) відносяться до парникових газів прямої дії, оскільки вони безпосередньо викликають парниковий ефект. Хоча ці гази постійно виробляються в атмосфері природним чином, збільшення їх концентрації є наслідком виробничої діяльності та негативно впливають на атмосферний баланс.

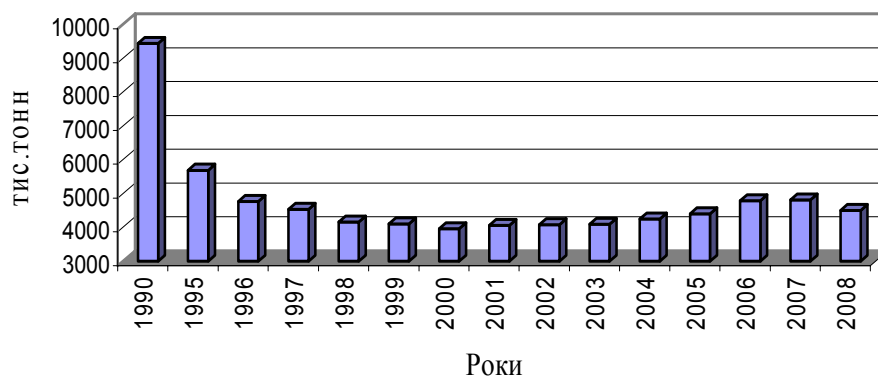


Рис. 1. Динаміка викидів шкідливих речовин від стаціонарних джерел забруднення, тис. тонн (розраховано на основі даних Держкомстату України [3])

Із загальної кількості викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря 20,0% належать до парникових газів та негативно впливають на зміну клімату. Зокрема, це метан (20,2 %) та оксид азоту (0,01 %). Крім цих речовин, в атмосферу надійшло 184,2 млн. т діоксиду вуглецю, який також впливає на зміну клімату (рис.2).

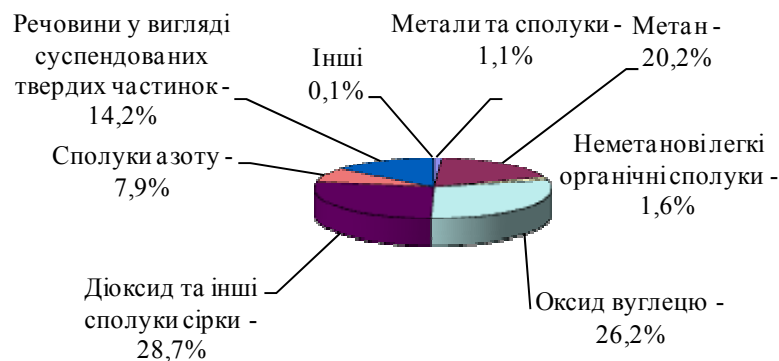


Рис. 2. Структура викидів шкідливих речовин в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення у 2008 році (розраховано на основі даних Держкомстату України [3])

Від роботи двигунів пересувних джерел забруднення у 2008 р. в повітря надійшло 2,7 млн. т шкідливих речовин, переважна частина з яких – це викиди автомобільного (90,1 %), залізничного (2,5 %), водного (0,6 %), авіаційного (0,5%) транспорту та виробничої техніки (6,3 %). У розрахунку на квадратний кілометр території України підприємствами було викинуто 7,5 т шкідливих речовин (у 2007 р. – 8,0 т), а на душу населення – 98,0 (у 2007 р. – 103,3 кг).

В окремих регіонах надходження шкідливих речовин в атмосферу значно перевищили відповідні середні значення по країні. Зокрема, у Донецькій області обсяги викидів у розрахунку на квадратний кілометр були більшими у 7,7 рази, а на душу населення – у 3,5 рази, Дніпропетровській – відповідно у 4,0 та 2,9, Луганській – у 2,8 та 2,5, Івано-Франківській – у 2,3 та 1,8. У м. Києві щільність викидів на 1 км² території перевищила середній показник по країні в 4 рази і становила 32,3 тонни.

До ключових секторів економіки, які впливають на викиди та поглинання парникових газів в Україні відносяться:

1. Паливно-енергетичний комплекс та його підсектори (електроенергетика та теплопостачання, вугільна промисловість, нафтогазовий комплекс, нафтопереробна промисловість).

II. Промисловість та її головні підсектори (гірничо-металургійний комплекс, хімічна промисловість, машинобудування та металообробка, промисловість будівельних матеріалів, харчова промисловість, інші галузі промисловості).

III. Будівельний комплекс.

IV. Агропромисловий комплекс.

V. Житловий комплекс та комунально-побутове господарство.

VI. Транспорт.

VII. Інші галузі економіки.

Якщо розглядати структуру викидів шкідливих речовин в атмосферу за видами економічної діяльності, то найбільші обсяги викидів мають підприємства переробної та добувної промисловості (відповідно 33,0 % і 21,0 %) та підприємства-виробники електроенергії, газу та води (37,0 %) (рис. 3).



Рис. 3. Структура викидів шкідливих речовин в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення за видами економічної діяльності у 2008 р. (розраховано на основі даних Держкомстату України [3]).

У галузевому розрізі до найбільш суттєвих джерел забруднення атмосфери шкідливими викидами відносяться галузі паливно-енергетичного комплексу, металургійна, хімічна та нафтопереробна промисловість, промисловість будівельних матеріалів та автотранспорт. В Україні автотранспорт характеризується низькою ефективністю двигунів, витрата палива в яких у 1,4-1,5 рази перевищують світові норми.

Таким чином, викид парникових газів на 1 км пробігу в країні значно вищий. Значні

обсяги викидів мають і галузі агропромислового комплексу, в якому потенційними джерелами викидів парникових газів є спалювання органічного палива, тваринництво, вирощування рису, застосування мінеральних добрив та діяльність підприємств харчової промисловості.

З метою оцінки зміни стану довкілля в Україні організовано його моніторинг. Постановою Кабінету міністрів України від 5 грудня 2007 р. № 1376 затверджено Державну цільову екологічну програму проведення моніторингу навколишнього природного середовища на 2008-2012 роки.

Управління якістю навколишнього середовища за допомогою ринкових механізмів активно використовується для вирішення глобальних і локальних екологічних проблем. Вперше вони були передбачені Кіотським протоколом, прийнятому в м. Кіото (Японія) у грудні 1997 р. як додаток до Рамкової Конвенції ООН про зміну клімату.

Кіотський протокол до Рамкової Конвенції ООН – міжнародна угода, яка передбачає стабілізацію викидів вуглекислого газу в атмосферу на рівні 1990 р., а потім поступове їх зменшення для запобігання зміни клімату нашої планети. Відповідно до протоколу для кожної країни встановлюється максимально допустима межа викидів. Всі розвинені країни та країни з перехідною економікою, які ратифікували цей документ, беруть на себе зобов'язання обмежити та зменшити викиди парникових газів у 2008-2012 роках.

На кінець 2009 року Протокол був ратифікований 181 країною світу, які є сукупно відповідальними за більш ніж 61,0 % загальносвітових обсягів викидів. Помітним виключенням з цього списку є США й Австралія, які підписали, але не ратифікували Кіотський протокол. Турція приєдналася до Кіотського протоколу тільки в червні 2008 р. під тиском країн Євросоюзу.

У грудні 2009 року у м. Копенгагені (Данія) відбулася чергова міжнародна конференція щодо зміни клімату. Представники 185 країн із 193 підписали угоду, в якій передбачається утримання глобального потепління в межах 2 градусів за Цельсієм до кінця ХХІ століття. Цього планується досягти за допомогою переходу до нових екологічно безпечних технологій, відновлювальних джерел енергії, а також через існуючі ринкові механізми скорочення викидів, що передбачені Кіотським протоколом.

Незважаючи на економічну та фінансову кризу Уряд країни приділяє багато уваги питанням екологічної безпеки та охорони навколишнього середовища. Україна підписала Рамкову Конвенцію ООН з питань зміни клімату у червні 1992 року, Верховна Рада України ратифікувала її 29 жовтня 1996 року. Згідно з міжнародними вимогами Україна стала Стороною Кіотського протоколу. У базовому 1990 році Україна займала п'яте місце серед країн, за кількістю викидів парникових газів. У 1998 році завдяки зменшенню викидів Україна перемістилася на 10 місце, їй передували Сполучені Штати Америки, Росія, Японія, Німеччина, Канада, Великобританія, Франція, Італія та Австралія. Реальні викиди України в атмосферу в 2008 р. становили 50 % обсягу 1990 року. Але навіть з таким зниженням, за викидами парникових газів Україна входить до двадцятки найбільших забруднювачів у світі, несучи певну відповідальність за негативні наслідки від зміни клімату.

Країни Протоколу визначили для себе кількісні зобов'язання щодо обмеження або скорочення викидів на період з 1 січня 2008 р. до 31 грудня 2012 року. Мета обмежень – зменшити за цей період сукупний середній рівень викидів 6 типів газів (CO_2 , CH_4 , гідрофторвуглеводи, перфторвуглеводи, N_2O , SF_6) на 5,2 % порівняно з рівнем 1990 року.

