

Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Економічні науки

№9.2015

Хмельницький, 2015

УДК : 338:001 (477)

ББК : 65

З-41

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Засновано в червні 2011 р.

Виходить 2 рази на рік

Хмельницький, 2015, № 9

Засновник:	Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Головний редактор	Комарницький І. М. , доктор економічних наук, професор
Заступник головного редактора:	Стадницький Ю.І. , доктор економічних наук, професор

Члени редколегії:

Аксьонов І.М., д.е.н., Данилюк М.О., д.е.н., Ілляшенко С.М., д.е.н.,
Коваль Л.М., к.е.н., Костишина Т.А., д.е.н., Кузьмін О.Є., д.е.н.,
Кулинич О.І., д.е.н., Максимова В.Ф., д.е.н.,
Оксанич О.Е., д.е.н., Пантелеймоненко А.О., д.е.н., Ландіна Т.В., д.е.н.

Відповідальний секретар:	Муравський С.А.
Технічний редактор:	Кравчик Ю.В.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту,
протокол № 5 від 25.02.2015 р.

Адреса редакції:	Україна, 29013, м. Хмельницький, вул. Кам'янецька, 3, каб. 227
тел.:	(03822) 616122
факс:	(0382) 79-55-68
e-mail:	xktei.nauka1@mail.ru
web:	http://www.xktei.km.ua

© Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут, 2015

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Власюк С.В. Крилова І.Г. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ОЦІНКИ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	15
Глущенко В.Ю. Мельник І.О. СУТНІСТЬ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ	18
Залюбінська Л.М. Лазарян С.М. ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЇ ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УТИЛІЗАЦІЇ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ	21
Заяць Н. О. ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	25
Касатонова І.А. ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ–АЛЬТЕРНАТИВНИХ ШЛЯХ ДОСЯГНЕННЯ НАМІЧЕНИХ АБО БАЖАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ	29
Коваль Л.М. ОПЛАТА ПРАЦІ ТА ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ	32
Котикова О.І. Гречин Г.Ю. СУЧАСНИЙ СТАН ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ	37
Кофанова О.В. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АВТОТРАНСПОРТНОМУ СЕКТОРІ	40
Крилова І.Г. Тофанюк Н.І. СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	44
Мельник І. О. Кучина М.С. СТАН І РОЗВИТОК ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	47
Паршин Ю.І. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	50
Паршина О.А. Братута О.Г. ХОЛДИНГ ЯК ФОРМА ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ:	54

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

3

Пащенко І. А. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	58
Савіцький А.В. ПЕРЕШКОДИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК ЄВРОПИ ЗА УМОВ ПОСИЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	62
Стадницький Ю.І. ВІДМІННІСТЬ МІСЦЬ ЯК ПРИЧИНА ПРОСТОРОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	65
Петрова А.І. ЕКСКУРС В ІСТОРІЮ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	71
Супрун К. О. Прохорова М. Е. СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТОК НВІС-ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДИНАМІКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	76
Федотова Т.А. ВЗАИМОСВЯЗЬ ЕКОНОМІЧЕСКОГО РОСТА, ЗАНЯТОСТИ И ИНФЛЯЦИИ	79
Проскурович О.В. І.В. Хом'як ОЦІНКА ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	82
Черевко Д.Г. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АПК	85
Шеремет О. В. Прохорова М. Е. ТОРГОВО-ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ	89
Шматковська Т. О. Оліферчук К. С. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	94
Юрченко Ю.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	98

СЕКЦІЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Башкатова С.А. МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ (КРІ)	101
Вертель В.В. Костюченко Л.В. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРАВ, ОBOB'ЯЗКІВ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОСАДОВІЙ ІНСТРУКЦІЇ	104

Дідовець І.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	107
Догадайло Я.В. Кісельова Я.Е. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА	111
Дьячкова Е.Н. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	114
Зубков С.О. Колесник А.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МОБІЛІЗАЦІЇ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	118
Іванова М.В. Саннікова С.Ф. ЕКОНОМІЧНЕ ПІДГРУНТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	122
Кабальська Б.В. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ	125
Кузьмін О.Є. Бублик М.І. ЛОГІСТИЧНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТЕХНОГЕННИХ ЗБИТКІВ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	128
Левченко О.П. Міщенко І.В. МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) ПІДПРИЄМСТВА	132
Федотова І.В. Ляшенко Д.Л. УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ПІДПРИЄМСТВА З ПАРТНЕРАМИ	135
Мельник Т.С. ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	139
Огородник І.М. Двуліт З.П. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЧИСТОТОЮ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ УКРАЇНИ	144
Паршина М.Ю. СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ	148
Пічугіна М.А. Клочкова М.О. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА	151
Прохорова М.Е. КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ РЕПОЗИЦІОНУВАННЯ ТНК: ЗЛИТТЯ, ПОГЛИНАННЯ ТА УЧАСТЬ У СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСАХ	154

Романчик Т.В. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЙОГО ПРОЕКТІВ	158
Рубай О.В. ОКРЕМІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	161
Синюшко В.Г. Мацелюх Ю.Р. ПРОБЛЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ АБО ДЛЯ ЧОГО РОЗВ'ЯЗУВАТИ ЗАДАЧІ З ПАРАМЕТРАМИ	163
Соколов А.П. Гарбар Т.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК	166
Федотова І.В. Ващенко І.В. ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРІСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	169
Фисунова Г.С. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО МІСЦЯ ПЕРСОНАЛУ: УВАГА АБО ВТОРГНЕННЯ В ПРИВАТНИЙ ПРОСТІР ПРАЦІВНИКА	173
Христофор О.В. ЗАСТОСУВАННЯ РИНКОВИХ МЕХАНІЗМІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ ДЛЯ ПАСАЖИРІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	176
Чирва Ю.Є. Нестеренко О.М. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	180
Шурпенкова Р.К. ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	183

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І АУДИТ У ГАЛУЗЯХ ЕКОНОМІКИ

Бражна Л.В. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВІДОБРАЖЕННЯ У ЗВІТНОСТІ	186
Волковицька О.М. Бузар О.О. Коливанов О.С. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗМІН	190
Волковицька О.М. Живилова Ю.С. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗМІНИ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ В ІНОЗЕМНІЙ ВАЛЮТІ	194
Іванюта П.В. ОСОБЛИВІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО АУДИТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	197
Кубік В. Д. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ	201

Куцинська М.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ	205
Ландина Т.В. РАЗВИТИЕ ПРАКТИКИ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЕСУРСЫ БАНКОВСКИХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ	208
Липская А.О. МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ТОВАРІВ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ	213
Маленкова Л.А. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И СПОСОБОВ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ФГУП ФСИН РОССИИ	217
Нашкерська Г.В. Мелех Я.Р. ПЕРЕДУМОВИ ДОСТОВІРНОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	221
Нестеренко І.В. Стрибуль О.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПОЗИКОВИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	224
Палій Л.В. Волчек Р.М. ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ	228
Сльозко Т.М. Загородня Н.П. Сенченко В.Б. ФУНКЦІЇ ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	231
Яцко М.В. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ШЛЯХОМ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНІХ РЕГЛАМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА	234

СЕКЦІЯ 4. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ СИСТЕМ

Агрес О. Г. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТУ БАНКРУТСТВА УКРАЇНИ	238
Антонюк О.І. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	241
Бродюк І. В. ЗАСТОСУВАННЯ SPACE-АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЛОЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	244
Георгіаді Н.Г. Лучко Г.Й. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПОХІДНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ	247

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Горбатюк К.В. Шклярчук О.П. ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПРИКЛАДІ КП «ХМЕЛЬНИЦЬКБУДЗАМОВНИК»	251
Грицина О.В. Томашевський Ю. М. ОСНОВНІ ТЕНДЕЦІЇ НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ ПРИРОДНО-КЛІМАТИЧНИХ РИЗИКІВ РОСЛИННИЦТВА	254
Грубінка І.І. СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ, ЯК ОСНОВНОГО КРЕДИТОРА ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ІСНУЮЧИХ РИЗИКІВ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ	258
Денисенко В.О. Мельник В.О. АНАЛІЗ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	261
Измайлович С.В. Одважна К.П. ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ	264
Измайлович С.В. Климович Т.Т. ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСНОЮ БАЗОЮ БАНКУ	268
Іваненко Т.В. МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ПРИЙНЯТТЯ БАГАТОЦІЛЬОВОГО БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНОГО РІШЕННЯ ПРИ ВИБОРІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ	272
Колодій А.В. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ОБОВ'ЯЗКОВИХ ПРОФЕСІЙНИХ ПЕНСІЙНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ	276
Кравцова Л.Л. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	279
Крайник О.П. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ	282
Купира М.І. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ПОДОЛАННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ДИСБАЛАНСІВ	286
Кучер А.О. Прохорова М.Е. ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ ЯК ФАКТОРИ КОНСОЛІДАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО КАПІТАЛУ	289
Лактіонова Л.О. Бородай А.О. СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ	293
Ларіонова К.П. Відлацький В.А. НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ МІЖБАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУ	296

Манталоук О.В. Петриченко А. С. ОСНОВНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	299
Маслова Н.О. КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД У КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ	303
Мойсеєнко І. П. Тибінка Г. І. СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗМІНИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	307
Носов О.Ю. ВАЛЮТНІ ІНТЕРВЕНЦІЇ В СТРУКТУРІ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	311
Олійник А. В. ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	314
Осадчук Ю.М. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В КРИЗОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	317
Пірог В.В. Кашперська О.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	322
Поліщук О.В. Багой М.Ю. ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	326
Поліщук О.В. Василевський В.О. ПРЯМЕ ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УМОВАХ ЗМЕНШЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В 2014 РОЦІ	330
Початкова С.В. Волковицька О.М. ПРАВИЛА ВИЗНАЧЕННЯ КУРСУ НБУ В ОБЛІКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ У 2014р.	334
Пурденко О.А. ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ ПАСИВНИХ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ВИГЛЯДІ ВІДСОТКІВ З ДЕПОЗИТУ НА СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	337
Рожкова Н.В. ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ УЧЕТА КОМАНДИРОВОЧНЫХ И ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РАСЧЕТОВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ	340
Садура О. Б. Богач М.М. НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ БІРЖОВОЇ Ф'ЮЧЕРСНОЇ ТОРГІВЛІ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	343
Сашко О.П. ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ВИТРАТ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	346

Семко Т.В. Ситкіна М.В. АНАЛІЗ КАТЕГОРІЇ «ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ» З ПОЗИЦІЇ ЗАГАЛЬНОДИСЦИПЛІНАРНИХ ПІДХОДІВ	350
Синявська Л.В. ФСП ЯК СПЕЦІАЛЬНИЙ ПОДАТКОВИЙ РЕЖИМ ДЛЯ АГРАРІЇВ	354
Слепченко К. О. Букало Н. А. АЛЬТЕРНАТИВНІ ВАРІАНТИ ВИБОРУ МЕТОДІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ	357
Слободяник К.П. Ткаченко І.В. ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ НА БАЗІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	361
Смерічевський С.Ф. Клімова О.І. ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	364
Стасіневич С.А. ДЕПОЗИТАРНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В СТАНІ РЕФОРМУВАННЯ	368
Романовська В.М. Ларіонова К.Л. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ	372
Сукч О.М. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСНОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	375
Східницька Г.В. НАПРЯМИЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ	379
Титарчук І.М. Волинець І.В. КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ	382
Толкачова Е.Г. МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ ОРГАНІЗАЦІЇ	385
Томашевський Ю.М. ЗАСТОСУВАННЯ ГІДРОТЕРМІЧНИХ ІНДЕКСІВ ПРИ СТРАХУВАННІ ВРОЖАЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР	388
Усков І.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ	392
Чайковська М.А. Артеменко О.Т. ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА РІВЕНЬ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ	396

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Аксенов И.М. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ	399
Бобрицька Н.Д. ТЕОРЕТИКО-ЕВОЛЮЦІЙНИЙ АСПЕКТ ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ	405
Болотова И.С. ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ	409
Дибчук Л.В. Пітик О.В. УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ МАРКЕТОЛОГІВ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО САМОМЕНЕДЖМЕНТУ	412
Жуков С.А. МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ	415
Котикова О. І. Тесляр В. О. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	419
Кузьменко О.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ І СПОСОБИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	422
Покрас О.С. Стеченко Д.М. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНОЕКОНОМІЧНИХ СТРЕТЕГІЙ ВИБІРКИ КРАЇН ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ	425
Рудь Л.П. СУТНІСТЬ ТА ЕЛЕМЕНТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	430
Солопун Н.М. Скрипник Є. РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ МЕХАНІЗМУ АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ	433
Шабан К.С. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ «МЕРЕЖА» І «МІЖОРГАНІЗАЦІЙНІ ОБ'ЄДНАННЯ» ЯК НОВА ФОРМА КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ	436
Ястремський М.М. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	438

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Береза В. Коваль О.А. ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В СУЧАСНИХ ГОТЕЛЯХ: СУТНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ОЦІНОЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМ ОПАЛЕННЯ	442
--	-----

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Влах М.Р. Коропецька Т.О. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ УРБООБРАЗИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	446
Ганич Н. Лабінська Г. УРБАНІЗАЦІЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ДЕТЕРМІНАНТ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	449
Гейко О. Пересічний М.І. ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ	453
Гречаник О.М. ЧИННИКИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	456
Гродзинська І.О. Нечева Н.В. ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	460
Дещеня С.А. Яцевич Н.В. Лисичкина О.Г. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРИДОРОЖНЬОГО СЕРВІСУ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ	463
Дроздовський В.В. Павлюченко.О.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ	467
Засекіна Б. Пересічний М.І. СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУТІК-ГОТЕЛІВ	470
Комарницький І.М. Горун М.В. ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	474
Кравчук Н.М. Савченко В.В. ТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ СУЧАСНИХ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛІВ	478
Кураш О.Г. Павлюченко О.С. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ “SOUS VIDE” ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	481
Липчук В.В. Мачіха І.В. РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ’ЄКТІВ: СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	483
Миколюк О.А. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	486

Мілевський В.В. Пересічний М.І. РОЗВИТОК РЕЛІГІЙНО-ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ГОТЕЛІВ ДЛЯ ПАЛОМНИКІВ	489
Опанасенко Н.А. Собко А.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ ДЛЯ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЛЮДЯМ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ	493
Павлюченко О.С. Шапар В.Д. ВИКОРИСТАННЯ ФІТОБОЧКИ В СУЧАСНИХ СПА-САЛОНАХ ПРИ ГОТЕЛІ	497
Панасюк О. Пересічний М.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ ДЛЯ ВІДПОЧИНКУ З ДІТЬМИ ІЗ СПЕЦІАЛЬНИМИ АНІМАЦІЙНИМИ ПРОГРАМАМИ В УКРАЇНІ	500
Пархоμεць І.В. Фурманова Ю.П. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ БРОНЮВАННЯ І РЕЄСТРАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	503
Скарга Н.В. Корецька І.Л. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОНИ ВІДПОЧИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	507
Солопун Н.М. Набілі Т. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	510
Сорочан В.О. ВПЛИВ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ПРОМИСЛОВІСТЬ	514
Тарасова А.А. Корецька І.Л. ОДЕСЬКА КУХНЯ – НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	517
Чорна М.В. Токарева М.О. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	520

**СЕКЦІЯ 7. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СУЧАСНОГО
НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ
ЗАКЛАДАХ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, ДОСВІД, ПЕРСПЕКТИВИ
ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Вішневецька Л.В. Князькова О.В. НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОМУ ДИСКУРСУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ВУЗІ	523
--	-----

Данченко О.М. Церклевич В.С. ОКРЕМІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НІМЕЦЬКОГО ДОСВІДУ У ДОПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	527
Марчук І.А. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИКЛАДАННІ ОСНОВ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У ВНМУ ІМ. М.І. ПИРОГОВА	533
Минько О.Л. НАПРЯМИ ТА ЗАХОДИ ПРОФОРІЕНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ВІДПОВІДНО ДО ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ	536
Петрушенко О.О. Калинюк Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ	540
Степанюк Н.А. ВИЩА ОСВІТА ЗА КОРДОНОМ: КРИТИЧНИЙ ОГЛЯД	543
Холявко Н.І. ВИЩА ОСВІТА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ	546
Холявко О.І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ У СУЧАСНИХ ПТНЗ	550
Юдіна Н.В. ІСТОРИЧНО-ФУТУРОЛОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ОСВІТЯНСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ «МАРКЕТОЛОГІВ 3.0»	553

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ОЦІНКИ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

І.Г.Крилова, к.е.н., доцент

С.В.Власюк, магістр

Миколаївський національний аграрний університет

У статті розглянуто міжнародні стандарти оцінки екологобезпечної сільськогосподарської продукції та визначені знаки екологічного маркування сільськогосподарської продукції, проаналізовані основні напрями екологічної сертифікації на сільськогосподарських підприємствах.

Ключові слова: стандарт, міжнародна стандартизація, система обов'язкової сертифікації, стандарти ISO, система стандартів, екологічна сертифікація.

The article deals with the international standards of ecological-safety evaluation of agricultural products and by signs of environmental labeling of agricultural products, the main areas of environmental certification on farms.

Keywords: standard, international standardization, compulsory certification system standards ISO, system standards, environmental certification.

Постановка проблеми. Проблеми якості та безпечності будь-якої продукції споживчого призначення незалежно від сфери її виробництва завжди матимуть найвищий рівень актуальності, адже вони прямо пов'язані з життям і здоров'ям населення.

Однією з найважливіших проблем агропромислового комплексу України є запобігання втратам сільськогосподарської продукції та поліпшення її якості на всіх стадіях еколого-технологічного циклу, а саме: виробництва, переробки, споживання та утилізації. Отже, важливим є застосування міжнародних стандартів для оцінки екологобезпечної сільськогосподарської продукції, які повинні вміщувати норми якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виробництво екологічно безпечної сільськогосподарської продукції висвітлено в наукових роботах вчених-економістів – Борщевського П.П., Вінчева А.М., Гнилицької Л.І., Дем'яненко М.Я., Кашенко О.Л., Максимів Л.І., Мельника Л.Г., Царенка О.М. та ін.

Постановка завдання. Провідна роль в поліпшенні якості екологобезпечної сільськогосподарської продукції належить стандартизації. Стандарти на сільськогосподарську продукцію повинні мати науково обґрунтовані норми якості і безпеки, при їх розробці повинні враховуватись усі особливості характерні для продукції рослинництва і тваринництва. Найбільш дієвим стимулом впровадження екологічно безпечних програм може стати система природоохоронної міжнародної сертифікації продукції, яка поряд з вимогами якості сільськогосподарської продукції задовольняла б вимогам до способу її виробництва. Отже, метою статті є визначення міжнародних стандартів оцінки екологобезпечної сільськогосподарської продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний момент в Україні тема якості товару та послуг

дуже актуальна. Споживач повинен отримувати якісну продукцію, за рахунок підвищення якості товару та послуг. Одним з шляхів рішення проблем забезпечення якості є розробка і впровадження систем менеджменту якості за міжнародними стандартами Міжнародної організації по стандартизації серії 14000.

Для ефективного управління виробництвом екологічно безпечної сільськогосподарської продукції потрібно в стандартах регламентувати не лише якість продукції рослинництва і тваринництва, а також сільськогосподарську техніку, технологію вирощування сільськогосподарських рослин і тварин.

На сьогодні всі провідні країни світу мають жорстку систему контролю оцінки технічного регулювання виробництва, переробки сільськогосподарської сировини та реалізації харчових продуктів на ринках. Всі ці питання регулюються відповідними директивами, постановами, рішеннями (регламентами), певними стандартами.

Стандарт – це документ, який є обов'язковим у межах встановленої сфери його дії, галузі та умов його застосування, який визначає повну технологічну характеристику продукції, набір показників її якості, рівень кожного з них, методи та засоби вимірювання, правила маркування, транспортування і зберігання [1].

Робота із стандартизації може проводитись на різних рівнях: структурного підрозділу, підприємства, об'єднання, галузі економіки, окремої країни, на рівні економічного чи географічного регіону, а також у міжнародному масштабі.

Міжнародна стандартизація – це робота із стандартизації, участь в якій відкрита для відповідних органів двох чи більше країн. Результатом міжнародної стандартизації є міжнародні стандарти, що використовуються країнами-партнерами для полегшення на-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

уково-технічних і торгівельних зв'язків. Міжнародні стандарти розробляються, як правило, технічними комітетами міжнародної організації з стандартизації ISO. ISO – це всесвітня федерація національних органів стандартизації, Україна є повноправним членом ISO з 1993 року [2].

Виробники мають право наносити знаки екологічного маркування «Екологічно чисто та безпечно» та «Екологічно чистий» на продукцію, яка пройшла процедуру сертифікації, тобто цілу низку перевірок, починаючи з якості сировини і закінчуючи оцінкою кінцевих продуктів виробництва.

Знак «Екологічно чисто і безпечно» надається продукції (товарам або послугам), яка пройшла процедуру сертифікації відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 14024 в міжнародній системі незалежної сертифікації SIC (System of Independent Certification). Зображення «зеленого журавлика» та напис «Екологічно чисто та безпечно», свідчить про її відповідність екологічним критеріям, а також гарантує споживачеві екологічну якість. У 2004 році знак «Екологічно чисто та безпечно» внесено до міжнародного реєстру Глобальної мережі екологічного маркування (Global Ecolabelling Network, GEN). Його визнають 58 країн світу, а також Європейський Союз [3].

Система стандартів ISO 14000 полягає у тому, що в організації повинні виконуватися визначені процедури, підготовлені певні документи, призначені відповідальні за визначені сфери екологічно-безпечної значимої діяльності сільськогосподарської продукції.

У впровадженні стандартів ISO 14000 світовими лідерами є такі індустріально розвинуті країни, як Японія, Німеччина, Великобританія, Швеція. Крім зазначеного переліку у Європі найбільша кількість сертифікованих систем управління якістю в Угорщині (15,5 тис.), у Чеській Республіці (12,7 тис.), Туреччині (10,9 тис.), Польщі (9,7 тис.), Румунії (6,1 тис.). Лідерами з активізації робіт щодо впровадження і сертифікації систем управління якістю є Туреччина, Польща, Угорщина [4].

Натуральні продукти ґрунтовно увійшли в наше повсякденне життя. Але, навіть розуміючи, наскільки корисно споживання здорової екологічно-безпечної їжі, не всі включають її в свій щоденний раціон. Екологічно чисті продукти виробляються відповідно до екологічних норм ведення сільського господарства без застосування сторонніх хімічних речовин, тобто без добрив, барвників, підсилювачів смаку, консервантів.

Стандарти ISO 14000 допомагають вирішувати екологічні проблеми на систематичній основі, сприяючи тим самим поліпшенню екологічних показників. Вони охоплюють всі аспекти у сфері управління природокористуванням, в тому числі питання можливої реалізації екологічного обліку, визначення екологічно безпечних показників.

Система управління природокористуванням повинна відповідати стандарту ISO 14001 та забезпечувати організаціям основу для розробки екологічної політики: визначення екологічно безпечних факторів та їх можли-

вий вплив, оцінка відповідності законодавчих та нормативних документів належним вимогам, визначення пріоритетів у постановці цілей і завдань в області охорони навколишнього середовища.

Таблиця 1
Міжнародні стандарти ISO оцінки екологобезпечної сільськогосподарської продукції

Назва	Визначення
ISO 14001 - 14004	система управління природокористуванням (СУП): специфікація і посібник з використання, основні принципи та методологія, опубліковані у вересні 1996 р.
ISO 14010 - 14012	керівництво з аудиту навколишнього середовища: основні принципи, аудит СУП, вимоги, що ставляться до кваліфікації аудиторів, опубліковані в жовтні 1996 р.
ISO 14020 - 14025	екологічне маркування: основні принципи і вимоги, які пред'являються до сертифікації продукції, терміни і визначення, практична програма, сертифікаційна процедура для продуктів, розглянуті в 1998 р.
ISO 14031	оцінка екологічних показників СУП, проект представлений на розгляд Технічного комітету в 2000 р.
ISO 14040 - 14043	оцінка життєвого циклу, проект представлений на розгляд у 2000 р.
ISO 14050	терміни та визначення, опублікований в 1998 р.

Система управління природокористуванням повинна відповідати стандарту ISO 14001 та забезпечувати організаціям основу для розробки екологічної політики: визначення екологічно безпечних факторів та їх можливий вплив, оцінка відповідності законодавчих та нормативних документів належним вимогам, визначення пріоритетів у постановці цілей і завдань в області охорони навколишнього середовища.

Визначають процедуру екологічного аудиту стандарти ISO 14010-14012. Стандарт ISO 14010 стосується питань об'єктивності, незалежності і компетентності, точності і систематичності процедури, а також критеріїв, щодо яких вона проводитиметься. Стандарт ISO 14011 регламентує основу для планування та проведення аудиту, описує обов'язки сторін, зацікавлених у перевірці: клієнта і аудитора. Стандарт ISO 14012 встановлює вимоги, що ставляться до кваліфікації аудитора, його освіта, досвід роботи, навички і пізнання [5].

Група документів ISO 14020-14025 стосується екологічного маркування. Основним завданням розробників стандартів було класифікувати маркувальні програми. Були визначені категорії трьох типів. Тип 1 – на етикетці продукту вказується, що він успішно пройшов випробування і задовольнив ряду вимог. Досвід показує, що тільки 10-15% продуктів потрапляють в цю категорію. Тип 2 – сертифікація на основі загальних правил та підходів. Тип 3 – аналогічний маркуванню харчових продуктів – надає споживчу інформацію, але не вказує, що продукт задовольняє ряду критеріїв.

Стандарт ISO 14031 рекомендує метод визначення екологобезпечних показників діяльності організації. При цьому основна увага приділяється технологічним операціям і керівництва організацією.

Документи ISO 14040 - 14043 з оцінки життєвого циклу продукту допомагають визначити його вплив на навколишнє середовище. Ця процедура включає контроль за використанням сировини і енергії в ході ви-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

робничого процесу, за переробкою та відходів. Процес оцінки може бути розділений на 4 етапи: обґрунтування, аналіз запасу, аналіз впливу, оптимізація.

Завдання стандарту ISO 14050 – дати загальні визначення та розробити терміни для всіх документів ISO.

Важливим є проведення на підприємствах екологічної сертифікації, яка повинна сприяти впровадженню екологічно безпечних технологічних процесів і обладнання; виробництву екологічно безпечної продукції на всіх стадіях життєвого циклу, підвищення його якості і конкурентоспроможності; створенню умов для організації виробництв, що відповідають установленим екологічно безпечним вимогам; вдосконаленню управління господарською та іншою діяльністю; запобіганню ввозу в країну екологічно небезпечних продукції, технологій, відходів, послуг; інтеграції економіки країни у світовий ринок і виконанню міжнародних зобов'язань [6].

Українськими учасниками органічного руху, за підтримки Швейцарського агентства зі співробітництва та розвитку (SDC) та Швейцарського державного секретаріату з економічних питань (SECO) створено національний сертифікаційний орган – “Органік Стандарт”. До нього можна віднести такий міжнародний стандарт, як ДСТУ 3273-95. Він є вітчизняною розробкою і визначає систему екологічного менеджменту для забезпечення екологічної безпеки підприємств. Цей міжнародний стандарт стосується не всіх екологічних аспектів діяльності підприємства, а лише тих, які пов'язані із забезпеченням екологічної безпеки. Згідно цього стандарту система екологічного менеджменту передбачає ідентифікацію показників, що використовуються для кількісного вимірювання безпеки і встановлення граничних нормативів цих показників та визначає напрямки негативного впливу діяльності даного підприємства на довкілля [7].

ДСТУ ISO 14001- 97 – міжнародний стандарт, прийнятий Міжнародною організацією стандартизації. Він широко поширений у Європі, але в Україні системи екологічного менеджменту відповідно до цього стандарту впровадили лише три підприємства: “Кока-коли”, Харківське підприємство “Екотон” і Севастопольський ЦСМ. Незважаючи на ті, що державна політика схиляється до надання переваг підприємствам, що впровадили систему екологічного менеджменту, в Україні цей напрямок розвинутий досить слабко. ДСТУ ISO 14001 - 97 передбачає систему екологічного менеджменту щодо всіх екологічних характеристик підприємства, а не лише щодо забезпечення екологічної безпеки [8].

Висновки. Для забезпечення виробництва та реалізації екологобезпечної продукції на ринку України підприємствам необхідно застосовувати весь комплекс нормативних документів, якими держава регулює розроблення, виробництво, контроль безпеки та якості екологобезпечної сільськогосподарської продукції, її пакування, маркування і транспортування. Усі ці нормативні документи належать до сфери технічного регулювання

і охоплюють процеси стандартизації, сертифікації, забезпечення якості та безпеки продукції, охорони навколишнього середовища, ліцензування. Якість, упаковка, маркування, транспортування, умови, строки зберігання сільськогосподарської продукції повинні відповідати чинним стандартам та технічним умовам.

Тому за сучасних умов у сільському господарстві повинна здійснюватись міжнародна стандартизація, яка забезпечить перехід від стандартизації розрізаних об'єктів до створення комплексу взаємопов'язаних стандартів. Цей комплекс повинен встановлювати взаємопов'язані вимоги до сільськогосподарської продукції, засобів і технологій виробництва, добрив і засобів захисту рослин, ветеринарних препаратів, насінневого матеріалу, кормів, приладів і методів контролю, умов зберігання і транспортування, тари і пакувальних матеріалів.

Широке міжнародне співробітництво України вимагає використання системи екологічної сертифікації та ліцензування, які створюють підґрунтя для розвитку нових напрямків економічної діяльності в галузі природокористування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про стандартизацію: Закон України від 17.05.01 № 2408 – III.
2. Бібік Ю.В. Проблеми оцінки ефективності сертифікації продукції у відношенні з міжнародними стандартами / Ю.В.Бібік // Зб. наук. праць «Економіка: проблеми теорії та практики». Вип. 147 – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – С. 9 – 14.
3. Саранча Д.А. Стандартизація та управління якістю. / Д.А.Саранча // Київ. “Либідь”. 1993. – 254 с.
4. Літвак С.В. Екологічний менеджмент і аудит : навчальний посібник / С.В. Літвак, С.П. Рижков, В.В. Скороходов // ; М-во освіти і науки України, Південнослов'янський ін-т Київського славістичного ун-ту. К. – : Професіонал, 2005. – 104 с.
5. Семенов В.Ф. Екологічний менеджмент: навчальний посібник / В. Ф. Семенов, О. Л. Михайлюк, Т. П. Галушкіна, Г. В. Крусір // М-во освіти і науки України, ОДЕУ. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 407 с.
6. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю / М.І. Шаповал // Підручник. – 3-є вид., перероб. і допов. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту 2001.
7. Лукиняніхин В.А. Екологічний менеджмент: сутність та методи / В.А. Лукиняніхин, Н. Н. Петрушенко // – Сумы : Университет. книга, 2004. – 407 с.07. – 311 с.
8. Екологічна політика та менеджмент: інформаційний сервіс / Британська Рада в Україні ; Британська Рада в Україні. – К. : Б.в., Б.р. – 23 с.

СУТНІСТЬ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

І.О.Мельник, кандидат економічних наук, доцент

В.Ю.Глущенко, магістр

Миколаївський національний аграрний університет

В статті авторами висвітлено питання раціонального використання земель сільськогосподарського призначення та шляхи подальшого їх вирішення.

Ключові слова: раціональне використання, землі сільськогосподарського призначення, екологізація, еколого-економічна оцінка.

The article autor lighten the rational used of agricultural lands and ways to further their solutions.

Keywords: rational use, agricultural lands, ecologization, ekologo-ekonomichna efficiency.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток суспільства супроводжується трансформацією соціально-економічних процесів, зростанням антропогенного навантаження на природне середовище існування людства. Україна перебуває на етапі становлення ринкової економіки, однією з основних умов якої є реформування земельних відносин. Здійснення масштабних перетворень, що відбулися в АПК, належним чином не забезпечує раціональне використання та охорону земельних ресурсів, а відтворення продуктивного потенціалу сільськогосподарських земель не відповідає вимогам екологобезпечного землекористування. З огляду на це проблема підвищення ефективності використання, відтворення та охорони земельних ресурсів набуває особливої гостроти, а наукове обґрунтування та впровадження заходів, які б забезпечили екологобезпечне землекористування, своєчасності та актуальності.

Аналіз останніх публікацій. Проблеми раціонального використання земель сільськогосподарськими підприємствами та відносин, що виникають в процесі суспільного виробництва, постійно привертала увагу вчених. Серед класиків їх вивченням Д.Рікардо, К.Маркс, П.А. Століпін, М.І. Туган-Барановський, О.В.Чаянов, О.М. Енгельгардт, В.В. Докучаєв. Серед сучасних науковців слід виділити В.А. Борисову, В.Г.В'юна, В.В. Горлачук, А.С. Даниленка, В.Я. Месель-Веселяка, І.Р. Михасюк, П.Т. Саблука, В.М. Трегубчука, А.Я.Сохнич, А.М. Третьяка, М.М. Федорова та ін. В їхніх працях розроблені методи управління, практична реалізація заходів, спрямованих на поліпшення використання земель.

Постановка завдання. Дослідити еколого-економічні проблеми використання земель сільськогосподарського призначення.

Виклад основного матеріалу дослідження. На ефективність використання земельних ресурсів у землеробстві впливає багато чинників, зокрема рівень розвитку продуктивних сил, ступінь розораності землі, структура посівних площ, частка меліорованих земель у

загальній площі сільськогосподарських угідь тощо.

За останні роки практика господарювання в ринкових умовах підтверджує що результативність та ефективність землеробської діяльності передусім залежить від ефективності використання сільськогосподарських угідь. В сучасних дослідженнях існують різні підходи до виділення складових ефективності використання сільськогосподарських земель.

В розрізі суспільної географії для потреб землеробства автор пропонує визначати еколого-економічну ефективність використання земельних ресурсів як здатність одержати максимальний обсяг високоякісної продукції при збереженні та відтворенні природних властивостей ресурсів при мінімальних затратах. Для визначення такої ефективності необхідно враховувати систему наступних еколого-економічних показників ефективності землеробства: валові збори та урожайність сільськогосподарських культур; площа збирання сільськогосподарських культур; вартість валової продукції у розрахунку на площу угідь; рентабельність продукції; кількість внесення мінеральних та органічних добрив; частки удобреної площі мінеральними та органічними добривами; кореляція урожайності і стану ґрунтів та засобів стимуляції урожайності; витрати на меліоративно-екологічні заходи.[2]

Таким чином, еколого-економічна ефективність використання земельних ресурсів у землеробстві відображає відносини між людською діяльністю та природою в процесі здійснення виробничих процесів, пов'язаних з виробництвом сільськогосподарської продукції, з метою отримання максимального обсягу якісної продукції, із забезпеченням відтворення природної родючості ґрунту і дотриманням екологічних вимог під час використання земельних ресурсів.

Сьогодні загальна площа сільськогосподарських земель в Україні становить близько 71,0 % усієї території держави (40 % світових запасів чорноземів та інших родючих ґрунтів). Але, на жаль, ефективність землекористування в нашій країні є найнижчою в Європі.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

До того ж ступінь розораності земельної площі складає 53,6 % (за гранично допустимого рівня 40 %), порушено екологічно допустиме співвідношення площ ріллі, природних кормових угідь, лісових насаджень. Інтенсифікація землеробства, збільшення навантаження на земельні ресурси, безконтрольне застосування засобів хімізації в умовах низької технологічної культури призводять до погіршення якості ґрунтів, зниження їх родючості, розвитку ерозійних процесів. Усе це вказує на те, що питання економічно ефективного та екологічно безпечного використання земельних ресурсів сільськогосподарського призначення, врахування екологічних чинників під час їх економічної оцінки є надзвичайно актуальними як з наукового, так і з практичного погляду. Питання охорони земель та відтворення родючості ґрунтів повинні стати проблемою національної безпеки держави. Державна політика в галузі охорони і раціонального використання земель визначається системою правових та організаційно-економічних заходів, спрямованих на запобігання необґрунтованому вилученню земель із сільськогосподарського обороту, їхній захист від шкідливих антропогенних впливів, а також на відтворення й підвищення родючості ґрунтів, продуктивності земель лісового фонду, забезпечення режиму земель природоохоронного, оздоровчого, рекреаційного та історико-культурного призначення. В аграрному виробництві після реформування земельних відносин, яке виражалось у розпаданні земель колективних сільськогосподарських підприємств та передачі земель сільськогосподарського призначення у приватну власність селянам, були створені умови для здійснення господарської діяльності власне ними. Проте демографічна ситуація не дала змоги їм успішно господарювати на власній землі. Тому в цих умовах на базі колишніх сільськогосподарських підприємств утворилися нові агроформування (приватні орендні підприємства, виробничі кооперативи, товариства з обмеженою відповідальністю тощо), які здійснюють господарську діяльність на приватній землі, що передана цим новим утворенням для використання на умовах оренди. Оренда земельних паїв передбачала, що нові земельні відносини повинні були значною мірою зміцнити насамперед економічну ситуацію на селі, оскільки орендар за своєю природою прагне до збагачення, яке можна отримати лише за умови ефективного використання землі як основного засобу виробництва у сільському господарстві.

На господарську діяльність не тільки нових агроформувань, а й фермерських та особистих господарств значною мірою впливають невирішені економіко-екологічні проблеми, які виникають у процесі господарської діяльності:

1. Відсутність паритету цін на сільськогосподарську та промислову продукцію, що використовується в аграрному виробництві.

2. З переходом до ринкових відносин відбулося значне зменшення державної підтримки сільськогосподарського виробництва.

3. Господарська діяльність переважної більшості нових агроформувань зосереджена на вирощуванні зер-

нових культур, на продукцію яких є прийнятна кон'юнктура ринку. Таке використання орендованих земель призвело до зниження поголів'я худоби та занепаду тваринництва як галузі аграрного виробництва. Також ці явища спричинили скорочення робочих місць та поповнення числа безробітних на селі.

4. Занепад галузі тваринництва в суспільному секторі аграрного виробництва мотивував зменшення внесення органічних добрив у ґрунт.

Порушена проблема досліджується як у світовій, так і у вітчизняній науковій літературі. Проте, незважаючи на накопичені наукові здобутки та значний практичний досвід у сфері оцінки ефективності землекористування та охорони земельних ресурсів, подальшої активізації потребують системні дослідження проблеми оцінки саме еколого-економічної ефективності використання земель сільськогосподарського призначення, розвитку науково-методичних підходів до визначення їх ринкової вартості, формування відповідного організаційно-економічного та нормативно-правового тощо.

В агропромисловому виробництві узгодження еколого-економічних інтересів має особливе значення в контексті забезпечення природоохоронного, ресурсоощадного та відтворювального характеру експлуатації сільськогосподарських угідь. У результаті узагальнення найбільш поширених науково-методичних підходів до розуміння змісту еколого-економічної ефективності використання земель сільськогосподарського призначення встановлено, що усталеним є її трактування з позиції максимізації економічної вигоди від комплексу заходів, які проводяться з метою покращання якості угідь та підвищення продуктивності аграрного виробництва за умов забезпечення вимог екологічно сталого розвитку.

Найвагомішими чинниками впливу на підвищення рівня еколого-економічної ефективності використання землі в сільському господарстві слід вважати: продуктивність аграрного виробництва, рівень родючості земель, існуючу систему землеробства та екологічний стан земельних ресурсів. Проте аналіз існуючої системи показників еколого-економічної ефективності використання земель сільськогосподарського призначення показав, що для отримання об'єктивних даних щодо розміру продуктивного потенціалу земельних ресурсів та прогнозування тенденцій і напрямів екологізації землеробства вона має бути доповнена такими показниками: очікуваний еколого-економічний результат використання земель сільськогосподарського призначення; екологічно зумовлені втрати рентного доходу від використання сільськогосподарських земель; витрати на забезпечення вимог екологічно сталого землеробства.

Інтегроване врахування саме цих чинників дає змогу узагальнити принципи та вдосконалити систему індикаторів підвищення ефективності землеробства, визначити необхідні й достатні умови раціонального та екологічно безпечного функціонування агроєкосистем.

З метою отримання об'єктивних даних щодо розміру продуктивного потенціалу земельних ресурсів, прогнозування тенденцій та напрямів екологізації

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

землеробства існуючу систему показників еколого-економічної ефективності використання земель сільськогосподарського призначення необхідно доповнити такими показниками: очікуваний еколого-економічний результат використання земель сільськогосподарського призначення; екологічно зумовлені втрати рентного доходу від використання земельних ділянок сільськогосподарського призначення; витрати на забезпечення вимог екологічно сталого землеробства.

Еколого-економічна ефективність землекористування значною мірою визначається розміром землекористування. Удосконалення структури сільськогосподарських угідь і посівів вирощуваних культур у напрямі істотного зменшення негативних антропогенних навантажень на навколишнє природне середовище та підвищення його відтворювального і відновлювального потенціалів також є не менш важливою умовою еколого-економічного використання земельних ресурсів.

Висновки. Основними напрямками підвищення еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів мають бути такі:

- комплексний науково обґрунтований підхід до процесів використання, збереження та відтворення родючості сільськогосподарських угідь, здійснення збалансованих землемеліоративних і землеохоронних заходів з урахуванням особливостей природно-кліматичних зон і районних АПК;

- підвищення родючості ґрунтів (внесення добрив, регулювання водного режиму, удосконалення технологій обробітку ґрунту, запровадження екологічно безпечних систем землеробства);

- удосконалення структури сільськогосподарських угідь і посівів вирощуваних культур у напрямі істотного зменшення негативних антропогенних навантажень на навколишнє природне середовище та підвищення його відтворювального, відновлювального потенціалів, а також з метою економії всіх виробничих ресурсів;

- створення сприятливої системи кредитування сільського господарства, що дасть змогу підтримувати еколого-економічний стан ґрунтів на належному рівні.