Кожна країна отримала межі викидів в атмосферу шкідливих газів. При цьому цільові показники для окремих країн різні: країни Євросоюзу повинні скоротити викиди на 8 %; Японія та Канада – на 6 %; країни Східної Європи і Прибалтики – в середньому на 8 %; Росія і Україна – зберегти середньорічні викиди в 2008-2012 роках на рівні 1990 року [4].

Тобто, для України дозволений рівень викидів парникових газів на 2008-2012 рр. – 100 % від рівня 1990 р. (для країн ЄС в цілому – 92 %, Японії – 94 %, Росії – 100 %). Країни, що розвиваються, включаючи Китай та Індію, обов'язків на себе не брали. Важливо підкреслити, що зараз мова йде тільки про 2008-2012 рр., а з 2013 р. буде

діяти нова угода.

Київський протокол – перший міжнародний документ, що використовує ринкові механізми для вирішення глобальних екологічних проблем, так звані механізми гнучкості. Основними інструментами, передбаченими Київським протоколом є:

- міжнародна торгівля квотами, згідно з якою держава або окремі господарюючі суб'єкти на його території можуть продавати або купувати квоти на викиди парникових газів на національному, регіональному або міжнародному ринках. Тобто, якщо країна не використовує на 100 % дозвіл на викиди парникових газів (квоту), то вона може продати її іншій країні. В реальності, країни що мають квоти (Росія, Україна, Білорусія, Польща, Румунія) досягли їх не за рахунок цілеспрямованої політики урядів, а за рахунок спаду та реструктуризації економіки після 1990 року. Екологічні організації виступають проти продажу таких квот, тому що на глобальному рівні це не призводить до додаткового зниження викидів парникових газів. Поки що Україна має резерв за квотами на викиди, але з підйомом економіки він швидко закінчиться;
- механізми чистого розвитку – проекти із зниження викидів парникових газів, які виконуються на території однієї із країн, що розвивається;
- проекти спільного впровадження - проекти із зниження викидів парникових газів, що виконуються на території однієї з країн повністю або частково за рахунок інвестицій другої країни.

Такі проекти є економічно вигідними обом країнам: підприємства, що приймають проекти отримують часткове фінансування за рахунок продажу знижень викидів, а країни (підприємства), що купують мають економічну вигоду, бо для досягнення аналогічного зменшення викидів підприємству потрібно було би докласти більших фінансових затрат.

Для забезпечення активізації виконання всіх умов, необхідних для повноцінної і ефективної участі у гнучких механізмах Кабінетом Міністрів України розроблено Національний план заходів щодо реалізації Київського протоколу до Рамкової Конвенції ООН. Цей план передбачає: створення національної системи інвентаризації викидів і поглинання парникових газів; створення системи обліку викидів і поглинання (реєстру) парникових газів; формування інфраструктури проектів спільного здійснення; розробку національної системи торгівлі викидами парникових газів; регулярну підготовку національних повідомлень; розробку національного і регіональних планів пом'якшення наслідків зміни клімату; створення бази даних екологічно безпечних технологій.

Впровадження політики зниження викидів парникових газів є головним завданням України за Рамковою Конвенцією ООН. Зволікання з розробкою та реалізацією Національної та регіональних планів запобігання зміни клімату підвищує ризик негативних впливів на українську економіку внаслідок зміни клімату.

Згідно з вимогами Київського протоколу Україна здійснила інвентаризацію викидів і поглинання парникових газів, створила національний реєстр викидів і поглинання парникових газів, щорічно подає в Секретаріат

Конвенції кадастри парникових газів. Міжнародне тестування (2007 р.) засвідчило, що Україна може стати потенційним продавцем квот на викиди парникових газів, це дасть можливість залучати фінансові ресурси і сприяти впровадженню сучасних енергозберігаючих технологій, передусім в ті галузі, які є головними джерелами викидів парникових газів. Оскільки Україна є одним із самих великих постачальників вуглецевих одиниць на ринок, то теоретично вона може продавати значну їх кількість, але перепорою є необхідність направляти кошти, що отримуються від продажу на фінансування заходів щодо скорочення викидів.

Провідні країни Євросоюзу, Японія і Канада виявляють зацікавленість щодо придбання українських квот. Україна змогла укласти тільки одну угоду щодо продажу квот на викиди парникових газів. Реалізувала свої умовні викиди в рамках Київського протоколу шахта ім. Засядько японській компанії, яка зараз приймає участь в модернізації виробництва на шахті.

У рамках Європейського Союзу діє своя програма торгівлі викидами, яка є значною міжнародною системою торгівлі викидами парникових газів. Ця програма поширена на 25 країн Євросоюзу. Високорозвинена Німеччина покупцем на ринку квот не буде. У країні давно і ефективно проводяться масштабні природоохоронні заходи. В той же час покупцями українських квот на викиди парникових газів можуть бути Іспанія, Італія, Люксембург, Бельгія, Австрія, у яких дефіцит квот. США поки що не ратифікували Кіотський протокол. Нині у них діє механізм так званих добровільних скорочень, а також реалізуються регіональні програми торгівлі квотами [5, с.5].

Національним планом заходів передбачена участь України в спільних проектах. Україна приймає участь у виконанні спільних програм з багатьма країнами, що приєдналися до Рамкової Конвенції ООН, серед яких:

- Канада;
- Нідерланди;
- Сполучені Штати Америки;
- Фінляндія;
- Швейцарія.

Проекти спільного впровадження – це проекти із зниження викидів парникових газів, що виконуються на території України повністю або частково за рахунок інвестицій другої країни.

Ці проекти окрім створення додаткового екологічного ефекту у виді скорочення викидів дозволяють залучати зовнішні фінансові ресурси в Україну. Особливе значення для країни мають механізми спільного впровадження для реалізації проектів з енергоефективності.

Слід підкреслити, що потенціал проектів спільного впровадження є додатковим до тих заходів, які Україна самостійно здійснює в межах реалізації Комплексної державної програми з енергозбереження. На практиці запровадження норм і правил гнучких механізмів ускладнюється внаслідок принципових відмінностей у позиціях різних країн.

Висновки і перспективи подальших розробок. Протягом останніх десятиріч в Україні різко погіршився стан навколишнього середовища. Суттєвий вплив на нього мають промислові підприємства через забруднення навколишнього природного середовища, що створює постійний техногенний тиск на довкілля. Орієнтовно рівень цього тиску в Україні за питомими параметрами перевищує показники розвинутих країн у декілька разів. А це створює загрозу екологічній безпеці в масштабах усієї держави.

Тому необхідно класифікувати за єдиною ознакою екологічної безпеки діяльність усіх промислових підприємств, ідентифікувати екологічно найнебезпечніші, визначити серед них пріоритетні для застосування першочергових заходів щодо зменшення їхнього шкідливого впливу на довкілля, прискорити розроблення і впровадження визнаної в усьому світі системи екологічного управління.

Література

1. Моніторинг впровадження систем управління якістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dssu.gov.ua>.
2. Бизнес готов сокращать вредные выбросы // Менеджер-эколог. – 2008. – № 9. – С. 3.
3. Обсяги викидів шкідливих речовин в атмосферу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Рамкова Конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_801.
5. Дідух Я. Глобальні зміни клімату. Що робити екологам? / Я. Дідух // Дзеркало Тижня. – 15.11.2008 р. – С. 5.

ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті сформульовано авторське бачення проблем екологізації діяльності підприємств харчової промисловості, а також розкрито пріоритетні шляхи їхнього вирішення. Автор формулює тезу щодо необхідності моніторингу екологічного впливу на довкілля певної ланки технологічного процесу.

In the article author vision of problems of ecologization of food industry enterprises activity is formulated and exposed main ways of their decision. An author formulates a thesis about the necessity of monitoring of ecological influence on the environment of certain link of the technological process.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Останнім часом до числа найважливіших факторів діяльності підприємств харчової промисловості входить екологічний фактор. Через надмірне забруднення природного середовища актуальною нині є проблема виробництва екологічно чистої консервної продукції, загалом екологізація консервного виробництва. Ця проблема змушує виробника приділяти підвищену увагу як якості сировини, так і санітарно-екологічним умовам виробництва харчових продуктів.

Аналіз досліджень і публікації останніх років. Інтеграція української економіки у систему міжнародних відносин вимагає дотримання певних вимог до екологічної безпеки виробництва і його впливу на навколишнє середовище. Сьогодення екологічна проблема є досить визнаною серед науковців, проте більшість досліджень торкається окремих інструментів екологічної політики, таких як екологічне оподаткування, екологічні інвестиції тощо. Ці питання досліджували А.І. Амоша, Б.В. Буркинський, С.К. Харичков [1, с.35-40], В.М. Боронос, І.В. Мамчук [2, с.53-58], Т.П. Галушкина [3, с.105-170], А.А. Садеков [4, с.24-97] та інші науковці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Стійкий розвиток, що поєднує економічне зростання і гармонійні стосунки довкілля і суспільства, є центральним моментом в сучасному підході до управління природокористуванням. При цьому рівновага економічних і природоохоронних інтересів має бути досягнута на рівні конкретного природокористувача – підприємства. Саме підприємство, що стійко розвивається, повинне забезпечити стабільне економічне зростання на макроекономічному рівні і збалансовані стосунки «продуктивні сили – довкілля».

Проте гострота проблеми забезпечення екологічної безпеки у всіх сферах людської діяльності вимагає більш поглиблених методологічних розробок, що створюють умови для комплексного вирішення соціально-економічного розвитку і завдань природокористування з врахуванням вимог ринкової економіки. Економіці нашої країни притаманний високий рівень ресурсомістких та енергоємних технологій, які завдають значну шкоду навколишньому середовищу.

Слід визначити, що для окремого підприємства, яке є найбільшим забруднювачем навколишнього природного середовища, більшість екологічних пропозицій переважно вирішують проблеми обліку і аналізу екологічних витрат, визначення збитку від забруднення, відсутні конкретні методики комплексного еколого-економічного аналізу діяльності підприємств.

Постановка завдання. Для плодоовочеконсервної промисловості основною проблемою є екологічний стан сировини, тому що від нього залежить якість консервів. У зв'язку з цим необхідно сформулювати концепцію проведення еколого-економічного аналізу

тих процесів, що одночасно забезпечують підвищення екологічної ефективності підприємства за умови досягнення його економічних і соціальних цілей.

Підприємства харчової промисловості є джерелами впливу на довкілля. Реалізація природоохоронних програм стикається як з техніко-технологічними і фінансовими проблемами, так і з організаційно-економічними і нормативно-правовими протиріччями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що на сьогоднішній день екологізація виробництва повинна зв'язуватися не лише з вирішенням проблем видалення і нейтралізації відходів, скільки із запобіганням їх виникненню.

В той же час екологічне вдосконалення технології має бути націлене на економію первинної сировини, яка поступає на виробництво. Досягти цієї мети можна в першу чергу впровадженням технологічних схем його комплексної переробки. При цьому вирішується завдання не лише економного витрачання сільськогосподарської сировини і зниження витрат виробництва, але і запобігання забрудненню довкілля технологічними відходами.

Найбільш важливими для консервних підприємств є наступні проблеми:

- зменшення техногенного навантаження на довкілля;
- обґрунтування стратегії забезпечення екологічної безпеки;
- визначення джерел фінансування природоохоронних заходів.

Загострення екологічної ситуації, зумовлене надмірним навантаженням довкілля, змушує підприємства до пошуку відповідних шляхів вирішення даної проблеми. Так, питомі витрати електроенергії та теплоенергії на виробництво овочів консервованих натуральних наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Питомі витрати електроенергії та теплоенергії на виробництво овочів консервованих натуральних на підприємствах Одеської області [5, с.134-136]

Показники	Роки			
	2005	2006	2007	2008
Питомі витрати електроенергії, Квт/рік	119,4	135,3	134,4	118,6
Питомі витрати теплоенергії,	1377,8	1165,3	1077,8	1044,5

Як можна визначити, в 2006 р. спостерігався скачок витрат електроенергії порівняно з 2005 р. на 13,3%. Витрати електроенергії в 2008 р. суттєво знизилися порівняно з 2007 р. (на 11,8%), що свідчить про проведені певні заходи. Щодо витрат теплоенергії, то спостерігається постійне зниження цих витрат.

Екологічні платежі та поточні витрати на охорону навколишнього середовища підприємств консервної промисловості згідно форми № 1 – „Екологічні витрати” на прикладі ВАТ „Одеський консервний завод дитячого харчування” наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Екологічні платежі ВАТ „Одеський консервний завод дитячого харчування”, грн.

Показники	Роки			
	2006	2007	2008	2009
Екологічні платежі				
Викиди в атмосферне повітря забруднюючих речовин	4240,0	1897,0	3141,0	1728,0
У тому числі:	3495,0	1373,0	2802,0	1541,0
від стаціонарних джерел				
від пересувних джерел	745,0	524,0	339,0	187,0

Поточні витрати на охорону навколишнього середовища				
Очищення зворотних вод	567124,0	612078,0	691805,0	1007663,0

Зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря більш ніж на 55% як стаціонарними так і пересувними джерелами забруднення є наслідком як застосування нових технологій очистки, так і зменшення завантаження виробничих потужностей.

Суттєвою проблемою підприємств консервної промисловості, яка торкається забруднення довкілля, є знос основних засобів (табл. 3).

Таблиця 3

Знос основних засобів підприємств консервної
промисловості Одеської області

Назва підприємств	Роки		
	2006	2007	2008
ЗАТ „Одеський консервний завод”	19,6	28,8	33,9
ВАТ „Одеський консервний завод дитячого харчування”	24,7	27,4	25,5
ЗАТ „Балтський консервний завод”	59,00	60,00	59,00
ЗАТ „Кодимський консервний завод”	27,00	25,00	31,00
ТОВ „Істок” (м. Білгород -Дністровський)	33,6	35,0	38,70

Як видно з таблиці 3 середній знос основних фондів є значним – від 25,5% у відкритих акціонерних товариствах до майже 59,0% у закритих. Використання застарілого обладнання з одного боку гальмує випуск якісної, конкурентоспроможної продукції, а з другого є одним із чинників надмірного навантаження на довкілля.

Щодо відходів виробництва, то у таблиці 4 наведений перелік відходів на ВАТ „Одеський консервний завод дитячого харчування” та сума витрат на зберігання та видалення відходів.

Таблиця 4

Відходи виробництва ВАТ „Одеський консервний
завод дитячого харчування”, т

Найменування відходів виробництва	Роки			
	2005	2006	2007	2008
Відходи паперу та картону		16,0	29,0	98,0
Відходи тверді побутові	58,0	58,0	58,0	58,0
Відходи деревини	2,0	2,0	2,0	2,0
Склобій покупний	3,0	3,0	1,0	2,0
Сировина полімерна вторинна	24,0	36,0	35,0	10,0
Витрати на зберігання та видалення відходів, грн.	6169,0	45333,0	45333,0	61324

Таким чином, можна визначити, що витрати на зберігання та видалення відходів на підприємстві у 2008 р. зросли порівняно з 2005 р. у 9,9 рази.

Кількість відходів є фактором, який безпосередньо впливає на величину собівартості. Наявність відходів та браку свідчить про недосконалість технології; збільшене, в порівнянні з необхідною речовою вимогою виробів, витрачання основних видів сировини і матеріалів. Невідшкодована величина технологічних втрат безпосередньо впливає на формування собівартості консервної продукції та побудову обліку витрат, оскільки щомісяця відноситься

на витрати основного виробництва, а отже, на виробничу собівартість продукції, що випускається.

Різноманітна технологія переробки сільськогосподарської сировини та великий асортимент виготовлюваної консервної продукції обумовлює використання різноманітних видів тари для її розфасовки. Різноманітність видів тари і способів пакування впливають на величину відходів та створюють проблему її утилізації.

Поруч із вище перерахованими проблемами харчової промисловості важливе місце посідає екологічні проблеми. Ця проблема має дві сторони:

- по-перше підприємства харчової промисловості утворюють складну екологічну ситуацію, тому що вони знаходяться, як правило, та мають низькі ступені захисту, переробки, очистки стічних вод, шкідливих викидів у повітря (харчова промисловість потребує великої кількості тепла для переробки);
- та з другого боку від харчової промисловості чекають високоякісних екологічно чистих продуктів, для виготовлення яких потрібна екологічно чиста сировина – що є великою проблемою для вітчизняного сільськогосподарського виробництва.

Тож виходить, що по-перше підприємства створюють важку екологічну ситуацію викидами шкідливих речовин у повітря, а також забруднена шкідливими речовинами вода попадає на поля та для зрошення і розчинені у ній речовини нагромаджуються у ґрунті.

Система платежів за забруднення навколишнього середовища в Україні має розгалужену структуру, яка містить збір за спеціальне використання природних ресурсів, збір за забруднення навколишнього природного середовища та збір за погіршення якості природних ресурсів.

Разом з напруженою екологічною ситуацією, що склалася, і задачами інститутів інфраструктури в процесі становлення ринкової економіки, недостатньою вивченістю проблем, необхідно

Висновки і перспективи подальших розробок. На наш погляд, вирішення існуючих на підприємствах консервної промисловості Одеської області проблем лежить у такому векторі:

- зменшити або усунути існуючий економічний збиток економіці, заподіюваний із-за забруднення підприємством довкілля;
- мінімізувати екологічні ризики для персоналу підприємства, населення і довкілля, включаючи споживані товари і послуги;
- зберегти робочі місця та забезпечити умови для екологічно стійкого розвитку економіки.

Формування методик комплексного еколого-економічного аналізу і діагностики підприємств дозволить надати дійсну оцінку ефективності еколого-економічної діяльності підприємствах консервної промисловості.

Література

1. Роль экологических факторов в выработке стратегии развития предприятий / [Амоша А. И., Буркинский Б. В., Харичков С. К., Андреева Н. Н. и др.] // Финансово-экономические проблемы промышленности. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. – С. 35–40.
2. Боронос В. М. Еколого-економічний аналіз структуризації показників виробництв / В. М. Боронос, І. В. Мамчук // Вісник СУМДУ. – 2006. – № 7. – С. 53–58.
3. Галушкина Т. П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика) / Т. П. Галушкина. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. – 280 с.
4. Садеков А. А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием: [монография] / А. А. Садеков. – Х.: ИНЖЭК, 2004. – 224 с.
5. Статистичний щорічник Одеської області за 2008 рік // за редакцією Т. В. Стоянова. – Одеса: Одеське обласне управління статистики. – 2009. – 593 с.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ В НАУКУ

У статті розглянуто застосування маркетингу в залученні інвестицій в науково-дослідні організації, а саме в «науково-виробничу корпорацію». Обґрунтовано важливе значення маркетингового блоку в системі керування НВК. Проведено аналіз середовищ функціонування НВК. Визначено основних конкурентів науково-виробничої корпорації.