Для успішного розв'язання сучасних екологічних проблем, що мають місце у сфері сільськогосподарського землекористування необхідно: розробити і законодавчо затвердити державну та регіональні програми щодо охорони земель, збереження й відтворення родючості ґрунтів; підвищити рівень фінансового забезпечення ґрунтозахисних та природоохоронних заходів; посилити відповідальність землевласників і землекористувачів за недбале землекористування й налагодити дійовий економічний механізм їх стимулювання за збереження та поліпшення екологічного стану земель. Розв'язання поставленого завдання є досить складним, оскільки вимагає запровадження єдиної державної політики у сфері збереження, відтворення, підвищення родючості ґрунтів, охорони земель, раціонального їх використання й зумовлює необхідність узгоджених дій органів державної влади, місцевого самоврядування, землекористувачів

і наукової спільноти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горлачук В.В. Управління землекористуванням/В.В. Горлачук. – К.: Іліон, 2006. – 376 с.

2. Даниленко А.С. Основні напрями удосконалення земельних відносин та їх роль у формуванні стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. / А.С. Даниленко. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – С. 61.

3. Лазарева О.В. Парадигма розвитку землекористування в системі управління землекористуванням / О.В.Лазарева // Економіка АПК, 2006. – № 10. – С. 59-63.

4. Русан В.М. Економіка раціонального сільськогосподарського землекористування: монографія / В.М.Русан. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. - 200 с.

УДК 628.4.043

ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЇ ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УТИЛІЗАЦІЇ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ

Залюбінська Л.М.,

докт. фіз.-мат. наук, професор

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

Лазарян С.М., студ. 5-го курсу

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

Вступ. Проблема накопичення світових запасів побутового сміття стає однією з найбільш актуальних у світі. Це обумовлено зростаючим рівнем споживання різних видів продукції і, відповідно, генерацією безмежних обсягів побутового сміття, серед якого найшвидше ростуть обсяги різних видів пластикової тари. Це стимулює пошук нових технологій переробки сміття, інакше планета ризикує перетворитися на величезне звалище. При цьому мета переробки не тільки зменшення ступеню забруднення поверхні Землі, але і отримання нових альтернативних джерел енергії оскільки світові запаси нафти і газу поступово виснажуються, а ситуація на енергоринку занадто нестабільна.

Але більшість запропонованих технологій отримання альтернативного палива вимагають величезних капіталовкладень, внаслідок чого окупність подібних проектів може скласти десятиліття. Крім того деякі з таких виробництв вимагають значних витрат інших видів енергії, що робить виробництво такого палива нерентабельним, особливо в порівнянні з витратами, необхідними для звичайної перегонки нафти [3].

Основні принципи і постулати державної політики у напрямку переробки побутового сміття, забезпечення нормальної життєдіяльності населення, охорона навколишнього середовища і ресурсозбереження регулюються Законом України «Про відходи» [4], проте він має ряд істотних недоліків. По-перше, в Законі не наведено визначення поняття «Тверді побутові відходи», категорія «переробка» розкривається дуже вузько, а поняття «рециклінг» взагалі відсутнє. По-друге, на законодавчому рівні лише в окремих актах згадується процес рециклінгу та утворення вторинних ресурсів, а отже, цим проблемам приділяється мало уваги. Крім того, в Україні практично відсутня правова і технічна база для впровадження новітніх технологій рециклінгу, які вже визнані і ефективно працюють в світі. Відсутність необхідних засобів в бюджетах всіх рівнів, непривабливий для інвесторів бізнес-клімат і політична нестабільність, бездіяльність місцевих органів влади, а також спори по земельних питаннях на місцевому рівні примушують Україну продовжувати будівництво нових полігонів, замість розробки і впровадження сучасної системи управління твердими

побутовими відходами і потужностями по їх переробці і утилізації. Крім того, низька інвестиційно-інноваційна активність суб'єктів господарювання у сфері переробки побутових відходів обмежується повільними темпами впровадження їх роздільного збору.

Трохи надії додала прийнята в Україні у 2013 році Концепція загальнодержавної програми по переробці відходів на 2013-2020 рр. Маємо надію, що план дій у цьому напрямку не буде згорнуто, бо за офіційними даними, в Україні накопичено близько 36 млрд. т відходів, або більше 50 тис. т на 1 км² території [5].

На таку величезну кількість сміття в Україні немає жодного заводу по переробці сміття. Існує лише 2 сміттєспалювальних заводи, 15 сортувальних ліній, більше 32 тисяч несанкціонованих звалищ і більше 6 тисяч полігонів (загальною площею 7,4 тисяч гектарів), з яких паспортизована лише половина. Переробляється тільки 5% відходів, всі інші 95% — вивозяться на полігони. Тоді як європейські країни через 5-7 років планують повністю відмовитися від поховання побутових відходів на полігонах, більшість українських населених пунктів продовжують інтенсивно використовувати існуючі звалища. А самі полігони переобтяжені або не відповідають вимогам екологічної безпеки.

Для суспільства дуже важливо вирішити проблеми роздільного збору, зберігання, утилізації і переробки твердих побутових відходів (ТПВ). Методи ресурсозбереження і ефективності використання вторинних ресурсів розглядаються в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема: О.Ф. Балацького, Л.Г. Мірошника, О.В. Мороза, В.Г. Петрука, Ю.Ю. Туніци, В.Я. Шевчука, З.Г. Френкеля, Б. Бітілевського, І. Бюстрема, В. Стігера, Н. Робінсона та ін.

Метою даної роботи є оцінка еколого-економічних перспектив утилізації пластикової тари з використанням різних технологій та економічна ефективність цих процесів для України.

У роботі проаналізовані перспективи впровадження різних технологій переробки пластикової тари з метою отримання синтетичної нафти [8].

Результати дослідження. Оскільки з боку держави неодноразово не реалізовувались запропоновані програ-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ми, необхідно шукати методи, що дозволяють боротися з відходами без залучення додаткових коштів. Це можливо, якщо для утилізації відходів використовувати вже існуючі технології. Наприклад, завантажувати сортовані полімерні відходи в камеру коксування, де вони розкладатимуться і у вигляді газоподібних речовин будуть уловлюватися та використовуватися як паливо для котельних та ін.

Альтернативним і відносно недорогим методом є метод формування полімерних відходів на пресах з додатковим підігрівом, що існують в будівельній промисловості. Отримані вироби можуть бути використані як будівельні матеріали, яким притаманні такі якості: як стійкість до атмосферних впливів, висока міцність, невелика маса та ін.

Можливе розширення існуючих виробництв по виготовленню придатних до використання виробів з вторинної сировини полімерів. Дослідження показали, що використання вторинної сировини дозволяє економити до 40% коштів, що раніше витрачалися на закупівлю первинної сировини.

Отже, розробка і впровадження технологій по утилізації і використанню відходів дозволить добитися економії сировини для існуючих виробництв і отримання значного економічного ефекту.

Найбільш перспективним і масштабним, на нашу думку, є розроблений в ДонНТУ метод ТЕРВ (термолізно-енергетичної рекуператії відходів). Він полягає в термічному розкладанні вуглецевої сировини без доступу повітря. Газоподібні продукти, що отримуються в результаті такого розкладання відводяться з термолізної камери і можуть бути використані як паливо. Ще однією перевагою цього методу є можливість його застосування на базі існуючих виробництв. Це значно знижує витрати, пов'язані з організацією процесу, і мінімізує підготовчі роботи [7].

Для виробництва пляшок і бутлів для води, прохолодних напоїв, технічних рідин та ін. використовується полімер на базі поліетилентерефталату (ПЕТФ). ПЕТФ-відходи можуть утилізуватися піролізом, крекінгом або гідрокрекінгом. ПЕТФ-відходи можливо утилізувати і за допомогою методів вторинної переробки. Для цього подрібнені і очищені відходи піддають агломерації або грануляції та повертають у виробничий цикл виготовлення товарів з поліетилентерефталату (нехарчового призначення).

Отримана вторинна сировина може перероблятися самостійно або як добавка до свіжої сировини. Варіант переробки (окремо або як добавка) визначається часто видом виробу. Якщо вироби призначені для відповідальних цілей, скажімо, для виробів, де не повинно бути істотного зниження фізико-механичних показників, то такі термопластичні відходи слід використовувати тільки як невелику добавку до первинної сировини. Якщо вироби менш відповідальні, то їх можна формувати лише з відходів. Переважно вторинний поліетилентерефталат використовується для виробництва волокон, які використовуються як утеплювач спортивного одягу,

спальних мішків та як наповнювач для меблів і м'яких іграшок [13].

Відомий спосіб вторинної переробки ПЕТФ «пляшка в пляшку» - технологія, коли вторинний ПЕТФ затиснутий між двома шарами первинного полімеру. Багатошарові пляшки можуть містити до 50% вторинного ПЕТФ, а окремі ємкості - і вищу кількість вторинного матеріалу. Відходи ПЕТФ можуть використовуватися як добавки для поліпшення тих або інших механічних або електромеханічних властивостей іншого полімеру. З суміші 40% подрібнених відходів ПЕТФ і 60% подрібнених відходів ПЕНТ (поліетилен низького тиску) можна відливати декоративні вироби [12].

Решта напрямів застосування вторинних полімерів включає виробництво листа, стрічки і плівки. Так, лист і стрічка - «класичні» продукти з вторинного ПЕТФ. Лист, наприклад, використовується для виготовлення пластмасових коробок для фруктів і яєць.

Унікальна технологія переробки була апробована фахівцями ЗАО «Дон-трейд». Створений бізнес-проект дозволяє утилізувати до 10 тис. т відходів. При цьому з небезпечних ПЕТФ-відходів пропонується отримувати вельми потрібні пенополиуретани - ефективні теплоізолюючі матеріали, які відповідають сучасним вимогам по енергозбереженню. Спектр їх використання вельми широкий [2].

Українським державним хіміко-технологічним університетом спільно з ВАТ «Авдєєвський коксохімічний завод» розроблена методика високотемпературного (900 - 1000°C) піролізу відходів полімерів і шин з подальшим розділенням і очищенням продуктів піролізу [7].

Доведено, що найбільш ефективним сучасним засобом утилізації є піролізна технологія, яка дозволяє без екологічних наслідків переробляти відходи та використовувати їх енергетичний потенціал для отримання теплової і електричної енергії [1].

Піроліз - розкладання будь-яких з'єднань на складові, а саме на менш важкі молекули. При піролізі органічних речовин відбувається утворення синтез-газу і твердих вуглецевих залишків. Склад кожної з фаз визначається параметрами процесу (температура, швидкість нагріву, тиск і час перебування в реакторі). Застосування піролізу для переробки різних відходів дозволяє рекупрувати як матеріали, так і енергію. Ефективна піролізна система використовується для утилізації твердих побутових відходів (ТПВ), полімерних відходів, старих автопокришок, органічних і медичних відходів, відходів електроніки та іншого. У піролізній системі, побудованій за модульним принципом, відходи термічно розкладаються в печі, що обертається, використовуючи непряме джерело тепла при температурах порядку 400-600°C у відсутності зовнішнього постачання кисню/повітря. Летюча фракція сировини термічно розкладається, утворюючи синтез-газ, енергія якого потім використовується в казані-утилізаторі, проводячи пару, що далі попадає на турбіну. Гази, що відходять, очищаються в системі газового очищення.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

В роботі дослідження проводились на піролізній установці, удосконаленій одеськими винахідниками. Схема цієї установки, представлена на Рис. 1, дозволяє простежити технологічний ланцюжок та оцінити трудомісткість кожного з вказаних процесів [9]. На відміну від стандартних ця установка суттєво скорочує витрати газу на власні потреби, а також здатна підвищувати коефіцієнт корисної дії за рахунок енергозберігаючої методики відведення тепла. Це дає можливість ефективно використовувати тепло, наприклад, для продажу стороннім споживачам або на потреби власних підсобних господарств (тепліці, парники, рибоводство та ін.), що сприяє підвищенню рівня рентабельності.

Кошторис витрат на систему переробки вторинної сировини, синтетичних відходів, пластикових пляшок складено по ринкових цінах, діючих на момент складання (середина 2014 р.). На підставі діючих цін на будівельно-монтажні роботи з урахуванням обсягів, виконаних будівельно-монтажних робіт, складено кошторис витрат на будівництво і монтаж системи переробки вторинної сировини, синтетичних відходів, пластикових пляшок. В розрахунках техніко-економічних показників роботи системи по утилізації і переробці вторинної сировини враховані показники виробничої програми. З урахуванням вартості матеріальних витрат на реалізацію проекту (за цінами 2014 р.), амортизаційних відчислень та сплату усіх податків відповідно до законодавства України було отримано значення собівартості 1 т умовного пального на рівні 3960 грн.

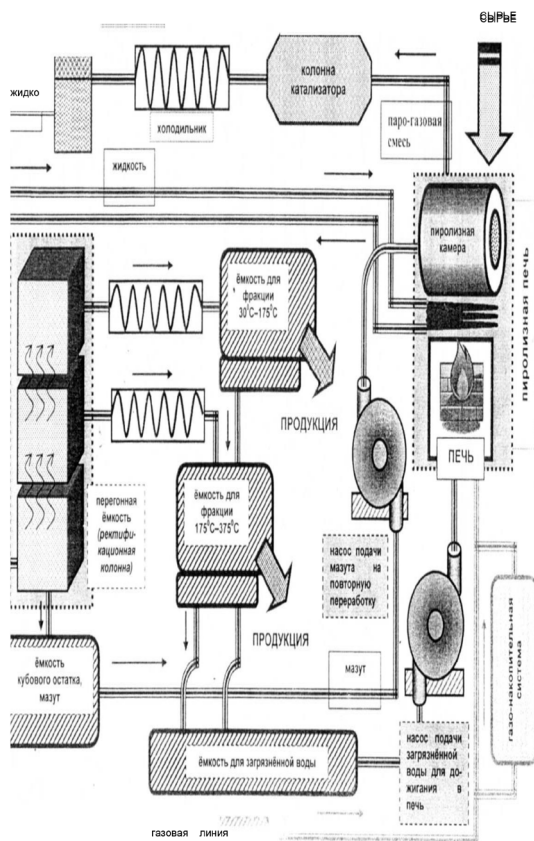


Рис. 1. Загальна технологічна схема робочого процесу установки для піролізу.

Для цієї установки були проведені розрахунки окупності інвестиційного проекту по утилізації побутових відходів відповідно до технологічної схеми

робочого процесу в цінах 2014 року. Витрати на створення системи утилізації синтетичних відходів, пластикових пляшок здійснювались за рахунок капітальних вкладень. Згідно прийнятій методиці визначення економічної ефективності використання нової техніки, винаходів і раціоналізаторських пропозицій в газовій та нафтовій промисловості проводиться поетапно:

1. Розрахунок капітальних витрат, пов'язаних зі створенням системи утилізації і переробки вторинної сировини, синтетичних відходів, пластикових пляшок.

2. Розрахунок техніко-економічних показників роботи системи утилізації і переробки вторинної сировини, синтетичних відходів, пластикових пляшок.

3. Розрахунок терміну окупності витрат, пов'язаних з втіленням проекту утилізації і переробки вторинної сировини, синтетичних відходів, пластикових пляшок.

Потреба у фінансуванні інвестиційного проекту визначалась з урахуванням витрат на придбання устаткування, сертифікацію та необхідного розміру обігового капіталу. Балансова вартість проекту складала 528 тис. грн., очікуваний прибуток мав досягти майже 806 тис. грн., а термін окупності проекту трохи менше шести місяців.

Розрахунок рентабельності з урахуванням чистого прибутку та основних витрат на виробництво склав 19,61%.

Проведені розрахунки дозволяють спрогнозувати та відповідно скорегувати виробничу програму аби забезпечити необхідну динаміку обсягів виробництва та продажів.

Основною перешкодою до реалізації таких проектів є відсутність централізованого сортування ТПВ в Україні. У розвинених країнах переробка сміття є прибутковою справою, тому що доходи від цього мають як переробники сміття, так і населення, яке його сортує. Отримані кошти від сортування сміття населенням в основному направляються на оплату комунальних послуг, що є стимулом для такого процесу [6].

Певні шанси на вирішення цієї проблеми дає прийнята урядом Концепція загальнодержавної програми поводження з відходами на 2013—2020 роки. Але за умови — що всі моменти, починаючи з того, хто і яким чином буде сортувати сміття, до того, хто привозитиме їх на підприємство для переробки, будуть детально прописані в законодавстві.

Висновки. Проблема утилізації твердих побутових відходів наростає з кожним днем. Звалища займають величезні простори, вони не тільки забирають землю, але і псують навколишнє середовище. Від цих звалищ страждає екологія. Тому в багатьох країнах світу прагнуть до безвідходного життя, тобто до промислової переробки побутових відходів. Їх досвід необхідно використовувати і Україні, що займає по наявності ТПВ

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

перше місце в Європі. Для швидкого вирішення проблем утилізації існує декілька важливих причин: по-перше, ресурси багатьох матеріалів на Землі обмежені і не можуть бути відтворені в терміни, зіставні з часом існування людської цивілізації; по-друге, сміття забруднює навколишнє середовище, по-третє, відходи та вироби, що закінчили свій життєвий цикл часто є дешевшим джерелом багатьох речовин і матеріалів, ніж природні джерела.

У роботі показано, що використання модернізованої установки по піролізу пластикових відходів здатне в короткий термін повністю окупити понесені інвестором витрати і не тільки приносити фінансовий прибуток, але і вирішити питання додаткового постачання в економіку країни рідкого палива і сировини для вторинного використання при виробництві пластикових виробів.

Запропонована в роботі технологія переробки пластикової тари в рідке паливо дозволяє не лише утилізувати синтетичні відходи шляхом переробки піролізом пластикових пляшок, але й скоротити витрати газу на власні потреби установки та істотно збільшити коефіцієнт корисної дії за рахунок використання продуктів переробки для виробництва тепла, що сприяє підвищенню рівня рентабельності роботи установки.

На жаль, поки в Україні основний обсяг пластикових відходів, знищують похованням в ґрунт або спалюванням. При похованні в ґрунт пластикові відходи не піддаються розпаду, а при їх спалюванні в атмосферу виділяється велика кількість шкідливих речовин.

Перешкодою для розвитку переробки ТПВ та вторинного використання результатів такої переробки в Україні є відсутність механізму збору ПЕТ-сировини. Хоча в Україні є успішний досвід реалізації такого проекту на фірмі «Оболонь» [11], але й вони дорікають державі, яка жодним чином не стимулює подібні програми. Відсутність держпрограми по збору і утилізації сміття гальмує розвиток цього бізнесу.

У більшості розвинутих країн світу законодавчо обмежують використання пластикових пакетів шляхом накладання штрафів на виробників таких пакетів та додаткового податку на споживачів. Ці кошти передаються до державного фонду, з якого згодом фінансуються поховання та переробка відходів. Після введення цього податку попит на поліетиленові пакети впав у 10 разів. Деякі країни запроваджують безкоштовну роздачу паперових пакетів, аби заохочувати споживачів до їх постійного використання. Перша в світі вільна від поліетиленових пакетів зона (plastic bag-free) з'явилася в Австралії (острів Kangaroo) ще в січні 2004 р. [10]. Маємо надії, що такі підходи будуть мати місце і в Україні.

А поки що підсумовуючи вищенаведені міркування можна дійти висновків, що впровадження технологій переробки пластикових відходів гальмується наступними чинниками:

- відсутність в Україні належних організаційних, нормативно-технічних і правових законів у цій сфері;
- низька конкурентоспроможність продукції з використанням полімерних відходів;

- відсутність економічних умов для збору і переробки основної маси пластикових відходів.

Без серйозних кроків по вирішенню цих проблем з ТПВ в Україні, не можна вивести екологічну безпеку України на належний рівень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барский В. Д. Об утилизации смешанных и загрязненных отходов полимеров и получении жидкого и газообразного топлива методом пиролиза. / Мадатов А. В., Власов Г. А. - 2005. - Режим доступа <http://www.waste.com.ua/>

2. Бизнес-план инвестиционного проекта. «Организация комплекса по переработке. ПЭТ тары в пгт Веселое Запорожской области» // www.investmentzp.org.ua/img/UserFiles/File/Business%20plan...

3. Вторичные материальные ресурсы: эффект экологический, экономический, социальный // <http://www.cherikovnews.by/?p=3531>

4. Закон України «Про відходи» / Відомості Верховної Ради України (ВВР).- 1998.- N 36-37. - С. 242 (останнє уточнення N 5456-VI (5456-17) від 16.10.2012, ВВР, 2013, N 46, ст.640)

5. Концепції Загальнодержавної програми поводження з відходами на 2013-2020 роки // Розпорядження КМУ № 22-р, від 3 січня 2013 р.

6. Мищенко В. С., Совершенствование системы управления отходами в Украине в контексте европейского опыта / В. С. Мищенко, А. П. Выговская, Ю. М. Маковецкая, Т. Л. Омеляненко. - К.: Лазурит-Полиграф, 2012. - 120 с.

7. Парфенюк А.С., Веретельник С.П., Сова А.Н., Топоров А.А. Власов Г.А., Кауфман С.И., Клешня Г.Г., Скрипченко Н.П. – «Анализ путей решения твердых бытовых отходов в Украине» // Донецкий национальный технический университет, ОАО «Авдеевский коксохимический завод» - Режим доступа: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/fimm/opalko/library/03/index.htm>

8. Самый прибыльный бизнес: получение топлива из мусора. инвестиции // http://www.biodiesel-ua.com/pir_successful/

9. Технический паспорт «Установка термической деструкции органического сырья», Одесса, 2009 г.

10. Эко-география // <http://www.eco-pack.me/geography.html>

11. Электронный журнал: «Лига.Бизнес» // «Как Оболонь заработала на ПЭТ бутылках. - Режим доступа: <http://biz.liga.net/keysy/fmcg/stati/2071153-kak-obolon-zarabotala-na-pererabotke-pet-tary.htm>

12. Электронный журнал «Эксперт» // Переработка пластиковых бутылок может стать выгодным бизнесом. - Режим доступа <http://www.adme.ru/business/pererabotka-plastikovyh-butyllok-mozhet-stat-vygodnym-biznesom-7635/>

13. Электронная статья: «Переработка мусора – инвестиции в будущее» // Переработка мусора (ТБО) в Европе. - №11. - Режим доступа: <http://ztbo.ru/otbo/stati/stranni/pererabotka-musora-tbo-v-evrope>

УДК 004:339.137.2

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Заяць Н. О., к.е.н., доц.

Львівський інститут економіки і туризму

В статті розглянуто основні положення щодо саструктуризації інформаційних потоків торговельних кооперативних підприємств, визначено основні концептуальні показники для формування інформаційного поля кооперативних торговельних підприємств. Доведено необхідність можливості дезагрегації ключових показників та їх синергічного використання для визначення агрегованих, базових показників.

Ключові слова: інформаційне поле, інформаційний потік, торговельна діяльність, кооперативне підприємство, інформаційна одиниця, показник.

Annotation

In the article the basic provisions for sastrukturizatsiyi information flows of trade cooperative enterprises, the main conceptual metrics to the information field of cooperative trade ipdpryemstv . The necessity of the possibility of disaggregation of key indicators and their synergistic use to determine ahrenhovanyh , baseline .

Keywords: information field, information flow , trading activities , cooperative enterprise information unit rate.

Перехід на ринкові методи господарювання й значне посилення ролі конкуренції в економічному житті України значною мірою послабило ринкові позиції торговельної системи споживчої кооперації, яка виявилася не спроможною швидко переорієнтуватися відповідно до вимог конкурентного середовища. Об'єктивно виникає проблема пошуку шляхів удосконалення управління господарської діяльності кооперативних торговельних підприємств, одним із яких є підвищення рівня інформатизації торговельних процесів. Звідси актуальними стають дослідження особливостей формування відповідної методологічної та інструментальної бази інформаційного забезпечення комерційної діяльності кооперативних торговельних підприємств.

Зазначена проблема у розвитку вітчизняної економіки знайшла своє відображення у працях вітчизняних науковців, а саме Н.М. Андреюка, О.М. Ананьєва, В.В.Апопця, І.А. Бланка, О.В. Виноградової, В.М. Геєця, В.Г. Герасимчука, Я.А. Гончарука, Б.Є. Кваснюка, Є.В. Крикавського, О.Є. Кузьміна, А.А. Мазараки, І.А. Маркіної, Б.М. Мізюка, І.М. Мельник, В.О. Точиліна, Ф.І. Хміля та багатьох інших дослідників. Водночас цілий ряд важливих питань що стосуються вдосконалення управління кооперативними торговельними підприємствами на базі раціонально організованого інформаційного забезпечення, залишаються невирішеними. Саме це сформувало необхідність комплексного вивчення інформаційних потоків, що супроводжують управління торговельною діяльністю кооперативних підприємств і вироблення методичних підходів до розробки та оцінювання їх ефективності.

Одним з центральних, а в умовах цивілізованого ринку головних, показників розвитку торговельної

діяльності споживчої кооперації, є сукупний показник „Споживча задоволеність”. Задоволеність клієнтів не тільки набуває першоступеневого значення, але і методично важко визначається через відсутність інформаційної бази. Потрібна ціла система показників, щоб чітко визначити рівень споживчої задоволеності. Тим паче, для споживчої кооперації, оскільки саме в неї задоволеність клієнтів повинна розглядатися з двох позицій: перша – в межах клієнтів-пайовиків, друга – всіх решта [5].

В сучасних системах менеджменту комерційної діяльності рівень споживчої задоволеності описується системою показників прибутковості стосовно до ціннісного управління результативністю. Основою цієї системи виступає облік прибутків і збитків.

На думку автора, товарооброт, як основний на сьогоднішній день показник діяльності кооперативного торговельного підприємства, і як базис для співставлення, не кращий інструмент для управління. З точки зору пайовиків, більш важливим є показник „повернення інвестицій”.

Хоча показник ROi (формула для визначення прибутку) свідчить про прибутковість торговельного підприємства в цілому, але він не може бути використаний для управління окремими товарними позиціями або товарними лініями. Інвестований капітал неможливо розрахувати у відношенні окремих товарів, товарних ліній, і навіть часткових компонентів кооперативного торговельного підприємства [6].

Таким чином, розроблена компанією Du Point на початку століття система показників ROi не підходить для товарно- і клієнто-орієнтованого управління торговельним підприємством (організацією), на що сьогодні

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

націлені торговельні підприємства. Тут виникає певна проблема, пов'язана з тим що кооперативна організація в своїй основі має товарно-клієнтську орієнтованість.

Для того, щоб визначити окремі джерела прибутковості кооперативного торговельного підприємства (що є інформаційним ресурсом), необхідно підсумкові результати співставити з оборотом цих „джерел”. При цьому, мова повинна йти в розрізі окремих товарів, товарних ліній або покупців (клієнтах) чи їх груп.

Наш підхід до формування інформаційного забезпечення кооперативного торговельного підприємства полягає в можливостях повної дезагрегації показників діяльності з метою співвіднесення їх з витратними показниками, що дозволяє прослідкувати формування кожного показника і всієї діяльності в цілому методом агрегації нижчевідображених позицій по ієрархії до кінцевих показників роботи торговельного підприємства.

З проведеного автором дослідження слідує, що передумовою для точного розподілу прибутку за „джерелами” утворення являється розрахунок витрат. З врахуванням причинно-наслідкових зв'язків витрати поділяються на фіксовані і змінні, а також на прямі і загальні (накладні) витрати.

Ними можуть бути окремі товари, товарні лінії, ціле підприємство, або покупці (клієнти) та регіони. Під товарною лінією автор розуміє сукупність товарних позицій, об'єднаних за принципом „односпрямованості і рівня заміщеності”. Саме з таких позицій можна диференціювати загальний показник „обсяг товарообороту”. У вітчизняній статистиці поняття „товарна лінія” перетинається з поняттям „товарна група” [8]. Але для системи прийняття рішень, на думку автора, правильніше оперувати поняттям „товарна лінія”, оскільки воно містить в собі вектор спрямованості. Схема управлінського обліку за ринками реалізації може бути легко переведена в систему показників, яка представляє окремі дані у вигляді, необхідному для прийняття рішень. При цьому, мова йде не тільки про підготовку даних, орієнтованих на досягнення цілей, а їх представлення як сукупностей одного спрямування. А вже завдання системи полягає у тому, щоб встановити області прибутковості підприємства: в якій вона є високою, а в якій знижується, і являється, таким чином, найважливішим інструментом, що використовується при прийнятті рішень у сфері управління.

Підприємство використовує розрахунок по товарних витратах [2], для того щоб прослідкувати фіксовані і загальні витрати по окремих позиціях товарів, товарних лініях (для управлінських рішень), товарних групах (для статистичної звітності), по підприємству в цілому (для управлінського обліку). Поточна структура даних про асортимент ТП продемонстрована на рис.1. Беручи до уваги дану структуру асортименту, розрізняємо наступні рівні опису даних:

I. Рівень одиниці товару (T_n) – наскільки вигідна реалізація даного товару.

II. Рівень товарної групи ($TГn$) – наскільки вигідно займатися даною товарною групою.

III. Рівень товарної лінії ($ТЛ_{1-2}$) – наскільки прибуткова вся товарна лінія.

IV. Рівень підприємства (РП) – наскільки є прибутковим підприємство в цілому.

Щоб відповісти на ці запитання про прибутковість і, як результат, про право на існування товару або товарної групи, товарної лінії в структурі товарообороту, необхідно прорахувати і співставити витрати і виручку. Для цього потрібно мати в наявності як мінімум такі інформаційні „поля” як: „поле” товарів, „поле” характеристик товарів за логістикою поступлення, „поле” товарів реалізації і інше. Різниця між виручкою і витратами складає маржинальний прибуток [3]. В цьому контексті можна формувати надзвичайно важливі для менеджменту поняття, такі як „товарний прибуток”, „прибуток від товарної лінії”, „прибуток в розрізі одногрупних товарів”.

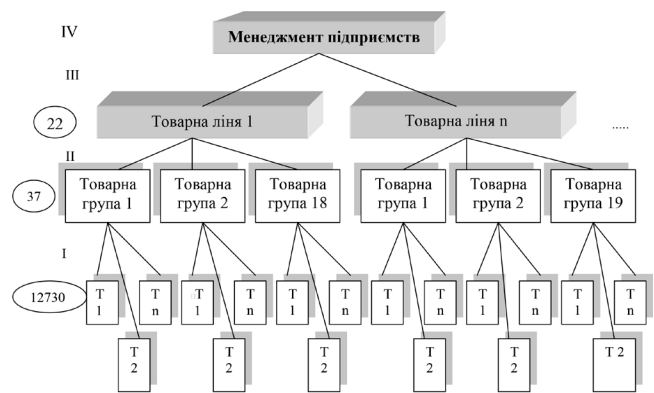


Рис.1. Структура інформаційного відображення товарного асортименту

Дані показники дають змогу розрізняти рішення стосовно необхідності закупівлі, замовлення, поступлення певного товару. Їх зведення свідчить про те, скільки грошей знаходиться в розпорядженні підприємства для покриття майбутніх фіксованих витрат і одержання доходу. Прибуток за товарними лініями у зв'язку з цим можна визначити наступним чином:

де $ЧВ_{Тл_i}$ - величина чистої виручки від i-тої товарної лінії;

$ЗВ_{Тл_i}$ - величина змінних витрат, що приходяться на i-ту товарну лінію;

$ПВ_{Тл_i}$ - величина постійних витрат, що приходяться на i-ту товарну лінію;

$Птл_i$ - величина прибутку від i-тої товарної лінії.

$$Птл_i = ЧВ_{Тл_i} - ЗВ_{Тл_i} - ПВ_{Тл_i}, \quad (1.1)$$

Для використання цієї методики потрібна відповідна інформаційна база, яка дасть змогу агрегувати 12730 найменувань товарів спочатку в 37 товарних груп, а потім в дві товарні лінії.

Автор хоче звернути увагу на наступне. Кількість рівнів аналізу даних залежить від величини і структури асортименту кооперативного торговельного підприєм-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ства. Якщо, наприклад, в підприємстві існують ще і різні галузі спеціалізації, то відповідно, число рівнів збільшується.

Важливим при цьому є те, що розрахунок результативності господарської діяльності відбувається для підприємства в цілому, а для товарів, товарних груп і товарних ліній, розраховується тільки показник „прибуток”. В умовах комп'ютеризації ймовірність того, що частина інформації буде спотворена і втрачена і результативність окремого товару не буде врахована, є надзвичайно низькою [7].

Загалом, критерієм успіху в бізнесі є показник прибутку. Разом з тим, діяльність підприємства спрямовується до рентабельності в цілому, а сама рентабельність за певними рівнями оцінюється за відношенням прибутку до товарообороту.

Таким чином, важливо виокремлювати різні види товарообороту, для чого потрібно мати не тільки відповідну структуру інформаційного забезпечення, але і відповідний інструментарій його організації, який буде дозволяти це робити. Сьогодні АІС кооперативних ТП побудовані на принципах реляції даних у формі файлів, баз даних і сховищ даних. Структура файлів відповідає структурі управлінського документа. Саме тому вони групуються за чотирма компонентами: (1) – вхідні оперативні, що містять змінну інформацію, яка відображає поточні факти; (2) – умовно-постійні – що містять нормативні (планові) довідкові дані; (3) – результуючі, що містять результати розрахунків; (4) – коректуючі, що містять дані для коректування умовно-постійних даних.

Цінність підприємства в умовах сьогодення виражається капіталізованою вартістю [4]. В кооперативних організаціях пайовики вкладають гроші в підприємство, з метою отримання дивідендів. Вони знають, що вартість підприємства, залежить в значній мірі від різного роду ризиків.

Так, у відповідності з наявними даними ІЗ і знаючи обсяг товарообороту двох товарних ліній, розрахуємо долю кожної товарної лінії в загальній рентабельності (тобто дезагрегуємо показник „загальна рентабельність” до другого рівня). При цьому будемо пам'ятати, що сума окремих долей рентабельності завжди повинна перебільшувати загальну рентабельність, оскільки постійні витрати також повинні бути покриті. Якщо доля товарної лінії 1 в рентабельності торговельного підприємства складає x , який утворюється при множенні рентабельності товарної лінії на долю обороту, то очевидно, що вона зменшує (збільшує) рентабельність ТП на x (в залежності від позитивності (від'ємності)). Схема розрахунку загальної рентабельності роботи кооперативного ТП наведена на рис.2.

Величини відхилень компенсуються більш високою рентабельністю іншої лінії (слід відмітити, що рентабельність товарної лінії завжди повинна розглядатися з врахуванням постійних витрат, які вона покриває).

Розрахунок рентабельності товарної лінії 1 відбувається за рахунок дезагрегації показників, що формують показник рентабельності, на більш низький рівень

(даний рівень другим за порядком в нашому розгляді) за схемою наведеною на рис.3.

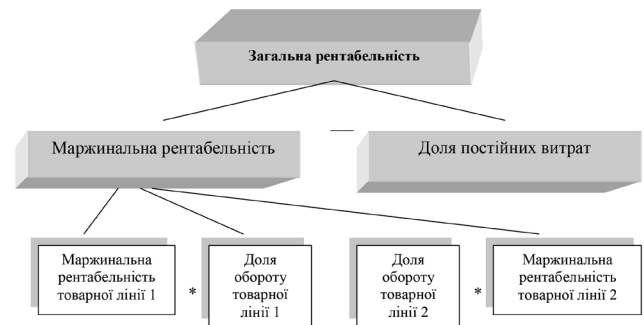


Рис.2. Розрахунок загальної рентабельності ТП

В організованому за нашим принципом ІЗ системи управління кооперативним ТП є можливість детального розгляду процесу формування рівня рентабельності для окремих товарів. Валовий прибуток за окремим товаром показує в якій степені прибуток від цього товару покриває всі постійні витрати.

Якщо з прибутку, що приносить окремий товар, відняти постійні витрати на одиницю продукції, отримуємо прибуток по товару. Але це можливо зробити лише при наявності відповідної інформаційної бази, структурованої відповідним чином і яка надає можливість формування „потоварного” доходу, а вже потім „потоварного” прибутку.

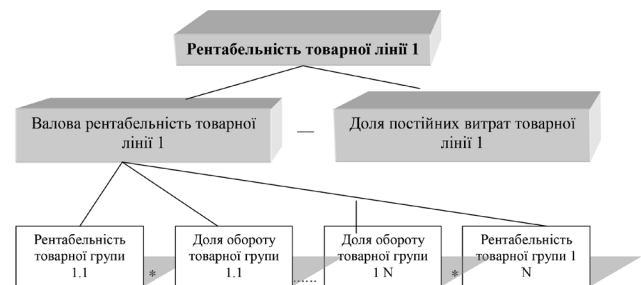


Рис.3. Розрахунок (дезагрегація) рентабельності товарної групи 1

Дезагрегація інформації відбувається аналогічно до вищевказаних схем. З цих виразів записаних і розрахованих у відповідності із запропонованою схемою (логікою) організації ІЗ (від можливості відслідковування і-того товару до агрегованого показника „товарооборот”) дає можливість безпосередньо визначити товари, які являються прибутковими чи збитковими.

Але якщо незначно ускладнити інформаційне забезпечення СУ ТП (додаванням компонентних складових показників (індикаторів) діяльності, так званих підсумкових показників), можна за допомогою правил дезагрегації здійснити більш глибокий аналіз, оскільки детальне формування показника рентабельності окремого товару дає можливість проводити лише ізольований аналіз. Доля прибутку окремих товарів в загальній рентабельності залежить також і від обсягу товарообо-

роту по цьому товару, і від постійних витрат, пов'язаних з тою чи іншою товарною лінією.

Запропонований підхід до формування методичного інструментарію для СУ ТП, дає можливість визначити мінімальну рентабельність товару.

Виходячи з очікуваної величини загальної рентабельності на рівні товарних ліній і окремих товарів, розраховується доля рентабельності, яка необхідна для досягнення цієї величини, а також для покриття постійних витрат (тобто, можна здійснювати зворотню агрегацію показників, що занесені у відповідні бази даних: товари, постачальники, покупці тощо).

Дотримання такого підходу дозволяє достатньо легко встановлювати бажані критерії показників. Однак, цільові значення рентабельності дійсні лише при заданому обороті, а при більш високому, рівень цільової рентабельності автоматично знижується, оскільки постійні витрати, як правило, залишаються незмінними[1].

Для підвищення рівня прибутку необхідно здійснювати декомпозицію показників доходів (Д) і витрат (В) як складових визначення ефективності функціонування процесів підприємства. Основними показниками вартісної оцінки товарних потоків та результатів діяльності ТП протягом досліджуваного періоду Т ($T = t_2 - t_1$, де t_2, t_1 - початкові й кінцеві моменти періоду) є обсяги товарообороту To_i ($i = T_1$; n - кількість видів товарів, що реалізуються); нереалізованих товарів, що повернуті P_j ($j = T_1$; j - кількість видів товарів) та цін на них ($\Pi_i = \Pi_i^p(t)$ - на товар, що реалізований, $\Pi_j^m = \Pi_j^m(t)$ - на товар, що нереалізований і повернений).

$$D_i(t_1, t_2) = \sum_{j=1}^n \int_{t_1}^{t_2} P_{ij}^p(t) * \Pi_{ij}^p(t) dt - \sum_{j=1}^m \int_{t_1}^{t_2} P_{ij}^m(t) * \Pi_{ij}^m(t) dt \quad (1.2)$$

де: D_i - дохід і-го товарообороту;

t_1, t_2 - початкові й кінцеві моменти періоду;

n - кількість видів товару, що реалізується;

P_{ij}^p - реалізований товар і-го товарообороту;

P_{ij}^m - нереалізований товар, повернений товар

і-го товарообороту;

Π_{ij}^p - ціна на товар, що реалізований і-го товарообороту;

Π_{ij}^m - ціна на товар, що нереалізований та повернений і-го товарообороту;

m - кількість нереалізованого товару.

Якщо ціна реалізованого і нереалізованого товару є постійною, тобто: $\Pi_{ij}^p(t) = \Pi_{ij}^p$, $\Pi_{ij}^m(t) = \Pi_{ij}^m$ на проміжку $[t_1, t_2]$, тоді формула набуває вигляду:

$$D_i(t_1, t_2) = \sum_{j=1}^n \Pi_{ij}^p \int_{t_1}^{t_2} P_{ij}^p(t) dt - \sum_{j=1}^m \Pi_{ij}^m \int_{t_1}^{t_2} P_{ij}^m(t) dt \quad (1.3)$$

Якщо кількість реалізованого товару і нереалізованого є постійною, тобто:

$\Pi_{ij}^p(t) = \Pi_{ij}^p$, $P_{ij}^p(t) = P_{ij}^p$, $\Pi_{ij}^m(t) = \Pi_{ij}^m$, $P_{ij}^m(t) = P_{ij}^m$ на проміжку $[t_1, t_2]$, тоді формула набуває вигляду:

$$D_i(t_1, t_2) = \sum_{j=1}^n \Pi_{ij}^p P_{ij}^p (t) dt - \sum_{j=1}^m \Pi_{ij}^m P_{ij}^m (t) dt \quad (1.4)$$

На підставі викладеного матеріалу можна зробити висновки про те, що розроблена загальна модель організації ІЗ враховує механізми визначення кожного показника складових доходу і витрат, досліджує їх взаємозв'язок та зв'язок між ними і плановими величинами, а також обґрунтовує й визначає основні параметри статичної імовірнісної моделі керування бізнес-процесами супермаркету.

Новий підхід до формування ІЗ кооперативного торговельного підприємства полягає у можливостях повної дезагрегації як ключових так і неключових показників, з метою їх порівняння та подальшої агрегації до кінцевих значень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Згуровський М. Шлях до суспільства, заснованого на знаннях / Згуровський М. // Дзеркало тижня. - 2006. - 21-27 січня. - № 2 (581).

2. Зінов В. Інтелектуальний капітал як базова характеристика вартості бізнесу / В. Зінов, К. Самарян // Інтелектуальна власність. - 2010. - № 5-6. - С. 23-35.

3. Інформаційні системи і технології в економіці: посібник / [за ред. Пономаренка В. С.]. - К. : Видавничий центр „Академія”, 2012. - 542 с.

4. Кропивко М. Ф. Інформаційне обслуговування як об'єкт підприємницької діяльності / М. Ф. Кропивко, М. І. Лобанов // Економіка АПК. - 2008. - № 1. - С. 18-27.

5. Макухіна Н. О. До питання інформаційного забезпечення управління комерційною діяльністю / Макухіна Н. О. // Збірник тез доповідей за матеріалами наукового семінару «Проблеми впливу фінансової системи на інноваційний розвиток економіки». - Львів : Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2004. - С. 46-48. - 0,13 друк. арк.

6. Макухіна Н. О. Щодо питання ефективності інформаційного забезпечення господарських процесів в споживчій кооперації / Макухіна Н. О. // Соціально-економічні наслідки та стратегія реформування економіки України : збірник тез доповідей міжвузівської науково-практичної конференції. - Львів : видавництво Львівської комерційної академії, 2008. - С. 356-359. - 0,18 друк. арк.

7. Мелюхин Й. Информационно-аналитическая деятельность как она есть / Мелюхин Й. // НТИ. Сер.1. Организация и методика информационной работы. - 2009. - № 1. - С.11-16.

8. Петрович Й. М. Застосування інформаційної логістики для формування інформаційної системи менеджменту / Й. М. Петрович, І. І. Новаківський // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції 9-11 листопада 2011 р. - Львів, 2011. - С. 229-231.

ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ–АЛЬТЕРНАТИВНИХ ШЛЯХ ДОСЯГНЕННЯ НАМІЧЕНИХ АБО БАЖАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Касатонova І.А., к.е.н., доц., доцент кафедри економіки підприємства

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. В рамках даної статті розглянуто методичний інструментарій процесу оцінювання видів економічної діяльності суб'єкта господарювання у короткостроковому і довгостроковому періоді.

Ключові слова: методи оцінювання, види економічної діяльності, стратегічна зона господарювання, підприємство.

Annotation. In the article the methodical instruments of process of estimation of all business activities of business entities in short-term or long-term period have been considered.

Keywords: the methods of estimation, all business activities, strategic economic zone, the enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Важливий етап управлінської діяльності – оцінювання бізнесу – містить у собі альтернативні шляхи досягнення намічених або бажаних результатів. Він припускає зняття невизначеності стосовно майбутнього стану об'єкта аналізу. Оцінювання бізнесу справа досить складна, не говорячи вже про необхідність збору досить великої інформації. В умовах кризового стану країни, що відрізняється нестійкістю економічного розвитку, точність результатів оцінювання істотно знижується.

Очевидно, що при плановій економіці робити оцінювання потрібно було, опираючись переважно на планові показники народногосподарського розвитку країни. В умовах же розвитку ринкової економіки, з високим ступенем ризиків і невизначеності майбутнього, робити оцінювання стає постійною необхідністю, і робити це можна досить ефективно, з великою ймовірністю одержання достовірної інформації, не тільки опираючись на логіку. Тут повинні використатися принципово інші підходи й спеціальні методи, ніж у випадку планової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, неvirішені частини загальної проблеми. Під підприємством будемо розуміти господарську організацію з правами юридичної особи, яка має особисте майно, самостійно виконує підприємницьку діяльність у галузі виробництва або послуг з метою отримання прибутку, діє на підставі свого уставу, має самостійний баланс, поточні валютні і інші рахунки в установах банків [3, с.52-53].

Проблему визначення портфелю видів бізнесу більш детально розглядав Ігор Ансофф (1965 р.), який зазначав: «Проблема визначення наборів стратегічних зон господарювання полягає в тому, щоб забезпечити рівновагу між короткостроковою та довгостроковою прибутковістю (рентабельністю). Така рівновага може бути досягнута балансуванням життєвих циклів стратегічних зон господарювання (СЗГ), полягає у послідовному зосередженні зусиль на обслуговуванні СЗГ, які

знаходяться на різних фазах життєвого циклу» [1].

М.В. Володькіна, аналогічно Ансоффу, надає методику оцінки привабливості стратегічних зон господарювання, де привабливість визначається за формулою:

$$\Pi_{\text{СЗГ}} = \alpha G + \beta P + \gamma O + \sigma T, \quad (1)$$

де $\alpha, \beta, \gamma, \sigma$ – коефіцієнти, які вказують на вклад кожного фактору і в сумі складають 1,0;

G – перспективи росту попиту в СЗГ;

P – рівень рентабельності СЗГ;

O – сприятливі тенденції;

T – несприятливі тенденції [4, с. 71].

А.М. Люкшинов наводить схему етапів розробки стратегії, до другого етапу якої відноситься оцінка привабливості СЗГ. Він зазначає, що «оцінка привабливості СЗГ, будучи значно важче, ніж просте вимірювання темпів росту по матриці БКГ, насамперед дає більш реалістичну базу для співвідношення складних і взаємопов'язаних факторів, котрими визначається відносна привабливість СЗГ для організації» [6].

А.П. Градов зазначає, що при формуванні портфелю бізнесів слід взяти до уваги наступні обставини:

- окремі види бізнесу знаходяться на різних стадіях життєвого циклу;

- поява ресурсних обмежень за кількістю і якістю;

- відповідність розвитку кожного бізнесу загальним інтересам і стратегічним цілям підприємства [9].

У зв'язку з цим перед керівництвом будь-якого підприємства постає системне завдання – стратегічно оптимальне ресурсне забезпечення усіх видів бізнесу в кожний стратегічний період, що у данному випадку буде поставати неvirішеною складовою загальної проблеми, якій присвячена стаття.

Постановка завдання. Проаналізувати та запропонувати спеціальні методи та підходи відбору та оцінювання сфер діяльності, стратегій, цілей та задач створюваних підприємств – суб'єктів господарської діяльності або видів бізнесу.

Виклад основного матеріалу. У сучасній літературі з теорії прийняття рішень існують різні підходи щодо класифікації методів вибору та оцінювання сфер діяльності, стратегій, цілей та задач створених підприємств – суб'єктів господарської діяльності або видів бізнесу.

Усі методи залежно від характеру інформації, яку має особа, яка приймає рішення, поділяються на:

1) методи, що застосовуються в умовах однозначної визначеності інформації про ситуацію прийняття рішення (аналітичні методи та частково методи математичного програмування);

2) методи, що застосовуються в умовах імовірнісної визначеності інформації про ситуацію прийняття рішення (статистичні методи та частково методи математичного програмування);

3) методи, що застосовуються в умовах невизначеності інформації про ситуацію прийняття рішення (теоретико-ігрові методи, які залежно від того, що спричиняє невизначеність ситуації: об'єктивні обставини або свідомі дії противника, поділяються на методи експертні та методи теорії ігор).

Дамо загальну характеристику кожної з наведених груп методів.

Кількісні методи (або методи дослідження операцій) застосовують, коли фактори, що впливають на вибір рішення, можна кількісно визначити та оцінити.

Якісні методи використовують тоді, коли фактори, що визначають прийняття рішення не можна кількісно охарактеризувати або вони взагалі не піддаються кількісному вимірюванню. До якісних методів належать в основному експертні методи.

Оцінювання видів бізнесу можливо виконувати з позиції трьох підходів: доходного, витратного та порівняльного [2]. Кожний підхід підкреслює відповідні ознаки об'єкта оцінювання. Так, при оцінюванні з позиції доходного підходу у вершину кута ставиться дохід, як основний фактор, визначаючий величину вартості об'єкта [7].

Серед найпоширеніших методів оцінювання можна привести наступні [5, с. 15 – 17]:

- *порівняльний метод*, використовуваний при наявності аналогів і можливості перенесення отриманих даних на об'єкт аналізу;

- *методи експертних оцінок*, застосовувані при відсутності подібних об'єктів, або виникаючих складно-стях в одержанні необхідної й достовірної інформації.

Сутність експертних методів ускладнюється при виробленні колективної думки групи фахівців в області керування, експертні оцінки засновані на використанні професійного досвіду й інтуїції. Тут розрізняють метод «мозкової атаки», проведений у формі колективного обговорення проблеми, і метод Дельфи, що передбачає залучення в процес групи фахівців, що виконують роль експертів [8]. Керівник шляхом письмового опитування з'ясує їхню думку щодо можливостей компанії в майбутньому, причому кожен експерт знайомить із думкою своїх колег, у результаті чого досягається певна згода у

рішенні обговорюваної проблеми.

Експертні методи доцільно застосовувати, коли об'єкти оцінювання не піддаються предметному опису або математичній формалізації, відсутня достовірна статистика, що характеризує об'єкт, ринкова середовище функціонування об'єкта відрізняється невизначеністю. Нерідко інвестори або кредитори з метою визначення, наскільки привабливим і перспективним для них буде бізнес, у який їх запрошують вкласти гроші, практикують експрес-опитування фахівців у даній області. Думки цих незалежних експертів і стають часом основою для прийняття рішень.

- *методи прогнозування* – такі як теорія ігор, метод сценаріїв, динамічне моделювання й ін., при яких здійснюється аналіз економіко-математичної моделі об'єкта й надається оцінка можливого розвитку;

- *параметричні методи* – це методи оцінювання за питомими показниками й рівнянням регресії. Вони застосовуються в тому випадку, коли відсутні відомості, необхідні для детальних розрахунків витрат на освоєння, виготовлення, експлуатацію й ремонт проєктованих об'єктів. Ці методи засновані на виявленні залежностей між параметрами об'єкта й організаційно-технічним рівнем виробництва, з одного боку, і корисним ефектом або елементом витрат, з іншого.

Для встановлення рівнянь регресії необхідно, щоб кількість статистичних даних перевищувало не менш чим в 3 рази масив факторів. По об'єктах, що не відповідають цим вимогам, корисний ефект або витрати, як правило, визначають виходячи з питомих показників.

- *метод екстраполяції*, його сутність складається у вивченні діяльності об'єкта у перспективі, виявленні певних закономірностей, факторів прискорення й гальмування розвитку й побудові на основі отриманих даних прогнозу щодо розвитку галузі. Методи екстраполяції засновані на оцінюванні поведінки або розвитку об'єкта в майбутньому по тенденціях його поведінки в минулому.

Методи оціночної екстраполяції оперують кількісною інформацією, вони використовуються на ранніх стадіях розробки майбутнього проєкту, коли кількість його відомих параметрів обмежено. Імовірність того або іншого явища, протікання процесу обумовлюється впливом як випадкових факторів, так і закономірних, що проявляються внаслідок дії певних законів, механізмів, взаємозв'язку процесів й явищ.

Висновки. При оцінюванні видів економічної діяльності суб'єкта господарювання у короткостроковому і довгостроковому періоді велике значення має вибір методу, здатного забезпечити функціональну повноту, вірогідність, точність результату при зменшенні витрат часу й коштів.

Складність вибору методу пов'язана з тим, що:

- по-перше, останнім часом у зв'язку з розмаїтістю завдань оцінювання істотно зросла й кількість методів, тому чимало часу зажадає навіть просте ознайомлення зі змістом відомих методів;

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

- по-друге, зростає складність самих завдань, які доводиться вирішувати в процесі оцінювання;
- по-третє, вибір методів оцінювання ускладнюється динамічністю самого ринкового середовища, скороченням життєвого циклу товарів і підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ., науч. ред. и автор предисл. Л.И. Евченко / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Бізнес-портал Alti.ru. Оцінка бізнесу. – Режим доступу: <http://www.alti.ru/ocenka-4.htm>.
3. Бревнов А.А. Организация частного предприятия в Украине / А.А. Бревнов. – Харьков: «Одисей», 2004. – 672 с.
4. Володькина М.В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / М.В. Володькина. – К.: Знание-Прес, 2002. – 152 с.
5. Лазарев А.В. Бизнес – планирование как форма экономического управления / А.В. Лазарев. – Москва, 2000. – 191 с.
6. Люкшинов А.М. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для вузов / А.М. Люкшинов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с.
7. Сычева Г.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учеб. пособие для вузов / Г.И. Сычева, Е.Б. Колбачев, В.А. Сычев. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 378 с.
8. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 376 с.
9. Экономическая стратегия фирмы / под ред. проф. А.П. Градова. – 3-е изд., исп – С-П.: Спец. Лит., 2000. – 589 с.

УДК 331.5:338.4

ОПЛАТА ПРАЦІ ТА ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

Коваль Л.М., к.е.н., доц.

в.о. ректора Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Анотація. Досліджується вплив заробітної плати на ефективність та продуктивність праці. Здійснено оцінку ефективності системи оплати праці і пенсійного забезпечення працівників аграрного сектора України та висвітлено проблемні аспекти питання. Визначено, що удосконалення системи соціального забезпечення селян потребує реформування правового поля, передбачає застосування стимулятивної функції податкових платежів та формування необхідних інфраструктурних елементів аграрного ринку праці, зокрема, недержавного професійного пенсійного фонду.

Ключові слова: аграрний сектор, заробітна плата, пенсійне забезпечення.

Abstract. Introduction. Agriculture is the leading field of national economy of Ukraine. Powerful resource base provides state gain decent position in world markets. However, Ukraine does not use its potential, gradually turning into an importer of food. Development of the agricultural sector inhibits a number of problems. One of these problems is to inefficient social security system, provoking a decrease in productivity and efficiency of agricultural labour.

The purpose of the article is to analyse the current situation in the pay and pensions of peasants and justifying lines of solving pressing problems.

Results. The study found that well-established in Ukraine welfare system is far from farmers market requirements and the factor that discourages most rewarding part of the labour potential to work in rural areas. Particularly acute problem appeared before members of the private farms that were actually outside the social security system. The current system in Ukraine pay and pensions will not solve the social problems of the peasants, and only causes disruption in the real sector and provoke illegal employment. In this regard, Ukraine is now in search of ways to enhance the motivational mechanism for farmers to live and work in rural areas. Improving the welfare system needs reform peasants legal framework provides for the application of the incentive function of tax payments and form the necessary infrastructure of the agrarian labour market, including non-governmental occupational pension fund.

Keywords: agriculture, wages and pensions.

Постановка проблеми. Провідною сферою української економіки є аграрна сфера. Завдяки наявності потужного аграрного ресурсного потенціалу Україна довгий час утримувала передові позиції у світі з виробництва основних сільськогосподарських культур. Їй вдавалося не лише забезпечувати внутрішні потреби в продовольстві, але й невпинно нарощувати товарний експорт. Проте, за часи перебування у складі Радянського Союзу, Україна почала втрачати свої позиції. Після проголошення державної незалежності український Уряд проголосив реалізацію масштабних реформ в аграрній сфері, але подолати негативні тенденції не вдалося. Маючи необхідні природно-кліматичні умови та ресурсну базу, Україна продовжує закуповувати ряд продукції сільського господарства на зовнішньому ринку.

Розвиток аграрного сектора стримує ціла низка нерозв'язаних проблем. До найактуальніших з них належить проблема матеріального стимулювання працівників як головного чинника продуктивної праці. За роки руйнівних трансформацій в аграрному секторі відбулося знецінення мотиваційних стимулів, а такі їх складові як зарплата та пенсії втратили своє значення основної складової загальної системи мотивації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначена ситуація поставила проблему в центр уваги багатьох дослідників. Більшість з них [1-5] звертає увагу на взаємозв'язку результатів праці та розміру заробітку. Учені дійшли до висновку, що утримання низьких соціальних стандартів не вигідне нікому – ні державі, ні підприємствам, ні громадянам. Відтак питання матеріального стимулювання працівників аграрного сектора стало наскрізним у роботах багатьох дослідників. Різні його аспекти знайшли відображення у доробках В. Дієсперова, Ю. Краснова, Л. Молдаван, М. Орлатого, Б. Пасхавера, П. Саблука, В. Юрчишина та ін. Автори аналізують показники рівня оплати праці та пенсійного забезпечення працівників аграрного сектору, визначають їх вплив на зайнятість та безробіття сільського населення, висувають власні гіпотези щодо подолання назрілих проблем. Більшість учених при обґрунтуванні конкретних рекомендацій звертається до світового досвіду, аналізує теоретичні та практичні доробки зарубіжних учених, зокрема: А. Моріса (Moris, 2003) [6], Дж. М. Кейнса (Keynes, 2012) [7], В. Гімпельсона (Himpelson, 2013), Д. Стребкова (Strebkov, 2011), П. Петракова (Petraikov, 2011) та ін. Проте, дієвої концепції підвищення рівня матеріального

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

забезпечення працівників аграрної сфери України так і не було створено. Зазначене формує актуальність теми дослідження, визначає його мету, завдання і структуру.

Метою статті є аналіз показників оплати праці та пенсійного забезпечення працівників аграрного сектора, визначення їх впливу на розвиток галузі та формування соціального клімату села, а також обґрунтування напрямів підвищення ефективності системи соціального забезпечення селян.

Результати дослідження. Досягнутий рівень трудового забезпечення є тим важливим показником, що характеризує розвиток економіки держави та окремо взятої галузі. На цьому тлі Україна виглядає не вельми привабливо. Далекою від вимог ринкової економіки є існуюча система соціального забезпечення працівників аграрного сектора.

Потужним чинником, що знеохоче найбільш перспективних людей до праці в аграрній сфері, є зарплата, величина якої на 28,3% нижча за середній показник по економіці (таблиця 1). Значна частина працівників галузі (близько 13%) не одержує навіть прожиткового мінімуму, який в Україні явно занижений [8, с. 38]. Зазначена ситуація викликає розростання бідності на селі. В 2012 р. рівень бідності сільського населення становив 36,1% і був на 14,9 пункти вищим, ніж у місті. Це наклало свій відбиток на якість харчування сільських жителів і, безумовно, позначилося на майбутньому українського села. На продукти харчування сільські домогосподарства витрачають понад 55% своїх доходів, однак їхній раціон явно недотримує білків тваринного походження, які селяни активно замінюють висококалорійною продукцією рослинництва – в денному раціоні селянина обсяг споживання цукру в 1,2 рази перевищує обсяг споживання цього продукту міським жителем, хліба і хлібних продуктів – в 1,3 рази, картоплі – в 1,5 рази, зате споживання м'яса відстає на 18,9%, риби і рибних продуктів – на 5,9%, фруктів, ягід, горіхів та винограду – на 40,5% [10]. Зрозуміло, що такі умови спонукають найбільш активних селян шукати шляхи реалізації свого потенціалу за межами села.

Певна частина сільського населення робить спроби реалізувати себе в особистому селянському господарстві (ОСГ). Але таке рішення не можна назвати свobodним волевиявленням – щоб не завдавати собі зайвих клопотів з працевлаштуванням і не здійснювати витрат на соціальну підтримку осіб, що проживають на селі і ведуть особисте господарство, держава вирішила ідентифікувати їх усіх як зайнятих в ОСГ. При цьому не було враховано той факт, що близько 40% господарств населення володіє земельними ділянками площею до 0,5 га., на яких неможливо вести ефективне товарне сільськогосподарське виробництво і отримувати належний дохід. Поділяючи думку Т.О. Коваленко та С.М. Черноус, зазначимо, що такі законодавчі норми суперечать положенням Конституції України, відповідно до яких утвердження і забезпечення прав та свобод людини є головним обов'язком держави (ст. 3); кожен має право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, що

включає достатнє харчування, одяг, житло (ст. 48); кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працюю, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується (ст. 43); громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є рівними перед законом (ст. 24); при прийнятті нових законів або внесенні змін до чинних законів не допускається звуження змісту та обсягу існуючих прав і свобод (ст. 22) [11, с. 76]. Віднесення усіх селян, що працюють на землі, до категорії зайнятих ставить їх в нерівні умови з жителями міста та загострює соціальну напругу в суспільстві. Видається несправедливим, що селянин, котрий обробляє клаптик землі для власних потреб вважається зайнятим, а особа, котра здає в оренду квартиру та отримує від цього зиск – безробітною з усіма витікаючі ми пільгами.

Таблиця 1
Заробітна плата працівників сільського господарства України у 1995-2013 рр.*

Рік	Мінімальна заробітна плата (на кінець року), грн.	Прожитковий мінімум (на кінець року), грн.	Середня заробітна плата в економіці, грн.	Динаміка середньої заробітної плати, %	Середня заробітна плата в сільському господарстві, грн.	Динаміка середньої заробітної плати в сільському господарстві, %	Відношення зарплати (%) в сільському господарстві до:		
							середньої заробітної плати	мінімальної	Прожиткового мінімуму
1995 (крб.)	73,00	-	73,00	-	37,00	-	50,7	50,7	-
2000	104,0	287,63	230,00	-	114,00	-	49,6	109,6	39,6
2001	118,0	311,30	311,33	135,4	151,00	132,5	48,5	128,0	48,5
2002	165,0	365,00	376,38	120,9	177,00	117,2	47,0	107,3	48,5
2003	205,0	365,00	462,27	122,8	210,10	118,7	45,4	102,5	57,6
2004	237,0	386,73	589,62	127,5	295,12	140,5	50,1	124,5	76,3
2005	332,0	453,00	806,19	136,7	437,00	148,1	54,2	131,6	96,5
2006	400,0	505,00	1041,4	129,2	581,00	133,0	55,8	145,3	115,0
2007	460,0	633,00	1351,0	129,7	771,00	132,7	57,1	167,6	121,8
2008	545,0	669,00	1806,0	133,67	1101,0	142,8	61,0	202,0	164,5
2009	744,0	744,00	1906,0	105,5	1220,0	110,8	64,0	164,0	164,0
2010	922,0	922,00	2239,0	117,5	1467,0	120,2	65,5	159,1	159,1
2011	1004,0	1004,0	2633,0	117,6	1853,0	126,3	70,4	184,6	184,6
2012	1134	1134,0	3026,0	114,9	2077	112,1	68,6	183,2	183,2
2013	1218	1218,0	3265,0	107,9	2340,0	112,7	71,7	192,1	192,1

* Побудовано та розраховано за даними [8, с. 39; 9, с. 380]

Конституційні права працівників аграрного сектору порушує також діюча в Україні система пенсійного забезпечення. Люди, які важко трудилися на селі, отримують значно нижчі пенсії, ніж працівники інших галузей. Так, якщо на початку 2013 р. середня пенсія по Україні становила 1470,7 грн. [12], то механізатори зі стажем роботи понад 40 років отримували лише 700-800 грн., керівники підприємства з таким же стажем – 1,5 тис., а надбавка за звання «заслуженого працівника сільського господарства» була встановлена на рівні 100 грн. [13]. Таким чином держава «винагороджувала» за втрачене на виробництві здоров'я.

Проте в найгіршому становищі опинилися члени ОСГ. Через низький рівень доходів вони не мали змоги щомісячно вносити до пенсійного фонду встановленої законом суми в розмірі 34,7% від мінімальної зарплати і їх праця не зараховувалася до стажу роботи, який давав би право на призначення пенсії. Складається враження, що селяни, які володіють клаптиком землі і обробляють його, випадають з поля соціальної політики держави, котра позбавляє їх навіть мінімальних гарантій.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Діюча в Україні система пенсійного забезпечення не вирішує соціальних проблем селян, а лише спричиняє перебої в роботі реального сектора та провокує не легальну зайнятість. Чинне законодавство України надає право певним категоріям селян достроковий вихід на пенсію, але весь тягар по виплаті цих коштів перекладає на підприємства. Своєю чергою останні відмовляють таким громадянам у легальному працевлаштуванні. Ті ж підприємства, які намагаються прозоро вести справи – банкрутують. Нещодавно одне з таких підприємств звернулося за допомогою до держави, та отримало судові позови. Через неврожай 2010-2012 рр. господарство понесло величезні збитки і не мало змоги сплачувати в пенсійний фонд. Його очільниця вирішила звернутися в Міністерство аграрної політики та продовольства України з проханням поставити питання перед Кабінетом Міністрів України про винесення додаткової Постанови про порядок проведення органами Пенсійного фонду України списання та розстрочення податкового боргу зі збору на обов'язкове державне пенсійне страхування у зв'язку з форс-мажорними обставинами, та отримала відповідь, в якій йшлося про те, що Міністерство аграрної політики не ставить таких питань перед Кабміном, а лише надає консультації. Невдовзі управління Пенсійного фонду України у відповідному районі було подано позов до адміністративного суду про стягнення з підприємства заборгованості по страховим внескам на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування, що з огляду на наближення проведення весняно-польових робіт, цілковито підірвало його роботу [13]. Окреслений підхід законодавця та сформована цільова функція державних інститутів не сприяє забезпеченню ефективної зайнятості, що проголошено одним з основних принципів державної політики зайнятості населення, а лише посилює негативні тенденції руйнування трудового потенціалу села, призводить до зниження впливовості цього чинника на здобуття конкурентних переваг у сучасному світі.

Через тривалу негативну мотиваційну поведінку в Україні невпинно зникають та обезлюднюються села. За роки реформ в державі стало на 447 сільських населених пунктів менше, ніж було до їх запровадження, ще 227 сіл обезлюднилися, і 6163 – деградувало [14]. Молодь масово покидає село і намагається реалізувати свій потенціал у місті. Лише у 2013 р. чисельність сільських мешканців зменшилася на 7,4 тис. ос. У зв'язку з цим Україна нині перебуває в пошуках шляхів посилення мотиваційного механізму селян до проживання і праці на селі.

Вагомим чинником розв'язання проблеми оплати праці має стати податкова система. Усталений нині рівень навантаження фонду оплати праці змушує роботодавців до виплати частини зарплати «у конвертах», а також провокує розвиток тіньового ринку робочої сили. Тому вбачаємо гостру необхідність в реформуванні податкової системи і реалізації політики створення робочих місць шляхом надання податкових пільг підприємствам, що залучають до роботи нових працівників та справно сплачують їм гідну заробітну плату.

Недотримання умов та порядку виплати заробітної плати провокує також відсутність ефективної каральної системи за порушення законодавства про виплату заробітної плати. Тому пропонуємо підвищити розмір санкцій за порушення норм трудового законодавства, а до осіб, що систематично недотримуються встановлених законом умов – застосувати більш жорсткі заходи, передбачивши в правовому полі підстави для конфіскації бізнесу або ж несення кримінальної відповідальності. Окрім того, вважаємо за доцільне створення централізованої бази даних, яка б містила відомості про порушників і була однаково доступною для усіх суб'єктів ринку.

Негативно оцінюємо норми закону, які передбачають перекладання усього тягаря виплати дострокових пенсій на роботодавця і пропонуємо їх скасувати. Вважаємо, що аграрна сфера України потребує створення системи накопичувального пенсійного забезпечення, основу якої має створити недержавний Аграрний професійний пенсійний фонд (АППФ), створений за участю держави й на основі угоди між об'єднаннями роботодавців і профспілок, а також населення, зайнятого в ОСГ (рис. 1). Основним напрямком діяльності АППФ має бути інвестування в об'єкти сільського господарства. Актуальним було б залучення коштів аграрної професійної накопичувальної системи до діяльності Земельного іпотечного банку та Земельного фонду. АППФ міг би купувати іпотечні цінні папери і отримувати від цього зиск. Проте Закон України «Про недержавне пенсійне страхування» забороняє вкладати більше 5% активів недержавних пенсійних фондів в цінні папери одного суб'єкта. Ми пропонуємо змінити цю норму для професійних пенсійних фондів за умови, що емітент цінних паперів працює в сфері діяльності покупця. Це дасть змогу забезпечити приплив коштів в дану галузь, підтримати її. Більша норма, на наш розсуд, має бути встановлена для АППФ, оскільки: а) сільське господарство є пріоритетною галуззю національної економіки; б) особливо гостро відчуває нестачу фінансових ресурсів; в) іпотечні кредити мають високий рівень надійності, оскільки об'єкт застави є нерухомим і, до того ж, має тенденцію до зростання ціни. У разі невиконання боржником кредитного зобов'язання іпотечний банк зможе задовольнити свої вимоги за основним зобов'язанням шляхом звернення стягнення на об'єкт іпотеки, який матиме змогу відразу реалізувати через державний Земельний фонд ефективним власником. Таким чином, ризик неповернення кредиту, є мінімальним, отже, такий напрям розміщення пенсійних активів АППФ, як придбання облігацій іпотечного банку, має бути пріоритетним.

Належний рівень доходів АППФ може забезпечити власність на землю. Чинне законодавство України дозволяє недержавним пенсійним фондам інвестувати свої активи в об'єкти нерухомості. Ми пропонуємо передбачити виключну можливість для АППФ України інвестувати в земельні ділянки. Це дозволить залишити відповідні суми в аграрному секторі і дасть змогу установі зосередити в своїх руках власність, що не знецінюється.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Для того, щоб не допустити виключення цих земель з господарського обороту, в законодавстві України, доцільно було б передбачити механізм їх передання в оренду через Земельний фонд, що дозволить акумулювати земельну власність АППФ в руках ефективно господарюючих суб'єктів.

Враховуючи можливість АППФ мати у своєму розпорядженні землю, вважаємо за доцільне запровадити в практику накопичувального пенсійного страхування одноразового земельного пенсійного внеску. Це створить суттєві переваги для більшості власників земельних паїв на момент їх виходу на пенсію і продиктовано суттєвим відставанням заробітних плат більшості сільських жителів та відсутністю реальних можливостей самостійно обробляти паї (рис. 1).

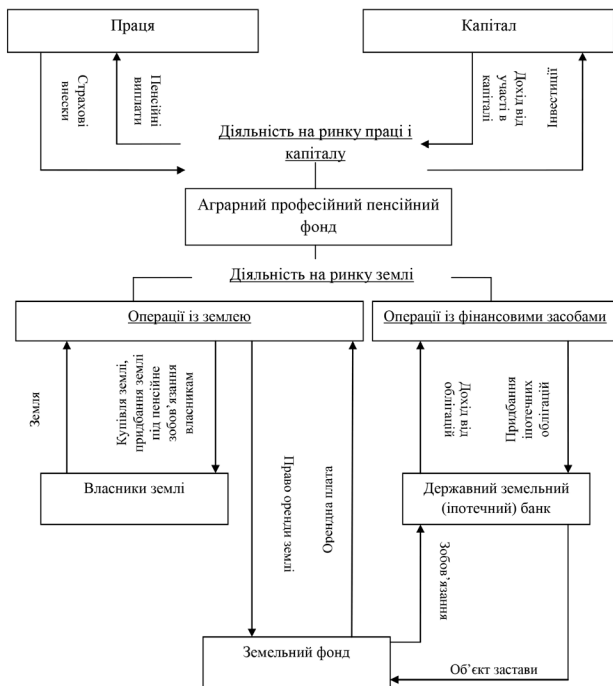


Рис. 1. Модель роботи аграрного професійного пенсійного фонду в Україні*

* Власна розробка автора

Практичне застосування запропонованої моделі не лише покращить добробут сільських пенсіонерів, але й дозволить акумулювати значні фінансові ресурси для подальшого їх інвестування в аграрний сектор, сприяти збереженню земельно-ресурсного потенціалу галузі.

Висновки. Пріоритетною сферою національної економіки України є сільське господарство. Володіючи потужною ресурсною базою, ця галузь може забезпечити державі гідне місце у світовому просторі. Проте наявний потенціал в Україні не використовується, а держава поступово починає перетворюватися на імпортера продовольства. Перед аграрною сферою України постало багато проблем, але однією з головних є втрата трудового потенціалу, зниження продуктивності та ефективності праці через відсутність ефективного мотиваційно-

го механізму.

Усталена система оплати праці та пенсійного забезпечення працівників аграрного сектора не вирішує їх соціальних проблем, а лише спричиняє перебої в роботі реального сектора та провокує нелегальну зайнятість. Тому нині Україна перебуває в пошуках шляхів посилення мотиваційного механізму в аграрній сфері.

Удосконалення системи оплати праці та пенсійного забезпечення потребує реформування правового поля, передбачає застосування стимулюючої функції податкових платежів та формування необхідних інфраструктурних елементів аграрного ринку праці, зокрема, недержавного професійного пенсійного фонду. Реалізація запропонованих заходів потребує прийняття виважених, обґрунтованих рішень на всіх рівнях управління та активної участі у цьому процесі усіх суб'єктів ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Ковтун Н. В. Оцінка потенціалу та моделювання розвитку економіки України за видами діяльності / Н. В. Ковтун, А. І. Ігнатюк // Статистика України. – 2012. – № 1 (56). – С. 28 – 34.
- Могілат І. Продуктивність праці, продуктивність капіталу та сукупна факторна продуктивність: динаміка і фактори впливу на них / І. Могілат, Н. Горшкова, С. Кожем'якіна // Економіка України. – 2009. – № 8. – С.4–16.
- Наумко Ю. С. Заробітна плата – найвпливовіший засіб мотиваційного впливу (на прикладі сільськогосподарських підприємств Сумської області) / Ю. С. Наумко // Ефективна економіка. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/EfEk/index.html>.
- Ткаченко Л. Г. Продуктивність та оплата праці: діалектика взаємодії / Л. Г. Ткаченко // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – № 1(19). – С. 132–139.
- Хлівна І. В. Підвищення продуктивності праці та рівня доходів у сільських жителів / І. В. Хлівна / Ефективна економіка. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.
- Алле М. Глобализация: разрушение условий занятости и экономического роста. Эмпирическая очевидность / Морим Алле; пер. с франц. – М.: Теис, 2003. – 314 с.
- Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс; пер. с англ. – М.: Гелиос, 2012. – 352 с.
- Махсма М.Б. Динаміка заробітної плати в сільському господарстві та її вплив на зайнятість сільського населення / М.Б. Махсма // Економічний часопис-XXI. – 2013. – №9-10(2). – С. 37-40.
- Статистичний щорічник України за 2012 рік. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 551 с.
- Соціальний звіт за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qj5rvChYYDEJ:mlsp.kmu.gov.ua/document/152068/2012.doc+Соціальний+звіт+за+2012+рік&cd=3&hl=u>

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

11. Коваленко Т.О. Правові питання зайнятості селян / Т.О. Коваленко та С.М. Черноус // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2009. – №3(89). – С. 72-79.

12. Резолюція про пенсійне забезпечення, ухвалена на Конференції сільських жінок – членів Профспілки працівників АПК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://profapk.org.ua/news/prof_news/568.html

13. Звернення Директора СТОВ «Княжицьке» Тетяни Руденко до Міністра аграрної політики та продовольства України Ігоря Швайки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aau.org.ua/pres-sluzba/novini-1/novini-asu/zvernennadirektorastov%C2%ABknazicke%C2%BBtetanirudenkodoministraagrarnioepoliti kitaprodovolstvaukraieniisvajkio>

14. Кількість адміністративно-територіальних одиниць в Україні на 1 січня 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ds/ator/ator2014_u.htm

УДК 332.3:338.43

СУЧАСНИЙ СТАН ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

О.І. Котикова, доктор економічних наук, професор

Г.Ю. Гречин, магістр

Миколаївський національний аграрний університет

У статті розглянуто та проаналізовано сучасний стан земель сільськогосподарського призначення в Україні. Досліджено структуру сільськогосподарських угідь в країні. Доведено необхідність раціонального використання та охорони земель в Україні.

Ключові слова: землекористування, землеустрій, організація використання земель, землі сільськогосподарського призначення, рілля, перелоги, багаторічні насадження, пасовища, сіножаті.

In the article the modern consisting of earths of the agricultural setting is considered and analysed of Ukraine. Investigational structure of agricultural lands in a country. The necessity of the rational use and guard of earths is well-proven for Ukraine.

Keywords: land-tenure, organization of the use of land, organization of the use of earths, earth of the agricultural setting, plough-land, perelogi, long-term planting, pastures, sinozhati.

Постановка проблеми. Питання раціонального використання земельних ресурсів та їх охорони є не лише сільськогосподарською, правовою та організаційною, але й складною екологічною та соціальною проблемою. Політична та економічна реформи зумовили необхідність перегляду як основ земельного законодавства, так і концептуальних основ організації раціонального використання земельних ресурсів та їх охорони. Зміна пріоритетів і переорієнтація в концепції організації системи використання землі викликані як внутрішніми, так і зовнішніми факторами: введенням різних форм власності та господарювання на землі, розвитком приватної власності на землі сільськогосподарського призначення, дозволом їх продажу і купівлі, обміну, дарування та інших ринкових операцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремим аспектам проблеми раціонального використання земельних ресурсів у сільському господарстві присвячені наукові праці таких відомих вчених як І.Бурдейного, Д.Гнатковича, В.Горлачука, Г.Горохова, А.Даниленка, В.Дем'яненка, С.Дубровського, Д.Добряка, П.Казьміра, Б.Косовича, М.Кісіля, В.Мамутова, В.Месель-Веселяка, І.Михасюка, Л.Новаковського, О.Покотилової, П.Саблука, А.Сохнича, А.Стельмашука, П.Столипіна, М.Ступеня, А.Третьяка, М.Федорова, Є.Храпливого та інших. Результати їх досліджень охоплюють широке коло зазначеної проблеми. Однак динамічність змін ситуації в агропромисловому комплексі України та й в економіці країни в цілому вимагає проведення постійних досліджень з метою вироблення стратегії і тактики й обґрунтування основних напрямків і заходів подальшої реалізації процесу вдосконалення економічних взаємовідносин між суб'єктами господарювання щодо використання землі як головного виробничого ресурсу в сільському господарстві та приведення її у відповідність з цими змінами.

Постановка завдання. Дослідити сучасний стан земель сільського господарства, та перспективу їх розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі економічного розвитку агропромисловий сектор України є однією з найважливіших ланок економічних систем більшості країн світу з ринковою економікою. Він розвивається в умовах високої енергетичної забезпеченості, застосування широкого спектра агротехнічних прийомів, екологізації на основі використання сучасних енерго- та природозберігаючих технологій, методів і способів меліорації та хімізації.

Пріоритетність розвитку агропромислового сектору України і його провідних галузей дає можливість забезпечити населення продовольчими товарами, промисловістю – сировиною, а зовнішню торгівлю – експортними товарами.

Разом з тим, інтенсивне сільськогосподарське використання земель призводить до зниження родючості ґрунтів через їхнє переущільнення (особливо чорноземів), втрати грудкувато зернистої структури, водопроникності та ін.

Крім цього, в ґрунтах спостерігаються й інші негативні явища: збільшилися площі засолених земель; триває техногенне забруднення територій. Зокрема, внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС радіонуклідами забруднено понад 4,7 млн. га сільськогосподарських угідь і майже 70 тис. га взагалі виведено із землекористування. [2].

Сільськогосподарські угіддя перенасичені пестицидами та іншими хімікатами, попри те, що останнім часом внаслідок низки економічних проблем, внесення мінеральних добрив і пестицидів значно скоротилося. Всі наведені фактори негативно впливають на врожайність сільськогосподарських культур, а через неї – на продук-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

тивність тварин, отже, на аграрне виробництво та рівень продовольчої безпеки в країні.

На фоні зазначених проблем, враховуючи багатоплановість експлуатації землі як об'єкта господарської діяльності людини, її обмеженість у просторі, незамінність та невідтворюваність, особливої актуальності набувають питання раціонального використання сільськогосподарських угідь у процесі аграрного виробництва та їх охорони.

Раціональне використання землі в аграрному виробництві вимагає, щоб кожне підприємство, кожен землевласник чи землекористувач орієнтувався на дбайливе господарське використання земельних ресурсів з найбільшою вигодою. Вимоги раціонального використання, закріплені в правових формах, набувають характеру загальнообов'язкових приписів і зводяться до: забезпечення використання сільськогосподарських угідь відповідно до цілей, пов'язаних з веденням сільського господарства або необхідністю переробки виробленої продукції рослинництва та тваринництва; захисту земель від ерозії, заболочення, засолення, підтоплення, забруднення відходами виробництва, хімічними та радіоактивними речовинами, іншими несприятливими природними і техногенними процесами; забезпечення збереження родючості ґрунтів; консервації деградованих і малопродуктивних сільськогосподарських угідь та ін.

Слід підкреслити, що раціональне використання землі означає не тільки отримання максимальної кількості необхідної сільськогосподарської продукції, а й підтримання її родючості. Беручи до уваги, що в разі неправильного використання землі, порушення агротехнічних правил та вимог якості земель знижується, сільськогосподарські підприємства повинні застосовувати певні організаційно-господарські, агротехнічні, меліоративні, гідротехнічні та ін. заходи щодо збереження родючості землі, а також недопущення погіршення її якості.

Великого значення у забезпеченні раціонального використання та охорони земель, зокрема й у процесі аграрного виробництва, набуває економічне стимулювання. Воно забезпечується шляхом заохочення або застосування специфічних земельно-правових санкцій, що полягають у примусовому припиненні чи обмеженні прав порушника на користування землею.