Application of marketing in attraction investment in research organizations like the «scientific-production corporation» is reviewed. The importance of the marketing block in the management of SPC is well grounded. Data envelopment analysis was carried. Main competitors in the scientific-production corporations are identified.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Актуальність теми даного дослідження зумовлена необхідністю стимулювання інвестиційної діяльності на території України й залучення інвестицій у наукові дослідження й розробки. Залучення необхідного обсягу інвестицій в науку – стратегічна задача, для рішення якої необхідне вдосконалення управління діяльністю науково дослідницьких і дослідно-конструкторських організацій України на основі впровадження сучасних управлінських концепцій. Учасники інноваційних інститутів не мають у своєму розпорядженні достатній набір механізмів і інструментів для залучення необхідного обсягу інвестицій в науку. У сформованих умовах маркетинговий підхід в управлінні діяльністю наукових організацій може стати діючим фактором, що стимулює інвестиційну діяльність на території України.

Основною функцією маркетингу є формування й стимулювання попиту. Якщо завданням маркетингу для виробничого підприємства є створення таких товарів, які б знаходили збут, а завданням маркетингу в торгівлі – це, по-перше, запобігання закупівлі товарів, що не користуються попитом (і непрямий вплив на виробника), а по-друге, просування товарів, попит на які впав. То завданням маркетингу на інноваційному й дослідницькому ринку, з однієї сторони поєднує попередні завдання, а з іншої спрямовано на дослідження ринку інноваційної продукції, вивчення зовнішнього середовища підприємства й аналіз потреб покупців.

Маркетинговий підхід передбачає орієнтацію керуючої підсистеми системи менеджменту на споживача при рішенні будь-яких завдань. Наприклад, вибір стратегії фірми повинен здійснюватися на основі аналізу існуючих і прогнозування майбутніх стратегічних потреб у даному виді товару або послуг [1]:

- стратегічної сегментації ринку;
- прогнозуванні життєвих циклів майбутніх товарів;
- аналізі конкурентоздатності товарів своїх і конкурентів;
- прогнозуванні їхніх конкурентних переваг і механізму чинності закону конкуренції.

Виконання перерахованих функцій маркетингу – найбільш складна проблема управління. Маркетинговий підхід варто застосовувати при рішенні будь-якого завдання в будь-якому підрозділі інноваційного підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Аналіз статистичної звітності країн Європейського Союзу свідчить, що країни з найвищим відсотком відрахувань на наукові дослідження в Європі (Фінляндія – 3,48%, Швеція – 3,86%) належать до найбільш конкурентоздатних країн світу. Саме внаслідок суттєвих інвестицій в науку до 90 відсотків економічного розвитку ведучих країн світу досягається завдяки науково-технічному

прогресу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема залучення інвестицій в науку є однією з основних в Україні. Якщо на науку в країні виділяється менше 0,4% ВВП, наука перестає виконувати свою економічну функцію й знижується науково-технічний потенціал країни в цілому. Економіка країни за таких умов не в змозі конкурувати з провідними економіками світу [2, с.36].

Інвестовані в Україні кошти держбюджету в наукові дослідження в 2008 році склали близько 0,3% від ВВП (при загальних витратах близько 1% ВВП) [3], що значно менше рівня відповідних інвестицій у країнах Євросоюзу, США і Японії (від 1,8% до 4% від ВВП). Лише тільки при рівні фінансування науки в Україні в 1,7% ВВП (внаслідок значної тінізації економіки) вона почне виконувати свою економічну функцію [4, с.17].

Постановка завдання. Мета даної роботи: вивчити вплив маркетингу на залучення інвестицій в науку за допомогою такого інноваційного підприємства як «Науково-виробнича корпорація».

Виклад основного матеріалу дослідження. Подальший розвиток наукомістких виробництв в Україні вимагає істотних фінансових впливів в науку й НДДКР, які є одними з найбільш прибуткових видів інвестицій.

У зв'язку з цим, було запропоновано створення об'єднання «науково-виробнича корпорація» (НВК), стратегічним засновником якого є вищий навчальний заклад і до складу засновників якого входять виробничі підприємства, кредитно-фінансові установи, венчурні компанії та ін. Завданням НВК є виконання наукових досліджень і реалізація інноваційних проектів. Одним з видів інвестування в дані дослідження й розробки буде фінансування за рахунок замовника, тобто фірми або компанії, що має потребу в інноваціях.

В сучасних умовах українські бізнес-структури не в змозі включити в собівартість продукції, робіт і послуг витрати на НДДКР, впровадження сучасних розробок і технологій. Тому даним компаніям буде більш вигідно укласти договір з НВК на розробку нововведень. Тим самим НВК, будучи симбіозом ВНЗ, НДІ й виробничого підприємства, залучає інвестиції в науку [5, с.1006].

Для підвищення ефективності функціонування НВК у ринковому середовищі необхідне застосування маркетингових методів.

Маркетинг науково-виробничої корпорації – це специфічний вид творчої управлінської діяльності, що ґрунтується на комплексному організаційно-економічному аналізі, прогнозуванні попиту й можливостей його задоволення, а також рекламі послуг, що надаються НВК, інтелектуальної продукції й сервісу. Кінцевою метою є адаптація інноваційного підприємства до об'єктивних змінних потреб суспільства й запитам конкретних категорій (груп) споживачів (тобто поточній кон'юнктурі ринку), спрямоване стимулювання попиту на відповідні інноваційні проекти й супутні продукти й послуги.

Провідна роль маркетингового блоку в управлінні науково-дослідною діяльністю.

Маркетинговий блок управління має важливе значення в загальному технологічному ланцюгу діяльності науково-виробничої корпорації як ініціативно господарюючого суб'єкта. НВК на своєму рівні може приймати досить широке коло організаційних і економічних рішень, безпосередньо взаємодіяти з різними державними й недержавними підприємствами, установами, організаціями, а також окремими особами в рамках ринку науково-дослідних послуг і продукції, який розвивається.

Маркетинговий блок відіграє чільну роль у системі управління НВК, тому що він може визначати діяльність її різних підрозділів: від етапу первісного виявлення пріоритетних груп обслуговування й потреб фірм-клієнтів до контролю ступеня їхнього задоволення. Маркетингові дослідження ринку інновацій починають (пошук, вивчення, сегментація, діагностика з урахуванням ресурсної бази) і завершують (аналіз, оцінка результатів) певний цикл діяльності НВК.

Завдяки методам маркетингу може виконуватися зворотний зв'язок НВК зі споживачами інноваційної продукції, тобто можливе підтвердження, коректування або зміна

лінії діяльності науково-дослідних проектних груп з урахуванням накопиченого досвіду й побажань споживачів.

Маркетингові дослідження для НВК відіграють важливу роль як мінімум у двох напрямках: по-перше, вони необхідні для фірм клієнтів які звертаються в НВК (як надання послуги), по-друге, вони необхідні безпосередньо для самої НВК для залучення інвестицій в інноваційні проекти з боку фірм-клієнтів. Тобто дані дослідження повинні бути спрямовані в першу чергу на вивчення попиту на інноваційну продукцію.

Важливе значення для аргументованого прийняття організаційно-управлінських рішень в НВК мають діагностичні й прогностичні маркетингові дослідження. Вони дозволяють комплексно вивчати основні ринки для створення інноваційних розробок, предметно оцінювати ресурсні можливості, аналізувати фактичний і планувати потенційний попит на інноваційну продукцію (послуги) і супутній сервіс.

У зв'язку із цим відзначимо, що НВК виступає на трьох основних ринках придбань (фінанси, персонал, наукові розробки) і на одному комплексному ринку збуту (інноваційних і супутніх продуктів). Дана обставина визначає специфіку маркетингових досліджень у сфері НВК, їхню кон'юнктуру орієнтацію (у тому числі вивчення ієрархії мотивів, переваг і потреб фірм-клієнтів; їх відносини до такого роду співробітництва з НВК; аналіз практики діяльності установ-конкурентів та ін.).

Маркетингові дослідження, у ході яких формується масив первинної інформації, коштують досить дорого й повинні носити цільовий характер. До найпоширеніших варіантів цих досліджень відносяться: опитування (письмове та усне; стандартизоване й нестандартизоване інтерв'ю та ін.), спостереження (включене, невключене, польове, лабораторне, систематичне, випадкове та ін.), експеримент, тестування й т.п.

Визначальну роль у маркетингових дослідженнях грає аналіз середовища, у якій перебуває НВК. Вона функціонує як мінімум у трьох середовищах: макрооточення, безпосереднє оточення й внутрішнє середовище (рис. 1).