У спеціальній літературі зазначається, що зацікавленість землевласників і землекористувачів у здійсненні заходів, спрямованих на попередження негативних процесів, що погіршують стан земель, може бути досягнуто тільки за умови, що такі дії будуть для них економічно вигідними. Спроби викликати певну зацікавленість лише шляхом закріплення відповідних обов'язків навряд чи спонукатимуть землевласників та землекористувачів до певних дій. Тим паче, що заходи, пов'язані з попередженням погіршення якості земель, їх забруднення, псування чи деградації, вимагають значних матеріальних витрат (на придбання нової техніки, будівництво захисних споруд, розробку планів зі збереження родючості ґрунтів тощо).

За даними Державної служби статистики України

станом на 01.01.2014 р. в структурі сільськогосподарських угідь в країні найбільшу питому вагу складає рілля - 79,9%, а найменшу перелогів - 2,5% (рис. 1).

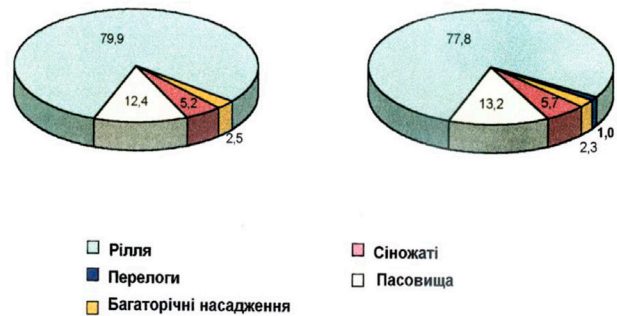


Рис. 1. Структура сільськогосподарських угідь України

У динаміці значних змін відносно структури сільськогосподарських угідь не відбулось: зросла питома вага пасовищ (на 0,8%), сіножагі (на 0,5%) та перелогів (на 1%) при зниженні частки рілля (на 2,1%) та багаторічних насаджень (на 0,2%).

Застосування на практиці заходів економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель забезпечує зацікавленість сільськогосподарських підприємств як землевласників або землекористувачів у здійсненні природоохоронних заходів, що є для них економічно вигідним. Підприємства, що здійснюють заходи з попередження деградації земель, підтримують родючість ґрунтів на належному рівні. Такий підхід для них є економічно вигідним і з точки зору надання якихось пільг чи компенсації деяких витрат з боку держави (наприклад, зменшення податку на землю), і з точки зору підвищення ефективності їхньої виробничо-господарської діяльності, бо в результаті все це забезпечить збільшення обсягу продукції, що виробляється, зменшення її собівартості, а також зростання цін на екологічно чисту сільськогосподарську продукцію, яку в результаті виконання цих заходів можна отримати.

Висновки. Земля в сільському господарстві є основним засобом виробництва. Від того, наскільки раціонально вона використовується, залежить кількість та якість виробленої сільськогосподарської продукції. Щоб отримувати стійкі та високі врожаї в Україні, треба проводити заходи щодо поліпшення використання сільськогосподарських угідь і покращення їх родючості. Такими заходами, зокрема, є: науково обгрунтоване розміщення сільського господарства по природно-економічних зонах, проведення поглибленої і стійкої спеціалізації сільського господарства із збільшенням виробництва в кожній зоні і кожному районі того виду продукції, для якого природні умови є найсприятливішими і який може забезпечити найбільшу прибутковість. Особливу увагу слід зосередити на проведенні заходів щодо поліпшення лук і пасовищ, меліорації і зрошення площ, очищення лук від чагарників, вапнування кислих та гіпсування со-

лонцевих ґрунтів; усунення ґрунтової ерозії. Основним завданням є докорінне поліпшення, підвищення родючості меліорованих земель, ліквідація відставання у їх господарському освоєнні, забезпечення високої віддачі продукцією, виробленою на зрошуваних і осушених землях.

У кожному господарстві України використання наявних земель має бути ефективним. Для цього потрібно проводити глибокий аналіз використання землі, завданням якого є вивчення структури земельних угідь у господарстві та виявлення можливостей для їх поліпшення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Добряк Д.С. Класифікація сільськогосподарських земель як наукова передумова їх екологічнобезпечного використання / Д.С. Добряк, О.П. Канапі, Д.І. Бабміндра, І.А. Розумний. - К.: «Урожай». - 2007. - 464 с.

2. Ступень М. Шляхи вдосконалення раціонального використання земель сільгосппризначення на прикладі Львівської області / М. Ступень, М. Богіра // Землевпорядний вісник. - 2007. - № 5. - С. 33-36.

3. Третяк А. Стан та пляхи розвитку земельних відносин і системи землекористування в аграрному комплексі України // Землевпорядний вісник. - 2008. - № 6. - С. 4-13.

4.4. Ґрунтозахисне землеробство : проблеми, досвід, впровадження і ефективність. / А. С.

5. Лук'яненко та ін.; за ред. С. І. Дорогунцова. – К. : Науковий Світ, 2001. – 126 с.

6. Дарчук К. В. Історія розвитку земельних відносин у Західній Україні. / К. В. Дарчук, П. О.

7. Сухий. // Історія української географії. Всеукраїнський науково-теоретичний часопис. –

8. Тернопіль : підручники і посібники, випуск 2, 2010.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АВТОТРАНСПОРТНОМУ СЕКТОРІ

Кофанова Олена Вікторівна, д. пед. н., к. х. н., доцент,
професор Національного технічного
університету України «КПІ» (НТУУ «КПІ»),

Кофанов Олексій Євгенович, магістрант НТУУ «КПІ»

Не зважаючи на те, що Україна володіє значним ресурсним потенціалом, її паливно-енергетичний комплекс все ще сильно залежить від імпорту енергоносіїв, зокрема нафтопродуктів, ціна яких стрімко зростає. Надійне функціонування і сталий розвиток автотранспорту має величезне значення для забезпечення стійкого розвитку економіки України. В свою чергу, обов'язковою умовою збалансованого розвитку є запровадження ефективних заходів енергозбереження на автомобільному транспорті. Стаття присвячена розробці та аналізу заходів ресурсозбереження в автотранспортній галузі шляхом застосування контролю витрат моторного палива шляхом денсиметричного дослідження модельних систем.

Ключові слова: автотранспорт, екологічна безпека, моторне паливо, ресурсозбереження, ресурсозберігаюча економіка, сталі ресурсокористування

Despite the fact that Ukraine has significant resource potential, its fuel and energy sector is still heavily dependent on energy imports, particularly oil, which price is rapidly increasing. Reliable operation and sustainable development of transport is essential to the sustainable development of the economy of Ukraine. Thus, an obligatory condition for sustainable development is the introduction of energy saving measures in automobile transport. The article is devoted to development and analysis of the resource-saving technologies in automobile sphere through the application of expenses control of fossil fuels with the help of densimetric studies of model systems.

Key words: automobile transport, environmental safety, motor fuel, natural resources saving, resource based economy, sustainable resource management

Вступ. Україна є багатою на ресурси країною, проте її паливно-енергетичний комплекс (ПЕК) все ще сильно залежить від імпорту енергоносіїв [14]. І особливе місце у складі обмежених енергетичних ресурсів країни займають саме нафтопродукти, вичерпність яких у майбутньому може поставити людство перед проблемою виживання на Землі.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У складні часи соціально-економічного розвитку країни спостерігається стрімке зростання цін на газ, нафту (нафтопродукти) та електроенергію. У той самий час надійне функціонування і сталий розвиток автотранспорту набуває величезного значення для забезпечення стійкого, збалансованого розвитку економіки України.

Загальновідомо, що автотранспортний комплекс (АТК) є потужним джерелом забруднення довкілля, особливо атмосферного повітря. Це, у свою чергу, негативно позначається на стані оточуючого нас природного середовища, впливає на здоров'я людей, спричиняючи різноманітні захворювання, розлади імунної та інших систем організму. За оцінками спеціалістів, внесок автотранспорту становить до 90 % викидів токсичних речовин (речовин-полутантів) від загального обсягу викидів

усіма видами транспорту. Причому, на думку О. В. Лямцева, на сьогодні в Україні не існує ефективної системи галузевого управління охороною навколишнього середовища в автотранспортній галузі [11]. Таким чином, вважаємо, що необхідною умовою сталого, збалансованого розвитку ПЕК є запровадження ефективних заходів з енергозбереження на автомобільному транспорті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Шкідлива дія автотранспортного комплексу на атмосферне повітря відбувається в основному внаслідок неповного спалювання моторного пального – бензину, дизельного палива тощо. А обсяги й хімічний склад викидів відпрацьованих газів залежать як від конструкції і марки автотранспортного засобу, так і від виду та якості палива, технології його виробництва, способів подачі паливно-повітряної суміші та режиму спалювання її у двигуні, технічного стану двигуна, погодних умов, режиму руху автомобіля, стану автодоріг тощо.

За даними Державної служби статистики [5], в Україні налічується близько 1338 тис. вантажних автомобілів, 250 тис. пасажирських автобусів, 6900,5 тис. легкових автомобілів та 1206 тис. мототранспортних засобів, більшість з яких знаходяться в особистій власності. Все це спричинює майже неконтрольоване зростання інтенсивності руху автотранспорту у великих

містах та передмістях, що, у свою чергу, призводить до забруднення прилеглих до автомагістралей територій, сприяючи формуванню так званих техногенних аномалій шкідливих речовин – поллютантів навколишнього середовища.

Як зазначалось, хімічний склад і концентрація токсичних речовин, у тому числі й канцерогенних, сильно залежать від марки та технічного стану автотранспортного засобу, швидкості його руху, терміну експлуатації, стану дорожнього покриття, погодних умов тощо. Неповне згорання палива й навіть незначні порушення в роботі двигуна автомобіля можуть у декілька разів збільшити обсяги викидів відпрацьованих газів в атмосферу та/або спричинити зростання в них концентрації таких речовин-поллютантів, як оксиди Карбону та Нітрогену («парникові гази»), залишкові вуглеводні, сажа тощо.

Дослідження свідчать, що найменша кількість оксиду Карбону викидається автомобілем під час руху зі швидкістю близько 70–75 км/год., тоді як зі зменшенням швидкості автомобіля в діапазоні від 60 до 30 км/год. викиди оксиду Карбону збільшуються приблизно у 2,2 рази, а зі збільшенням швидкості до 80 км/год. – у 3,7 разів [11]. Не секрет, що найбільша кількість вихлопів утворюється під час роботи двигуна у холостому режимі, під час так званих пробок, а також у моменти пуску чи зупинки автотранспортного засобу. Отже, на перехрестях та вздовж автомагістралей великих міст спостерігається суттєве зростання концентрації речовин-поллютантів у атмосферному повітрі.

На думку експертів, на вітчизняному ринку нафтопродуктів існує певна невідповідність між технологічним рівнем автомобільного транспорту й стандартами якості нафтопродуктів, а «відсутність системного контролю з боку держави й нерозвиненість громадських інститутів провокують учасників ринку до випуску низькоякісного палива» [15]. Крім того, вітчизняний парк автотранспорту майже за всіма показниками (економічність, надійність, екологічність тощо) не відповідає європейській нормативній базі [19], що, в свою чергу, призводить не тільки до забруднення навколишнього природного середовища, а й до надмірного використання цінної вуглеводневої сировини, невиправданої витрати природних ресурсів.

Проблемі раціонального використання та запобігання втратам паливно-енергетичних ресурсів присвячено багато досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких варто відзначити роботи С. В. Бойченка та І.В.Григоренко [2, 3], М. П. Ковалка, О. М. Ковалка та А.К.Шидловського [8, 12], О. В. Лямцева [11], Г.Л.Рябцева [15] та багато інших фахівців [1, 4, 9]. Не залишаються осторонь і автомобільні компанії та великі концерни, інші підприємства, пропонуючи різноманітні технології економії моторного палива, заощадження викопних природних ресурсів, зменшення викидів «парникових газів» тощо [20]. Особлива увага приділяється використанню альтернативних відновлювальних енергоресурсів у автотранспортній галузі [7], встановленню на автомобілях спеціальних каталітичних конвертерів та інших при-

строїв.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Необхідність забезпечення основних принципів сталого розвитку країни та її просування до членства в ЄС зумовили розробку й прийняття урядом Транспортної стратегії України до 2020 року [17]. Реалізація цієї Стратегії передбачає створення умов для сталого, збалансованого розвитку АТК, впровадження природоохоронних технологій і заходів, спрямованих на підвищення екологізації автотранспорту з огляду на необхідність забезпечення екологічної безпеки країни, розвитку автотранспортної системи України відповідно до Білої книги ЄС щодо транспорту [11].

Зокрема передбачається, що заходи з підвищення паливної ефективності у автотранспортному комплексі України та забезпечення раціонального, збалансованого природокористування в цій галузі мають відбуватися за такими основними напрямками:

1) формування й вдосконалення правових основ з енергозбереження та використання альтернативних видів палива на транспорті;

2) оптимізація системи управління, регулювання та контролю у сфері енергоспоживання та енергозбереження ПЕК;

3) забезпечення тісної кооперації між різними підсистемами транспорту з метою скорочення витрати цінних енергетичних ресурсів та зменшення викидів «парникових газів», інших шкідливих речовин тощо;

4) удосконалення режимів експлуатації автотранспортних засобів, забезпечення їх якісного ремонту тощо;

5) запровадження ефективного обліку та контролю використання паливно-енергетичних ресурсів;

6) зменшення питомих паливно-енергетичних витрат, використання альтернативних видів моторного палива, розробка та застосування добавок і присадок до палив;

7) комплексне розв'язання проблеми охорони природного навколишнього середовища в автотранспортній галузі [6, 13].

Отже, **метою статті** є розробка та аналіз заходів ресурсозбереження в автотранспортній галузі шляхом забезпечення обліку та контролю витрат вуглеводневих паливно-енергетичних ресурсів за даними денсиметричних спостережень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значущість автоперевезень у соціально-економічному розвитку країни та необхідність забезпечення сталого розвитку автотранспортного комплексу обумовлюють надзвичайну актуальність досліджень у сфері раціонального природокористування, особливо в зв'язку з інтегруванням вітчизняного АТК до Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T).

З метою запобігання забрудненню навколишнього природного середовища шкідливими компонентами відпрацьованих газів автомобілів у країнах ЄС було прийнято досить жорсткі стандарти щодо викидів відпрацьованих газів автотранспортними засобами та якості моторного палива (скорочено їх позначають як Євро

2...6). Отже, спрямування нашої країни на євроінтеграцію потребує суттєвої екологізації ПЕК за рахунок удосконалення технічного стану автотранспортних засобів, будівництва сучасних автомагістралей, забезпечення відповідності якості пального європейським стандартам, мінімізації викидів шкідливих речовин-поллютантів з відпрацьованими газами та ін.

Зокрема стягнення податків на паливо розглядається в ЄС як «додатковий механізм інтерналізації зовнішніх витрат» [13, с. 189], що враховує компонент, пов'язаний з викидами до атмосферного повітря оксиду Карбону (IV). Тому одним з актуальних завдань розвитку автотранспорту ЄС вважається гармонізація акцизів на моторне паливо, особливо на дизельне паливо. При цьому пропонується звільнити від стягування акцизів при впровадженні підприємствами прогресивних технологій та використанні екологічно чистих видів палива (зокрема, водню, біопалива, палива з низьким умістом Сульфуру тощо). Зокрема Комісією Європейського Союзу передбачається до 2020 року замінити до 20 % традиційного моторного палива на альтернативне, екологічно безпечне [13, с. 190].

В Україні підвищення акцизів на моторне паливо, за оцінками спеціалістів [21], може навпаки призвести до погіршення його якості за рахунок реалізації на вітчизняному нафторинку різноманітних так званих «чорних» і «сірих» схем, зокрема, коли виробники або перевізники неконтрольовано додають до палива різноманітні додаткові компоненти. І тут не йдеться про широкий ринок спеціальних присадок до моторного палива, які сприяють покращенню його екологічних та експлуатаційних показників, або про добавки якісного біопалива.

За рахунок випаровування (до 80 % від загальних витрат) при експлуатації, перевезенні та зберіганні, за оцінками фахівців, втрати нафтопродуктів, у тому числі й вуглеводневого моторного палива, становлять приблизно 3–5 %. Це спричинює не тільки величезні економічні збитки в масштабах країни та нерациональне використання природних ресурсів, а й суттєво погіршує експлуатаційні характеристики палива, оскільки під час випаровування втрачаються найцінніші легкі (світлі) фракції – низькомолекулярні вуглеводні [10].

З метою зменшення витрат моторного палива при експлуатації, перевезенні та зберіганні застосовують різноманітні технічні засоби та управлінські рішення, а також вводять до палива спеціальні речовини-присадки, що змінюють певні його фізико-хімічні характеристики. Проте одним з актуальних завдань залишається впровадження системи обліку та контролю витрати моторного палива. У роботі [10] запропоновано досить швидкий метод контролю за витратою автомобільного бензину на основі встановленої на модельних системах кореляції між складом бензину та його густиною.

Для цього проведено політермічне денсиметричне дослідження таких модельних трьохкомпонентних систем, як гексан–циклогексан–бензен і гексан–циклогексан–толуен. Модельні системи обиралися таким чи-

ном, щоб вони мали у складі по одному представнику основних гомологічних рядів вуглеводнів – парафінів (гексан), нафтенів (циклогексан) та ароматичних вуглеводнів (бензен або толуен) і відповідали усередненому складу реального автомобільного бензину [16].

Одержані апроксимаційні рівняння містять три параметри – x_1 та x_2 , що відповідають складу певної трьохкомпонентної системи, а також температуру T . У загальному випадку апроксимаційні рівняння мають вигляд:

$$d = a + bx_1 + cx_1^2 + dx_2 + ex_2^2,$$

де d – густина модельної системи, кг/м³;

x_1, x_2 – мольні частки будь-яких двох компонентів системи;

a, b, c, d, e – коефіцієнти апроксимаційних рівнянь, розрахунок яких проводився за методом Гауса [18]. Для одержання температурних залежностей «властивість модельної системи (у даному випадку густина) – її склад» коефіцієнти апроксимаційних рівнянь a, b, c, d, e додатково апроксимували методом найменших квадратів за температурою. Таким чином, ми отримали апроксимаційні рівняння, що пов'язують густину системи з її складом та температурою.

Висновки та перспективи подальших розробок. Отже, сталий розвиток економіки країни, її паливно-енергетичного комплексу передбачає підвищення ефективності використання моторного палива, розробку заходів з ресурсозбереження та запобігання погіршення якості навколишнього природного середовища. Оскільки автотранспортний комплекс є провідною ланкою економіки України, то неможливо забезпечити стійкий та збалансований розвиток країни без урахування його потреб. Ця обставина визначає особливу актуальність розробки заходів з ресурсозбереження в галузі автотранспорту.

Для забезпечення сталого розвитку АПК та ресурсозбереження в цій галузі вкрай необхідні спеціальні рішення, як на регіональному, так і на глобальному рівнях, спрямовані на економію моторного палива, облік та контроль його витрат. Цієї мети можна досягти різними способами; у даному дослідженні йдеться про політермічне денсиметричне вивчення модельних систем, що моделюють склад автомобільного бензину.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байков Н. Производство и потребление топливно-энергетических ресурсов в XX веке / Н. Байков, И. Александрова // Микроэкономика. – 2001. – № 9. – С. 27–38.
2. Бойченко С. В. Рациональное использование углеводневых палив: Монография. – К.: НАУ, 2001. – 216 с.
3. Бойченко С. В. Програмне забезпечення для оцінки та прогнозування витрат палив від випаровування в резервуарах / С. В. Бойченко, І. В. Григоренко // Методи та прилади контролю якості. – 2001. – № 8. – С. 96–99.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

4. Борьба с потерями нефти и нефтепродуктов при их транспортировке и хранении / Абузова Ф. Ф., Бронштейн И. С., Новосёлов В. Ф. и др. – М.: Недра, 1981. – 248 с.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : [Сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану. – Мова укр.
6. Державний комітет України з енергозбереження // Енергетична безпека держави [Електронний ресурс] : [Сайт]. – Режим доступу: <http://necin.com.ua/marketing-energozabezpechennya/237-energetichna-bezpeka-derzhavi.html>.
7. Енергетична стратегія України на період до 2030 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. №145-р / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. – Мова укр.
8. Ковалко М. П. Розвинута енергетика – основа національної безпеки України. Аналіз тенденцій і можливостей / М. П. Ковалко, О. М. Ковалко. – К.: ТОВ «Друкарня «Бізнесполіграф»», 2009. – 104 с.
9. Коршак А. А. Современные средства сокращения потерь бензинов от испарения / А. А. Коршак. – Уфа: ООО «ДизайнПолиграф-Сервис», 2001. – 144 с.
10. Кофанова Е. В. Контроль расхода автомобильных бензинов по изменению их денсиметрических характеристик / Е. В. Кофанова, А. И. Высоцкий, А. Е. Кофанов // Энергетика : економіка, технології, екологія. – 2010. – № 1 (26). – С. 105–109.
11. Лямцев О. В. Організаційно-економічний інструментарій управління екологізбалансованим розвитком автотранспортного комплексу: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.06 / О. В. Лямцев. – Суми, 2012. – 204 с.
12. ПЕК України на порозі третього тисячоліття / під заг. ред. А. К. Шидловського, М. П. Ковалка. – К.: УЕЗ, 2001. – 400 с.
13. Правове регулювання транспортних коридорів в Європейському Союзі та в Україні (порівняльно-правове дослідження) / за заг. ред. В. Г. Дідика. – К., Державний департамент з питань адаптації законодавства, 2007. – 244 с.
14. Продан Ю. В. Енергетична безпека України: оцінка та напрямки забезпечення / Ю. В. Продан, Б. С. Стогній. – Київ: 2008. – 400 с.
15. Рябцев Г. Л. Державна політика розвитку ринку нафтопродуктів в Україні: формування та реалізація: монографія / Г. Л. Рябцев ; Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – К.: НАДУ, 2011. – 415 с.
16. Сафонов А. С. Автомобильные топлива. Химотология. Эксплуатационные свойства. Ассортимент / А. С. Сафонов, А. И. Ушаков, И. В. Чечкенов. – СПб.: НПИКЦ, 2002. – 264 с.
17. Транспортна стратегія України на період до 2020 року. Схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20.10.2010 р. № 2174 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-%D1%80>.] – Назва з екрану. – Мова укр.
18. Фильчаков П. Ф. Численные и графические методы прикладной математики: справочник / П. Ф. Фильчаков. – К. : Наукова думка, 1979. – 800 с.
19. Черноштан Т. М. Високі екологічні стандарти Євросоюзу для автотранспорту / Т. М. Черноштан // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2013. – № 52. – С. 125–132.
20. BASF The Chemical Company [Електронний ресурс] : [Сайт]. – Режим доступу: http://www.basf.ua/ecp3/Ukraine/uk_UK/content/News_and_Information_Center/Press/Press_releases/2014/October/BASF_development_of_mobility. – Назва з екрану. – Мова укр.
21. Forbes–Україна [Електронний ресурс] : [Сайт]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/opinions/1379646-zaruchniki-benzinu-akciz-chi-yakist> – Назва з екрану. – Мова укр.

УДК 338.439.5(477)

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Крилова І.Г., к.е.н., доцент

Тофанюк Н.І., магістр МНАУ

У статті розглянуто значення органічного виробництва. Висвітлено сучасні тенденції розвитку ринку органічної продукції та перспективи його розвитку.

Ключові слова: органічне виробництво, органічна продукція, продовольча безпека, економічна ефективність.

Постановка проблеми. Україна є аграрною державою. Аграрний сектор економіки України (сільське господарство, харчова і переробна промисловість) забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність країни, формує 17% ВВП та близько 60% фонду споживання населення. Проте, за останні десятиріччя в Україні спостерігається катастрофічне руйнування сільгоспугідь та зниження родючості ґрунтів – основного джерела забезпечення продовольчої безпеки країни та добробуту сільського населення. Інтенсивність процесів руйнування і деградації ґрунтів внаслідок використання застарілих агротехнологій та недотримання фундаментальних законів та правил сільськогосподарської діяльності досягла небезпечної для економічної стабільності держави рівня: впливу ерозії зазнає 57,5% земель країни, кількість еродованих земель щорічно збільшується на 80 - 90 тис. га. Внаслідок ерозії щорічно втрачається біля 11 млн т гумусу; 0,5 млн т азоту; 0,4 млн т фосфору та 0,7 млн т калію, 38 % орних земель країни є переущільненими. Останнім часом інтенсивно збільшуються площі кислих і солонцевих ґрунтів. На сьогодні більше 40 % орних земель України потребують проведення їх хімічної меліорації (комплексу заходів, спрямованих на поліпшення фізико-хімічних та фізичних властивостей ґрунтів – гіпсування та вапнування) [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велика частина сільськогосподарських підприємств України є збитковими, а значна частина сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, що виробляються, не відповідають світовим стандартам якості та безпеки, що призводить до зменшення експортного потенціалу країни. В той же час, в країнах ЄС та у світі в цілому стрімко поширюється органічне виробництво – цілісна система господарювання та виробництва харчових та інших продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики, що враховують збереження довкілля, рівень біологічного розмаїття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання тварин та методів виробництва, які відповідають певним вимогам до продуктів, виготовлених з використанням речовин та процесів природного походження.

Науковими дослідженнями з проблеми розвитку органічного агровиробництва, формування ринку продукції органічного походження займалися україн-

ські та зарубіжні автори: Бородачева Н., Грунд М., Рудницька О., Саперович Н., Царенко О.М., Тарахов П.В., Щербань В.П. та ін. Проте, ряд теоретичних і практичних питань щодо цієї проблеми, все ще залишаються недостатньо вивченими [1].

Постановка завдання. Світовий споживчий ринок стає все більш органічним, тобто кількість органічних продуктів на прилавках з кожним роком зростає. Таким чином виробники і торгівля відповідають на підвищений попит споживачів щодо органічних продуктів. В різних країнах світу все більше споживачів віддають перевагу «зеленим» ринкам, органічним супермаркетам або відділам органічних продуктів у звичайних мага-

зинах. Метою дослідження є вивчення стану органічного виробництва та його розвиток в Україні, аналіз основних проблем, які заважають розвитку органічного ринку та визначення шляхів їх подолання.

Виклад основного матеріалу. Відмітимо, що більшість країн-членів ЄС мають свої власні національні програми розвитку такого важливого напрямку сільськогосподарської діяльності, як органічне виробництво. За оцінками експертів світовий ринок споживання органічних продуктів складає близько 40 млрд євро та має стійку тенденцію до подальшого зростання [4].

В країнах з розвинутою економікою не лише споживачі віддають перевагу органічним продуктам, але й численні виробники, включаючи сферу послуг. У Словенії популярні перукарні, які працюють за принципами органічного виробництва. Оздоровчий характер послуг забезпечується завдяки екологічно чистим інструментам та парфумно-косметичним і гігієнічним засобам, більшість з яких має статус органічних. Лондонський готель «Rits» став першим у Великій Британії по запровадженню в своєму ресторані органічного харчування. Таке рішення керівництва «Rits» стало відповіддю на зростаючий попит споживачів, адже вживати здорову їжу стало модно. Ініціативу підтримали фахівці готельного бізнесу, які прагнуть залучити до себе клієнтів, прихильників органічного споживання пропозицією сучасного та престижного обслуговування.

У багатьох країнах світу зростає популярність медичних клінік, які пропонують пацієнтам індивідуальні методики оздоровлення, базуючись зокрема на органіч-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ній їжі та активних методах відпочинку. Косметичні салони, дитячі оздоровчі табори також все більше застосовують принципи органічного споживання [2].

Швейцарія належить до країн-лідерів у сфері органічного виробництва, випереджає інші держави по об'єму щорічних покупок органічних продуктів на душу населення. Країни Прибалтики та Росія також приділяють значну увагу розвитку органічного виробництва і наповненню споживчого ринку здоровими товарами. Європейський Союз, США, Канада, Японія та інші країни світу звернулися до органічного виробництва, керуючись вимогами сучасності, коли здоров'я людини - понад усе.

У Російській Федерації першим кроком національної програми «Здоров'я нації» стало виробництво органічного дитячого харчування. Ентузіасти-бізнесмени розпочали органічне виробництво на віддалених територіях, покинутих селянами землях, які природним шляхом звільнилися від накопиченого забруднення. На кожен упаковку дитячого харчування здійснюється більш як дві сотні контрольних операцій. Адже контроль за дотриманням правил органічного виробництва — одна з головних умов забезпечення гарантій якості для споживача [4].

Досвід органічного виробництва, накопичений в різних країнах світу, доводить не тільки можливість, а й високу ефективність продукування органічної продукції у сучасних умовах. Біологічні методи землеробства дозволяють отримувати високі врожаї, покращувати екологію. Шлях органічного виробництва веде людину до підвищення якості та тривалості життя у гармонії з природним середовищем.

Поширеною є думка про високі ціни на органічні продукти. Звичайно, фактор ціни завжди важливий для споживачів. З однієї сторони, високоякісна продукція не буває дешевою. З іншої сторони, здорове споживання не може бути прерогативою багатих людей, а має бути доступним більшості споживачів.

Відомо, що в країнах Євросоюзу «органіка» коштує досить дорого. Це пов'язано з тим, що органічне виробництво в ЄС застосовується переважно у невеликих фермерських господарствах, отож об'єктивно має територіальні обмеження, а значить і високу собівартість. Зростаючий попит споживачів також впливає на ціни органічних продуктів. У всіх цих країнах органічне виробництво підтримується та стимулюється урядами.

Світова спільнота виробила та успішно застосовує на практиці маркування чистих, здорових продуктів. Зокрема, споживачі США та англомовних країн Євросоюзу, які прихильні до здорового харчування, купують продукти з написами «Organic Product» або «Organic». У Франції, Італії, Португалії використовується термін «Biological Product». В іспаномовних країнах, а також у Данії, Німеччині застосовується визначення «Ecological Product». Органічні, біологічні, екологічно чисті продукти — таке маркування допомагає споживачам орієнтуватися на ринку [2].

В Україні також відомі всі перелічені терміни,

але з точки зору споживачів термін «органічний продукт» вважається найбільш прийнятним. По-перше, цей термін введено в Європейське законодавство, на яке зорієнтована Україна. По-друге, практика маркування молочних біопродуктів у нашій країні (біоогурти, біомолоко, біокефір тощо) не дозволяє використовувати термін «ВІО» для визначення органічного статусу продукту і може вкрай заплутати споживача. Термін «екологічно чистий продукт» та його аналоги «вирощено в екологічно чистій зоні», «екологічно чисто» вживаються деякими українськими виробниками у маркуванні їхніх продуктів, але таке декларування в нашій країні є мало переконливим, адже не має під собою законодавчої основи [5].

Розвиток органічного виробництва — проблема загальнодержавна. Тільки далекоглядна державна політика у сфері аграрного сектору, а також у сфері розвитку споживчого ринку, здатна забезпечити підйом цих галузей української економіки. Розвиток державної споживчої політики в Україні може стати суттєвим механізмом підвищення довіри громадян до влади. Відсутність в нашій країні відповідної правової бази та національної системи сертифікації органічного виробництва є бар'єром для розвитку вітчизняного ринку органічних продуктів. Це суттєво обмежує реалізацію законних прав споживачів на здорове споживання і здорове довкілля, а також на отримання гарантій щодо оздоровчих властивостей запропонованої продукції. Разом з тим, в Україні є багато сільгоспвиробників, що готові продавати чисті, здорові продукти, але не мають змоги позиціонувати їх на ринку як органічні. Деякі з них сертифікують і продають свою продукцію за кордоном, деякі — на внутрішньому ринку, але як звичайну [3].

Необхідно забезпечити сталий розвиток аграрного комплексу України шляхом розвитку та підтримки ведення органічного виробництва як одного з пріоритетних напрямків реалізації державної аграрної політики спрямованої на збереження та поліпшення родючості ґрунтів; забезпечення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції в умовах інтеграції України у світовий економічний простір; сприяння збереженню здоров'я нації шляхом забезпечення населення якісними та

безпечними сертифікованими органічними як продуктами харчування, так і іншими товарами; охорону навколишнього середовища та збереження біорізноманіття; створення належних умов для розвитку сільських територій.

Висновки. Ринок органічних продуктів в Україні невпинно розвивається й розширює інформаційний простір для обізнаності споживачів про корисні властивості цих продуктів харчування. Водночас активно здійснюється формування світового ринку органічної продукції й для того, щоб наша держава зайняла на ньому достойне місце, вона має підтримати вітчизняних товаровиробників, забезпечити нормативно-правовими і законодавчими актами, максимально сприяти розвитку цієї сфери.

ЛІТЕРАТУРА

1. Манфред Грунд. Экологическое земледелие: новые шансы? / М.Грунд //Новое сельское хозяйство. – 2005. – №2 – С.5– 11.
2. Рудницька О.В. Формування попиту на органічну продовольчу продукцію в Україні: аналіз і перспективи/ О.В. Рудницька //Економіка АПК. – 2005. – №10– С.116– 120.
3. Царенко О.М. Екологізація виробництва як основа продовольчої безпеки України /О.М. Царенко, П.В.Тарахов, П.В. Щербань //Економіка АПК. – 2003. – №5– С.111– 118.
4. Рингис А. Органические продукты. Спрос без закона./ А. Рингис //Фокус. – 2008. – №23
- 5.Артиш В.І. Сучасний стан виробництва екологічно чистої продукції в країнах світу // Економіка АПК. – 2005. – №3. – С.50– 53.

УДК 339.14:631.147(477)

СТАН І РОЗВИТОК ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

І. О. Мельник, кандидат економічних наук

М. С. Кучина, магістрант

Миколаївський національний аграрний університет

В статті проаналізовано сучасний стан і розвиток органічного виробництва та ринку як такого, що містить у собі низку економічних, екологічних та соціальних переваг. Обґрунтовано важливість покращення стану ринку екологічної продукції в Україні. Встановлено гальмівні фактори розвитку та способи вдосконалення ринку екологічної продукції в Україні.

Ключові слова: органічна продукція, виробництво, ринок, господарство, екологічно чистий.

The paper analyzes the current status and development of organic production and the market itself, which includes a number of economic, environmental and social benefits. The importance of improving the state of the market for environmental products in Ukraine. Established brake factors and ways of improving the environmental market products in Ukraine.

Keywords: organic produce, manufacture, market, economy, environmentally friendly.

Постановка проблеми. Розвиток органічного виробництва є досить актуальним на сьогодні через низку явних екологічних, економічних та соціальних переваг, що притаманні цій сфері діяльності. Інтенсифікація сільського господарства, має негативний вплив не лише на навколишнє середовище, але і виснажує природні ресурси, без яких ведення агровиробництва неможливе. Органічне сільське господарство має екологічні переваги перед традиційним, які проявляються у тому, що воно має великий потенціал, щоб виправити попередньо перелічені негативні тенденції, а також скоротити викиди вуглекислого газу, закису азоту й метану, які сприяють глобальному потеплінню. Також продукція органічного сільського господарства має значні переваги для здоров'я. По-перше воно знижує ризик втрати здоров'я для сільськогосподарських працівників, адже саме вони найбільш уразливі до дії пестицидів та інших хімікатів, які використовує конвенційне виробництво. По-друге, органічні продукти більш корисні для споживачів завдяки мінімізації впливу на здоров'я токсичних і стійких хімічних речовин. Тому світовий ринок органічної продукції розвивається швидкими темпами. Україна робить лише перші кроки у формуванні та становленні ринку органічної продукції, який є вже досить розвинутим у інших країнах (зокрема ЄС). Останнім часом український ринок органічних продуктів стрімко йде вгору завдяки прагненню покупців до здорового раціону та зростаючого позитивного впливу сучасних технологій по виготовленню масових продуктів харчування.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Серед найбільш відомих досліджень, присвячених стану та розвитку органічної продукції в Україні, слід виділити праці таких вітчизняних вчених, як С. Бегай, Н. Берлач, В. Вовк, В. Гармашов В. Гудзь та І. Примак.

Актуальність особливостей розвитку органіч-

ного виробництва в Україні виходить на перше місце серед інших важливих проблем розвитку національної економіки. Вітчизняні споживачі прагнуть до підвищення якості споживання та здорового способу життя. Органічна ж продукція забезпечує реальну вигоду для навколишнього середовища та здоров'я споживачів, які надають перевагу використанню органічних методів виробництва. Тому ринок органічної продукції постійно зростає. Дослідження стану та розвитку органічного виробництва в нашій країні обумовлює актуальність обраної теми статті. Не зважаючи на наявність значного теоретичного доробку з цієї теми, необхідно відзначити, що важливим значенням для формування стратегії розвитку органічного ринку має ідентифікація та групування переваг органічних продуктів, дослідження основних перешкод, що спричиняють розвиток цього ринку, та розробка заходів по їх подоланню.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження стану та розвитку органічного виробництва в Україні, визначення основних гальмівних факторів, що стримують розвиток органічного ринку та шляхів їх подолання.

Викладення основного матеріалу дослідження. Органічними або екологічно чистими вважаються продукти виготовлені з дотриманням визначених екологічних стандартів на всіх технологічних та реалізаційних етапах. При виробництві органічних продуктів застосовують технології максимального збереження поживних речовин. Для цього повністю відмовляються від ароматизаторів, барвників, консервантів та генетично модифікованих організмів. Заборонено рафінування, мінералізація та інші технологічні операції, які зменшують поживні властивості продукту. До того ж матеріали для упакування екологічно чистого продукту виготовляються з натуральної сировини [1].

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Ведення органічного землеробства базується на застосуванні мінімального обробітку ґрунту та відмови від отрутохімікатів і мінеральних добрив. Такий підхід відновлює баланс поживних речовин у ґрунті, нормалізує роботу живих організмів, збільшує вміст гумусу і, як результат, підвищує урожайність сільськогосподарських культур. Однак перехід на органічне господарювання є тривалим та не гарантує швидкої віддачі. Проте, органічне виробництво продукції є популярною та прибутковою діяльністю в розвинутих країнах, прихильниками якої з кожним роком стає більше країн.

Органічне виробництва в Україні характеризується незначними обсягами та асортиментом виробництва продукції. Проте вітчизняні споживачі зацікавлені в екологічно чистих овочах, фруктах, продуктах м'ясо-молочної групи. Їх виробництву сприяє належна ресурсна база та природнокліматичні умови. Експертні оцінки вітчизняних земель свідчать про наявність великої кількості сільськогосподарських угідь, придатних для ведення органічного господарства. В Україні створено понад 164 «органічних господарств». Більшість з них розташовані в Одеській, Херсонській, Чернівецькій, Тернопільській, Львівській та Полтавській областях. Одним з найбільш відомих «органічних господарств» в Україні є сільськогосподарське акціонерне товариство (САТ) «Обрій» та ПП «Агроєкологія» Полтавської області (Шишацький район село Михайлики), які спеціалізовані на вирощуванні зернових і технічних культур, виробництві тваринницької продукції [2].

Аналіз останніх досліджень світового ринку органічних продуктів свідчать, що провідні організації з питань органічної продукції (IFOAM, FiBL, The Datamonitor Group) оцінили ринок органічної продукції на рівні \$60 млрд. Екологічним виробництвом сільськогосподарської продукції та продовольства займаються близько 1,8 млн господарств, які використовують 37,2 млн га. При цьому понад третина виробників знаходяться в Азії, Африці та Латинській Америці. За прогнозами, до 2014 року світове споживання органічної продукції збільшиться на 61% та досягне \$97 млрд.

Органічні продукти давно знайшли споживачів і стали популярними в США та Західній Європі. Лідером за органічним споживанням є Німеччина, яка почала впроваджувати політику здорового харчування ще у 80-х роках. Незважаючи на перевищення вартості екологічних продуктів на 40-50% порівняно з традиційними, італійці щорічно витрачають на придбання органічних продуктів в середньому €25 на одну особу, швейцарці – €105, датчани – €51, шведи – €47 [3].

За оцінками асоціації виробників органічної продукції «БіоЛан Україна», сьогодні на органіку припадає лише 1% обсягу продажу продуктів харчування, хоча й спостерігається тенденція до зростання обсягів споживання сертифікованої органічної продукції в Україні (рис.1). На думку українських експертів, потенційними споживачами органічної продукції в Україні є близько 5% населення великих міст, які готові платити за неї на 30-50% більше, ніж за звичайну продукцію [4].

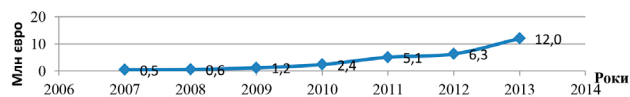


Рисунок 1 Обсяги споживання сертифікованої органічної продукції в Україні

Вітчизняний досвід свідчить, що максимальний попит на органічну продукцію спостерігається у населення віком 40-50 років. Це пояснюється, насамперед, кращим матеріальним становищем цієї групи людей і відповідальним ставленням до свого здоров'я.

Придбати органічні продукти харчування можна у більшості великих супермаркетів. Крім того, створюються спеціалізовані органічні магазини. Доставку органічних продуктів можна замовити через Інтернет та телефонний зв'язок з доставкою до споживача. Серед вітчизняних товарів на ринку органічної продукції більш поширені гречана, ячна, перлова та пшенична крупи, макаронні вироби з борошна грубого помелу тощо.

Однак у популяризації здорового харчування існують свої проблеми. Органічні продовольчі товари мають вироблятися сертифікованими господарствами та мати екологічне маркування. Споживач повинен бути упевнений, що отримує екологічно чисту продукцію. Господарствам для отримання такого статусу необхідно пройти перехідний період тривалістю до трьох років із дотриманням вимог органічного виробництва. Після чого чітко розрізняти межі традиційної й екологічної діяльності [5].

У європейських країнах, де кількість споживання органічної продукції щороку зростає на 10-15%, діють норми та стандарти Європейського Союзу й Міжнародної федерації органічного сільськогосподарства (IFOAM). Недержавна організація IFOAM об'єднує понад 700 активних організацій-учасників у більш як 100 країнах світу. Документи ЄС і Міжнародної федерації встановлюють принципи й регулюють загальні підходи і вимоги до органічного виробництва. Спеціальні сертифікуючі компанії попередньо інспектують технологію виробництва продукції, після чого на етикетках з'являється напис «екологічно чистий». Такий знак є гарантією якості товару [6,7].

За відсутності національної системи сертифікації органічного виробництва в Україні виробники налагоджують зв'язки із закордонними й міжнародними сертифікаційними структурами. Своєю чергою, Мінагропрод, профільні комітети Верховної Ради, науковці, представники низки проектів міжнародної технічної допомоги працюють над створенням правової і нормативної бази для майбутньої національної системи органічної сертифікації. У Федерації органічного руху щодо екологічних перспектив України налаштовані оптимістично. Відповідно до Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року планується стимулювати ведення органічного сільськогосподарства, створити систему його сертифікації та поступово

збільшувати виробництво органічних сільськогосподарських культур та продукції тваринництва [8].

Висновки. Таким чином проведене дослідження показує, що Україна, маючи значний потенціал для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, її експорту, споживання на внутрішньому ринку, досягла певних результатів щодо розвитку власного органічного виробництва.

Однак незважаючи на те, що Україна має значні проблеми, що стримують розвиток органічного виробництва, ця сфера економіки являється дуже перспективною через наявність в Україні родючих чорноземних ґрунтів, міцні традиції сільськогосподарського та бажання основних гравців цього ринку створити необхідні інституційно-правові умови. Розвиток органічного сільського господарства буде сприяти покращенню економічного, соціального та екологічного стану в Україні, комплексному розвитку сільської місцевості та поліпшенню здоров'я населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вовк В.І. Сертифікація органічного сільськогосподарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє / В.І. Вовк // Матеріали Міжнародного семінару «Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва і маркетингу». — Львів: 2004. — С. 3.
2. Гармашов В.В. До питання органічного сільськогосподарського виробництва в Україні / В.В. Гармашов, О.В. Фомічова // Вісн . аграр . науки — 2010. — №7. — С.11-16.
3. Органік в Україні [Електронний ресурс] / Федерація органічного руху України. — Режим доступу: <http://organic.com.ua/>.
4. Артиш В. Організаційно-правові передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В.І. Артиш // Економіка АПК. — 2009. — № 2. — С. 8.
5. Дудар О.Т. Розвиток органічного агровиробництва в Україні / О.Дудар // Економіка АПК. — 2012 — № 3. — С. 121-126.
6. Федоров М.М. Розвиток органічного виробництва / Федоров М.М., Ходаківська О.В., Корчинська С.Г.; за ред. М.М. Федорова, О.В. Ходаківської. — К. : ННЦ ІАЕ, 2011. — С.146.
7. Зинченко С. Возможности органики / С. Зинченко // Агро Перспектива. — 2013. — №9 (116). — С 25.
8. Ільяків Л. Екологічно чисте виробництво: зарубіжний досвід та Україна / Л. Ільяків // Інноваційна економіка. — 2010. — №3 (41). — С 14.

УДК 330.342

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Паршин Юрій Іванович, кандидат технічних наук, доцент,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»,
м. Дніпропетровськ

В статті надано аналіз визначення терміну «методологія». Сформовано основні елементи методології стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки та розроблена модель управління ефективністю економічного розвитку. Запропоновано принципи управління ефективністю економічного розвитку. Встановлено, що методологічні підходи до управління ефективністю економічного розвитку мають передбачати визначення закономірностей функціонування економічної системи.

Ключові слова: методологія, сталий розвиток, ефективність управління, модель управління.

In the article the analysis of determination of the term «methodology» has been given. The basic methodology elements of the strategic providing of steady development of national economy have been formed and the management model of economic development efficiency has been developed. The management principles of economic development efficiency have been offered. It has been set that the methodological approach to the management of economic development efficiency the determination of functioning relationships of the economic system must be foreseen.

Keywords: methodology, steady development, management efficiency, management model.

Постановка проблеми. Забезпечення сталого розвитку держави повинно ґрунтуватися не тільки на мобілізації всіх його ресурсів і реальній оцінці власних потенційних можливостей, а також всебічно використовувати новітні методологічні підходи та сучасні розробки. Однією з найважливіших умов, яка забезпечує прискорення наукових досліджень, є розробка нових теорій і методологій наукового пізнання й дослідження у взаємозв'язку з використанням сучасних інформаційних та інноваційних технологій. Тому при вивченні економічних проблем, явищ або інших процесів в управлінні важливої ролі набувають питання методології. Розробка методологічних основ управління регіональними системами, як складових елементів національної економіки, у досягненні стратегічних цілей зумовлюють її важливість та актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективність і якість управління економічними системами визначаються обґрунтованістю методології вирішення існуючих проблем, тобто підходів, законів і закономірностей, принципів і методів. Без обґрунтованої теорії практичні дії залишаються недосконалими. Розглядаючи термін «методологія» ми дійшли до висновку, що у сучасних джерелах він трактується по-різному, проте його розуміють і розглядають як вчення про структуру, логічну організацію, методи і засоби діяльності. Методологія утворює необхідний компонент будь-якої діяльності, оскільки є системою принципів і способів організації й побудови теоретичної та практичної діяльності суб'єктів господарювання.

Проблемі дослідження методологічних підходів

щодо розвитку економічних систем приділяють увагу багато сучасних вчених, а саме Амоша О.І., Геєць В.М., Верхоглядова Н.І., Клебанова Т.С., Боровских Н., Васильченко Г.В., Герасимчук З.В., Краєвський В.В., Лазарев В.М., Мазур К.В., Новіков А.М., Павлюк А.П. та інші.

Процес функціонування національної економіки як системи уявляє собою результат безлічі одночасно діючих і взаємопов'язаних факторів, що потребує проведення постійних досліджень та врахування максимально можливої кількості факторних ознак, і саме методологія супроводжує ці процеси та є фундаментальною базою пізнання їх на всіх етапах дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні терміну «методологія» та розробці методологічних основ стратегічного забезпечення сталого економічного розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Сучасні енциклопедичні визначення методології наступні: методологія (від «метод» і «логія») – вчення про структуру, логічну організацію, методи і засоби діяльності [1, 2, 3, 4]. Методологія – система принципів і способів організації й побудови теоретичної та практичної діяльності, а також вчення про цю систему [5]. Автор роботи [6, с.14] визначає методологію як науку про методи і організацію діяльності людей. У інших джерелах надається інше формулювання цього поняття. Методологічні питання різних процесів люди почали досліджувати з давніх часів. Починаючи з Рене Декарта [7], і раніше, методологія розглядалася тільки як вчення про методи діяльності (метод і «логос» – вчення).

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

У філософському словнику [8] визначенню методології надається наступні два трактування, а саме, методологія це:

- 1) сукупність прийомів дослідження, які використовуються в науці;
- 2) вчення про метод пізнання й перетворення світу.

В теперішній час можна зустріти аналогічні трактування, наприклад, автор роботи [9] дає поняттю «методологія» два значення, це: система певних способів і прийомів, вживаних у тій або іншій сфері діяльності (у науці, політиці, мистецтві тощо); і, вчення про цю систему, загальна теорія методу, теорія у дії. Інші автори підходять до трактування дуже предметно, наприклад автор роботи [10] визначає методологію стосовно педагогіки – як вчення про педагогічне знання і про процес його формування, тобто на рівні педагогічного пізнання.

Держава, як відкрита соціально-економічна система, складається з окремих його елементів – регіонів. З метою підвищення ефективності функціонування й розвитку регіонів мають бути розроблені універсальні моделі й підходи, як головні складові методологічних основ стратегічного управління ефективністю регіонального та національного розвитку. Використання таких основ дозволить упорядкувати функції та об'єднати їх до цілісної системи з певними характеристиками і певною логічною структурою, а також алгоритмом її здійснення.

Основним аспектом формування методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки є визначення найбільш значущих компонентів. Тому саме система формування структури, логічної організації, методів і засобів діяльності стосовно ефективності економічного розвитку може бути визначена ключовим елементом з напрямку досягнення поставлених цілей.

Американський фахівець з управління виробництвом і прихильник «функціонального» керівництва Г. Емерсон вважав ефективність основним завданням управління. Одна з головних його заслуг полягає в тому, що він встановив зв'язок ефективності та функціональності [11, с. 117].

Основні елементи методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки представимо схематично на рис. 1.

Враховуючи ці елементи, а також основи теорії управління маємо розробити модель управління ефективністю економічного розвитку з метою уникнення диспропорцій у розвитку економічних систем та підвищення рівня економічних показників. Зазначимо, що розроблена модель, а також відношення суб'єкта і об'єкта управління є ключовим елементом методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки (рис. 2).

Суб'єкт і об'єкт управління знаходяться в постійній взаємодії за допомогою обміну економічною інформацією, внаслідок чого здійснюється сам процес управління. Між суб'єктом і об'єктом управління встановлено

зв'язок, за допомогою чого відбувається обмін інформацією завдяки каналам прямого і зворотного зв'язку. Зворотний зв'язок необхідний для того, щоб своєчасно реагувати на поточну ситуацію в національній економіці загалом та частково – в регіонах, як основних складових національної економіки. На основі отримання і аналізу інформації щодо стану об'єкта управління (національна економіка або регіон) суб'єкт управління ухвалює рішення, тим самим забезпечуючи дію на об'єкт.

Методологічні підходи до управління економічним розвитком мають передбачати виявлення закономірностей функціонування національної економіки та базуватися на відомих наукових теоріях.



Рис. 1. Методологічні основи стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки

Використання системного підходу є невід'ємною частиною в управлінні ефективністю економічного розвитку. Маємо на увазі наявність певних

принципів і способів організації діяльності. Основна теза полягає в тому, що управління ефективністю економічного розвитку не може здійснюватися в ізольованих умовах. Помилкові, або неправильні дії в управлінні окремими елементами можуть надати негативну синергетичну дію на економічну систему відповідного ієрархічного рівня. Зважаючи на це, використання системного підходу дозволить уникнути ситуації, при якій можуть створитися негативні передумови для виникнення дестабілізуючих зон економіки та їх подальшого розвитку.

Системність методології зумовлена ще й тим, що в основі будь-якого управління має бути покладено ідею порядку й гармонії. В основі формування методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки покладено системний підхід, завдяки чому повинно бути дотримання принципів системності, які є початковими положеннями, та на основі яких здійснюється їх побудова, функціонування і розвиток. Принципи відображають закономірності дій в системі управління ефективністю економічного розвитку, та на їх базі будуються процеси прийняття стратегічних рішень у просторі та у часі.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

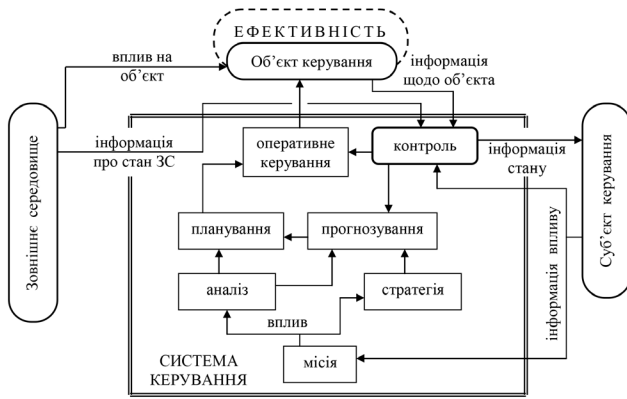


Рис. 2. Модель управління ефективністю економічного розвитку

Враховуючи попередні дослідження [3, 5, 10 та ін.], до найважливіших принципів управління ефективністю економічного розвитку слід віднести наступні: цільовій спрямованості економічного розвитку, цілісності, еквівіальності, єдності, зв'язності, децентралізації, ієрархічної впорядкованості, функціональності, модульної побудови та ін. Вважаємо за доцільне використання цих принципів при розробці моделі та системи стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки.

Принцип цільової спрямованості економічного розвитку – це основа економічної діяльності, що полягає у визначенні видів робіт з урахуванням їх вагомості з метою досягнення умов щодо забезпечення сталого економічного розвитку суб'єктів господарювання.

Принцип цілісності системи – дозволяє розглядати суб'єкт господарювання як єдину, складну економічну систему, що складається з різноякісних взаємодіючих елементів, які одночасно, але з різним ступенем впливу, діють на кінцеві результати. Доцільним проводити дослідження економічної системи на національному та регіональному рівнях з урахуванням сукупності економічних, екологічних та соціальних показників.

Принцип оптимального поєднання централізації й децентралізації – полягає в оптимальному розподілі (делегуванні) повноважень суб'єктам ієрархічних рівнів щодо формування та ухвалення стратегічних рішень.

Всі складові системи повинні розглядатися у взаємозв'язку, єдності та взаємодії всіх їх функціональних сторін, компонентів і частин. При реалізації стратегічних планів цілісність цих елементів забезпечується шляхом відповідних методів аналізу і синтезу.

Принцип ієрархічної впорядкованості підкреслює наявність рівнів управління, відображаючи загальну закономірність суспільного соціально-економічного устрою. Одне з основних завдань, яке покладено в основу ієрархічної структури системи в умовах нестійкої економіки є підвищення ефективності всіх рівнів управління. У загальній ієрархічній схемі підсистеми різних рівнів знаходяться у відносній відособленості. Цю відносну самостійність можна розглядати як деяку властивість підсистем, які мають відносну незалежність у

відношенні до вище та нижче розташованих ієрархічних підсистем. Ієрархію іноді розглядають як наслідок необхідності спеціалізації, що зумовлена існуючою обмеженістю можливостей елементів системи.

Принцип існування взаємозв'язків між елементами (зв'язність) припускає, що з системних позицій мають значення не будь-які, а лише суттєві зв'язки між елементами економічної системи, які визначають інтеграційні властивості системи у вигляді цілісного утворення.

Принцип інтегративності передбачає те, що інтегративна якість властива лише системі в цілому, і не властива жодному з її елементів окремо.

Принцип кінцевої мети припускає пріоритетність результату над іншими складовими. Якщо на рівні підприємницької діяльності кінцевою метою є отримання максимального прибутку, то на рівні регіону і держави – це виконання основних функцій з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів діяльності.

Вважаємо за доцільне використання цих принципів у стратегічному забезпеченні сталого розвитку національної економіки. Ці принципи системного підходу застосовні до управління ефективністю економічного розвитку і дозволять врахувати весь комплекс взаємозв'язків, а також забезпечити системну інтеграцію регіональних економічних систем.

Ефективність розвитку національної економіки залежить від її конкурентоспроможності, а, отже, управління ефективністю повинно бути спрямовано на підтримку і підвищення конкурентоспроможності, як окремих регіонів, так і всієї держави.

Необхідно відзначити, що цілі кожного регіону з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів, повинні бути узгоджені та інтегровані до загальнодержавної системи. Це дозволить скоординувати алгоритми дій різних рівнів управління з урахуванням чинного законодавства і законопроектів, що розробляються.

Визначаючи за стратегічними напрямками цілі управління, можна відзначити, що мета стратегічного управління ефективністю повинна відповідати регіональним цілям, у той же час, як мета регіонального розвитку, повинна відповідати загальнонаціональним цілям держави.

На нашу думку цілі стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки ґрунтуються на управлінні ефективністю регіонального розвитку, мають довгостроковий характер (терміни залежать від ієрархічного рівня) і тому мають бути сформульовані відповідні завдання і розроблені плани. Підвищення ефективності економічного розвитку кожного регіону не може здійснюватися тільки за рахунок екстенсивних форм розвитку. Обов'язковою умовою є якісна зміна підходів, а це вимагає залучення інвестицій, заміну технологій, впровадження інновацій тощо.

При розробці окремих складових методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки маємо виділити функції управлін-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ня. До основних функцій можна віднести: планування, організація, керівництво, мотивація і стимулювання, контроль і регулювання. Також необхідно враховувати співвідношення обсягів «результати – витрати», які існують в економічних системах.

Висновки. Вважаємо, що одне з головних завдань органів державної влади полягає у тому, щоб об'єднати інтереси всіх суб'єктів управління, створити алгоритми їх взаємодії з метою підвищення ефективності економічного розвитку регіонів за комплексом соціальних, економічних і екологічних показників. Процес ефективного управління є сукупністю цілеспрямованих дій, які мають створити оптимальні умови щодо стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки шляхом ефективного використання ресурсів, розширення взаємозв'язків між складовими елементами регіональних економічних систем з метою забезпечення ефективного відтворення потенціалу регіонів та як наслідок розвитку держави у цілому. Формування методологічних основ стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки є предикатом науково-організаційної дії та повинно бути невід'ємною частиною розробки системи стратегічного забезпечення сталого розвитку національної економіки.

Ю.Н.Черемных. М.: Издательство «Дело и сервис», – 2001. – 368 с.

11. Эрроу К.Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности / К.Дж. Эрроу. Пер. с англ. – М.: ГУ-ВШЭ, 2004. – 204 с.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, СПб.: «Норит», 2000. – 1456 с.

2. Боровских Н. Конкурентные стратегии: методология формирования и развития / Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – №2(81). – С.37–48.

3. Веснин В.Р. Стратегическое управление / Веснин В.Р. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 318 с.

4. Загвязинский В.И. Методология и методика дидактического исследования. – М.: Педагогика, 1982. – 160 с.

5. Флювьерг Б. Стратегические оценки / Б. Флювьерг // Экономическая политика, – 2006. – №1. – С. 77-101.

6. Нормативно правова база. Міністерство соціальної політики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/ru/publish/article?art_id=72519.

7. Джеймс П. Все возможные миры. История географических идей / П. Джеймс, Дж. Мартин. – М.: Прогресс, 1988. – 672 с.

8. Философский энциклопедический словарь / Редкол.: С.С. Аверинцев, Э.А. Араб-Оглы, Л.Ф. Ильичев и др. – 2-е изд. – М.: Сов. Энциклопедия, 1989. – 815 с.

9. Оценка результатов Встречи на высшем уровне в Йоханнесбурге: что нового она принесла. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.un.org/russian/conferen/wssd/story.htm>.

10. Замков О.О. Математические методы в экономике: Учебник / О.О.Замков, А.В. Толстопятенко,

ХОЛДИНГ ЯК ФОРМА ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Паршина Олена Анатоліївна, доктор економічних наук, професор,
зав. кафедрою економіки промисловості та організації виробництва
Братута Олексій Григорович, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва
ДВНЗ Український державний хіміко-технологічний університет

У статті представлені результати теоретичного аналізу сучасної наукової концепції холдингу. Систематизовано основні положення та виявлені її принципові недоліки. Визначені економічна сутність і зміст холдингового об'єднання підприємств як специфічної форми об'єднання підприємств.

Ключові слова: підприємство, холдинг, холдинговий зв'язок, холдингова корпоративна система; холдингове об'єднання підприємств.

In the article is presented the results of a theoretical analysis of modern scientific concepts holding. Basic provisions are systemized and identified its fundamental flaws. Economic essence and content of holdingovogo Association of enterprises are identified as a specific form of Association of enterprises.

Key words: Enterprise, holding, holdingovij communications, holding corporate system, holdingove Association of enterprises.

Постановка проблеми. Підвищення рівня конкурентної боротьби між підприємствами є характерною й однією з основних тенденцій процесу еволюції економічної сфери буття у рамках її нинішньої форми організації – розвинутого товарного виробництва. Наслідки цієї тенденції знаходять відображення в осучасненні шляхом розширення як типів конкуренції (груповий), так і методів її проведення (організаційні). За таких обставин підприємства з метою забезпечення їх економічного інтересу та неперервності їх життєвого циклу, поряд із впровадженням технічних і технологічних інновацій, вдаються до використання сучасних різноманітних альтернативних форм і методів організаційного розвитку або організаційної взаємодії. Результатом зазначених процесів є урізноманітнення форм і типів суб'єктів господарювання. У той же час у нинішніх економічних дослідженнях наголос робиться на прикладний (прагматичний) характер і результат економічного знання, тобто виокремлення певного явища із господарського досвіду підприємств та визначення нормативних організаційних умов і способів його тиражування. За таких обставин, по-суті, ігнорується чи спрощується онтологічна складова знання, що робить його неповноцінним з позицій узагальненості й універсальності, а отже обмежує практику та знижує ефективність використання. І хоча господарський досвід і термінологічний апарат економічної науки розширилися завдяки таким новим явищам організаційного розвитку та організаційної взаємодії підприємств, як «концерни», «міжнародні фірми», «господарські мережі», «об'єднання підприємств», «кластери», «стратегічні альянси» і т. інш. [1;7-11], це майже не вплинуло на

якісне поліпшення економічного світогляду, а відповідно немає належної сутнісної, змістовної та узгодженої позиції серед дослідників. Унаслідок такого становища система економічних знань є неадекватною сучасним реаліям господарської практики. Зокрема, мова йде про такі різні за своєю суттю та змістом явища як холдинг і перехресний холдинг, або холдингове об'єднання підприємств, що розглядаються у якості родової і особливої категорій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стосовно такого явища сучасної економічної сфери буття як холдинг досліджені або досліджуються наступні питання: визначення економічної сутності й характерних особливостей холдингу; мотивів його створення; класифікації форм; способів утворення; організаційно-управлінська структури. І хоча певна частина результатів цих досліджень мають дискусійний характер, можна констатувати, що сукупність знань щодо зазначеного явища набула у загальних рисах системного характеру, а отже перейшла від стадії наукової гіпотези до стадії наукової концепції, але ще не набула рівня наукової теорії.

Основні положення сучасної концепції холдингу:

1. Що стосується трактовки економічної сутності холдингу можна виділити два підходи. Перший передбачає визначення холдингу як певного виду підприємства, що відрізняється специфічною метою та цілями його господарської діяльності [3-5]. Так, д.е.н., проф. Базилевич В.Д. вважає холдинг компанією, що ставить за мету отримання та збереження участі в капіталі підприємств з метою контролю або спрямування їх діяльності. Другий підхід передбачає визначення холдингу як певної

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

форми об'єднання підприємств [2;6-8;10]. Наприклад, Гіль О.О. визначає холдинг як вертикально інтегроване об'єднання юридичних осіб, що зв'язані між собою відношеннями економічної субординації, за рахунок якої уся структура керована, але при цьому забезпечується відносна самостійність її елементів необхідна для економічно ефективної роботи системи.

2. До мотивів створення холдингу відносять:

– можливість контролю більших обсягів капіталу, ніж ним володіє холдингова компанія у складі холдингової системи (перший підхід);

– забезпечити ефективне функціонування сукупності підприємств, які формують холдингову компанію (другий підхід).

Слід зазначити, що така трактовка мотивації виключає визначення як її суб'єкта, яким може бути фізична чи юридична особа, так і безпосереднього зв'язку з їх економічним інтересом.

3. Що стосується сфер використання холдингу, то тут між дослідниками не існує істотних розходжень.

4. Однією з найбільш розроблених частин наукової концепції холдингу є класифікація його форм. До основних критеріїв класифікації та видів групувань, як правило, відносять наступні:

1) за статусом підприємств, що входять до складу холдингу: материнська компанія (холдингова компанія); дочірні компанії (корпоративні компанії);

2) залежно від функцій холдингової компанії: чистий (холдингова компанія здійснює контрольно-управлінську діяльність стосовно корпоративних підприємств); змішаний (холдингова компанія здійснює контрольно-управлінську діяльність стосовно корпоративних підприємств, а також займається господарською діяльністю);

3) залежно від фінансово-економічного зв'язку між членами холдингу: інтегровані (технологічно взаємопов'язані); конгломеративні;

4) залежно від рівня взаємовпливу на господарську діяльність членів холдингу: класичний (центром холдингової системи є холдингова компанія, котра володіє контрольними пакетами акцій корпоративних підприємств, а отже її відносини власності й підпорядкування із зазначеними корпораціями побудовані за принципом «віршального зв'язку»); перехресний (у холдинговій системі холдингова компанія відсутня. У той же час кожне корпоративних підприємств, як її учасник, володіє лише недостатнім для одностороннього контролю пакетами акцій одне одного, але разом вони володіють контрольним пакетом акцій кожного з її членів. Відносини власності та підпорядкування побудовані за принципом «простого зв'язку»);

5) за структурою контрольного пакета акцій корпоративних підприємств: портфельний (холдингова компанія лише володіє пакетом акцій); інвестиційний (холдингова компанія лише управляє пакетом акцій); портфельно-інвестиційний.

6) залежно від ініціатора створення холдингу: за ініціативою окремого підприємства; за ініціативою гру-

пи підприємств; за ініціативою органів державної виконавчої влади.

5. На сучасному етапі розвитку економічної сфери буття виділяють два способи утворення холдингу: поглинання (певне підприємство купує контрольні пакети акцій інших підприємств); спільна участь у капіталі (певна група підприємств добровільно здійснює обмін між собою частиною своїх пакетів акцій).

6. Залежно від ролі холдингової компанії виділяють три моделі управління холдингом: операційна (холдингова компанія здійснює управління усіма видами господарської діяльності корпоративних підприємств); фінансова (холдингова компанія здійснює управління фінансовою та інвестиційно-інноваційною діяльністю корпоративних підприємств, виконуючи роль інвестора стосовно цих підприємств і не втручається у їх господарську діяльність); стратегічного управління (рада директорів перехресного холдингу визначає корпоративну стратегію підприємницької діяльності її учасників, але не втручається у їх поточну господарську діяльність).

Першим недоліком концепції можна визначити недостатнє обґрунтування поняття холдингу, а отже розкриття його економічної сутності.

Як зазначалося вище, у науковій економічній літературі немає загально визнаної дефініції холдингу як сучасного явища господарської сфери буття. По-суті, наявні два протилежні підходи: у межах першого холдинг розглядається як певна форма еволюції підприємства; у межах другого розглядається як особлива форма об'єднання підприємств. Парадоксальним є той факт, що представники кожного із зазначених підходів мають для свого трактування раціональні підстави. У той же час проблема у теоретичному плані залишається невирішеною. Онтологічний дуалізм концепції холдингу зумовлений неповнотою визначеності її засадних методологічних позицій.

Холдинг потрібно розглядати не тільки як особливу організаційну структуру підприємництва (тобто підприємство чи об'єднання підприємств), але й як специфічну форму взаємозв'язку та взаємодії між підприємствами, тобто як певний сучасний домінуючий вид кооперування між суб'єктами господарської діяльності. У свою чергу, остання є наслідком розвитку таких форм суспільної організації виробництва як концентрація, комбінування та диверсифікація. Результатом цих глобальних процесів є концентрація капіталу та інтеграція підприємницької діяльності підприємств, які можуть бути досягнуті з використанням наступних способів організаційного розвитку підприємств: розширене відтворення (нове й розширене будівництво, реконструкція, що здійснюються на наноекономічному рівні); злиття (передбачає інтеграцію юридичних осіб в одне підприємство, що здійснюється на мікроекономічному рівні); поглинання (фінансово-економічне управління або контроль одним підприємством діяльності інших, які при цьому неформально втрачають господарську компетенцію, що також стосується мікроекономічного рівня); координація (здійснення спільної господарської діяль-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ності на основі її узгодження на принципах добровільності входження та консенсусу прийняття управлінських рішень, що здійснюється одночасно на мікро- та макроекономічному рівнях).

Що стосується перших трьох способів, то мова йде про вплив на певні трансформаційні інтеграційні процеси у сферах відносин власності та системи управління господарською діяльністю підприємств. Останній – стосується інтеграційних процесів лише у сфері управління. Якщо розширене відтворення та злиття притаманні тільки для організаційного розвитку підприємств, а координація – лише об'єднанню підприємств, то поглинання через специфічну форму коопераційного зв'язку, котра вимагає інтеграційної трансформації як у відносинах власності, так і в управлінській діяльності відповідної групи підприємств, займає проміжне положення. У цьому плані доцільно виокремити певні форми взаємозв'язку та взаємодії між підприємствами: конкурентний (суперництво); неконкурентний (співпраці), у межах якого, у свою чергу, можна виділити два види: 1) холдинговий (власність та/або система управління); 2) асоційований (система управління).

На підставі вищезазначеного можна стверджувати, що холдинг як форма економічного взаємозв'язку та взаємодії господарюючих суб'єктів як певної системи може бути притаманна лише об'єднанню підприємств.

Другий недолік сучасної концепції холдингу полягає у недосконалому та недостатньо розвинутому її категоріальному апараті. Для характеристики специфічного господарського зв'язку між холдинговою компанією та корпоративними підприємствами доцільно ввести нову категорію «холдинговий вид господарського зв'язку між підприємствами». Що стосується визначення специфічного економічного явища у межах такої форми підприємництва як об'єднання підприємств, то доцільно увести термін – «холдингове об'єднання підприємств», а також виділити нову самостійну організаційну форму суб'єкт господарювання, у яку інтегруються підприємства у процесі їх організаційної взаємодії, – «корпоративну холдингову систему».

Принципові онтологічні відмінності між корпоративною холдинговою системою і холдинговим об'єднанням підприємств полягають у: характері відносин власності (концентрація власності на протиположності дифузії власності); принципах організації різних форм підприємництва та здійснення ними господарської діяльності (єдиноначалі та примус/ консенсусу та добровільності); характері системи управління (централізована/ солідарна); мотивах їх утворення (реалізація економічного інтересу холдингової компанії через управління господарською діяльністю або фінансово-економічними ресурсами корпоративних підприємств/спільна реалізація власних економічних інтересів підприємств); господарському механізмі реалізації економічного інтересу підприємств (ієрархічного типу/координаційного типу).

На підставі вищезазначеного можна дати наступне визначення холдинговому об'єднанню підприємств – це форма об'єднання підприємств, метою якої є здій-

снення скоординованого стратегічного управління інвестиційно-інноваційною та фінансовою діяльністю його членів через механізм спільної участі у капіталі підприємств-учасників цього виду об'єднання.

Третім недоліком, що обумовлений попередніми, є неупорядкована класифікація холдингів. Доцільно виділяти загальний та особливий рівні групування.

На загальному рівні класифікація холдингів має здійснюватися за критерієм організаційної форми підприємництва: корпоративна холдингова система; холдингове об'єднання підприємств.

На особливому рівні першу з означених класифікаційних груп доцільно диференціювати за наступними критеріями:

1. За характером технологічного зв'язку: горизонтальні; вертикальні; конгломеративні.
2. За формою власності: державні; комунальні; приватні.
3. Залежно від функцій холдингової компанії: чисті; змішані.
4. За структурою контрольного пакета акцій корпоративних підприємств: портфельний; інвестиційний; змішаний.

Холдингове об'єднання підприємств можуть бути лише:

1. За характером технологічного зв'язку – вертикальними.
2. За формою власності – приватними.
3. За структурою контрольного пакета акцій корпоративних підприємств – портфельними.

Що стосується моделі управління холдинговим об'єднанням підприємств, то для них може бути притаманна модель стратегічного управління.

Крім того, зазначений тип холдингової системи може утворюватися лише за ініціативою групи підприємств, а відповідно доцільно використовувати другий спосіб організації холдингів – об'єднання, що використовується у специфічній формі «участі у капіталі».

Холдингове об'єднання підприємство же формується лише на основі договору, який укладається між власниками підприємств, що увійдуть до його складу. У цьому договорі мають бути вписані наступні основні положення:

- принципи взаємовідносин і форми взаємодії між членами об'єднання;
- сумарна вартість акцій кожного члена об'єднання, які підлягають обміну між ними;
- спосіб утворення, організаційна структура та механізм функціонування координаційного органу об'єднання (функції, повноваження координаційного органу об'єднання, процедура прийняття управлінських рішень);
- види господарської діяльності та проблематика питань, з яких приймаються управлінські рішення;
- термін функціонування об'єднання;
- процедури, що регламентують порядок входження та виходу зі складу об'єднання;
- процедури, що регламентують порядок припи-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

нення діяльності об'єднання;

– тощо.

Класифікація сучасної концепції холдингів за ступенем взаємовпливу до певної міри узгоджується з вище наведеною класифікацією на загальному рівні.

Висновки та перспективи дослідження. До основних наукових результатів даної статті можна віднести:

– систематизацію основних теоретичних положень діючої наукової концепції холдингу;

– визначення принципових онтологічних недоліків зазначеної концепції;

– виокремлення особливого виду економічного зв'язку між підприємствами у процесі їх організаційної взаємодії – холдингового зв'язку, що призводить до утворення специфічних форм суб'єктів господарської діяльності – холдингової корпоративної системи та холдингового об'єднання підприємств;

– визначення економічної сутності та змісту, а також розробку класифікації холдингового об'єднання підприємств як специфічного виду певного типу організаційної структури підприємницької діяльності.

Щодо перспектив подальших розробок у даному напрямку досліджень слід визначити такі проблеми:

– розробку методики оцінки економічної доцільності входження підприємств до складу холдингового об'єднання підприємств;

– деталізацію порядку формування підприємствами відповідного об'єднання;

– розробку організаційно-економічного механізму координації діяльності членів об'єднання.

Список використаних джерел

1. Гаррет Б. Стратегические альянсы/ Б. Гаррет, П.Дюссож. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 332 с.

2. Гиль О.О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств/ навч. посібник.: Гиль О.О., Гришина Л.О., Карась П.М. – Львів.: Вид. «Новий світ-2000», 2009. – 248 с.

3. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств / навч. посіб.: Під заг. ред. Л.М. Чепурди. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 269 с.

4. Економічна теорія: Політекономія/ підруч.; за ред. В.Д. Базилевича. – [2-е вид., випр.] – К.: «Знання-Прес», 2003. – 581 с.

5. Економіка підприємства / підруч.; за ред. С.Ф. Покропивного. – [2-е вид.] – К.: КНЕУ, 2006. – 526 с.

6. Єгорова І.Т. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств/ Єгорова І.Т.; навч. посіб. – Львів.: Вид. «Новий світ-2000», 2009. – 331 с.

7. Жданова Л.А. Организация и управление фирмой в развитых странах/ Л.А. Жданова; учеб. – М.: «Экономика», 2008. – 637 с.

8. Міжнародний менеджмент/ За ред. О.Б. Чернеги; навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 592 с.

9. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці/ С.І. Соколенко. – К.: «Логос», 2004 – 848 с.

10. Теория организации / Под ред. Б.З. Мильнера; учеб. – [6-е изд. перер. и доп.] – М.: ИНФРА – М, 2008. – 797 с.

11. Федорова В. А. Економіка підприємств та міжнародних компаній/ В. А. Федорова, О. А.Соловйова; навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 232 с.

ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Пащенко І. А., магістрант

Миколаївський національний аграрний університет

Досліджено світові тенденції розвитку ринку органічної продукції та наявності потенціалу в Україні для збільшення її виробництва. Розглянутий сучасний стан функціонування ринку органічних продуктів. Висвітлено головні особливості вирощування органічної продукції та її переваги для потенційних споживачів. У статті проведено дослідження стану ринку органічної продукції за динамікою площ органічних сільськогосподарських угідь, обсягом виробництва органічної продукції та порівнянням темпів їх росту, структурою пропозиції на ринку органічної продукції України. Проаналізовано законодавчу базу регулювання ринку органічної продукції в Україні.

Ключові слова: екологізація, органічне виробництво, розвиток, світовий ринок, ринок органічної продукції, перспективи органічного виробництва в Україні.

The main world trends in the market for organic produce and the availability of capacity in Ukraine to increase its production. Considered the current state of functioning of the market of organic products. Deals with the main features of growing organic products and its potential benefits for consumers. Based on the analysis author defines the basic factors which influence on the development of organic products market of Ukraine.

Key words: ecologization, organic productions, development, world market. organic products market, perspectives of organic production in Ukraine.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день товаровиробники сільськогосподарської продукції прагнуть до зростання виробництва інтенсивним шляхом, а саме шляхом використання у великій кількості мінеральних добрив, пестицидів, гербіцидів, фунгіцидів, інсектицидів тощо. Тому з кожним роком проблеми екологізації стають все актуальнішими. У багатьох країнах світу, в тому числі і в Україні, відбувається активний перехід до екологічно-спрямованого ведення сільськогосподарства-органічного виробництва.

Становлення вітчизняного ринку органічної продукції, є перспективним для України з огляду на наявні природні ресурси (родючі чорноземи та екологічно чисті зони) та зростаючу зацікавленість споживачів. Світова практика показує, що для ефективної організації роботи органічних товаровиробників неабияку роль відіграють канали збуту такої продукції. Тому питання ефективної організації збуту органічної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках є актуальним для вивчення з огляду на існуючий світовий досвід.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні й практичні аспекти розвитку органічного виробництва висвітлені у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як Г.Я.Антонюк, В.І.Артиш, Р.М.Безус, В.В.Вовк, Є.В.Милованов, П.Барбері, Х.Кахілуото та ін. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні розглядалися такими вітчизняними науковцями, Т.О.Зайчук, Є.В.Милованов, В.О.Шлапак та ін. Проте динамічність розвитку цього сегменту продовольчого ринку змушує постійно звертатися до аналізу існуючих трендів виробництва органічної продукції.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану ринку органічної продукції в світі та подальших тенденцій його розвитку; вивчення тенденцій розвитку органічного сільського господарства в Україні, перспектив формування ринку органічної продукції.

Викладення основного матеріалу дослідження. Органічними або екологічно безпечними вважаються продукти, виготовлені з дотриманням визначених екологічних стандартів на всіх технологічних та реалізаційних етапах [1]. Переваги органічної продукції представлені на рис. 1.

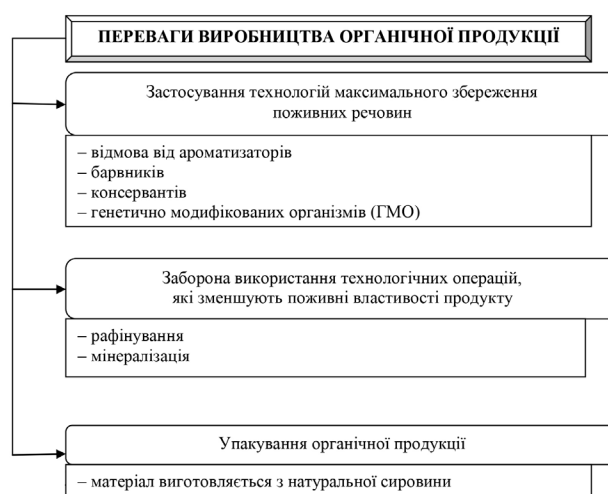


Рисунок 1 – Переваги виробництва органічної продукції

*Розроблено автором на основі джерела [1]

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Ведення органічного землеробства базується на застосуванні мінімальної обробки ґрунту та відмови від отрутохімікатів і мінеральних добрив. Такий підхід відновлює баланс поживних речовин у ґрунті, нормалізує роботу живих організмів, збільшує вміст гумусу і, як результат, – підвищує урожайність сільськогосподарських культур. Перехід на виробництво органічного продовольства є тривалим процесом, який не гарантує швидкої віддачі інвестицій, однак світові тенденції свідчать про підвищення популярності та прибутковості виробництва органічних продуктів харчування. Середньорічний приріст органічного ринку становить 10-15 % [1].

Органічне сільське господарство ґрунтується на чотирьох основних принципах: здоров'я, екологія, справедливість, турбота. Дотримуючись цих принципів і реагуючи на споживчий попит світового агропродовольчого ринку, останніми роками в багатьох країнах світу повноцінно функціонує та розвивається ринок збуту органічної продукції. Із статистичних відомостей IFOAM у 2011 році у світі зареєстровано 35 мільйонів гектарів сертифікованих органічно чистих земель. Світовий оборот органічної продукції у 2011 році склав 60 мільярдів доларів, при чому більшість цієї продукції споживається країнами Північної Америки і Європи.

На сьогоднішній день найбільша земельна площа під органічним аграрним виробництвом знаходиться в Австралії та Океанії - 37 %, далі йде Європа - 24 %, Латинська Америка - 20 %, Азія - 9 %, Північна Америка - 7 %, Африка - 3 %. Серед ста країн світу, які займаються виробництвом органічної продукції, передовими є: Австралія - 12,1 млн га, Китай - 3,4 млн га, Аргентина - 2,8 млн га, Італія - 960 тис га, США - 890 тис га.

Найбільшу частку у споживанні органічної продукції у світі має Європа. В ЄС розроблено і виконується «План дій по запровадженню та поширенню органічного виробництва». Більшість країн - членів ЄС мають свої власні національні програми розвитку цього напрямку сільськогосподарської діяльності.

Технології органічного землеробства стрімко поширюються у всьому світі. Так, лише в країнах ЄС кількість так званих «органічних» господарств за 15 років зросла більш ніж у 20 разів. На сьогоднішній день у Європі використовується під органічне землеробство до 24 % сільськогосподарських земель [2].

Нині в світі майже сформувалися повноцінні ринки органічної продукції в таких сегментах, як овочі та фрукти, дитяче харчування, сільськогосподарська сировина для переробки (передусім зерно) та молочні продукти. Подальше зростання ринків органічної продукції відкриває можливості для виходу на них нових виробників. Так, ЄС і Швейцарія є імпортером, у тому числі зі Східної Європи, зерна, насіння олійних культур, овочів, фруктів та яловичини, вирощеної за органічною системою [3].

Основні європейські канали збуту для органічної продукції - це мережа роздрібної торгівлі (70%); прями продажі з підприємств і продажі через ринки, які забез-

печують приблизно 15% збуту; продажі через спеціалізовані магазини: булочні, м'ясні лавки, ресторани та інші заклади громадського харчування – до 15%. Покупці в середньому переплачують за органічні продукти 40-60% [4].