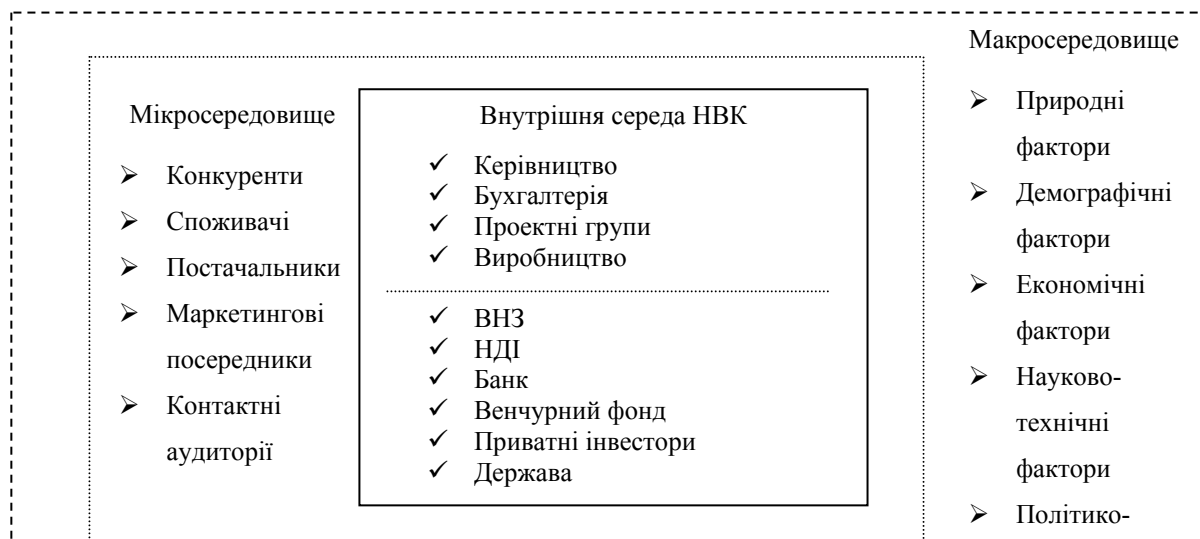


Рис. 1. Основні фактори середовищ функціонування НВК

До провідного методу аналізу кожного з середовищ організації відноситься SWOT-аналіз-аббревіатура з перших букв англійських слів – сили, слабості, можливості й погрози. Експрес-опис SWOT-аналізу такий: конкретизація переваг і недоліків у роботі НВК, на підставі чого визначаються можливості й погрози діяльності підприємства. Даний аналіз допомагає виявити й підсилити конкурентні переваги й внести зміни в слабкі позиції [6, с.123]. Центральне місце в проведених НВК маркетингових дослідженнях приділяється, як ми вже відзначали, споживачам. Це дозволяє виявити профіль тих, хто потребує її послуги й продукцію; визначити найбільш прийнятні асортименти пропонованих підсумкових продуктів і їх можливий обсяг; проаналізувати переваги цільового ринку.

Дослідження зовнішнього середовища НВК за допомогою маркетингового інструментарію припускає також вивчення можливих партнерів (постачальників необхідної продукції й устаткування), конкурентів і інноваційного ринку України в цілому.

При відборі потенційних постачальників НВК повинна звертати увагу на їх конкурентоздатність, включаючи рівень спеціалізації, вартість переходу на інші ринки, концентрацію на роботі з певними клієнтами, величину обсягу фактичних продажів та інші показники. Що стосується можливих конкурентів НВК (технопарків, венчурних фондів та ін.) [7, с.246], то вони можуть "відтягнути" на себе частину необхідних НВК ресурсів (у тому числі бюджетних асигнувань), відволікти увагу потенційних клієнтів, знизити вплив на займаному сегменті ринку. Однак вони абсолютно й повністю не зможуть замінити НВК, тому що вони або спрямовані на забезпечення інноваційної діяльності малого бізнесу, або орієнтовані на реалізацію інноваційних проектів середнього рівня ризиків, а не на серйозні інноваційні проекти й інвестиції в науку, хоча й можуть виконувати певні функції схожого характеру.

У кожному разі, аналіз усіляких конкурентів у маркетинговому контексті дозволить побачити їх сильні й слабкі сторони, знайти можливі точки дотику й партнерського співробітництва. Надалі, реальна підготовка маркетингової програми протидії, включаючи поглиблення проведених досліджень, розширення надаваних наукових послуг, створення філій, підвищення якісних параметрів роботи, зниження цін на нововведення, за умови їхнього масового виробництва, і на додаткові (сервісні) форми обслуговування за рахунок раціонального використання ресурсів; а також створення ексклюзивних інноваційних продуктів для конкретних фірм-клієнтів, не забуваючи про те, що НВК може братися як за невеликі так і за дуже великі інноваційні проекти. Що стосується аналізу ринку робочої сили для НВК із погляду залучення (відновлення) персоналу, то можна сказати, що тут досить вузький сегмент, тому що його будуть представляти переважно вчені університету й студенти (які зможуть брати участь у практичній реалізації своїх досліджень). Доцільно регулярно накопичувати демографічних даних учасників даного цільового ринку. Саме тут найбільш зримо відбувається взаємопроникнення зовнішнього й внутрішнього середовища.

Висновки і перспективи подальших розробок. У процесі діяльності НВК реалізується інтеграція освіти, науки й інноваційної діяльності, внаслідок чого забезпечується ефективне фінансування вузівської науки й практичне впровадження у виробництво її результатів. Маркетингове керування НВК дозволить «переглядати» напрямки розвитку підприємства в майбутніх періодах і завдяки чому НВК зможе ефективно залучати інвестиції в науку.

Література

1. Сухадолец Т. Застосування теорії маркетингу на практиці [Електронний ресурс] / Т. Сухадолец. – Режим доступу: <http://investorov.net/market/42.html>.
2. Инновационный менеджмент: справочное пособие / [под.ред. П. Н. Завлина и др.]. – М.: Центр исследований и статистики науки, 1998. – 576 с.
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.
4. Раціональне фінансування науки як передумова розбудови знаннєвого суспільства в Україні / [Б. А. Каліцький, О. С. Попович, В. П. Соловйов та ін.]. – К.: Фенікс, 2004. – 32 с.
5. Мак В. Т. Науково виробнича корпорація – новий напрямок ефективного залучення інвестицій у науку / В. Т. Мак, Ю. С. Філіпков // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – № 235. – Т 4. – Дніпропетровськ, 2008. – С. 1005–1012.
6. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М.: Финпресс, 1998. – 414 с.
7. Лаврентів. Л. Аналіз альтернативних джерел фінансування інноваційної діяльності підприємства / Л. Лаврентів // Регіональна економіка. – 2004. – № 3. – С. 245–250.

**ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО
ВДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОГО
УСТРОЮ УКРАЇНИ
(НА ПРИКЛАДІ ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНІВ)**

У статті здійснено аналіз сучасних проблемних ситуацій та суперечностей щодо реального стану адміністративно-територіального устрою України (на прикладі макрорегіону – Миколаївська, Одеська та Херсонська області). Розроблено пропозиції щодо реалізації реформи адміністративно-територіального устрою України та її законодавчого забезпечення.

In article the analysis of modern problem situations and disagreements of a real condition of the administrative-territorial device of Ukraine is made by the example of macroregion – the Nikolaev, Odessa and Kherson regions. Recommendations concerning realization of reform of the administrative-territorial device of Ukraine and its legislative maintenance are developed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні місцеве самоврядування в Україні не відповідає потребам суспільства. Воно не виконує своє головне завдання – створення та підтримка сприятливого життєвого середовища, необхідного для сталого розвитку дієздатної громади, та надання мешканцям якісних та доступних публічних послуг. Переважна більшість територіальних громад через їх надмірну подрібненість і надзвичайно слабку фінансову базу не спроможні виконувати повноваження місцевого самоврядування [1, с. 30-480; 2, с.312-360; 3, с.117-124; 4, с.256-290]. Це обумовлює необхідність подальшого вдосконалення адміністративно-територіального устрою та збільшення повноважень місцевого самоврядування, передусім, стосовно володіння муніципальною власністю, а також законодавчого затвердження додаткових фінансових можливостей органів місцевого самоврядування.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Більшість існуючих підходів щодо реформування адміністративно-територіального устрою країни, в основному, зосереджено на темі територіального поділу та укрупненні адміністративно-територіальних одиниць на рівні громад та районів.

В той же час, недостатня увага приділяється питанням ресурсного, законодавчого, організаційного та кадрового забезпечення реформи адміністративно-територіального устрою.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутній системний підхід до реформування адміністративно-територіального устрою країни, особливо в частині розподілу повноважень між органами виконавчої влади та місцевого самоврядування, фінансового, ресурсного та кадрового забезпечення громад.

Постановка завдання. Метою статті є здійснення аналізу проблемних питань адміністративно-територіального устрою країни на прикладі Миколаївської, Одеської та Херсонської областей, надання пропозицій щодо запровадження сценаріїв здійснення реформи адміністративно-територіального устрою на коротко та середньострокову перспективу та розробка рекомендацій щодо їх законодавчого забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Станом на 1 липня 2010 року макрорегіон, який охоплює Миколаївську, Одеську та Херсонську області, мав трьохрівневу структуру адміністративно-територіального устрою, яка, в основному,

повторює відповідний устрій країни: області; райони та міста обласного значення; громади (міста районного значення, сільські та селищні ради). Територія макрорегіону складає 14,3% території України і на ній мешкає 10,7% населення країни. Щільність населення складає 76 чол/км², розподіл між міським та сільським населенням складає відповідно 64,5% та 35,7%. На базовому рівні діють 1089 рад, у тому числі: ради міст районного значення – 22 (2,0%); ради районів міст – 3 (0,3%); селищні ради – 79 (7,3%); сільські ради – 985 (90,4%).