Розвиток ринку органічних продуктів у світі міг би розвиватися й швидшими темпами, якби не такий стримуючий фактор, як порівняно висока вартість органічних товарів і продуктів. Ціни на органічну продукцію, зазвичай набагато вищі, ніж на звичайну. Наприклад, за європейськими стандартами, націнка на органічні продукти й товари, є виправданою у розмірі 20-30%. А в Україні та деяких інших країнах світу в окремих випадках вартість органіки може бути на 50 – 300 % вище, ніж неорганічних аналогів [5].

Дороговизна органіки пояснюється декількома причинами:

- по-перше, значними витратами, що супроводжують процес виробництва. Так витрати виробництва в органічних сільськогосподарських підприємствах значно вищі, ніж у традиційних виробників. Зокрема, передбачає значні витрати процес вирощування тварин і птиці за технологіями органічного виробництва, оскільки дорогою є органічна кормова база;

- по-друге, порівняно з традиційними аналогами, дорожчою є переробка та зберігання органічної продукції, тому що більше коштують її складові, а існуючі обмеження в процесі переробки та зберігання призводять до підвищення кінцевих витрат виробництва;

- по-третє, збільшення собівартості органічної продукції та високі ціни на неї обумовлюються й порівняно невеликими обсягами виробництва та обмеженими відстанями, на які можна доставити продукти у свіжому вигляді.

Розвиток органічного виробництва у світі дав поштовх українським сільськогосподарським товаровиробникам вирощувати органічну продукцію. В Україні органічне виробництво зосереджено переважно у великих сільськогосподарських підприємствах, які спеціалізуються в основному на одержанні зернової продукції з метою експорту. Це переконливо свідчить про нестійкий розвиток органічного сільського господарства в Україні. Для ефективного розвитку великих господарств необхідно впровадити сівозміни з бобовими культурами, які накопичують у ґрунті біологічний азот, підвищують вміст гумусу й поліпшують структуру ґрунту. Найоптимальнішим у такому випадку є невеликі ферми, оскільки на малих площах легше забезпечити ґрунт органічними добривами.

В Україні виробництво органічної продукції розпочалося наприкінці дев'яностих років. На той час великі міжнародні трейдерські організації сертифікували зацікавлені господарства та здійснювали експорт виробленої у них продукції. Упродовж останнього десятиліття екологічне виробництво сільськогосподарської продукції динамічно розвивалося. На початок 2011 р. в Україні працювало близько 140 сертифікованих органічних господарств, які використовували понад

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

290 тис. га сільськогосподарських угідь. Проте відсутність офіційної статистики свідчить, що ці показники є умовними [6].

Частка сертифікованих органічних площ серед загального об'єму сільськогосподарських угідь України складає майже 0,7%. При цьому Україна займає перше місце в східноєвропейському регіоні щодо сертифікованої площі органічної ріллі, спеціалізуючись переважно на виробництві зернових, зернобобових та олійних культур.

Протягом 2002-2012 рр. спостерігалася стійка тенденція до зростання площ органічних сільськогосподарських угідь в Україні.

Україна, маючи значний потенціал для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, її експорту, споживання на внутрішньому ринку, досягла певних результатів щодо розвитку органічного виробництва. Так, площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в Україні, задіяних під вирощуванням органічної продукції складає більше чверті мільйона гектарів, а наша держава входить до двадцятки світових країн-лідерів органічного руху. Частка сертифікованих площ серед загального об'єму сільськогосподарських угідь України складає близько 0,7 %. При цьому, Україна займає перше місце в східноєвропейському регіоні щодо сертифікованої площі органічних сільськогосподарських угідь, спеціалізуючись переважно на виробництві зернових, зернобобових та олійних культур. Окрім того, в нашій державі сертифіковано понад 30 тис. га дикоросів.

В останні два роки спостерігається тенденція наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження власної переробки органічної сировини. Зокрема, це крупи, соки, сиропи, повидло, мед, м'ясні вироби.

Офіційні статистичні огляди IFOAM стверджують, що якщо на початок 2002 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус «органічного», то у 2009 р. в Україні нараховувалось вже 121 сертифіковане органічне господарство, а загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель склала 270 000 га (табл. 1).

Таблиця 1
Динаміка розвитку органічного виробництва в Україні

Показник	Роки					
	2006	2008	2009	2010	2011	2012
Сертифікована площа с.-г. угідь, га	164449	240000	241980	249873	260034	270000
Кількість господарств	31	70	80	92	98	121
Середня площа господарства, га	5305	3429	3025	2716	2654	2231

*сформовано за даними джерела [7].

Виробництво виступає основою формування пропозиції на ринку органічної продукції. Українські

сільськогосподарські товаровиробники спеціалізуються зазвичай на виробництві органічного зерна. Здебільшого вони знаходяться в південних областях України (Миколаївська, Одеська, Херсонська області). Це пов'язано з тим, що органічна продукція вирощується насамперед для експорту і тому її виробництво зосереджено поблизу морських портів. Також чимало господарств розташовано на західній Україні (Чернівецька, Тернопільська та Львівська області) та особливо на Полтавщині [7].

Головна проблема ринку органічної продукції в Україні - брак належної нормативно-правової бази. Доки механізми сертифікації органічної (і не тільки) продукції не буде затверджено законодавчо, сумлінні виробники зазнаватимуть збитків через недобросовісних конкурентів, а покупці — через недобросовісних виробників.

За висновками західних аналітиків, ресурс України у виробництві органіки оцінюється у 340 мільярдів доларів. Цей потенціал, який не має світових аналогів, базується на наявності унікальних чорноземів та інших природних ресурсів, які дають змогу нашій країні стати потужним виробником органічної продукції. Україна має реальну можливість забезпечити здоровою продукцією не лише внутрішній ринок, але й суттєво збільшити свій експорт і зайняти відповідні ніші на зовнішніх ринках.

На сьогодні, в Україні відсутні чинні нормативно-правові акти, що визначають, яка саме продукція є продукцією органічного виробництва, які організації можуть надавати послуги з сертифікації органічної продукції, процедуру сертифікації органічної продукції та атестації установ, що мають право її здійснювати і яке саме маркування має застосовуватись до органічної продукції. У той же час проводиться робота по підготовці до розгляду Верховною Радою України ЗУ «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». Згідно з Проектом Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» № 979 від 12.12.2012 року «органічна продукція – це продукція, отримана в результаті сертифікованого виробництва відповідно до вимог». Уповноваженим органом сертифікації є юридична особа акредитована у встановленому законом порядку, якій надано дозвіл на здійснення інспектування та сертифікації виробництва органічної продукції (сировини). Відповідно до процедури атестації та розроблених правил складається перелік тих продуктів, на які розроблені атестаційні стандарти, складна процедура та обмежені умови застосування призведе до вкрай обмеженого розвитку ринку органічної продукції України.

Єдиними для всіх видів органічної продукції згідно Закону є методи та вимоги до виробництва органічної продукції. Необхідність розробки єдиного державного маркування врахована Проектом Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» № 979 від 12.12.2012, в якому зазначається, що «використання державного логотипу та маркування органічної продукції для позначення органічних продуктів є обов'язковим». Проте, одночасно із зазначенням необхідності створення державного логотипу

пу Проектом Закону “дозволяється також використання недержавних (приватних) логотипів, запроваджених безпосередньо суб’єктами господарювання, які здійснюють виробництво, реалізацію органічної продукції, сировини чи їх об’єднаннями”[8].

Висновки. За оцінками експертів, ринок органічної продукції в світ постійно зростає. Багато країн мають вже повністю сформовані ринки із широким асортиментом органічної продукції та постійними споживачами. Але на шляху розвитку цієї продукції існує багато перешкод: відсутність маркетингового досвіду реалізації органічної продукції, високі ціни на неї, недостатня обізнаність споживачів, обмеженість товарного асортименту, не налагоджена співпраця із традиційними каналами збуту продовольства й іншими суб’єктами ринкової діяльності. Зважаючи на значний потенціал з виробництва аграрної продукції та позитивні передумови, які існують в Україні, наша держава здатна увійти в десятку країн-лідерів із виробництва органічної продукції. Для цього слід сприяти популяризації органічного способу життя, що дасть змогу поліпшити здоров’я нації та забезпечити продовольчу безпеку держави. Крім того, виробництво органічної продукції - чудова можливість для вітчизняних аграріїв зайняти нішу на швидкозростаючим і більш прибутковому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артиш, В. І. Розвиток світового ринку органічної продукції / В. І. Артиш // Економіка АПК. 2010. — № 3. — С. 113-116.
2. Калініченко Є. Органічна продукція харчування // Агросектор. — 2004 — № 1.
3. Основные рынки сбыта продукции органического сельского хозяйства — Электронный ресурс.— Режим доступа: http://www.moloko.cc/view_news.php?id=06-03-2007.
4. Артиш В.І. Особливості органічного агровиробництва в концепції сталого розвитку АПК України / В.І. Артиш // Економіка АПК. —2012. —№ 7. —С. 19-23.
5. Артиш В. І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В. І. Артиш // Економіка АПК. — 2009. —№ 2. — С. 117-120.
6. «Органічне землеробство»: з досвіду ПП «Агроекологія» Шишацького району Полтавської обл. Практичні рекомендації / Антоненко С. С., Антоненко А. С., Писаренко В. М. (та ін.) — Полтава: РВВ ПДАА, 2010. — 200с
7. Проект «Якість зерна та система кредитування с/г в Україні — фаза II», 2010 рік.
8. Проект ЗУ “Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини” № 979 від 12.12.2012 року. — Електронний ресурс. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JG0R700B.html

УДК 658: 001.895

ПЕРЕШКОДИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК ЄВРОПИ ЗА УМОВ ПОСИЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Савіцький А.В., здобувач

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

У статті розглянуто основні особливості перешкод виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок. Досліджено аспекти пристосування вітчизняних підприємств до співпраці на зовнішньому ринку Європи та підвищення конкурентоспроможності їх продукції.

Ключові слова: вітчизняний товаровиробник, зовнішній ринок, іноземний партнер, конкурентоспроможність продукції.

The article is about main features of the entering barriers of national enterprises to foreign markets. There were researched few aspects of national enterprises adaptation in cooperation with international market of Europe and competitiveness of their products.

Keywords: national producers, foreign markets, foreign partner production competitiveness.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку зовнішньоторговельних відносинами між вітчизняними підприємствами та країнами Європи полягають у створенні значної кількості вимог, які мають бути досягнені в процесі зближення та інтеграції вітчизняного та іноземного ринків. Характер таких вимог є орієнтирами розвитку для вітчизняних товаровиробників, але з іншої сторони створює і ряд перешкод в процесі виходу та налагодження торговельних зв'язків з Європейським ринком. Тому, на сьогодні, досить актуальним є дослідження усіх особливостей виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок, для того, щоб сприяти кращій адаптації у співпраці вітчизняних підприємств з ринком Європи та СOT.

Аналіз останніх досліджень та публікацій у яких започатковано рішення даної проблеми й на які спирається автор. Проблема виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок Європи присвячені роботи таких науковців, вчених та дослідників, як: Чухрай Н.І., Сухомлин Л.Є., П'ятак Т.В., Щербатюк В.Г., Лозенко В.П., Новицький В.Є., Мельник Т., Кредісов А.І., Зінь Е.А., Дука Н.С.

Метою даної статті є дослідити особливості існуючих перешкод виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок Європи з урахуванням інтеграційних процесів та злиття торговельних кордонів.

Результати дослідження. На сьогодні, в процесі виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок існує досить значна кількість перешкод, які пов'язані як з внутрішніми, а так і зовнішніми причинами виникнення проблем під час виробництва та збуту вітчизняної продукції закордон.

На думку автора, такі перешкоди слід трактувати як зі сторони трансформаційного та інтеграційного впливу, так зі сторони кон'юнктурного впливу.

1. Перешкодами виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок зі сторони трансформаційного та інтеграційного впливу є наступні:

- в умовах загострення фінансової кризи та нестабільності валютних курсів досить складно досягти платоспроможності вітчизняних підприємств на ринку ресурсів та споживачів на ринку товарів;

- вітчизняні підприємства потребують залучення значних коштів для реалізації своїх виробничих проєктів, які пов'язані впровадженням нових технологій та інновацій у їхнє виробництво;

- наявність застарілих технологій унеможлиблює виробництво вітчизняних товарів за відповідністю міжнародних стандартів та вимог іноземних споживачів, які постійно змінюються [4].

2. Перешкодами виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок зі сторони кон'юнктурного впливу є наступні:

- ускладнений пошук партнерів на закордонному ринку по причині вартісних обмежень маркетингових досліджень та фінансова неспроможність підприємств відповідати рівню потенційних можливостей іноземних партнерів для встановлення стабільного співробітництва та підписання довгострокових контрактів;

- висока вартість просування товару до митного кордону та в процесі його перетину;

- наявність перепон у спрощеній системі розрахунків між вітчизняними виробниками та іноземними партнерами та недотримання вимог міжнародних правил оплати;

- складний механізм ціноутворення всередині країни, що дещо ускладнює обрахунку повної собівартості продукції виробленої на експорт;

- низький ступінь довіри до системи виробництва продукції на вітчизняних підприємствах по причині сповільнених темпів реструктуризації виробництва, оновлення основних виробничих засобів, досвідченості персоналу, тощо;

- існування мовних та культурних бар'єрів співпраці вітчизняних та іноземних товаровиробників [1, с.103].

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Незважаючи на ряд наведених перешкод, які створюють перепони щодо виробництва продукції на експорт, знаходження торговельних партнерів та її постачання, слід зазначити, що багато з вітчизняних підприємств мають досить потужний потенціал для проникнення на зовнішній ринок, оскільки їхня продукція є за своїми характеристиками може бути конкурентоспроможною не тільки на внутрішньому ринку, а і на зовнішньому. В першу чергу, це пов'язано з тим, що потреби внутрішнього ринку на певні види продукції є дещо менші, ніж попит який може бути утворений закордоном. В даному випадку, мова йде переважно про ті товари, які можуть виробляти вітчизняні товаровиробники, але далеко не всі споживачі на внутрішньому ринку можуть їх купити через малі доходи та високі ціни.

Виходячи з цього, на думку автора, вітчизняні підприємства, які синтезують в своїй структурі потенційні потужності виробляти ту якість, яку хоче бачити іноземний споживач, повинні шукати нові ринки збуту, переважно самостійно. Проте, для таких підприємств досить складно навчитися співпрацювати з іноземними ринками по причині внутрішніх відмінностей сприяння виходу підприємств на міжнародний ринок та не готовності пристосуватись до системі міжнародної стандартизації і сертифікації, як це вимагають СОТ та правила здійснення міжнародної торгівлі країн Європи.

На нашу думку, пристосування вітчизняних підприємств до співпраці з іноземним ринком ЄС полягає у наступному:

1. Якщо ЄС відкриває ринок для вітчизняної продукції, іноземний партнер повинен бути впевненим, що товар є саме українським. Для цього, вітчизняний товар повинен бути сертифікованим.

2. За умов лібералізації ринків відбувається поступове злиття тарифних бар'єрів, проте для окремих галузей промисловості та різних формах ЗЕД, необхідно залишити деяку систему тарифних обмежень на ввезення та вивезення товарів по причині того, що вони досить вразливі для здійснення корупційних схем. В даному випадку, головною перепусткою вітчизняних товарів на зовнішній ринок послужить наявність сертифіката підтвердження про якість.

3.3 поглиблення інтеграційних процесів, ті стандарти, які були впроваджені для покращення якості та безпеки, мають бути перенесені на вітчизняний ринок для того, щоб вийти на один рівень конкурентоспроможності з іноземними товаровиробниками.

На шляху підвищення експортного потенціалу вітчизняних підприємств досить вагомою перешкодою є посилення конкуренції на ринках головних імпортерів, а саме країн СНД, країн Європи, США та Канади. Найбільш конкурентним ринком є ринок СНД, на другому місці є ринок США і Канади, на третьому – Європи [3].

Поряд з вищенаведеним матеріалом, слід зазначити, що для того, щоб вітчизняні підприємства могли успішно функціонувати на ринку, недостатньо лише повної відповідності міжнародним та галузевим стандартам, наявності сертифіката якості та зміцнення кон-

курентних позицій на тому чи іншому сегменті ринку. На сьогодні, досить продуктивним підходом до просування будь-якого товару закордон є ефективність реалізації виважених та правильно підібраних маркетингових заходів збуту продукції, проте, як свідчать різні думки експертів та практиків, нового та досить вагомого значення набуває саме партнерський маркетинг у здійсненні ЗЕД.

Протягом останніх років партнерський маркетинг набув широкого поширення серед тих підприємств, які прагнуть подолати перешкоди виходу на міжнародний ринок. Специфіка партнерського маркетингу полягає в тому, що якщо підприємство є достатньо конкурентоспроможним на ринку та виробляє високотехнологічну конкурентну продукцію, яка має ряд конкурентних переваг поміж інших товарів, але при цьому не може налагодити стабільність поставок по причині відсутності високотехнологічного ринку, для нього необхідно об'єднатись з торговельним партнером, який міг би бути водночас споживачем та дистриб'ютором, або просто посередником у зближенні з іншим контрагентом. В даному випадку мається на увазі те, що вітчизняні товаровиробники можуть зблизитись зі своїми споживачами через гарантування для них певної винагороди чи певного відсоткового прибутку від перехресного просування їх продукції іншим суб'єктам господарювання. Таким чином, якщо за таких умов іноземна фірма купує продукцію у вітчизняного виробника, вона водночас є і споживачем і посередником для того, щоб звести вітчизняне підприємство з третім іноземним партнером [2; 4].

Основними шляхами пошуку партнерів на зовнішньому ринку є прийняття участі у різних наукових та семінарах, круглих столах, виставках за допомогою Інтернету, торгово-промислових палат, посольств та інших іноземних представництв таких як бізнес-асоціації (наприклад на ринку США і Канади) [3].

Для того, щоб активізувати процеси підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішньому ринку, необхідно здійснити наступне:

- інтегрувати реконструкцію та переоснащення виробництва новими технологіями, що зможуть збільшити вітчизняні виробничі потужності, а значить і якість;
- застосування ресурсозберігаючих та енергозберігаючих технологій виробництва;
- покращити маркетингової діяльності на зовнішньому ринку за допомогою більш виваженого управління інформаційними потоками про діяльність конкурентів, поведінку споживачів, попит та стан ринку в цілому;
- здійснення постійного контролю окремих стадій виробничого процесу;
- покращення планування щодо розподілу наявних фінансів та залучених інвестицій для знаходження альтернативних шляхів зниження витрат виробництва;
- покращення організаційної трудової структури та дисципліни між працівниками щодо дотримання усіх вимог вказаних у планах здійснення виробничого процесу; стимулювання підвищення кваліфікаційних здібностей персоналу [1, с.107].

Висновки. Отже, в процесі виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок Європи існує досить значна кількість загроз та перешкод для ефективного їх функціонування на ньому, оскільки під впливом інтеграційних процесів для вітчизняних товаровиробників досить не просто пристосуватись до тих умов, які ставить перед ними іноземний ринок, а особливо, з урахуванням технологічного та фінансового розриву на шляху зміцнення виробничих потужностей вітчизняних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. П'ятак Т. В. Проблеми виходу підприємств молочної галузі на зовнішні ринки / Т. В. П'ятак, В. О. Ігумнова // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – №7(981). – с.101-108
2. Партнерський маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Партнё́рский_маркетинг
3. Торговельна діяльність України на зовнішньому ринку кондитерських товарів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=735&chapter=1>
4. Чухрай Н. І., Сухомлин Л. Є. Проблеми виходу українських підприємств на Європейський ринок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18784/1/20-90-94.pdf>

ВІДМІННІСТЬ МІСЦЬ ЯК ПРИЧИНА ПРОСТОРОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стадницький Ю.І., д.е.н., професор,

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Анотація. Різниця у властивостях місць зумовлює просторову диференціацію витрат на виробництво блага, витрат на переміщення блага до споживачів чи споживачів до блага, ціни продажу блага. Просторова диференціація витрат виробництва є наслідком просторової диференціації цін ресурсів, потреби в ресурсах на одиницю блага, якості ресурсів. Просторова диференціація витрат, пов'язаних із переміщенням (блага до споживача чи споживача до блага), є похідною від трьох чинників – відстані, тарифу на переміщення блага із відповідного місця до споживача чи споживача до відповідного місця та виплат, пов'язаних з експортом блага. Просторова диференціація ціни продажу блага виникатиме у випадку державного стимулювання виробництва благ у певних регіонах шляхом купівлі благ, вироблених там, навіть за цінами вищими від ринкових, а також через монополію диференційованого блага, оскільки місце виробництва є одним з чинників диференціації блага. Подальші дослідження з розглянутої проблематики є перспективними у напрямку розроблення методологічних і методичних засад оцінювання просторової диференціації ефективності господарської діяльності.

Ключові слова. Розміщення господарської діяльності; чинники розміщення; властивості місць; просторова диференціація витрат.

Stadnyts'kyj Yu.I. Difference of places as reason of spatial differentiation of efficiency of economic activity

A difference in properties of places predetermines spatial differentiation of charges on the production of blessing, charges on moving of blessing to the consumers or consumers to blessing, cost of sale of blessing. Spatial differentiation of charges of production is the consequence of spatial differentiation of costs of resources, requirement in resources on unit of blessing, quality of resources. Spatial differentiation of the charges related to moving (blessing is to the consumer or consumer to blessing) is a derivative from three factors - distance, to the tariff on transferring of blessing from a corresponding place to the consumer or consumer to the corresponding place and payments related to the export of blessing. Spatial differentiation of cost of sale of blessing will arise up in case of state stimulation of production of blessing in certain regions by the purchase of blessing mine-out there, even on prices higher from market, and also through the monopoly of the differentiated blessing, as a place of production is one of factors of differentiation of blessing..

Keywords. Placing of economic activity; factors of placing; properties of places; spatial differentiation of charges.

Стадницький Ю.И. Отличия мест как причина пространственной дифференциации эффективности хозяйственной деятельности

Аннотация. Разница в свойствах мест предопределяет пространственную дифференциацию расходов на производство блага, расходов на перемещение блага к потребителям или потребителей к благу, цене продажи блага. Пространственная дифференциация расходов производства является следствием пространственной дифференциации цен ресурсов, потребности в ресурсах на единицу блага, качества ресурсов. Пространственная дифференциация расходов, связанных с перемещением (блага к потребителю или потребителю к благу), является производной от трех факторов - расстояния, тарифа на перемещение блага из соответствующего места к потребителю или потребителя к соответствующему месту и выплатам, связанным с экспортом блага. Пространственная дифференциация цены продажи блага будет возникать в случае государственного стимулирования производства благ в определенных регионах путем покупки благ, выработанных там, даже по ценам более высоким от рыночных, а также через монополию дифференцированного блага, поскольку место производства является одним из факторов дифференциации блага.

Ключевые слова. Размещение хозяйственной деятельности; факторы размещения; свойства мест; пространственная дифференциация расходов.

Основною ціллю господарської діяльності є отримання прибутку в ефективному розмірі. Чинникам ефективності господарської діяльності присвячено більшість

праць у сфері економіки та управління, однак у них майже цілковито ігнорується факт сильної залежності прибутковості господарської діяльності від просторового

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

чинника, тобто від властивостей місця здійснення цієї господарської діяльності [1-5].

У світі немає двох однакових місць – місця відрізняються, щонайменше, своїми координатами. Загалом, місця відрізняються багатьма властивостями, зокрема [6, с. 13]:

- 1) Розміщенням щодо споживачів;
- 2) Доступністю;
- 3) Якістю довкілля;
- 4) Наявністю ресурсів;
- 5) Цінами ресурсів;
- 6) Несучою спроможністю ґрунтів;
- 7) Геометричними параметрами;
- 8) Юридичними характеристиками;
- 9) Сусідством;
- 10) Піддатливістю руйнівним впливам природи;
- 11) Наявністю та доступністю інформації про місце.

Різниця у властивостях місць зумовлює різницю в їхній привабливості з погляду доцільності здійснення там господарської діяльності (виробництва там блага). Така відмінність пояснюється трьома причинами (рис. 1):

1) Просторовою диференціацією витрат, пов'язаних із виробництвом блага (у різних місцях нас очікують різні витрати на виробництво блага);

2) Просторовою диференціацією витрат, пов'язаних із переміщенням блага до споживачів чи споживачів до блага (у різних місцях нас очікують різні витрати на переміщення блага до споживачів чи споживачів до цього блага);

3) Просторовою диференціацією ціни продажу блага (ціна продажу блага франко-місце виробництва може залежати від місця, де благо вироблене).

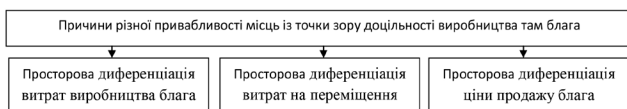


Рис. 1. Причини різної привабливості місць із погляду доцільності виробництва там блага

Відмінність у величині потенційних (можливих) витрат виробництва блага у різних місцях становитиме (залежно від виду блага) від 20% аж до декількох сотень разів. Просторова диференціація витрат виробництва (ПДВВ) існує практично для всіх видів благ, але є абсолютно різною випадки просторової відмінності в реальних, а не лише потенційних витратах виробництва блага. Так, якщо в Кувейті видобуток 1 бареля нафти обходиться 4 \$, Саудівській Аравії – 2,5 \$, Іраку – 1 \$, то собівартість отримання 1 бареля нафти в Росії перевищує 14 \$, а у Північному морі - 70 \$ [7, с. 49].

Причин ПДВВ є сотні: великі фірми аналізують до 700 причин, які можуть впливати на цей показник. Звертається увага на господарську та політичну стабільність регіону, близькість ринків збуту й перспективи розвитку місцевого ринку. Важливим чинником є також

доступність кваліфікованих працівників. Істотні є також такі чинники, як інфраструктура чи навіть кліматичні критерії. Багато фірм знижує інвестиційні витрати через угоди, що укладаються із владою країни, завдяки чому їхні інвестиції можуть частково субсидуватися державою тощо.

На загал, причиною ПДВВ блага є просторова диференціація витрат, пов'язаних із ресурсами, необхідними для виробництва цього блага. У свою чергу, просторова диференціація витрат, пов'язаних із ресурсами, є наслідком:

- просторової диференціації цін ресурсів;
- просторової диференціації потреби в ресурсах на одиницю блага;
- просторової диференціації якості ресурсів, що зумовлює диференціацію витрат при їхньому застосуванні.

Говорячи про просторову диференціацію цін ресурсів у різних пунктах, слід мати на увазі, що вона, як правило, не перевищує витрат, пов'язаних із переміщенням цього ресурсу між відповідними пунктами. Інша справа, коли мова йде про просторову диференціацію цін немобільних ресурсів, тобто ресурсів, які не можуть переміщуватися. Тоді ціни в різних пунктах можуть відрізнятися доволі суттєво. Як приклад просторової диференціації цін ресурсів можна навести інформацію про відмінність у ціні від місця до місця такого важливого ресурсу, як праця. Організуючи випуск спортивної та іншої продукції на Філіппінах чи в Індонезії фірма Nike виплачує працівнику за робочий день суму еквівалентну 1\$, тоді як у США цей ресурс обійшовся б у 60 разів дорожче [7, с. 49-52].

Ще один приклад, який ілюструє просторову диференціацію ціни ресурсу «робоча сила»: середня зарплата робітника в ЄС становить 70 \$ на день, Румунії – 4 \$, Китаї – 0,45 \$. Очевидно, що існує просторова диференціація цін й інших ресурсів. Так, у межах ЄС ціни на природний газ у промисловості є найвищими в Ірландії, а найнижчими в Великобританії (відмінність між найвищим і найнижчим значенням становить понад 30%). У середній смузі Росії влітку не знають, що робити з яблуками, і використовують їх як корм для свиней, у Кемерово ж ціна яблук досягає 1-1,2 \$ за кілограм. Ось така просторова диференціація цін ресурсів.

Щодо просторової диференціації потреби в ресурсах на одиницю блага можна навести такий приклад. Одна фірма зі США, порівнюючи витрати при розміщенні свого нового підприємства в Чикаго та в одному з каліфорнійських міст, виявила, що в першому випадку внаслідок особливостей місцевого клімату витрати на опалення виробничих та адміністративних приміщень будуть учетверо більшими порівняно з альтернативним варіантом. А якщо різниця між температурою всередині приміщення та ззовні досягає 40-50 градусів (як це є, зокрема, у Сибіру), то витрати на опалення, тобто на створення умов, придатних для перебування людей, стають порівняльними з рештою витрат виробництва. Наприклад, для умов середньої зони Росії частка опалення в

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

загальних енерговитратах промисловості складає 75%. Якщо в країнах із майже ідеальним кліматом (Йорданія, Кіпр, Таїланд, Малайзія і т.д.) витрачається на створення «одиниці комфорту» одна «одиниця енергії», то в інших країнах питомі витрати енергії вищі: у Мексиці - в 1,6 разів, у Південній Кореї, Японії, Австралії, Західній Європі - у 2-2,5 разів, у США - у 5 разів, у Росії (освоєна частина) - у 8 разів. До того ж у Східній Європі - 6-8-місячний опалювальний сезон, а в таких країнах, як, наприклад, Бельгія чи Голландія, системи опалення навіть у житлових будівлях взагалі не передбачаються. А опалення – це завжди великі витрати [7, с. 49-52].

Це дані щодо витрат на побутові цілі, а не виробничі, проте принципової різниці нема. Навіть у відносно безлюдних технологіях доводиться підтримувати певний температурний режим. Одна справа підняти температуру багатотонної печі, почавши із плюс 20, інша – з мінус 20. Це обійдеться в дуже велику додаткову витрату палива. А підтримувати температуру якогось ректифікаційного обладнання розміром у багатоповерховий будинок? Якщо температура зовнішнього кожуха якогось агрегату становить 100 градусів, то при температурі повітря мінус 30 градусів теплові втрати через стінку вдвічі вищі, ніж при плюс 30. А скільки вартує розігріти цистерну хімічного продукту чи розвантажити вагон замерзлого вугілля?

Щоб отримати тонну міді на уральських заводах витрачається близько 937 кВт-год електроенергії, а використання аналогічних технологій виробництва міді в умовах західних земель Німеччини потребує втричі менших витрат електроенергії, що пояснюється різницею в кліматі, а, передусім, у температурі довколишнього повітря. В Україні для виробництва тонни цементу витрачається 274 кг умовного палива, а в Японії із застосуванням аналогічних технологій - 142; це ж і в чорній металургії – у японців енергетичні витрати менші на 40-50 %, ніж в Україні [8, с. 29-32].

Перше, із чим зіштовхується в Росії потенційний інвестор – це дивовижна дорожнеча капітального будівництва в порівнянні з будь-якою іншою країною світу. Причина цього – російський клімат. Промерзання ґрунтів, глибина якого залежить від сили та тривалості морозів, створює необхідність у фундаменті, підоснова якого розміщена глибше межі промерзання. А чим глибше залягає фундамент, тим він дорожчий у прогресивній залежності – удвічі глибший фундамент коштує дорожче мінімум у 3-4 рази. На Південно-Західній границі Росії глибина промерзання становить 110 см, а ближче до Поволжя – уже 170.

Щоб збудувати завод, наприклад, в Ірландії чи Малайзії, достатньо заасфальтувати майданчик і поставити каркасну конструкцію типу виставкового павільйону. Фундаменту на непромерзаючому ґрунті практично не потрібно – достатньо зрізати верхній шар ґрунту. Без фундаменту будуються двохповерхові споруди в Баварії, трьохповерхові – у Великобританії. Аналогічну різницю клімат зумовлює й стосовно інженерних комунікацій, даху, вікон, стін тощо. У Великобританії водопровід та

каналізація прокладаються практично під поверхнею землі, а в Росії – нижче глибини промерзання. Дах у Росії повинен враховувати снігове навантаження. Навіть на півдні Норвегії віконні рами одинарні. У Великобританії достатня товщина стіни – 20 см, оскільки вони виконують там лише несучу функцію. У Малайзії й Таїланді при середній температурі січня та липня +28 стіни потрібні лише від вітру й виконуються вони з металевого чи пластикового листа. А в середній зоні Росії мінімальна товщина стіни – 90 см. Під масивну стіну потрібно міцніший фундамент. Тому російський одноповерховий будинок важить як англійський трьохповерховий. У підсумку, у залежності від виду будівництва його вартість вища, ніж у Західній Європі, у 2-3 рази. У порівнянні із субтропіками – у 5-6 разів [9, с. 29-32]. Згідно оцінок вартості облаштування робочого місця в залежності від зимових температур (якщо вони мінусові), воно зростає з кожним градусом на десятки процентів, а при середньорічних температурах нижчих за мінус 2 – удвічі з кожним додатковим градусом. Перепад в 60-80 градусів - не для всякого матеріалу. Навіть морозостійкі фарби й конструкційні метали коштують дорожче за звичайні.

Подібно є й з експлуатаційними витратами. У Росії, наприклад, основні фонди зношуються швидше, ніж у помірному кліматі, а будь-який ремонт або переробка, що відповідають природним умовам цієї країни, коштують дорожче. Додаткові витрати Росії на опалення, а Саудівської Аравії на опріснення води, приблизно однакові й складають 12% ВВП.

Ще один приклад щодо просторової диференціації потреби в ресурсах на одиницю блага. Чим далі космодром від екватора, тим, згідно законів фізики, більше витрат палива необхідно на запуск ракет-носіїв. Потужнішою повинна бути й сама ракета-носіїв. Цей чинник став причиною спорудження космодрому у Французькій Гвіані, звідки запускаються комерційні супутники країн ЄС, а також причиною здійснення проекту «Морський старт» на базі нафтової платформи для запуску супутників.

В умовах нерівностей рельєфу, недостатньої несучої спроможності ґрунту, можливості підтоплення території вартість будівництва зростає на 25-30%, а якщо земельна ділянка ще й може зазнавати руйнівних впливів природи (землетрусу, зсуву тощо), то витрати на спорудження там об'єкту зростають у 4-5 разів порівняно з нормальними умовами.

Загалом, схема формування ПДВВ показана на рис. 2.

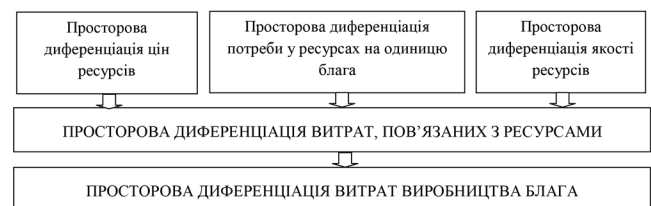


Рис. 2. Схема формування ПДВВ блага

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Окрім просторової диференціації умов виробництва існує й просторова диференціація умов переміщення (блага до споживача чи споживача до блага), тобто просторова диференціація доступності місць. Подолання відстаней, наскільки б не була розвинена техніка, завжди вимагатиме певних зусиль, а отже, і витрат. Очевидно, що унаслідок різниці в географічному положенні регіонів, розвитку там комунікацій існує диференціація місць за умовами доступності, що впливає на конкурентоспроможність виробництва блага.

Існує багато як історичних, так і сучасних прикладів, що підтверджують важливість витрат, пов'язаних із переміщенням благ до споживачів чи навпаки, й, тим самим, важливість просторової диференціації витрат, пов'язаних із переміщенням. Закриття в кінці 60-х років ХХ-го століття Суецького каналу зумовило величезні втрати країн, які транспортували через нього в Західну Європу свої товари. Так, Кенія змушена була фактично відмовитися від експорту м'яса в Європу, а Сомалі втрачала в дорозі довкола Африки велику кількість свіжих фруктів, що склали приблизно половину всього її експорту в країни Західної Європи. Закриття Суецького каналу мало важкі наслідки й для Індії. Експорт її залізної руди в Європу суттєво скоротився, оскільки транспортні витрати зросли майже вдвічі, досягнувши 50% кінцевої ціни цього товару, негативно вплинувши на його конкурентоспроможність.

Топ-менеджери провідних світових компаній заявляють про хороші перспективи України стати місцем для виробництва найсучаснішої електроніки. Україна розташована поряд із великими ринками ЄС, Росії, Африки, що робить економічно привабливим повномасштабне виробництво й експорт електронної продукції з України в ці регіони. Перенесення частини виробництва в Україну дає можливість міжнародним компаніям, які мають базу в Китаї, зменшити час поставки продукції на європейський ринок на 20 днів. Це величезна перевага в жорсткій конкурентній боротьбі за ринки з виробниками Китаю та Південно-Східної Азії. Якщо ці передумови реалізуються, то в Україні виникне 50 тисяч високооплачуваних робочих місць в електронній промисловості, інвестиції провідних фірм у сфері електроніки приваблять в Україну компанії-постачальники.

Тривалість життя багатьох благ постійно знижується, іноді до кількох місяців. Тому велику партію «довгограючого» товару для ринку ЄС, наприклад, у легкій промисловості варто виробляти в Азії, а «гостромодні» (теж у певному розумінні «швидкокопсувні») товари – у близькій до європейських споживачів Польщі та Прибалтиці. І західноєвропейські клієнти за такі товари готові платити більше, ніж за китайський ширпотреб. Про це свідчить той факт, що до розширення ЄС на частку східноєвропейських країн припадало майже 20% імпортованого ЄС одягу.

Очевидно, що наведена ситуація може виникати не лише на ринку одягу. Компанія Daikin Europe, яка є виробником кондиціонерів, пропонує широкий вибір устаткування. Але попит на кондиціонери змінюється,

і важко робити точні прогнози, - тому гнучка своєчасна доставка кондиціонерів споживачу необхідна, щоб відповідати вимогам сучасного ринку. Ринок побутових кондиціонерів завдяки жаркій погоді швидко зростає, особливо у Франції, Італії і Іспанії. Проте велика кількість кондиціонерів проданих у Європі була вироблена на Азіатських заводах Daikin. Оскільки термін виконання замовлення (поставки кондиціонерів з Азії) складав до трьох тижнів, було ухвалено рішення побудувати другий завод Daikin в Європі – у місті Пльзень (Чехія). Місце для нового заводу було вибрано не випадково. Завод знаходиться всього в 40 км від границі з Німеччиною, забезпечуючи, таким чином, швидкий доступ до мережі автомагістралей, яка обслуговує південну Європу.

Внутрішній ринок Таїланду та його центральне положення в Південно-Східній Азії зумовили економічну доцільність розвитку тут масштабного виробництва автомобілів. Корпорація Ford експортує 80% вироблених у Таїланді джипів Ranger. Однак для того, щоб зробити це виробництво більш прибутковим, Ford повинен знайти ринки ближче, ніж Європа чи Латинська Америка, які є основними імпортерами цих автомобілів.

Changan Ford підписав угоду про використання землі в промисловій зоні в китайському місті Наньцзин для побудови нового заводу Ford. У такий спосіб компанія зміцнювала свої позиції на китайському ринку й полегшити доступ до східних областей країни. Водночас Ford Motor Company розширила співпрацю з китайськими постачальниками комплектуючих. Ford витрачає 90 млрд. дол. у рік, з яких дві третини - на закупівлю запчастин. Компанія заощаджуватиме на придбанні комплектуючих, якщо купуватиме їх у Китаї, а не транспортуватиме з інших країн.

Коли корейська фірма Hyundai прийняла рішення про спорудження автомобільної фабрики в місті Монтгомері (штат Алабама, США), то вимогою до кооперантів було забезпечення безперервності та гармонійності постачання в системі «just in time». На переконання представників фірми Hyundai дотримання поставленої вимоги можливе при розміщенні потужностей кооперантів на відстані, яку можна подолати максимум за 1,5 години їзди автомобілем. Найбільша відстань між фабрикою в Монтгомері та підприємством – кооперантом – 145 км.

У цьому переліку прикладів, які свідчать про орієнтацію підприємств на близько розташованих постачальників комплектуючих із метою заощадження транспортних витрат, і тракторний завод компанії «Messi-Fergusson» у м. Ковентрі, що отримує 90% матеріалів і компонентів, необхідних для забезпечення виробничої діяльності, від постачальників у радіусі 75 миль від місця його розташування, а 34% - у постачальників, що знаходяться на відстані не більше 25 миль.

Представники концерну Gorenje говорять, що вони розглядали кілька варіантів розміщення заводу з виробництва пральних машин в різних регіонах України. Причина спорудження підприємства в Україні – проблеми з транспортуванням готової продукції з Європи. Директор з продаж однієї з найбільших українських

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

компаній відзначив, що в одній вантажній машині може розміститися до 80 пральних машин. «Везти такий вантаж з Європи дуже дорого. Тому підприємство в Україні дозволить істотно заощаджувати», - впевнений він. Заощадження є можливим не лише під впливом скорочення відстані перевезень, але дуже часто унаслідок зниження вартості складування, кількості перевантажень, вартості пакування та втрат пов'язаних з пошкодженням і погіршенням якості виробів при транспортуванні. Чим частіше витрат на переміщення більша, тим більше значення ринку збуту, як чинника розміщення.