Проблемні питання адміністративно-територіального устрою країни та макрорегіону можна поділити на дві групи:

- перша, пов'язана з непорядкованістю адміністративно-територіального устрою;
- друга, обумовлена низьким ресурсним забезпеченням громад і відсутністю розподілу повноважень між громадами різного рівня у відповідності з принципом субсидіарності.

1. Непорядкованість адміністративно-територіального устрою.

До проблем цієї групи фахівці відносять такі:

1.1. Міста районного значення, селищні та сільські ради можуть належати як до третього, так і до четвертого рівня ієрархії адміністративно-територіального устрою. Прикладом цього є Свердловський район Луганської області, який підпорядковано Свердловській міській раді і до складу якого входять 1 місто районного значення та 5 селищних рад. Тобто маємо 4 рівня адміністративно-територіальних одиниць. В Одеській, Миколаївській та Херсонській областях 4-го рівня ієрархії адміністративно-територіального устрою не має.

1.2. Наявність у складі адміністративно-територіальної одиниці інших адміністративно-територіальних одиниць цього ж рівня. Невизначеність щодо питань об'єднання сіл, селищ та міст в єдину адміністративно-територіальну одиницю призвела до наявності в адміністративних межах однієї територіальної громади інших населених пунктів, територіальні громади яких також створюють власні органи місцевого самоврядування (так звані «матрьошки місцевого самоврядування»). На території 64 міст обласного значення діють 202 інші адміністративно-територіальні одиниці з власними органами місцевого самоврядування.

В Одеській області є лише 1 такий випадок, в Миколаївській області – 0, в Херсонській області – 2. В Одеській області на території міста обласного значення Білгород-Дністровський знаходяться Затоківська та Сергіївська селищні ради.

В Херсонській області на території Дніпровського району м. Херсон розташовано 3 селищних ради, Комсомольського району – 1; на території міста обласного значення Нова Каховка розташовані 1 міська рада (м. Таврійськ), 1 селищна та 1 сільська ради.

1.3. Наявність у межах території деяких адміністративно-територіальних одиниць територій, що підпорядковані іншим адміністративно-територіальним одиницям цього ж рівня адміністративно-територіального устрою (проблема анклавів). В Одеській, Миколаївській та Херсонській областях таких випадків не має.

1.4. Існування непередбачених Конституцією України адміністративно-територіальних одиниць, недосконалість понятійного апарату. Всупереч Конституції має місце наявність таких категорій адміністративно-територіальних одиниць як селище міського типу (в Конституції – селище), сільська рада (в Конституції – село). Невизначені поняття «адміністративно-територіальна одиниця» та не розмежовано поняття «адміністративно-територіальна одиниця» та «населений пункт».

1.5. Нераціональне розмежування між окремими адміністративно-територіальними одиницями. Мешканці трьох населених пунктів Очаківського району Миколаївської області відділені від основної території свого району Дніпровським лиманом, а по суші вони вимушені долати значну відстань по території Херсонської та Миколаївської областей. Значно ближче до них райцентр Голопристанського району Херсонської області.

1.6. Відсутність єдиної класифікації адміністративно-територіальних одиниць та

невідповідність окремих з них критеріям віднесення до відповідних категорій. На третьому рівні адміністративно-територіального устрою застосовуються такі назви адміністративно-територіальних одиниць: місто районного значення, селищна рада, сільська рада, район в місті.

14-ти містам України з чисельністю менше 20 тис. чол. надано статус міст обласного та республіканського значення. В Одеській області це місто Теплодар (близько 10 тис. чол.), у Миколаївській – м. Очаків (близько 15 тис. чол.). Аналогічна ситуація спостерігається в країні і з містами районного значення.

1.7. Невідповідність рекомендаціям Європейського Союзу щодо адміністративно-територіальних одиниць. В проекті концепції реформи адміністративно-територіального устрою, підготовленого Міністерством регіонального розвитку та будівництва України, стверджується, що, як правило, райони в Україні не відповідають рекомендаціям ЄС щодо NUTS-3 (150 – 800 тис. чол.), а регіони – NUTS-2 (800 – 3000 тис. чол.). Але це твердження не відповідає дійсності, бо рекомендацій щодо адміністративно-територіального устрою в ЄС не має. Вказані рекомендації застосовуються лише для аналітичного об'єднання адміністративно-територіальних одиниць з метою уніфікації статистичного обліку в країнах ЄС та здійснення спільної регіональної політики.

1.8. Надмірна подрібненість адміністративно-територіальних одиниць базового рівня. Для областей макрорегіону, як і в цілому для країни характерна надмірна подрібненість адміністративно-територіальних одиниць базового рівня. Середня кількість населення сільських та селищних рад макрорегіону, які складають 97,7 % від загальної кількості рад базового рівня, – 1,6 тис. чол. (табл. 1).

Таблиця 1

Середня кількість населення рад базового рівня, тис. чол.

Назва області	Міські ради	Сільські та селищні ради
Миколаївська	92,8	1,4
Одеська	84,5	1,8
Херсонська	78,0	1,6
Всього по макрорегіону	84,9	1,6

Надмірна подрібненість адміністративно-територіальних одиниць є однією з причин низького рівня інституційного, кадрового та ресурсного забезпечення адміністративно-територіальних одиниць базового рівня і відповідно їх обмежених можливостей щодо надання високого рівня публічних послуг населенню.

Але це не єдина причина такого стану, що підтверджується даними про сучасний адміністративно-територіальний устрій країн Європи, де у таких країнах як Франція, Угорщина та Словаччина громади базового рівня мають ще більшу подрібненість, ніж в Україні.

1.9. Територіальна невизначеність сільських громад базового рівня. Згідно діючого законодавства межі юрисдикції органів місцевого самоврядування обмежуються межами населених пунктів. Вся інша територія між населеними пунктами знаходиться під юрисдикцією районних державних адміністрацій. Відсутність у законодавстві поняття первинного (або «базового») рівня місцевого самоврядування (сільські, селищні, міські ради) та розповсюдження їх юрисдикції лише на територію сіл, селищ, міст як адміністративно-територіальних одиниць, призводить до порушення принципу повсюдності місцевого самоврядування. Адже межі населених пунктів – це межі забудови і, у відповідності до Земельного кодексу України, у цих межах земля належить до комунальної власності і

управляється відповідними органами місцевого самоврядування. А землями сільгоспугідь, водними та лісовими ресурсами тощо (які знаходяться за межами населених пунктів) розпоряджаються органи виконавчої влади в особі районних державних адміністрацій та територіальних підрозділів центральних органів виконавчої влади.

Аналіз непорядкованості адміністративно-територіального устрою країни свідчить, що існуючі підходи до реформування адміністративно-територіального устрою, в основному, зосередженні на темі територіального поділу та укрупнення адміністративно-територіальних одиниць на рівні громад та районів.

Більшість проблем, пов'язаних з непорядкованістю адміністративно-територіального устрою, не носять масового та системного характеру і цілий ряд з них може бути вирішено у «робочому» порядку.

2. Низьке ресурсне забезпечення громад і відсутність розподілу повноважень між громадами різного рівня у відповідності з принципом субсидіарності.

За даними Міністерства регіонального розвитку та будівництва України більшість сільських населених пунктів мають незадовільну мережу об'єктів соціальної інфраструктури. Сьогодні в сільській місцевості відсутня необхідна мережа медичних закладів, низьке забезпечення медичним устаткуванням. Дільничні лікарні є лише у 2 % сіл, амбулаторно-поліклінічні заклади – у 12 % сільських поселень, а 43 % сіл не мають фельдшерсько-акушерських пунктів. У 70 % сільських населених пунктів відсутні дошкільні заклади освіти, у 42 % – клуби та будинки культури. У половини з них нема середніх закладів освіти, у 78% – водопроводів, у 57 % – газопроводів. Дороги з твердим покриттям мають лише 58 % сіл, дорожнє освітлення – 33 %, а каналізацією облаштовано тільки 3 % сіл [5].

Окрім цього, існуючий механізм формування та виконання місцевих бюджетів, коли обсяг «власних» надходжень є вкрай малим, не стимулює органи місцевого самоврядування до економічного розвитку своїх територій. Дуже малі обсяги власних надходжень місцевих бюджетів не забезпечують достатнього фінансування для підтримки та подальшого розвитку місцевої інфраструктури.

Міграція населення до більш розвинутих регіонів у пошуках кращих умов життя дедалі зменшує підприємницьку активність і кількість робочих місць, що призводить до низьких темпів росту бази оподаткування та, в кінцевому результаті, до низького рівня надходжень до місцевого бюджету.

За даними Міністерства регіонального розвитку та будівництва України власні надходження органів місцевого самоврядування становлять невелику частку місцевих бюджетів: менш ніж 10% від загальних надходжень. Крім того, деякі з місцевих податків та зборів є складними в адмініструванні. Зокрема через це органи державної податкової служби на місцях фактично не зацікавлені у збиранні місцевих податків і зборів, що знижує контроль за їх сплатою. Питома вага місцевих бюджетів у зведеному Державному бюджеті – 40 %, питома вага обласних бюджетів в загальному обсязі місцевих бюджетів – 38 %, питома вага бюджетів міст обласного значення – 47 %, районних бюджетів – 15% (питома вага бюджетів сіл, селищ, міст районного значення у зведеному районному бюджеті складає 15 – 20 відсотків). Тобто, під час планування до бюджетів міст обласного значення закладається у 3 рази більше коштів ніж до районних бюджетів. Співвідношення між максимальними і мінімальними видатками місцевих бюджетів в розрахунку на душу населення для міст – обласних центрів складає 1,5; для міст обласного значення – 5,5; для міст районного значення – 9,5; а для сіл, селищ – десятки разів [5].

Видатки на делеговані повноваження у більшості громад становлять до 90 і більше відсотків видатків місцевих бюджетів. Більша частина видатків на делеговані повноваження місцевих бюджетів пов'язана із фінансуванням заробітної плати працівників бюджетних установ. Але коштів, наданих у вигляді трансферів з Державного бюджету, часто не вистачає навіть для виплати заробітної плати.

Нестача коштів на ремонт та технічне переоснащення бюджетних установ призводить

до того, що міста, які мають досить великі власні надходження, фінансують за свій рахунок капітальні та поточні видатки, пов'язані із делегованими повноваженнями, хоча могли б використовувати ці кошти для розвитку місцевої інфраструктури (благоустрою і соціально-економічного розвитку). Існуюча ситуація фактично стримує розвиток повноцінного місцевого самоврядування у селах, селищах та містах районного значення.

Задача реформування адміністративно-територіального устрою країни є частиною більш загальної задачі реформування системи державного управління, спрямованої на надання громадянам та суспільству якісних адміністративних послуг та підвищення ефективності адміністрування. Тому реформування адміністративно-територіального устрою країни не можливе без попереднього або паралельного здійснення цілого комплексу заходів, пов'язаних з реформуванням державного управління, місцевого самоврядування і бюджетної сфери, підвищенням ефективності регіональної політики.

Виходячи з цього можна запропонувати «малу» та «велику» реформи адміністративно-територіального устрою. Перша з них можна здійснювати вже у найближчій перспективі (1-2 роки). Друга передбачає ґрунтовну підготовку, особливо, в частині законодавчого, організаційного та ресурсного забезпечення і потребує немало часу (3-5 років).

«Мала» реформа. В рамках цієї реформи повинні бути вирішені проблеми адміністративно-територіального устрою, які не пов'язані з реформою місцевого самоврядування, адміністративною та бюджетною реформами, не потребують значних ресурсів і можуть бути вирішені в «робочому» порядку.

В першу чергу, це проблеми невпорядкованості адміністративно-територіального устрою, а саме:

- проблема анклавів;
- нераціональне розмежування між окремими адміністративно-територіальними одиницями;
- належність міст районного значення, селищних та сільських ради до четвертого рівня ієрархії; наявність у складі адміністративно-територіальної одиниці інших адміністративно-територіальних одиниць цього ж рівня;
- наявність у складі адміністративно-територіальної одиниці інших адміністративно-територіальних одиниць цього ж рівня;
- невідповідність окремих адміністративно-територіальних одиниць критеріям їх віднесення до відповідних категорій;
- існування непередбачених Конституцією України адміністративно-територіальних одиниць, недосконалість понятійного апарату.

Крім цього, в рамках «малої» реформи необхідно прийняти Закон України «Про адміністративно-територіальний устрій України» з умовою, що це не тягне за собою в обов'язковому порядку утворення, ліквідації або перейменування жодної адміністративно-територіальної одиниці.

«Велика» реформа. Сценарій «великої» реформи адміністративно-територіального устрою передбачає наступні етапи:

- розподіл повноважень між різними рівнями адміністративно-територіальних одиниць за принципом субсидіарності;
- законодавче визначення публічних послуг, що надаються на рівні громад, районів та регіонів;
- визначення розміру громад (територія та кількість населення), виходячи з вимог доступності соціальних послуг та галузевих норм мінімальної завантаженості бюджетних установ, що надають публічні послуги;
- визначення нормативних обсягів фінансування для надання публічних послуг та оцінка спроможності держави забезпечити вказане;
- законодавче закріплення джерел та обсягів фінансування адміністративно-територіальних одиниць необхідних для здійснення своїх повноважень;

- розробка технологій (формальних процедур) надання публічних послуг та визначення показників якості їх виконання;
- кадрове забезпечення органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;
- фінансове стимулювання об'єднання громад.

Законодавче забезпечення. Вирішення задачі модернізації адміністративно-територіального устрою країни неможливе без попереднього або паралельного вирішення цілого комплексу завдань, пов'язаних з реформуванням державного управління, місцевого самоврядування, бюджетної сфери та підвищенням ефективності регіональної політики, а також внесенням змін у податкове та земельне законодавство [6; 7; 8; 9; 10; 11].

Виходячи з цього, вважаємо, що необхідно визначити такі принципові моменти, які мають знайти своє відображення у комплексі законодавчих актів, спрямованих на забезпечення умов для здійснення реформи адміністративно-територіального устрою України.

Внесення змін до законів України «Про місцеве самоврядування» та «Про місцеві державні адміністрації» про:

- передачу виконавчої влади органам місцевого самоврядування на обласному та районному рівні, що передбачає створення їх виконавчих органів;
- розподіл повноважень між різними рівнями органами місцевого самоврядування і органами виконавчої влади у відповідності з принципом субсидіарності (врегулювання відносин між місцевими органами виконавчої влади та місцевого самоврядування).

Внесення змін у Бюджетний кодекс України та інші нормативні акти спрямоване на:

- забезпечення фінансової спроможності органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади виконувати повноваження, визначені законодавством для відповідного рівня адміністративно територіальних одиниць;
- утворених прямих міжбюджетних відносини між Мінфіном та адміністративно територіальними одиницями кожного рівня.

Внесення змін у земельне законодавство, спрямованих на усунення порушення принципу повсюдності місцевого самоврядування та підвищення ресурсного забезпечення громад.

Згідно діючого законодавства межі юрисдикції органів місцевого самоврядування обмежуються межами населених пунктів. Вся інша територія між населеними пунктами знаходиться під юрисдикцією районних державних адміністрацій, що призводить до порушення принципу повсюдності місцевого самоврядування. Межі населених пунктів – це межі забудови і, у відповідності до Земельного кодексу України, у цих межах земля належить до комунальної власності і управляється відповідними органами місцевого самоврядування.

А землями сільгоспугідь, водними та лісовими ресурсами тощо (які знаходяться за межами населених пунктів) розпоряджаються органи виконавчої влади в особі районних державних адміністрацій та територіальних підрозділів центральних органів виконавчої влади.

Внесення змін у законодавство щодо регіонального розвитку, спрямованих на створення дієвих механізм щодо зменшення диспропорції соціально-економічного розвитку між адміністративно-територіальними одиницями одного рівня щодо. Наприклад, на зразок, використаних у Європейському союзі при здійсненні спільної регіональної політики.

Визначення відповідним законом переліку публічних послуг, що надаються органами місцевого самоврядування на рівні громади, району та області.

Підготовка законодавчої бази для здійснення адміністративної реформи. Головні акценти пропонується зробити на:

- формування ефективної організації виконавчої влади як на центральному, так і на місцевому рівнях управління;
- запровадження нової ідеології функціонування виконавчої влади і місцевого

самоврядування;

- організація на нових засадах державної служби та служби в органах місцевого самоврядування;
- створення сучасної системи підготовки та перепідготовки управлінських кадрів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Реформування адміністративно-територіального устрою країни не можливе без попереднього або паралельного здійснення цілого комплексу заходів, пов'язаних з:

- реформуванням державного управління, місцевого самоврядування і бюджетної сфери;
- підвищенням ефективності регіональної політики;
- внесенням змін у податкове та земельне законодавство.

У подальшому дослідження має перспективу у напрямку конкретизації запропонованого сценарію здійснення «Великої» реформи адміністративно-територіального устрою країни.

Література

1. Адміністративно-територіальний устрій України. Історія. Сучасність. Перспективи. – К., 2009. – 613 с.
2. Адміністративно-територіальний устрій України. Шляхи реформування. – К., 2007. – 366 с.
3. Кочуєв В. І. Проблема розподілу повноважень у контексті реалій громадянського суспільства в Україні / В. І. Кочуєв // Город, регион, государство: проблемы распределения полномочий: материалы III международной научно-практической конференции. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – С. 117–124.
4. Адміністративно-територіальний устрій України: проблемні питання та можливі шляхи їх вирішення / за загальною ред. В. Г. Яцуби. – К., 2003. – 346 с.
5. Сайт Міністерства регіонального розвитку та будівництва України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua/uk/index>.
6. Проект Закону України «Про адміністративно-територіальний устрій України» (підготовлено Міністерством регіонального розвитку та будівництва України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.
7. Проект Закону України «Про стимулювання та державну підтримку об'єднання сільських територіальних громад» (підготовлено Міністерством регіонального розвитку та будівництва України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.
8. Проект Закону України «Про адміністративно-територіальний устрій України» (підготовлено народним депутатом України А. С. Грищенком) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.
9. Проект Концепції реформи адміністративно-територіального устрою України (підготовлено Міністерством регіонального розвитку та будівництва України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.
10. Проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (підготовлено Міністерством регіонального розвитку та будівництва України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.
11. Проект Закону України «Про місцеві державні адміністрації» підготовлено Міністерством регіонального розвитку та будівництва України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregionbud.gov.ua>.