Просторова диференціація витрат, пов'язаних із переміщенням, залежить не лише від відстані переміщення, але й від наявності у відповідному регіоні розвинутих транспортних комунікацій. Навіть тоді, коли в країні розвинуті всі види транспорту, деякі райони можуть залишатися відносно ізольованими, так як використання багатьох, навіть найновіших видів транспорту може виявитися за певних конкретних умов нерентабельним. Наприклад, не всюди економічно доцільно використовувати транспортну авіацію або будувати дороги автостради чи залізниці. При цьому можуть виникнути й такі, на перший погляд, парадоксальні явища, коли витрати на подолання малих відстаней є суттєвішим, ніж витрати на подолання відстаней великих. Переміщення благ чи споживачів на тисячі кілометрів сучасними видами транспорту може виявитися дешевшим, ніж на сотні кілометрів, якщо ці види транспорту з тих чи інших причин там не використовуються.

Умови доступності місць і витрати, пов'язані з переміщенням, сильно залежать від наявних там комунікацій і, відповідно, можливості використовувати найбільш ефективні види транспорту. Адже відомо, що ефективність використання різних видів транспорту суттєво відрізняється. Досвід планування та здійснення вантажних перевезень дозволяє вказати на найбільш характерні сфери використання різних видів транспорту. При цьому прийнято умовно вважати відстані до 100 км короткими, від 100 до 500 км – середніми й більше 500 км – довгими. Так, залізничний транспорт має використовуватися переважно на середні та далекі відстані. У його сферу мають включатися перевезення вантажів при наявності в пунктах відправлення та призначення під'їзних залізничних шляхів. Автомобілі доцільно використовувати на короткі відстані, а для перевезення цінних, термінових, вантажів, які швидко псуються – і на середні відстані. Основна сфера застосування цього виду транспорту – це внутрішньо - міські, районні та виробничі перевезення, а також перевезення між підприємствами магістрального транспорту та підприємствами – власниками вантажів. Морський транспорт доцільно використовувати в зовнішньо-торгівельних і каботажних перевезеннях масових і крупногабаритних вантажів. Річковий транспорт рекомендується використовувати на середні та далекі відстані в районах тяжіння вантажних перевезень до річкових шляхів. Цей вид транспорту може використовуватися на напрямках, де залізниці мають обмежені провізні спроможності, і де його використання при пере-

везенні масових вантажів дає кращі порівняно з іншими видами транспорту економічні показники. Повітряний транспорт необхідно використовувати в основному на далекі відстані для перевезення дорогих і термінових вантажів, економічний ефект швидкої доставки яких надзвичайно великий, а також на середні та далекі відстані для перевезення вантажів у бездорожніх і віддалених районах, де їхня доставка практично неможлива або пов'язана з великими труднощами чи величезними витратами коштів на спорудження об'єктів транспортної інфраструктури. Трубопровідний транспорт у якості магістрального використовується тепер для доставки нафтопродуктів і природного газу від місць видобутку та переробки до крупних промислових центрів. Таким чином, для значних за обсягом та далеких перевезень вигідніше використовувати морський, залізничний і річковий транспорт, а на коротких відстанях - автомобільний.

Показовими в цьому аспекті є дані про ринок транспортування вантажів у Польщі (табл. 1).

Таблиця 1

Ринок транспортування вантажів у Польщі [6, с. 24]

Вид транспорту	Маса, млн. т	Частка, %	Обсяг перевезень, млрд. т*км	Частка, %	Відстань перевезень, км
Залізничний	282,9	21,4	52,3	18,0	214-185
Автомобільний	956,9	72,3	110,5	38,0	75-115
Трубопроводи	53,3	4,0	24,8	8,5	452-465
Морський	22,5	1,7	102,1	35,2	4131-4539
Річковий	8,7	0,6	1,0	0,3	146-122
Авіаційний	0,029	0,00	0,09	0,03	3241

Очевидно, що місця, де можливий широкий вибір виду транспорту, матимуть переваги в порівнянні з місцями, де вибір виду транспорту обмежений. Це є важливим чинником формування просторової диференціації витрат, пов'язаних із переміщенням благ чи споживачів.

Окремо варто звернути увагу на такий чинник формування просторової диференціації витрат, пов'язаних із переміщенням, як платежі, пов'язані з експортом блага. Тут теоретично можливими є два види платежів – за вивезення товару з країни-виробника, як це практикується, наприклад, у Росії при експорті нафти (хоча здебільшого практикуються зворотні платежі у вигляді повернення податку на додану вартість) та за ввезення в країну-імпортер.

Таким чином, просторова диференціація витрат, пов'язаних із переміщенням (блага до споживача чи споживача до блага), є похідною від трьох чинників – відстані, тарифу на переміщення блага із відповідного місця до споживача чи споживача до відповідного місця та виплат, пов'язаних з експортом блага (рис. 3).



Рис. 3. Причини просторової диференціації витрат переміщення

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Тепер щодо просторової диференціації ціни продажу блага, яка існує тому, що ціна продажу блага франко-місце виробництва може залежати від місця, де благо вироблене. По-перше, така ситуація виникатиме у випадку державного стимулювання виробництва благ у певних регіонах шляхом купівлі благ, вироблених там, навіть за цінами вищими від ринкових (очевидно, поки та ціна не перевищить певної межі). По-друге, згідно теорії монополії диференційованого блага місце виробництва є одним з чинників диференціації блага, створюючи можливість його продажу за ціною вищою від ціни аналогічного блага, виробленого в іншому місці.

Вузловими моментами статті є:

1. В економічній теорії майже цілковито ігнорується факт сильної залежності прибутковості господарської діяльності від просторового чинника, тобто від властивостей місця здійснення цієї господарської діяльності;

2. Різниця у властивостях місць зумовлює просторову диференціацію витрат на виробництво блага, витрат на переміщення блага до споживачів чи споживачів до блага, ціни продажу блага;

3. Просторова диференціація витрат виробництва є наслідком просторової диференціації цін ресурсів, потреби в ресурсах на одиницю блага, якості ресурсів;

4. Просторова диференціація витрат, пов'язаних із переміщенням (блага до споживача чи споживача до блага), є похідною від трьох чинників – відстані, тарифу на переміщення блага із відповідного місця до споживача чи споживача до відповідного місця та виплат, пов'язаних з експортом блага;

5. Просторова диференціація ціни продажу блага виникатиме у випадку державного стимулювання виробництва благ у певних регіонах шляхом купівлі благ, вироблених там, навіть за цінами вищими від ринкових, а також через монополію диференційованого блага, оскільки місце виробництва є одним з чинників диференціації блага.

Подальші дослідження з розглянутої проблематики є перспективними у напрямку розроблення методологічних і методичних засад оцінювання просторової диференціації ефективності господарської діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данилишин Б.М. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка України / Данилишин Б.М. Клиновий Д.В., Пепа Т.В. - Ніжин: Аспект-Поліграф, 2007. - 688 с.

2. Просторові аспекти конкуренції технологій / Стадницький Ю.І., Товкан О.Е., Симак А.В., Коваль Л.М. - Хмельницький: ХНУ, 2009. - 95 с.

3. Стадницький Ю.І. Продукування благ: що, де, як, коли і скільки? / Стадницький Ю.І., Коваль Л.М. - Хмельницький: ХНУ, 2010. - 205 с.

4. Стадницький Ю.І. Просторова організація соціально - економічного розвитку / Стадницький Ю.І., Комарницький І.М. - Хмельницький: ХНУ, 2009. - 186 с.

5. Стадницький Ю.І. Чинники розміщення господарської діяльності / Стадницький Ю.І., Коваль Л.М. - Хмельницький: ХНУ, 2010. - 99 с.

6. Просторова організація економічних систем / Стадницький Ю.І., Данилович Т.Б., Музиченко О.В., Войцеховська В.В., Симак А.В., Висоцький А.Л., Стадницька Ю.Ю. - Львів: Новий Світ, 2013. - 272 с.

7. Стадницький Ю.І. Просторологія / Стадницький Ю.І., Комарницький І.М., Товкан О.Е. - Львів: Апріорі, 2010. - 424 с.

8. Стадницький Ю.І. Просторова організація соціально-економічних систем / Стадницький Ю.І., Комарницький І.М. - Львів: Апріорі, 2010. - 464 с.

УДК УДК 339.1.94(477)

ЕКСКУРС В ІСТОРІЮ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Петрова А.І.

к.і.н., доцент кафедри суспільних дисциплін

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

З'ясовано факти та події, що пов'язані з історією зародження, появою перших систем і методів електронної комерції. Здійснено аналіз переваг та недоліків цієї нової сфери підприємництва - електронного бізнесу. Визначено перспективи розвитку електронної комерції на українських теренах.

Ключові слова: комерція, електронна комерція, електронний бізнес, інформаційні технології.

EXCURSION INTO THE HISTORY OF ELECTRONIC COMMERCE AND DEFINITIONS PROSPECTS IN UKRAINE

It was found facts and events related to the history of the birth, when the first systems and methods for e-commerce. The analysis of the advantages and disadvantages of this new field of business - e-commerce. The prospects of e-commerce on the Ukrainian territory.

Keywords: commerce, e-commerce, e-business, information technology.

Постановка проблеми. Інформація сьогодні, як ніколи, є важливою рушійною силою економічного зростання та соціальних змін. Бурхливий розвиток інформаційних технологій призвів до того, що в сучасній світовій економіці саме інформація стала ключовим поняттям. Успішний розвиток мережі Інтернет та бурхливе зростання електронного бізнесу в черговий раз довели, що інформаційний сектор економіки є найбільш динамічним та найбільш прибутковим, що і визначає актуальність обраної теми.

Що стосується інфраструктури системи електронної комерції та електронного бізнесу в нашій країні, то на теперішній час вона знаходиться у досить нерозвинутому стані. Єдиною складовою, що більш-менш виконує свої функції, є перша система у складі електронного бізнесу - рішення для Інтернет-торгівлі. Щодо платіжної системи, системи доставки та системи правової підтримки, то вони, на жаль, зовсім не розвинені в Україні. Сьогодні вкрай важливо приділяти увагу вивченню та створенню умов для розвитку цих необхідних складових інфраструктури системи електронного бізнесу.

Аналіз розвитку мережі Інтернет в Україні, показує достатню якість аудиторії Інтернету для того, щоб бути цікавою політикам та підприємцям. Виявилось, що найбільший інтерес з боку українських користувачів мережі Інтернет спостерігається до сайтів, які відносяться до категорії "Бізнес" та "Освіта". А це гарний знак та надія на подальший розвиток електронних форм комунікації та у сфері бізнесу, зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання електронної комерції сьогодні займаються Філіп Котлер (США), І. Успенський, І. Молдовський (Росія), В. Желіховський, Ю. Жвалюк, Н. Меджибовська, М. Садовий (Україна).

Постановка завдання: здійснити екскурс в історію електронної комерції та визначити перспективи її розвитку в Україні.

Вклад основного матеріалу. На сьогоднішній день поняття електронної комерції недостатньо досліджене. Наразі його часто ототожнюють із такими поняттями як електронний бізнес та електронне підприємництво, що є не зовсім вірним. Існують різноманітні підходи до визначення цих понять у науковому середовищі, так і серед суб'єктів господарювання.

Так, електронна комерція - складова частина цифрової економіки. На даний момент вона також є і самою розвинутою і втіленою у життя сферою цифрової економіки. Електронна комерція (E-commerce) включає всі фінансові та торгові транзакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance), тощо [3, с.12; 8,с.25].

З розвитком Інтернету у 1990-х роках виникла відповідна форма електронної комерції у формі Інтернет-магазинів, де користувачі могли замовляти товари та послуги з оплатою за допомогою банківських карток. Розвиток Інтернету став чинником значного зниження витрат використання електронної комерції завдяки низької вартості обміну інформацією. Це також стимулювало подальший розвиток електронної комерції, серед якої сьогодні розрізняють такі рівні її призначення: Бізнес-Бізнес (B2B — Business-to-Business), Бізнес-Спожи-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

вач (B2C — Business-to-Customer) та інші.

Суб'єктами електронної комерції виступають:

- домашні господарства;
- фірми;
- держава;
- постачальники мережевих послуг (провайдери)

тощо [7, с.51].

Після появи терміну «електронна комерція», завдяки її швидкої популяризації, багато дослідників відносили до неї будь-яку діяльність, пов'язану із бізнесом. Проте згодом почали відокремлювати дві різні категорії, а саме електронну комерцію та електронний бізнес. Електронний бізнес (E-business) - це ведення будь-якої бізнес-діяльності у глобальних телекомунікаційних мережах, зокрема в Інтернет [3, с.11]. Поняття електронний бізнес значно ширше, а електронна комерція є складовою частиною електронного бізнесу.

Для того, щоб визначитися із прогнозами, намітити перспективи розвитку будь-якої сфери людської життєдіяльності, варто зробити екскурс у історію досліджуваного явища чи процесу. Історія електронної комерції налічує близько двох десятиліть інтенсивного розвитку, що в порівнянні з історією інших галузей економіки здається малозначним проміжком часу. Своім народженням перші системи і методи електронної комерції зобов'язані появі технологій автоматизації продажу авіаквитків, банківських операцій, пластикових карт і побудові автоматизованих систем управління ресурсами підприємств. Перші згадки про появу технологій електронної комерції відносяться до початку 60-х рр. минулого століття.

У 1960 році компаніями American Airlines і IBM було створено систему автоматизації процедури резервування місць на авіарейси, розпочалася робота з автоматизації управління запасами, що є однією з найважливіших умов підвищення ефективності торгово-закупівельної діяльності підприємства.

В1962 році Дж. Ліклайдер (JCR Licklider, США) опублікував роботу «Galactic Network». У ній він передбачив можливість існування в майбутньому глобальної комп'ютерної зв'язку між людьми, якій забезпечить миттєвий доступ до програм і баз даних з будь-якої точки земної кулі. Його передбачення відображає сучасний пристрій Інтернету [13].

Спочатку багато досліджень в області створення і удосконалення глобальних мереж підтримувалися Міністерством оборони США. Широко відомий факт, що перша комп'ютерна мережа, що передувала сучасному Інтернету, створювалася в США на гроші військового відомства. Метою американських військових було - забезпечення безперервного зв'язку у випадку ядерної війни.

Середина 60-х рр. Вперше з'явилися кредитні карти, виготовлені з пластику з нанесеною на них магнітною смугою (магнітні картки), що забезпечила можливість автоматизації фінансово-розрахункових операцій. 27 июня 1967 г. в північному районі Лондона Enfield банком Barclays Bank був встановлений перший в світі банкомат, розроблений компанією Де Ля Рю (De

La Rue). Сьогодні в світі нараховується більш ніж 1,5 млн. банкоматів. Цілком зрозуміло, що їхня чисельність постійно зростатиме [13].

В 1971 році в США було створено біржу цінних паперів NASDAQ (Автоматизовані котирування Національної асоціації професійних учасників ринку цінних паперів). З початку створення біржі ставилося завдання автоматизації торгівлі цінними паперами. Надалі всі дилери NASDAQ були з'єднані між собою електронною мережею. 1972 в США вперше в світі була створена централізована електронна мережа обліку банківських чеків. Комп'ютери стали основою системи соціального забезпечення США [13].

У 1972 р. Джек Найлліс (Jack Nilles, США) запропонував концепцію організації праці, названу ним телекоммюнінг (від англ. Telecommuting - теледоступ). Найлліс зауважив, що в ряді випадків дешевше і зручніше доставити роботу до працівника, ніж працівника до місця роботи. Надалі з'явився термін телеробота. Розвиток економіки заставив Джека Найлліса задуматися - наскільки ефективна традиційна «офісна» організація роботи співробітників. Було встановлено, що працюючи вдома співробітник може забезпечити собі більш комфортні умови, братися за роботу на піку працездатності, не витратити час на дорогу і т.п. Що в результаті впливає на збільшення продуктивності праці [13].

Середина 70-х років. Вперше почали використовувати засоби для електронного обміну даними (EDI - Electronic Data Interchange) та електронного переказу фінансових коштів (EFT - Electronic Funds Transfer). В 1975 році Француз Ролан Морено (Roland Moreno) винайшов і запатентував електронну карту пам'яті. На основі цього винаходу на початку 80-х років компанія Bull (Франція) розробила і запатентувала смарт-карту з вбудованим мікропроцесором. Смарт-карти надали можливість зберігати і обробляти на карті великого обсягу інформації персональні дані клієнта, інформацію про залишки на рахунках, останні операції [13].

Початок 1980-х рр. У США з'являються перші системи проведення банківських операцій клієнтів в закритих електронних мережах за допомогою спеціального програмного забезпечення. Інтернет-банкінг з'явиться тільки в середині 1990-х років [4, с. 20-25].

12 серпня 1981 Корпорація IBM офіційно представила свій перший персональний комп'ютер - IBM Personal Computer (IBM PC). Менш ніж через чотири місяці після анонсування IBM PC журнал Time назвав комп'ютер «Людиною 1981». А в 90-х роках розпочинається процес перетворення Інтернету з мережі, орієнтованої на потреби військового відомства та вчених США, у відкриту глобальну мережу і частина світової економіки. У 1990 році до використання Інтернету були допущені великі приватні корпорації. Це сприяло розширенню кола комерційних постачальників і споживачів послуг Інтернету, який незабаром зв'язав між собою мільйони комп'ютерів і сотні мільйонів людей у всьому світі.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

В 1994 році Джефф Бізос (Jeff Bezos), що починав свою кар'єру на посаді програміста, заснував компанію Amazon. 16 липня 1995 року інтернет-магазин Amazon відкрив свій веб-сайт. На початку роботи Бізосу самому доводилося збивати книжкові полиці і пакувати книги, які купували через його магазин, столами для комплектації замовлень служили двері, що лежать на двох дошках. Обороти магазину за перший тиждень роботи склав 5 тис. доларів. Через місяць на Amazon.com купували книги не тільки американці, але й жителі ще 45 країн світу, а до Різдва обсяг продажів досяг 1 млн. доларів. До теперішнього моменту Amazon є найбільшим інтернет-магазином в світі [13].

Покажемо той факт, що протягом 1999 року 78% платежів федеральних органів США були здійснені електронним чином. На початок 2004 року близько 22 млн. людей використовують онлайн-банкінг 10 найбільших американських банків. Цей показник зріс на 29% порівняно з попереднім роком. Wells Fargo (США) через Інтернет обслуговується 4.2 млн., Swedbank (Швеція) - 1.5 млн., Nordia (Фінляндія) - 1.2 млн., First direct (Великобританія) - більше 1 млн. ING Direct (Нідерланди) при виході на ринок Великобританії за 6 місяців придбав 250 тис. нових клієнтів [10, с. 33-39]

Навіть такий короткий виклад, що не включив в себе виникнення віртуальних підприємств, великих віртуальних спільнот тощо, відображає той динамізм і масштаб подій, які призводять до корінної перебудови існуючих форм суспільного виробництва, розподілу і споживання. Висновок, який ми можемо зробити: етап революційних технологічних змін в більшості галузей електронної комерції проходить, починається етап повсюдного впровадження нових технологій та отримання стабільного економічного ефекту від їх використання.

На даному етапі роль науки полягає у систематизації наявних техніко-економічних інструментів та побудові комплексних систем їх спільного використання, орієнтованих на ефективне практичне застосування. Сьогодні не уповільнюються темпи зростання інтернет-ринку, в більшості розвинених країн частка користувачів Інтернету серед дієздатного населення досягає 90% і більше. Щоб підтримати цей темп, економічній науці і практиці необхідно збирати воедино, пов'язувати між собою і використовувати весь арсенал наявних інформаційних технологій задля економічного зростання [13].

Можливо, використання електронного бізнесу в Україні не отримало такого масштабного розвитку як у таких країнах, як США, Данія, Швеція, Швейцарія. Та все ж наша держава має значні перспективи розвитку даної сфери діяльності, адже може врахувати досвід інших країн, які також, в свій час, пройшли шлях становлення та розвитку електронного бізнесу.

Як показують дослідження, електронний бізнес загалом збільшує надходження до бюджетів розвинених країн і відповідно зменшує надходження до бюджетів країн, які не використовують таких можливостей. На сьогодні для нашої країни ця теза має стати відправною на шляху здійснення реформ в сфері економіки та дер-

жавотворення. Держава повинна вести активну наступальну політику у розвитку електронного бізнесу і його виходу на світовий ринок заради свого розвитку та прогресу.

Сфера Інтернет-комерції розвивається не так швидко, як інші сегменти вітчизняного Інтернет-ринку, і має більш скромні інвестиції, тому що Інтернет-магазини ще не одержали масового визнання українськими покупцями. Через UAnet сьогодні добре продаються товари, що не вимагають контакту з покупцем: книги, касети, картки мобільного зв'язку, комп'ютери та комплектуючі. Багатообіцяючим є ринок туристичних послуг, ринок продажів та оренди житла, продажів автомобілів, коштовностей, рідкісних товарів. Водночас, за інформацією компанії TNS Interactive, всього 4% жителів України мають доступ до мережі Інтернет і лише 1% користувачів є одночасно Інтернет-покупцями. Що стосується перспективних напрямків оптової та роздрібною торгівлі, то майбутнє, на нашу думку, за електронною комерцією [10, с. 33-39].

Середньостатистичний Intertnet-магазин в Україні являє собою звичайний каталог товарів, де перераховані їхні властивості/характеристики, часто присутні зображення товарів. Перевагами Intertnet-магазинів для покупця є:

- Економія часу. Intertnet-магазин можна відвідати не виходячи з офісу чи з будинку в будь-який час доби, а вибір та замовлення товару займають кілька хвилин. Відповідна служба доставить обраний товар у зручний час і в зручне місце.

- Вибір та оцінка властивостей товару відбувається набагато швидше і зручніше ніж у звичайному магазині.

- Асортимент Intertnet-магазину нічим не обмежений (як, наприклад, асортимент звичайного магазину обмежений площею торгової зали).

- Процес перегляду товарів є інтерактивним. За певними параметрами можна знайти товар і потім вже вибирати з невеликого списку моделей, що задовольняють ваш запит.

- Ціна та розмаїття асортименту. У Intertnet-магазинах асортимент товарів є різноманітніший та вартість є доступнішою, ніж у звичайних магазинах.

До недоліків Intertnet-магазину можна зарахувати неможливість «торкнутися» товару. Це компенсується наявністю фотографій товарів та можливістю відмовлення від оплати після доставки.

Згідно з рейтингом Bigmir, в січні 2008 року в Україні налічувалося 3168 Intertnet-магазинів. Всього лише 4-5 років тому торгових майданчиків в мережі було в 3-4 рази менше ніж сьогодні. У 2005-му році в рейтингу Bigmir була всього одна тисяча магазинів і тільки за останній рік їх кількість збільшилася на 70%. Втім ефективно працюючих торговельних майданчиків у мережі не більше 200. І лише приблизно у сотні Intertnet-магазинів річний оборот перевищує \$1 млн. [12, с. 24]

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Структура товарів в Інтернет-магазинах є наступною [1, с. 131-132]:

№з/п	Найменування продуктів торгівлі	Частка,%
	Книги, відео, CD, DVD	27, 8
	ПЗ, комп'ютери, комплектуючі	14, 79
	Засоби зв'язку, побутова техніка	12, 6
	Продукти харчування	9, 7
	Медичні препарати	8, 9
	Іграшки, товари для дітей	7, 5
	Сувеніри, квіти	7, 5
	Інші товари	5
	Автомобілі, запчастини	2, 1
	Одяг, взуття, меблі	1, 7

У порівнянні з звичайним магазином, електронний має багато переваг і для продавця:

- збільшення обсягів продажу завдяки створенню додаткової торгової точки; розширення ринку збуту;
- зменшення витрат на збут (витрати на переміщення і торгівлю товарами або послугами через електронний магазин менше, ніж через звичайний, оскільки торгові витрати можуть бути знижені);
- торгівля з іншими країнами; можливість працювати у будь-якій точці земної кулі, так як Інтернет функціонує 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 365 днів на рік без перерв, магазин, а отже, і бізнес працює весь час [12, с.24]

Дуже перспективним в Україні є така форма організації інформаційної та торговельної взаємодії між компаніями через Інтернет, як електронна комерція «бізнес-бізнес». В умовах поглиблення міжнародного поділу праці, активного розвитку спільної комерції, коли підприємства не тільки купують один у одного продукцію, а й спільно працюють над виробництвом нових товарів та послуг, електронна комерція такого напрямку набуває особливого значення, оскільки вона передбачає формування тривалих партнерських відносин між підприємствами, які здійснюються через комунікаційні мережі.

В Україні вже створюються корпоративні портали, в межах яких систематизується корпоративна інформація та надається доступ до неї сертифікованим користувачам. Прикладом є корпоративні системи компаній «Квазар-Мікро» та Softline. Перспективним для України є також створення електронних ринків, систем управління ланцюжком комплектації, систем управління взаємовідносинами з клієнтами. Важливим кроком у напрямі впровадження будь-яких систем «бізнес-бізнес» є використання відкритих міжнародних стандартів. В Україні вже існують технічні умови застосування цих технологій - створено національний електронний каталог товарів.

Для активного включення України в міжнародний електронний бізнес необхідне:

- активне впровадження базового устаткування, комп'ютерів та телекомунікацій, у тому числі й у сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури;
- стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі: розвиток Інтернет-магазинів, мережних бізнес-структур, операторів мережі та створення великих вітчизняних Інтернет-порталів;

- навчання професійним і загальним навичкам роботи в Інтернеті на всіх рівнях освітньої системи, включаючи держслужбовців;

- розвиток внутрішнього споживчого ринку, підвищення купівельної спроможності шляхом досягнення стабільного економічного росту [5].

Висновок. Отже, провівши відповідну джерелознавчу і пошукову роботу, а також опрацювавши доступну літературу за темою, можна зробити наступні висновки:

- електронний бізнес – це ведення будь-якої бізнес діяльності у глобальних телекомунікаційних мережах, зокрема в Інтернет;
- електронний бізнес та електронна комерція, зокрема, перебувають сьогодні у стані динамічного розвитку;
- ведення бізнесу в кіберпросторі та намагання знайти клієнтів через мережу Інтернет вже стає невід'ємною частиною стратегії кожного підприємства, а моделі та методи електронного бізнесу поступово перетворюються в традиційний набір інструментів бізнес-процесів.

Разом із цим все гостріше постають питання правового та організаційно-інституціонального забезпечення електронного бізнесу з метою його подальшого розвитку, що є сьогодні одночасно нагальним завданням для України і надзвичайно важливим для світової економіки в цілому.

А розвиток електронного бізнесу та електронної комерції в Україні значною мірою залежатиме від політики держави у даній сфері діяльності, а саме від встановлення нормативно-правової бази. Вирішення питань правового регулювання сфери Інтернет-послуг повинно стати основою для врегулювання наявних й потенційних ризиків, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності та ін. Тому закріплення основ електронної комерції у Цивільному кодексі України та подальший розвиток правового регулювання сфери Інтернет-послуг повинні закласти фундамент для розквіту електронного бізнесу в нашій державі.

Також, держава повинна приділити більше уваги таким питанням, як: податкові пільги в сфері електронного бізнесу, вкладання коштів в освіту, високі технології, розвиток телекомунікацій, Інтернету та організацію їх інфраструктури. Що стосується, забезпечення безпеки даних та якості сервісу у сфері електронної комерції, то необхідно відзначити, що ці чинники в першу чергу залежать лише від діяльності самих організацій, що працюють у даній сфері бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврилюк К.І. Розвиток електронної роздрібно-торгівлі в Україні / К.І. Гаврилюк // 66-та студентська науково-технічна конференція. Секція «Економіка і менеджмент»: збірка тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». – Л.: Видавництво

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 564 с. – С. 131-132

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV / Режим доступу <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>

3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864с.

4. Електронна комерція та її перспективи для банківської системи України // Вісник Національного банку України. – 2000. – № 9. – С. 20-25.

5. Желіховський В.М. Правові засади електронної комерції в Україні. Дис... канд. юрид. наук. К.2007 – с. 9,10/ Режим доступу <http://www.lexikon-definition.de/E-Business.html>.

6. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 р. №2664-III // Відомості Верховної Ради України. – 2002. - №1. – Ст. 1.

7. Ковтунець В Становлення електронного бізнесу в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 1-2. – С. 51

8. Коноплицький В.А., Філіна Г.І. Економічний словник. Тлумачно – термінологічний. – К.: КНТ, 2007. – 580с.

9. Макарова М.В. Електронна комерція/ М.В. Макарова. – К.: Видавничий центр Академія, 2002. – 272 с.

10. Мережа Інтернет – сучасний канал і середовище надання фінансових послуг // Вісник Національного банку України. – 2002. – №6. – С. 33-39.

11. Міщенко В.І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: практичний посібник/ В.І.Міщенко, А.В.Шаповалов, Г.В.Юрчук. – К.: Знання, 2003. – 278 с.

12. Паулик А. Я., Проблеми і перспективи розвитку торгівлі в Україні //

Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2014. – С. 24

13. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. – М: Горячая линия –Телеком, 2008. – 482 с./ Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=1512625>

УДК 620.3:330.341.1(045)

СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТОК NBIC-ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДИНАМІКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Супрун К. О.,

студентка Інституту міжнародних відносин

Національного авіаційного університету

Науковий керівник: Прохорова М. Е.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та бізнесу

Національного авіаційного університету

У статті розглянуто та досліджено процес становлення й тенденції розвитку NBIC-технологій, охарактеризовано їх взаємозв'язок з національними економіками, а також описано динаміку світової економіки під впливом NBIC-технологій.

Ключові слова: нанотехнології, біотехнології, інформаційно-комунікаційні технології, когнітивна наука, штучний інтелект.

In the article there is analyzed the process of incipience and trends of NBIC technologies development. There is characterized its connection with national economies. Also there is described the world economy dynamics under the impact of NBIC technologies.

Key words: nanotechnology, biotechnology, information and communication technology, cognitive science, artificial intelligence.

Щодня світова економіка зазнає чималих змін у багатьох аспектах та з багатьох причин. Зокрема, динамічному її розвитку сприяють постійні наукові розробки. Актуальною на сьогодні є синергія наукомістких технологій, а саме: нанотехнології, біотехнології, інформаційно-комунікаційних технологій і когнітивних наук, у тому числі їх результати. Дане явище також іменується науковцями NBIC-конвергенцією – за першими буквами областей: N – нано, B – біо, I – інфо, C – когно [2].

Дослідженнями в даній галузі знань займалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Серед них Ю. Альтман, С. Кобаяси, Л. Уільямс, Г. Ерліх, Д. Холджрідж, Д. Чен, Л. Фостер, І.Ю. Матюшенко, Ю.М. Моїсеєнко, С.О. Нестеров, Ю.Д. Денисов, О.В. Кот, Н.В. Гапоненко, Г.О. Андрощук, А.В. Якимчук, Н.В. Березняк, Г.А. Азоева та ін. Проте питання впливу NBIC-технологій ще не є достатньо висвітленим, а тому потребує подальшого дослідження.

Основними цілями даної статті є дослідження процесу становлення й розвитку NBIC-технологій, висвітлення їх тенденцій на сучасному етапі, характеристика їх взаємозв'язку з національними економіками, розкриття динаміки світової економіки під впливом NBIC-технологій.

Провідну роль в організаційно-економічному забезпеченні міжнародного інноваційного розвитку відіграє держава. Так, державна інноваційна політика в промислово розвинених країнах спрямована на створення сприятливого економічного клімату для здійснення ін-

новаційних процесів і виступає так званою сполучною ланкою між сферою академічної науки й завданням виробництва. У розрізі цього питання можна виділити такі групи країн за ступенем втручання держави в економіку:

- країни, що використовують концепцію активного втручання держави в управління економікою (Японія, Франція);

- країни, що характеризуються переважанням ринкових відносин (США, Велика Британія);

- країни, що дотримуються “проміжного” варіанта в економічній, у тому числі інноваційній політиці (державне регулювання сполучається з низьким ступенем централізації державного апарата, використовуються непрямі методи впливу при розвинутій системі узгодження інтересів уряду й бізнесу.

Сьогодні на ринку нанотехнологій науковці відзначають присутність трьох суб'єктів.

1) Дослідницькі лабораторії університетів, національні лабораторії (наприклад у США), державні програми національних агентств і міністерств, міждисциплінарні центри, що займаються дослідженням фундаментального поведіння наноструктур;

2) Великі корпорації з можливістю дослідження, розробки, виробництва, маркетингу й розподілу (наприклад IBM, Dow, Kraft, Hewlett Packard та ін.), що працюють здебільшого з еволюційними технологіями;

3) Нові компанії, що розвиваються, так звані старт-апи [1].

Наразі більшість сфер застосування нанонауки

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

припадає на побутову, енергетичну, сільськогосподарську та інформаційну галузі. Звідси очевидно, що значна частина прибутку може опинитися в руках основних промислових гігантів, що уже існують на ринку. Нові компанії середнього розміру й фірми, що розвиваються та акцентують свою діяльність на нанотехнологіях, мають яскраву перспективу до швидшої окупності у сфері біотехнологій, адже таким чином вони є привабливими кандидатурами для поглинання іншими компаніями. Вигоду в цьому випадку отримують обидві сторони: інвесторам малих фірм це вигідно з економічної точки зору, адже продукти розробляються ефективно й швидко, а під час їх доставки на ринок використовуються вплив, канали й схеми розподілу великих гравців.

Дослідження в галузі нанотехнологій та їх розробка фактично мали початок у більшості розвинених країн у 1990-х роках. Уже до початку ХХ століття світова спільнота визнала, що нанотехнології принесуть радикальні зміни в багатьох сферах науково-технологічної діяльності. В результаті були розроблені державні програми підтримки розвитку нанотехнологій. Сьогодні у так званій нанотехнологічній гонці беруть участь понад 50 країн світу.

Протягом останніх шести років до десятки країн з фінансування R&D (Research and Development) входять в основному ті ж самі країни (США, Японія, Німеччина, Ізраїль, Індія, Росія та ін.). Зважаючи на дещо агресивні програми Китаю, Південно-Східна Азія може стати найбільшим світовим регіоном з фінансування дослідницької діяльності. Така тенденція, можливо, збережеться принаймні до кінця десятиліття.

Також спостерігається підвищення рівня співпраці з технологічними фірмами й дослідницькими організаціями у США та Європі, оскільки Азія все більше прагне використовувати глобальне наукове знання й можливості. Продовжуються значні капіталовкладення в інфраструктуру, часто з метою створення інноваційної системи з механізмами комерціалізації технологій, що призводить до повернення коштів з раніше вкладених інвестицій у дослідницьку діяльність. Прикладом можуть слугувати Сколково в Росії, Біополіс у Сінгапурі.

Впровадження NBIC-технологій відбувається завдяки феномену глобалізації, що містить у собі комбінацію збільшення фондів R&D в економіках, що з'являються (emerging economies), офшоринг та аутсорсинг частки західних R&D, покращені комунікації та потреби у їх розширенні, та міждисциплінарна співпраця у головних наукових питаннях.

Валові витрати на R&D за країнами та регіонами світу описано в таблиці 1 [6].

	2012		2013		2014	
	GERD	R&D	GERD	R&D	GERD	R&D
Americas (21)	485	2,50	489	2,40	504	2,50
U.S.	447	2,80	450	2,80	465	2,80
Asia (20)	561	1,80	596	1,90	633	1,90
China	232	1,80	258	1,90	284	2,00
Japan	160	3,40	163	3,40	165	3,40
India	41	0,90	42	0,90	44	0,90
Europe (34)	350	1,90	349	1,90	351	1,80
Germany	92	2,80	92	2,80	92	2,90
Rest of worlds (36)	81	0,90	83	0,90	87	0,90
	151		155		161	
Global total	7	1,80	9	1,80	8	1,80

*GERD – валові витрати на R&D (млрд. дол. США), * R&D частка у ВВП (%)

*GERD – валові витрати на R&D (млрд. дол. США), * R&D частка у ВВП (%)

Бачимо, що Азійська частка в світовому R&D продовжує збільшуватися завдяки Китаю, Японії та Кореї, у той час як частки Європи зменшуються. Таке явище зумовлене тим, що інноваційний потенціал Європи дедалі зменшується, порівняно з Азійським.

США і Європа залишаються світовими лідерами у дослідженнях найвищої якості, проте баланс дещо варіюється. Однією з причин цього є стрімке перетікання кадрів інноваційної сфери між регіонами світу.

Африканські, Середньосхідні та Південноамериканські R&D залишаються відносно невеликими, хоча й існують деякі національні ініціативи. Перешкодами збільшенню R&D цих регіонів є недосконала нормативно-правова база в інноваційній сфері, недостатньо оснащена наукова база для досліджень та ін.

Інноваційна модель стає пріоритетним напрямом усіх розвинених країн, особливо за рахунок забезпечення ефективної нормативно-правової бази, організації та функціонування національної інноваційної системи (НІС). Сталий розвиток НІС забезпечується за рахунок державного фінансування, приватного або змішаного. Для США характерне приватне, для країн ЄС – державне і змішане. Досягнення мети та виконання завдань інноваційної політики США здійснюється шляхом застосування механізму децентралізованого регулювання інноваційної діяльності, у якому держава відіграє провідну роль, проте директивні зв'язки між ланками всієї інфраструктури є достатньо слабкими.

Державна інноваційна політика США реалізується через наступні складові: економіко-правові методи, що ґрунтуються на положеннях Конституції, відповідні закони, внутрішньовідомчі, адміністративні розпорядження; державне фінансування наукової сфери; контрактна система відносин між суб'єктами інноваційної діяльності та державою; податкова система; патентно-ліцензійна, антитрестовська політика; амортизаційні заходи та субсидії; передавання технологій; урядові закупівлі; розвиток інфраструктури досліджень та розробок [5].

Видатки на R&D у США мають 4 джерела: Федеральний уряд, промисловість, освітня галузь та некомерційні організації. Додаткові потоки йдуть в освітню галузь від державних та місцевих органів влади. R&D також представлені Федеральними центрами досліджень і розробок (federally funded research and development centers (FFRDCs)), деякі з яких керуються промисловими підприємствами, некомерційними дослідницькими інститутами чи університетами. Детальніше джерела фінансування R&D можна розглянути за допомогою таблиці [4].

Варто відзначити наступні спостереження:

- порівняно з 2013 роком у 2014 році є вірогідність збільшення інвестування в R&D у США на 1.0 % (після інфляції) до 465 млрд. дол. США;
- національна наукоємність залишиться стабільною на рівні 2.8 % від ВВП;

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

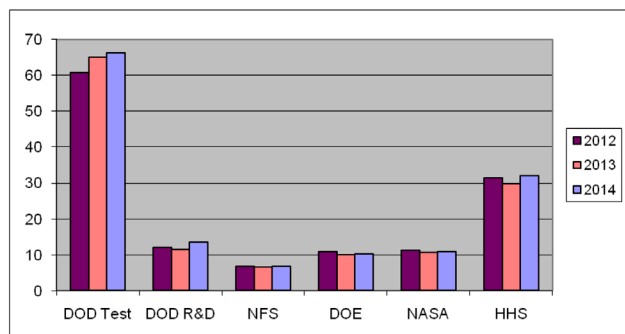
- на приватний сектор, як і раніше, припадає близько три чверті усієї дослідницької діяльності США [7].

Таблиця 2.

Джерела фінансування	Виконавці R&D											
	Федеральний уряд		FFRDC (уряд.)		Промисловість		Освітня галузь		Некомерційні		Всього	
	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%
Федеральний уряд	35.7	1.0	16.5	1.1	27.8	1.1	37.1	2.5	6.0	1.1	123.0	1.5
Промисловість			0.3	0.7	302.5	4.1	3.3	1.7	1.4	0.5	307.5	4.0
Освітня галузь			0.1	0.1			13.2	2.0			13.3	1.9
Інші урядові джерела			0.0	0.1			4.0	1.1			4.0	1.0
Некомерційні			0.1	0.2			5.3	2.2	11.3	4.0	16.7	3.4
Всього	35.7	1.0	17.0	1.0	330.3	3.8	62.9	2.2	18.7	2.7	464.5	3.2

Якщо не брати до уваги федеральне фінансування R&D, що представлено грантами у приватному секторі, внутрішнє відшкодування витрат R&D та інші механізми, то промислове фінансування R&D прогнозується з відскоком від показників 2013 року – збільшення на 4.0% до 307.5 млрд. дол. США у 2014 році. Головним фактором таких змін є висока потужність сектору інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Основні спонсорські фінансові потоки на R&D зображені на графіку [3].



Графік 1

Такі агентства як NIH, NSF, NIST and DOE'S Office of Science мають змогу отримати відносно зростаючі потоки фінансування дослідницької діяльності завдяки законним вимогам щодо нововведень в Америці.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновки, що високі наукомісткі технології, ті ж такі NBIC-технології, мають порівняно високий інноваційний потенціал. У результаті їх впливу на соціум і людину в цілому з'являється нова якість буття людства, або планетарна цивілізація. Наслідками можуть бути як духовне єднання людства, так і поява нових форм домінування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ратнер М., Ратнер Д. Нанотехнология: простое объяснение очередной гениальной идеи / М. Ратнер, Д. Ратнер; перевод с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.- 240 с.

2. Роко М.К. Конвергенция и интеграция / Фостер Л. Нанотехнологии. Наука, инновации и возможности. – М.: Техносфера, 2008.-352 с.

3. www.aaas.org – офіційний сайт American Association for the Advancement of Science

4. www.battelle.org – офіційний сайт Battelle Memorial Institute

5. www.ostp.gov – офіційний сайт White House Office of Science & Technology Policy

6. www.rdmag.com – офіційний сайт журналу Research & Development

7. www.worldbank.org – офіційний сайт Світового Банку

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА, ЗАНЯТОСТИ И ИНФЛЯЦИИ

Федотова Т.А., к.э.н., доцент,

доцент кафедры экономики и управления национальным хозяйством

Днепропетровского национального университета им. О. Гончара

Аннотация. Проанализированы декларируемые в экономической среде зависимости экономического роста, занятости и инфляции, исследовано их соблюдение в национальной экономике Украины и степень взаимодействия.