АВТОРИ СТАТЕЙ

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1. Бедрадіна Г.К. аспірант, викладач кафедри економіки та управління туризмом ОДЕУ, м. Одеса;
2. Білега О.В. асистент кафедри менеджменту і маркетингу ОДАБА, м. Одеса;
3. Благоева С.Г. PhD, ст. асистент, Економічний університет, м. Варна (Болгарія);
4. Вороновська М.М. Аспірант кафедри менеджменту та міжнародного підприємництва НУ «Львівська політехніка», м. Львів;
5. Гайдаєнко О.М. к.е.н., доцент кафедри економічного аналізу ОДЕУ, м. Одеса;
6. Гончаренко О.М. к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку ОДЕУ, м. Одеса;
7. Горбаченко С.А. викладач кафедри економіки та управління національним господарством ОДЕУ, м. Одеса;
8. Ковда Н.І. ст. викладач кафедри банківської справи та фінансового моніторингу Ірпінської податкової академії, м. Ірпінь;
9. Кошельок Г.В. викладач кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
10. Крамаренко О.М. ст. викладач кафедри фінансів НУ кораблебудування ім. адм. Макарова, м. Миколаїв;
11. Кузнецова І.О. д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності ОДЕУ, м. Одеса;
12. Кунділовська Т.А. к.т.н., доцент кафедри експертизи товарів і послуг ОДЕУ, м. Одеса;
Семенова Н.Ю. магістр зі спеціальності «Експертиза товарів і послуг» ОДЕУ, м. Одеса;
13. Лиходєдова О.В. д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингового менеджменту ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, м. Донецьк;
14. Літвінов О.С. к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
Літвінова В.О. аспірант кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
15. Логвіна Ю.М. аспірант кафедри економіки і торгівлі ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, м. Донецьк;
16. Мачтакова О.Г. аспірант кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;

17. Митрохіна Ю.П. д.е.н., доцент кафедри маркетингового менеджменту ДонНУЕТ ім. М.Туган-Барановського, м. Донецьк;
18. Наумова Л.М. ст. викладач кафедри міжнародної економіки МДУ ім. В.О. Сухомлинського, м. Миколаїв;
19. Ніколаєва Л.Л. д.е.н., проф. завідувач кафедри морських перевезень ОНМА,
Берега В.В. м. Одеса;
асистент кафедри морських перевезень ОНМА, м. Одеса;
20. Погожа Н.В. к.е.н., доцент кафедри фінансів та кредиту Одеської філії Європейського університету, м. Одеса;
21. Радупов Д.Д. аспірант кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
22. Саєнсує М.А. к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій та ЗЕД ОДЕУ, м. Одеса;
Місьєо Г.А. аспірант, викладач кафедри менеджменту організацій та ЗЕД ОДЕУ, м. Одеса;
Олєнєв М.В. к.т.н., ст. викладач ОНАХТ, м. Одеса;
23. Сардак О.В. к.е.н., доцент кафедри маркетингового менеджменту ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, м. Донецьк;
24. Своробович Л.М. аспірант кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
25. Семенова В.Г. к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
26. Смолець В.В. асистент кафедри морських перевезень ОНМА, м. Одеса;
27. Сопєнюк О.М. викладач кафедри економіки підприємства ОДЕУ, м. Одеса;
28. Трикозенко О.Г. аспірант КНТУ, м. Кіровоград;
29. Хромов О.П. к.е.н., доцент кафедри маркетингу ОДЕУ, м. Одеса;
30. Цуркан Н.Г. к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та аудиту ОДЕУ, м. Одеса;
31. Чукурна О.П. к.е.н., доцент кафедри маркетингу ОДЕУ, м. Одеса;
32. Шигун М.М. д.е.н., професор кафедри аналізу і статистики ЖДТУ, м. Житомир;
Уллубієва К.К. аспірант кафедри бухгалтерського обліку ЖДТУ, м. Житомир.

**ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ КОНТЕКСТІ
РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

1. Анфіногентова І.В. пошукач кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;
Здорікова Т.С. ст. викладач кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;

2. Богданова Т.І. к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці ОДЕУ, м. Одеса;
3. Вітковська К.В. викладач кафедри статистики ОДЕУ, м. Одеса;
4. Волохова М.П. ст. викладач кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;
5. Головіна Я.С. аспірант кафедри банківської справи ОДЕУ, м. Одеса;
6. Горячук В.Ф. к.т.н., с.н.с. ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
7. Желязкова Д.Ж. PhD, ст. асистент, Економічний університет, м. Варна (Болгарія);
8. Козак Ю.Г. д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин ОДЕУ, м. Одеса;
- Логвінова Н.С. к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин ОДЕУ, м. Одеса;
- Барановська М.І. викладач кафедри міжнародних економічних відносин ОДЕУ, м. Одеса;
26. Марущак В.П. доктор державного управління, доцент, зав. кафедри державного управління і права ОРІДУ НАДУ, м. Одеса;
27. Мамонтова І.В. аспірант кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;
28. Нікуліна О.В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського Національного аграрного університету, м. Київ;
- Нікуліна Т.М. к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та аудиту ОДЕУ, м. Одеса;
29. Овчарук В.В. аспірант завідувач Хмельницької філії НКЦ НУ «Львівська політехніка», м. Хмельницький;
30. Рябініна Л.М. к.е.н., доцент кафедри банківської справи ОДЕУ, м. Одеса;
31. Садченко О.В. д.е.н., доцент, ст.н.с. ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
32. Саврас І.З. к.е.н., доцент кафедри математичного моделювання та інформаційних технологій Львівського регіонального інституту державного управління при президентові України НАДУ, м. Львів
33. Сілічева Н.Є. ст. викладач кафедри економіки та управління національним господарством ОДЕУ, м. Одеса;
34. Сташкевич Н.М. ст. викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку ОДЕУ, м. Одеса;
35. Стоянов М. PhD, ст. асистент, Економічний університет, м. Варна (Болгарія);
36. Ткаченко Ю.В. к.е.н., доцент, ректор Державного інституту підготовки кадрів Міністерства промислової політики України, м. Київ;

37. Хомутенко В.П. к.е.н., доцент кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;
Хомутенко А.В. к.е.н., викладач кафедри фінансів ОДЕУ, м. Одеса;
38. Циганюк А.В. к.е.н., зав. сектором стратегічного планування та регулювання економіки Науково-дослідного економічного інституту Міністерства економіки України, м. Київ;
Гаєвський А.М. співробітник відділу суспільних, економічних та гуманітарних наук, ВАК України, м. Київ.

СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАУК

1. Балашова Р.І. к.е.н., доцент, проректор кафедри економічних дисциплін Донецького інституту туристичного бізнесу, м. Донецьк;
2. Івашко Л.М. викладач кафедри економічної кібернетики ОДЕУ, м. Одеса;
3. Ковалевська А.В. к.е.н., доцент кафедри економіки та управління будівництвом та міським господарством ХНА міського господарства, м. Харків;
Радченко Н.А. аспірант кафедри економіки та управління будівництвом та міським господарством ХНА, м. Харків;
4. Моліна О.В. к.е.н., ст. науковий співробітник ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
5. Павлова Т.В. науковий співробітник науково-дослідної частини ОДЕУ, м. Одеса;
6. Семенов В.Ф. д.е.н., професор, зав. кафедри регіональної економіки та екології ОДЕУ, м. Одеса;
7. Сіднева Ж.К. к.е.н., ст. науковий співробітник НУХТ, м. Київ;
8. Скляр Л.Б. викладач ОНАХТ, м. Одеса;
9. Філіпков Ю.С. асистент кафедри менеджменту та ММРП ОНУ ім. Мечникова, м. Одеса;
10. Буркинський Б.В. д.е.н., професор, директора ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
Харічков С.К. д.е.н., професор, зам. директора ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
Горячук В.Ф. к.т.н., ст. науковий співробітник ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса;
Тараканов М.Л. к.е.н., доцент, ст.. науковий співробітник ІПРЕЕД НАН України, м. Одеса.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВІСНИК
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
Збірник наукових праць

Випуск 40

Під загальною редакцією:
проф. Зверяков М.І., проф. Ковальов А.І., проф. Буркинський Б.В.,
проф. Максимова В.Ф., проф. Редькін О.С. та ін.

Підп. до друку. 20.12.10. Формат 84x108/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 50,4
Наклад 100 прим. Зам. № 1221

Друкарня «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м. Одеса, Ольгіївський узвіз, 8
тел.: 728-45-71
e-mail: ev_atlant@mail.ru
Свідоцтво: 23179617