Ключевые слова: экономический рост, ВВП, занятость, инфляция, спад, безработица.

Abstract. Analyzed declared in an economic environment based economic growth, employment and inflation, investigated their implementation in the national economy of Ukraine and the degree of interaction.

Keywords: economic growth, GDP, employment, inflation, recession, unemployment.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими задачами.

Историческое развитие человечества сопровождается тенденциями постоянного экономического роста. В качестве общепринятого показателя измерения уровня экономического роста выступает такой индикатор как ВВП и ВНД на душу населения.

Однако экономический рост осуществляется неравномерно и является непрямолинейным процессом, характеризуясь периодами спада и роста. Каждое колебание характеризуется спадом, который достигает нижнего предела, после чего следует подъем до пиковой точки роста. Как правило, спады экономической активности приводят к значительному росту безработицы, а в пиковых состояниях роста на рынке труда достигается максимальное приближение к полной занятости.

Вот почему анализ взаимосвязи занятости и экономического роста является актуальной научной проблемой. В связи с этим существует необходимость создания новой парадигмы экономического роста.

Анализ последних исследований и публикаций. Следует отметить, что в экономической теории вопрос исследования взаимосвязи между безработицей и инфляцией имеет уже достаточно длительную историю, а также подвергался различным эмпирическим проверкам. Связь между уровнем безработицы и темпами роста оплаты труда в 1958 году установил английский экономист А. Филлипс. Американские экономисты П. Самуэльсон и Р. Солоу пришли к выводу, что рост инфляции может быть использован правительством для снижения безработицы, а также модифицировали кривую Филлипса, что позволило определять взаимосвязь уровня занятости и производства со стабильностью цен. В дальнейшем этот вывод также аргументировал Р. Липси.

Изучались взаимосвязи экономического роста и инфляции без учета категории занятости, в частности Л.И. Абалкиным, Л. Н. Красавиной, М. Ю. Малкиной [1, 3, 4]. Модель взаимодействия этих двух экономических категорий одним из первых среди западных

экономистов разработана Й. А. Шумпетером, который в качестве единственного механизма привлечения свободных ресурсов, отсутствующих в функционирующей экономике в условиях полной занятости, выделял их перераспределение под действием инфляционных процессов [11]. Этот вопрос детально изучен В. Н. Рябых, который отмечает, что не существует константно-прототипической взаимосвязи между инфляцией и экономическим ростом, присущей всем странам [7].

В то же время непосредственно вопросам взаимосвязи занятости с инфляционными изменениями, а тем более в аспекте корреляции с экономическим ростом, внимание не уделялось. По всей видимости это обосновано еще также и тем, что категория занятости в количественном измерении часто воспринимается как обратно изменяющаяся к категории безработицы на рынке труда.

Значительное внимание эмпирическим исследованиям факторов экономического роста уделяли Ю.В. Шараев [10], Р. Дж. Барро и Х. Сала-и-Мартин [2], которые пришли к такому заключению: «Так как априори неизвестно, какие «правильные» переменные нужно включать, то вопрос о том, какие именно переменные «действительно» коррелированы с ростом, остается открытым» [2, с. 702].

Постановка задачи (формулировка целей статьи). Основной целью данной статьи является выявление взаимосвязи экономического роста, занятости и инфляции с целью разработки мероприятий по снижению их негативного влияния на развитие национальной экономики.

Изложение основного материала исследования с обоснованием полученных научных результатов. В рамках проводимого исследования в полной мере верным считаем утверждение Фониной Т. Б., что противоречие экономического роста заключается в борьбе двух направлений: увеличения численности занятых и количества рабочих мест и эффективным использованием уже задействованных в производстве рабочих. Неудачей

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

створення трудових ресурсів - це невикористані можливості економічного зростання. Розв'язання цього протиріччя здійснюється шляхом залучення додаткової робочої сили в розширюючі сфери виробництва. Одночасно відбувається звільнення робочих місць при впровадженні більш продуктивної техніки та технологій. Проте співвідношення першого та другого не збігається в часі та залежить від фази циклу [8].

Однак можливості економічного зростання визначаються не тільки наявністю факторів виробництва та технічним прогресом, але й попитом на товари, тобто загальними витратами суспільства. При зменшенні загальних витрат зменшується рівень виробництва, зайнятості та доходів. Зростання виробничого потенціалу може бути повністю реалізовано лише при повній зайнятості та ефективному використанні додаткових ресурсів. При цьому слід мати на увазі: коли в економіці досягається повна зайнятість при незмінних ресурсах та технічному прогресі, то реальний обсяг продукції далі не зростає, а додаткові витрати ведуть лише до зростання цін.

В цій зв'язі основною задачею регулювання економіки стає забезпечення мінімального розриву між потенціальним та реальним ВВП шляхом забезпечення повної зайнятості. При її досягненні наступне зростання повинно забезпечуватися за рахунок створення умов для зростання потенціального ВВП на основі залучення більшого обсягу ресурсів та їх більш продуктивного використання при обмеженні інфляційних процесів.

Необхідно зазначити, що між економічним зростанням та зайнятістю немає жорсткої прямої зв'язі (рис. 1) [6]. Економічні коливання ведуть до зростання та падіння зайнятості при піках та спадах коливань. Проте безробіття може не зникнути і при високому рівні економічного зростання. Мало того, в реальній дійсності має місце зростаюче безробіття при посиленні інфляції. Це призводить до значального ускладнення ефективного рішення макроекономічних проблем.

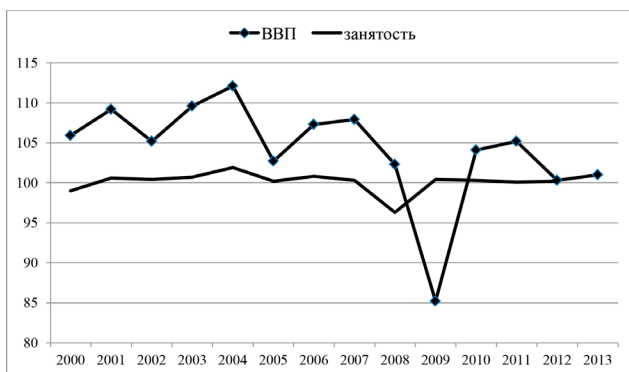


Рис. 1. Соотношение темпов роста занятости та ВВП в Україні, %

Через механізм ціноутворення реалізується взаємозв'язок між економічним зростанням, зайнятістю

та інфляцією. Коли виробництво знаходиться на стадії спаду при значальній безробітці, то економічний зростання може бути забезпечено без збільшення витрат на одиницю продукції та підвищення цін. Це пов'язано з тим, що при високій конкуренції на ринку праці не буде зростати зарплатна плата як основний елемент виробничих витрат.

По мірі наближення економіки до стану повної зайнятості та зменшення витрат ресурсів, в тому числі й трудових, будуть зростати витрати, в тому числі й на зарплатну плату, будуть підвищуватися ціни та буде посилюватися інфляція. В той же час за даними офіційної статистики це твердження виконується лише за 9 місяців 2014 року (рис. 2) [6].

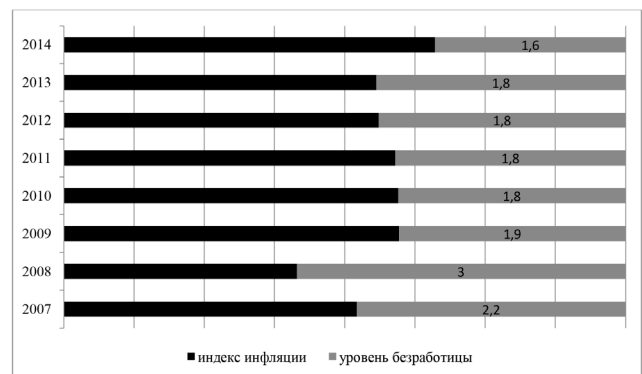


Рис. 2. Динаміка індексу інфляції та рівня зареєстрованої безробітності в Україні, %

При досягненні природного рівня повної зайнятості зменшуються можливості зростання виробництва, а зростання попиту при цьому ще більше посилює інфляцію. Інфляція, яка обумовлюється зростанням попиту, називається інфляцією попиту [9]. Сильна інфляція зменшує реальні доходи, попит на товари, а в кінцевому підсумку веде до падіння виробництва. Однак вважається, що в процесі розвитку економіки та наближення до потенціально можливого рівня виробництва та повної зайнятості поміркована інфляція необхідна. Слід зазначити, що в Україні це правило дотримується певною часовою затримкою (рис. 3) [6].

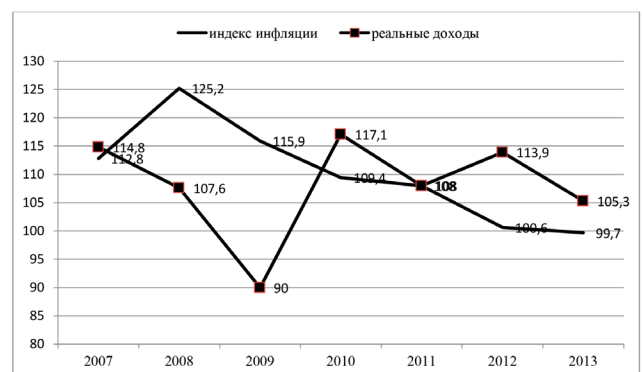


Рис. 3. Динаміка індексу інфляції та реальних грошових доходів населення в Україні, %

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

При росте расходов производства может возникнуть инфляция затрат (инфляция предложения). Например, экономика может находиться в состоянии полной занятости при стабильных ценах, то есть в условиях равновесия между спросом и уровнем производства. Но когда при этом по тем или иным причинам вырастут расходы производства - например, в результате подорожания материальных ресурсов, то стоимость продукции и цены производителей вырастут и при несоответствующем спросе созданный ВВП не весь будет реализован, что приведет к спаду производства и росту безработицы.

Инфляционная ситуация, при которой наряду со значительным ростом цен имеет место глубокий спад производства и безработицы, называется стагфляцией [5, с. 346]. Положение стагфляции было характерным для экономики развитых стран Запада в 1973-1975 р.р., когда развился энергетический кризис. В России это период 1991-1996 годов, когда при росте цен в десятки раз ВВП снизилось почти в три раза. Подобная ситуация сложилась сегодня и в экономике Украины.

Выводы из данного исследования и перспективы последующих разработок в данном направлении.

Проанализированная взаимосвязь целесообразно использовать в борьбе с безработицей только в краткосрочном периоде, а не как долгосрочную стратегию. И при этом следует учитывать, что снижение цен в национальной экономике возможно достигнуть только при условии кратковременного снижения уровня занятости.

В этих условиях монетарная политика должна быть направлена на то, чтобы выпускаемые в экономику деньги не спровоцировали существенного роста инфляции, а с другой стороны, чтобы мероприятия стерилизации НБУ не тормозили экономического роста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1.Абалкин Л. И. Стратегия экономического роста и инфляция. – М.: ФиС, 2000. – 256 с.
- 2.Барро Р. Дж., Сала-и-Мартин Х. Экономический рост/ Пер. с англ. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. – 824 с.
- 3.Красавина Л. Н. Актуальные проблемы инфляции и ее регулирования в России: системный подход // Деньги и кредит. – 2011. - № 3. – С. 19-28.
- 4.Малкина М. Ю. Монетарные и немонетарные факторы инфляционного процесса в переходной российской экономике // Дисс. д-ра экон. наук.. – СПб, 2000. – 378 с.
- 5.Николаева И.П. Экономическая теория. - М.: Юнити-Дана, 2008. – 528 с.
- 6.Официальный сайт государственной службы статистики Украины. - Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- 7.Рябых В. Н. Влияние инфляционных процессов на темпы экономического роста // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2012. - № 1. – С. 19-24.

8.Фонина Т. Б. Занятость и ее влияние на экономический рост // Дисс. канд. экон. наук: 08.00.01. - М., 1997. - 160 с.

9.Фролова Т. А. Экономическая теория. - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. – ч. 2. – тема 4. – п. 7.

10. Шараев Ю. В. Теория экономического роста: учеб. пособие для вузов. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2006. – 254 с.

11. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 401 с.

ОЦІНКА ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

О.В. Проскурович, к.е.н., доцент

І.В. Хом'як, студентка

Хмельницький національний університет

В статті проведено теоретичний огляд поняття «продуктивність праці», зазначено низку чинників, які впливають на рівень і динаміку продуктивності праці, а також розглянуто основні шляхи підвищення продуктивності праці персоналу на підприємствах.

Ключові слова: ринок праці, трудові ресурси, персонал, продуктивність праці, ефективність.

The theoretical overview of the concept of «labor productivity» is presented, a number of factors that affect the level and dynamics of labor productivity are noted, the basic ways of increasing personnel productivity in the workplace are considered in the article.

Keywords: labor market, human resources, personnel, labor productivity, efficiency.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин задача підвищення продуктивності праці як джерела реального економічного прогресу стає життєво важливою для подальшого розвитку економіки. Як показує світовий досвід останніх десятиліть, економічними лідерами стають не ті країни, які мають значні ресурси, а ті, які досягли високої продуктивності праці. Не випадково в економічно розвинених країнах функціонують спеціальні установи, які займаються дослідженням і розробкою технології управління продуктивністю праці.

Однією з головних та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах сучасних ринкових відносин у нашій державі є раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що сприятиме виготовленню конкурентоспроможної продукції, покращенню економічної діяльності і зростанню прибутків працівників. Упровадження в реальність цих завдань є неможливим без підвищення продуктивності та ефективності праці. Але в наш час є низка факторів, які стають перешкодою на шляху до підвищення продуктивності праці – низький рівень оплати праці найманим працівникам, погані умови праці, низький рівень соціального забезпечення тощо. Все це змушує наших громадян почувати себе незахищеними у власній державі, і тому негативно впливає як на продуктивність праці, так і на економічну ситуацію в країні. А наслідком цього є наступні проблеми – низький технологічний рівень виробництва, не конкурентоспроможність вітчизняної продукції, низька частка високотехнологічної продукції. Тому, без зростання продуктивності людської праці є неможливим забезпечення конкурентних переваг країни, її сталий економічний розвиток в умовах всеохоплюючої глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам підвищення продуктивності праці в економічній літературі присвячені дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених. Значний внесок у розвиток підвищен-

ня продуктивності праці внесли такі вчені: В. Базилевич, І. Бойчик, Є.Кайлюк, Т. Заяць, З. Пушкар, С. Трубич, Ю. Цал-Цалко, Ф. Хміль та інші.

У роботах перелічених авторів досліджено теоретичні та практичні основи підвищення продуктивності праці, проте система покращення ефективності використання праці на підприємстві залишається недостатньо розробленою.

Метою дослідження є узагальнення і розвиток теоретичних засад поняття «продуктивність праці», а також розроблення методичних рекомендацій з підвищення продуктивності праці на підприємстві.

Вклад основного матеріалу дослідження. Продуктивність праці є одним з найважливіших показників ефективності суспільного виробництва. Застосування цього показника дозволяє оцінити ефективність праці як окремого працівника, так і колективу.

Досліджуючи економічний зміст продуктивності праці, треба мати на увазі, що праця, яка витрачається на виробництво тієї чи іншої продукції складається з:

- живої праці, яка витрачається в певний момент безпосередньо в процесі виробництва продукції, надання послуг, виконання робіт;

- минулої праці, уречевленої у раніше створеній продукції, яка використовується тією чи іншою мірою для виробництва нової продукції (сировина, матеріали, енергія – повністю; машини, споруди, тощо – частково).

Переважно під продуктивністю праці розуміють ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції. Зростання продуктивності праці означає збільшення кількості продукції виробленої за одиницю часу, або економію робочого часу, витраченого на одиницю продукції [1].

Один з найбільш важливих уроків японського успіху, як справедливо відмітив М.Х. Мескон[6], полягає

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

в тому, що неможливо досягнути стійкої продуктивності при спонтанній, імпульсивній реакції на будь-які виникаючі проблеми. Не маючи конкретних цілей з продуктивності, не можливо визначити, чи є досягнутий рівень високим або низьким. Цілі є орієнтиром при вирішенні питання про те, яка робота підвищує загальну продуктивність, а яка перешкоджає її зростанню. Керівництво підприємства повинно забезпечити зростання продуктивності шляхом її планування [6].

Планування продуктивності праці передбачає визначення рівня продуктивності праці, темпів її зростання і забезпечення конкурентоспроможності організації.

На рівень і динаміку продуктивності праці впливає безліч чинників, які умовно можна поділити на дві групи: зовнішні і внутрішні [3].

Зовнішні чинники не залежать від діяльності підприємства як об'єктів, але кількісно визначають рівень використання трудових, виробничих та фінансових ресурсів будь-якої організації. До них відносяться: політичні, законодавчі чинники, інфраструктура, ринкові механізми, конкуренція, загальна соціально-економічна ситуація і положення в конкретній галузі та регіоні, стан матеріально-технічного забезпечення, забезпеченість природними ресурсами, стан трудових ресурсів, культура і соціальні цінності. Це також акціонери, конкуренти, постачальники, покупці, муніципальні органи тощо.

Політичні, законодавчі, соціальні, економічні, конкурентні, технологічні особливості зовнішнього середовища є чинниками побічної (непрямої) дії і не підконтрольні підприємствам. Але в розробці програм підвищення продуктивності їх необхідно враховувати і ними можна і необхідно частково управляти.

Особливості зовнішнього середовища прямої дії, такі, як акціонери, конкуренти, постачальники, покупці, муніципальні органи тощо, до деякої міри можуть враховуватись і регулюватись організацією, власно і являючись полем життєдіяльності підприємства.

Внутрішні чинники визначають (формують) результати роботи підприємств. Вони бувають основними, які безпосередньо впливають на результати роботи, і не основними, які безпосередньо не пов'язані з продуктивністю праці, але впливають на результати бізнес-процесів через структурні зрушення в складі продукції, порушення господарської і технологічної дисципліни тощо [3].

В економічній літературі зустрічається багато варіантів класифікації внутрішніх чинників зростання продуктивності праці, які відрізняються один від одного більшою чи меншою їх деталізацією. Але спільним для всіх є те, що вони виділяють [3]:

- науково-технічні – впровадження нової техніки та технології, механізація та автоматизація виробництва, зміни в структурі парку або модернізації устаткування, зміни конструкції виробів, якості сировини, використання нових видів матеріалів тощо;

- організаційні – збільшення норм і зон обслуговування; спеціалізація виробництва і поширення обсягів

- кооперованих поставок; зміни реального фонду робочого часу; удосконалення управління організацією; скорочення витрат бракованої продукції; зниження кількості робітників, не виконуючих норми виробітку; удосконалення організації виробництва і праці; широке розповсюдження і впровадження у виробництво передового досвіду; укріплення дисципліни праці тощо;

- структурні – зміна обсягу виробництва; зміна питомої ваги окремих видів продукції і окремих виробництв в загальному обсязі тощо;

- соціально-економічні – зміна якісного рівня персоналу; зміна відношення працівників до праці; зміна умов праці; удосконалення мотивації і стимулювання праці; розвиток творчої ініціативи і активності робітників тощо.

Для окремих галузей виробництва (сільське господарство, вугільна та чорно-рудна промисловість) дуже важливими чинниками є природні умови, які досить відчутно діють на продуктивність праці. При одних і тих же витратах робітники отримують різну кількість продукції, а відповідно, і різні показники продуктивності праці [5].

Деякі економісти вважають одним з найважливіших чинників зростання продуктивності суспільної праці, задоволення економічних і соціальних потреб – якість продукції. Конкурентоспроможна продукція – це така продукція, яка на даний момент є високоякісною і задовольняє потреби ринку і користувачів. Вона є результативним показником взаємодії наведених вище чинників. Не може виробити високоякісну продукцію малокваліфікований робітник на старому устаткуванні з використанням застарілої технології. Високоякісна продукція дійсно є важливим чинником розширення ринку, а відповідно, збільшення обсягів її виробництва і як наслідок – підвищення продуктивності праці.

Продуктивність, в широкому розумінні, є відношенням обсягу виробленої продукції (робіт, послуг), реалізованої організацією, до витрат на її виробництво. Вона відображає ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, матеріалів, енергії, інформації тощо) в бізнес-процесах діяльності організації [8].

Продуктивність праці є інтегрованим, багатofакторним показником, в якому поєднані кваліфікація і інтереси персоналу, рівень техніки і технології, якість управління, якість продукції, маркетинг, соціальне і економічне середовище тощо. Найкраще сполучення чинників продуктивності і визначає краще використання ресурсів, вищу продуктивність праці.

Слід відзначити, що для підвищення продуктивності праці необхідно враховувати і макроекономічні чинники навколишнього середовища, які можуть сприяти або перешкоджати її підвищенню. До них відносяться: урядова політика; економічна і соціальна стратегія та напрямки її реалізації; діловий цикл і міжнародна конкуренція; навколишнє природне середовище; географічні і кліматичні особливості; демографічні, структурні і соціальні зміни тощо [7].

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Вирішальне значення для підвищення продуктивності праці, а відповідно і конкурентоспроможності підприємства, має реалізація програми скорочення витрат. Багато українських підприємств мають нераціональну структуру витрат, як правило з низькими операційними, але високими адміністративними і іншими витратами.

Отже, підвищення рівня продуктивності [2]:

- є єдиним джерелом збільшення обсягів виробництва продукції;

- призводить до скорочення затрат живої праці на виробництво продукції, а відтак – економії робочого часу;

- створює передумови для скорочення тривалості робочого дня, робочого тижня і загальної кількості робочих днів у році;

- обумовлює скорочення витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції;

- сприяє підвищенню ефективності використання затрат;

- сприяє зниженню витрат на оплату праці й витрат на виробництво загалом, що забезпечує підвищення рівня рентабельності праці.

Враховуючи значення продуктивності праці для економічного зростання, кожне суспільство намагається постійно підвищувати продуктивність праці. Основними шляхами підвищення продуктивності праці є:

- розвиток і впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу;

- піднесення загальноосвітнього, культурно-технічного та професійного рівня працівників;

- раціональне використання природних, матеріальних, трудових ресурсів;

- поліпшення організації та управління виробництвом;

- впровадження ефективних матеріальних і моральних стимулів до праці [4].

Висновки. Продуктивність праці на підприємстві є основним показником його успішності. Чим вища продуктивність праці, тим більше прибутків приносить бізнес-діяльність. На сьогоднішній день Україна відстає за рівнем розвитку продуктивності від розвинених європейських країн, тому держава та підприємці повинні прийняти ряд заходів для вдосконалення механізму управління продуктивністю праці. Лише при правильній організації, мотивації праці та впровадженні досягнень науки і техніки можна розраховувати на процвітання українських підприємств та економіки в цілому.

В ринкових умовах важливу роль для зростання продуктивності праці має максимальне використання діючих потужностей. Завдяки таким чинникам як підвищення технічного рівня виробництва, удосконалення управління, організації виробництва та праці збільшення обсягів виробництва можливо зменшити витрати на виробництво. Для підвищення продуктивності праці необхідно застосовувати засоби мотивації працівників. Головними чинниками підвищення продуктивності є умови праці. Також підвищує продуктивність праці

освіта, оскільки дає корисні знання, дисципліну, працездатність, а люди з такими якостями дуже продуктивні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабицький А. Моделі економічного зростання і проблема підвищення суспільної продуктивності праці / А. Бабицький // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1. – С. 22-28.

2. Горбонос Ф. В. Економіка підприємства: підручник / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик. – К.: «Знання», 2010. – 345 с.

3. Іляш О. І. Продуктивність та ефективність праці, резерви і шляхи їх підвищення / О. І. Іляш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 19.1 – С. 164–166

4. Кукурудза І. І. Політична економія: матеріали до лекцій та семінарів / Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького. – Вид. 2-ге, доп. – Черкаси: Вид. від. ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. – 368 с.

5. Олійник Т. І. Продуктивність праці та структурні зміни в сільському господарстві / Т. І. Олійник, І. О. Олійник // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С. 122-127.

6. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами / Г. В. Осовська. – К.: Кондор, 2003. – 224 с.

7. Равенко А. Продуктивність праці в сучасних умовах // Дзеркало тижня. – 2010. – № 4. – С. 32-37.

8. Яценко О. І. Резерви зростання продуктивності праці на промислових підприємствах / О. І. Яценко // Науковий вісник. – 2011. – № 17. – С. 271-275.

УДК: 334.72:339.564

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Черевко Денис Георгійович

к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій

ім. проф. Є. Храпливого

Львівський національний аграрний університет

Проаналізовано результати вивчення впливу процесів глобалізації національних економік на формування експортного потенціалу молокопереробних підприємств та можливостей його поліпшення в умовах трансформаційних процесів в Україні в напрямку вступу до ЄС.

The main results of national economies globalization processes influence on milkprocessing enterprises export potential creation and Home possibilities of its improvement under conditions of Ukraine's entering into EU preparation investigation are presented in this article.

Key words: globalization, milkprocessing enterprises, export potential, competitiveness.

Ключові слова: глобалізація, молокопереробні підприємства, експортний потенціал, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку національної економіки багато в чому визначається на рівні загальносвітових економічних тенденцій, обумовлюється все глибшим включенням національних підприємств до системи міжнародних економічних утворень глобального рівня, використанням національних ресурсів у межах світових ресурсних ланцюгів створення вартості, затовареністю регіональних товарних ринків продукцією транснаціональних корпорацій. Фактичним наслідком глобалізації та інтеграції на рівні економіки держави, окремої галузі, конкретних підприємств та компаній виступає внутрішня трансформація природи економічних процесів [3, с.15]. На зовнішніх світових ринках в якості суб'єктів господарювання виступають здебільшого не окремі підприємства, а цілі держави, однак формують конкурентну позицію держави власне ці окремі підприємства на основі своїх експортних потенціалів. Недостатньо адекватне розуміння ролі експортного потенціалу кожного підприємства не дозволяє сформулювати відповідних механізмів регулювання конкурентоспроможності національних підприємств на зовнішніх ринках відповідної продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти впливу процесів глобалізації на розвиток національних економічних систем та їх складових елементів і їх конкурентоздатності на міжнародному рівні знаходились у полі наукових досліджень таких зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів як Й.Шумпетер, Дж. Кейнс, М.Портер, Р.Камерон, Д.Лук'яненко, В.Гейсець та багатьох інших. Проблема конкурентоспроможності аграрної продукції пов'язана із важливістю вирішення питань забезпечення продовольчої безпеки кожної країни в сенсі покращення здоров'я людей шляхом підви-

щення економічної ефективності виробництва цієї продукції, що обумовлює високий рівень актуальності наукових досліджень в цьому напрямі. Тому цій проблемі приділяють значну увагу такі вчені-економісти як Г. Азоев, В. Андрійчук, Л. Балабанова, Г. Волинський, П. Березівський, П. Гайдучський, В. Герасимчук, Р. Глібов, Ю. Губені, П. Калита, С. Кваша, Ю. Коробів, В. Кудлай, А. Кулик, В. Лагутін, М. Малік, В. Месель-Веселяк, О. Нужна, Б. Пасхавер, П.Саблук, Б. Супіханов, Р. Фатхутдинов, Г. Черевко, С. Шевельова, Д. Юданов. В першу чергу це стосується виробництва молока як одного із найбільш потрібних для нормального функціонування людського організму продуктів. Окремим питанням ринку молокопродукції, розробки механізмів розвитку молокопродуктового підкомплексу у вітчизняній науковій публіцистиці присвятили свої праці такі вчені-економісти як С. Васильчак, Н. Васюткіна, Н. Гавришко, Н. Голомша, Т. Дудар, М. Ільчук, В. Липчук, С.Марич, М. Пархомець, С. Шевельова, О. Шпичак, Г. Черевко та ін. Маркетингові аспекти молочного виробництва широко висвітлені в наукових публікаціях М. Андрушка, Г. Астратової, Р. Блюма, Е. Долана, Т. Кеніга, Б. Клепацького, Ф. Котлера, Д. Огілві, Е. Пенькової, М. Сахацького, Д. Стонера, Дж. Холея.

Проте динамічна зміна умов господарювання в процесі приєднання України до членства в ЄС вимагає поглиблення і розширення досліджень оптимізації економічної поведінки підприємств молокопродуктового підкомплексу з метою підвищення рівня їх конкурентоспроможності на зовнішньому ринках на основі покращення формування їх експортного потенціалу.

Методика і матеріали. В ході дослідження, результати якого представлені в даній статті, використано

комплекс сучасних методів наукового пошуку, основними з яких були абстрактно-логічний та монографічний. Їх застосування дозволило проаналізувати матеріали доступних літературних джерел з проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу АПК в умовах загострення конкурентної боротьби. Застосування статистико-економічного методу дослідження дало можливість вивчити структурно-динамічні тенденції розвитку регіонального молокопродуктового підкомплексу. Використані також метод наукової абстракції та метод аналізу і синтезу дали можливість узагальнити опрацьовану інформацію і сформулювати відповідні висновки, що мають як наукове, так і прикладне значення. Застосування загальнонаукових методів індукції та дедукції дозволило зробити відповідні узагальнення із одержаних в ході монографічного вивчення доступних матеріалів висновків. Використані джерела включають праці вчених економістів, що займаються дослідженням вказаної проблеми, та відповідні статистичні офіційні джерела.

Постановка завдання. Конкретним завданням даної статті є представлення результатів вивчення впливу процесів глобалізації національних економік на формування експортного потенціалу молокопереробних підприємств та можливостей його поліпшення в умовах підготовки України до вступу до ЄС.

Виклад основних результатів дослідження.

Не дивлячись на в цілому відомий як досить «плачевний» стан економіки України, у т.ч. і аграрного її сектора, Україна залишається навіть в числі експортерів певних видів продовольчої продукції незернової групи. Так, у структурі світового експорту молокопродуктів ми займаємо біля 1,8% і ця тенденція, як не дивно, має досить позитивний напрям [4, с.101]. Очевидно, що така частка для України, як для країни із значним аграрним потенціалом, у світовому експорті молокопродуктів є явно замалою, але навіть сама присутність українських молочних продуктів на зовнішньому ринку поряд із продукцією таких країн як Австрія, Бельгія, Нідерланди, Німеччина, Франція в сучасних умовах вселяє надію на реалізацію можливості підвищення присутності наших молокопереробних підприємств на зовнішніх ринках.

Забезпечення високої конкурентоздатності національної економіки на зовнішньому ринку є одним із важливих завдань кожної держави, оскільки від цього залежить і рівень її політичної ваги у вирішенні питань міжнародного значення. Разом з тим, конкурентоспроможність національної економіки не є самоціллю, а, в кінцевому підсумку, засобом підвищення рівня добробуту суспільства, про що наголошував М.Портер: «Конкурентоздатність не є самоціллю, яка забезпечує економічний розквіт країни. Головна мета держави – забезпечити власним громадянам досить високий та зростаючий рівень життя. Спроможність держави зробити це не залежить від якогось аморфного терміну «конкурентоздатність», а від того, наскільки продуктивно використовуються національні ресурси – праця і капітал» [7, с. 33]. Розвиваючи цю думку, логічно можна дійти

до висновку про те, що конкурентоспроможність національної економіки на зовнішньому ринку формується конкурентоспроможним потенціалом підприємств цієї економіки експортувати свою продукцію за кордон.

Стрімкий розвиток світової економіки та її чітка спрямованість на глобалізацію торгівлі, суттєвий вплив на потенціал будь-якої країни, участь у міждержавних організаціях та митних союзах визначають необхідність пошуку оптимальних сегментів ринку для товарів сільськогосподарського походження, які є надзвичайно важливими для України як з позиції продовольчої безпеки, так із позиції їх експортної орієнтації [5, с. 121].

Особливо проблематичним є забезпечення стійких конкурентоспроможних позицій на зовнішньому ринку вітчизняних молокопереробних підприємств, оскільки в цьому секторі особливо входять у ринкову групу такі чинники як співвідношення ціни і якості продукції, її екологічності і безпечності для здоров'я людей та довготривалості зберігання, дешевизни кінцевого продукту та його продажного оформлення, а також умов доставки та реалізації. Тобто, мова може йти про своєрідний експортний потенціал кожного молокопереробного підприємства.

При цьому, в умовах глобалізації національних економік та конкурентної боротьби на ринках продовольчої продукції, держава повинна здійснювати постійний моніторинг як зовнішньої, так і внутрішньої ринкової ситуації з тим, щоб вишукувати можливості сприяння реалізації відповідних видів продовольчої продукції або на внутрішньому, або на зовнішньому ринках, не чекаючи моменту, коли буде надлишок цієї продукції вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку, адже на ньому діють також і іноземні фірми зі своєю продукцією, що в сукупності дозволяє в повній мірі його наситити. Головною умовою соціально-економічної та екологічної ефективності такої економічної поведінки держави повинно бути забезпечення нею ефективних умов господарювання для вітчизняних підприємств та безпеки харчування для свого населення.

В економічній літературі поняття експортного потенціалу здебільшого стосується рівня держави. Однак, як показують результати логічного аналізу, воно цілком може стосуватись і рівня підприємства. І якщо експортний потенціал на рівні держави розглядається як здатність всього суспільного виробництва даної країни в цілому виробляти необхідну кількість конкурентоспроможних товарів для зовнішнього ринку [1, с.55], то, відповідно, про експортний потенціал підприємства можна говорити як про здатність цього підприємства виробляти продукцію на рівні, який би забезпечував їй конкурентоздатну позицію на зовнішньому ринку цієї продукції. І немає підстав для того, щоб погодитись із існуючою в економічній літературі думкою про те, що категорія «експортний потенціал» включає як реальний аспект, так і аспект можливостей, при цьому під реальним аспектом експортного потенціалу підприємства розуміється його виробничий потенціал як максимально можливий обсяг виробництва, що забезпечується за рахунок використан-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ня всіх доступних ресурсів підприємства з урахуванням наявності відповідних умов використання цих ресурсів [1, с. 55]. На нашу думку, суть будь-якого потенціалу полягає у певних потенційних можливостях, а самі ці можливості, звичайно, визначаються наявністю відповідних ресурсів та можливостями їх максимального використання, що не зовсім відповідає наведеній вище думці щодо аспектів експортного потенціалу. Відповідно, чинниками ступеня реалізації експортного потенціалу підприємства реально можуть бути:

– зовнішні – ступінь сприяння політики держави, рівень гостроти конкуренції на відповідному зовнішньому ринку;

– внутрішні – конкурентоздатність продукції; рівень інноваційності, ефективності та ступінь використання наявних у підприємства ресурсів.

Основною причиною низького рівня конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств на зовнішніх ринках є низька ефективність виробництва їхньої продукції, що, у свою чергу, значною мірою пов'язано із низькою ефективністю виробництва молока як сировини внаслідок низької продуктивності праці у молочному скотарстві та низької продуктивності тварин, що також ж наслідками відповідних чинників – поганої кормової бази, роздрібненості молочного скотарства по індивідуальних власниках тварин, відсутності крупного молочного виробництва тощо. Коефіцієнт DRC (Domestic Resources Costs)¹ для коров'ячого молока становить в Україні біля 1,2 і свідчить про низьку міжнародну конкурентоспроможність даної продукції.

Така ситуація дозволяє погодитись із існуючою в економічній літературі думкою про те, що у молокопродуктовому секторі економіки України має місце наскрізна відсталість – від виробництва молока до його переробки і реалізації, оскільки виробництво молока за часи реформування економіки з потужних молочних товарних ферм і молочних комплексів із можливістю застосування найновітніших промислових технологій та зооветеринарного захисту змістилось на подвір'я населення з примітивними умовами утримання худоби і відсутністю санітарно-гігієнічних умов. І це говорить про те, що для забезпечення відносно високих конкурентних позицій молокопереробних підприємств на зовнішніх ринках потрібно, щоб ефективним був весь ланцюг: «виробництво - переробка – збут» [4, с. 98]. Є сенс також погодитись із тим, що виходити на зовнішній ринок і намагатись займати на ньому конкурентоспроможну позицію можуть лише підприємства, що виробляють конкурентоспроможну продукцію [1, с. 55].

Існуюча ситуація із виробництвом молока утруднює функціонування молокопереробних підприємств, оскільки в середньому по країні лише 33% молокоси-

ровини вони одержують від сільськогосподарських підприємств, а решту – від господарств населення, якість молока у яких є надзвичайно низькою. А при тому, що, наприклад, у Львівській області практично 95% молока виробляється у господарствах населення, можна собі уявити труднощі, які мають молокопереробні господарства цього регіону із забезпеченням себе сировиною. ЗАТ «Галичина» возить молоко на переробку для своїх підприємств і з Волинської, і з Тернопільської, і навіть із Хмельницької областей, з тим, щоб мати змогу виробляти висококонкурентну якісну молочну продукцію. В середньому молокосировина від господарств населення у межах області, що надходить на молокопереробні підприємства Львівської області, становить 57%. 28% молокосировини надходить на підприємства Львівської області із інших областей. ЗАТ «Галичина» забезпечує себе молоком населення Львівської області на 30%, агроформування області дають можливість забезпечити лише 1,4% потреби. Більше 60% молока підприємство закупляє у інших областях [розрахунки на основі даних 2, с. 105].

Домогтись підвищення ролі господарств населення у забезпеченні молокопереробних підприємств молокосировиною можливо лише шляхом створення молочних збутових кооперативів, у яких можна встановити контроль за якістю цієї сировини. При цьому слід враховувати, що й цей шлях може бути тимчасовим, оскільки індивідуальний сектор у виробництві молока не може мати далекої перспективи через свою не технологічність, неможливість механізації виробничих процесів високу трудомісткість продукції і низьку якість молока.

Висновки. Формування стійкої конкурентоздатної позиції України на зовнішніх ринках молочної продукції вимагає від молокопродукуючих та молокопереробних підприємств швидких темпів поліпшення їхнього експортного потенціалу на основі модернізації устаткування та технологій, підвищення кваліфікації свого менеджменту та інноваційності технологічних процесів, формування стабільних сировинних зон із якісною сировиною та низькими транспортними витратами на її доставку на переробку, створення стабільної мережі збуту, створення нових торгових марок продукції високої якості, залучення зовнішніх інвестицій, використання сучасного маркетингу та реклами. Формування тактики розвитку участі вітчизняних молокопереробних підприємств у зовнішньому молокопродуктовому ринку повинно здійснюватись на основі забезпечення власного виробництва сировини та продовольства і охоплювати всі сфери продовольчого ринку. Стратегія ж розвитку участі вітчизняних молокопереробних підприємств у зовнішньому молокопродуктовому ринку повинна базуватись на забезпеченні молокопродукцією населення країни на основі досягнення високого рівня економічної ефективності виробництва сировини та продукції її переробки, стабільності функціонування продовольчого ринку з метою підвищення рівня продовольчої безпеки країни та підвищення рівня добробуту її населення

¹ - даний показник дорівнює реальній вартості внутрішніх ресурсів, що потрібні для збереження або одержання одиниці іноземного обміну; при розрахунку DRC порівнюються альтернативні витрати внутрішнього виробництва (тобто вартість використаних основних ресурсів – землі, праці та капіталу – і неторгових ресурсів) з доданою вартістю у цінах на кордоні [6, с.131].

і формування потужного експортного потенціалу молокопереробних підприємств на основі максимізації можливого споживчого ефекту як співвідношення якості до ціни даної продукції на зовнішньому її ринку.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Авксентієва І.В. Оцінка експортного потенціалу підприємства / І. В. Авксентієва // Економіка та держава. - 2006.- №4.- С.55-57.
2. Войтович Н. В. Планування організації закупівель сировини молокопереробними підприємствами Львівської області / Н. В. Войтович // Економіка АПК.- 2006.- №11.- С.103-106.
3. Олексюк О.І. Вплив глобалізації на результативність соціально-економічного розвитку України / О.І. Олексюк // Економіка та держава. - 2009.- №2.- С.15-19.
4. Карпенко М.О. Конкурентоспроможність і експорт молочної продукції в Україні / М. О. Карпенко // Економіка АПК.- 2006.- №11.- С.99-102.
5. Кваша С. М., Жемойда О. В. Конкурентоспроможність виробництва яловичини на зовнішньому ринку / С. М. Кваша // Економіка АПК.- 2003.- №5.- С.121-126.
6. Лука О. Ф. Міжнародна конкурентоспроможність сільськогосподарського виробництва в Україні / О.Ф. Лука // Економіка АПК.- 2004.- №5.- С.131-138.
7. Чернявський А. А., Стороженко Л.О., Гаврилюк А.М. Сучасні підходи до визначення сутності конкурентноздатності національної економіки // А. А. Чернявський // Економіка та держава. - 2005.- №5.- С.33-37.

УДК 339.923

ТОРГОВО-ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ

Шеремет О. В.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу

Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент Прохорова М. Е.

Анотація. Україна має торговельно-економічні контакти з країнами Північної Африки, що характеризуються позитивною динамікою, але невеликим обсягом. Україна експортує до країн субрегіону переважно товари групи традиційного українського експорту, а імпортує як товари, аналогів яких немає в Україні, так і товари високотехнологічних груп. Ринки країн Північної Африки є привабливими для України, оскільки мають потенціал для розвитку та ніші для збільшення присутності українських товарів, які є на них конкурентоспроможними.

У статті дана оцінка розвитку зовнішньої торгівлі між Україною та країнами північної Африки.

Ключові слова: зовнішня торгівля, зовнішньоторговельні зв'язки, мито, експортно-імпортні операції, СОТ.

За широкою класифікацією ЮНКТАД до країн Північної Африки відносяться Алжир, Єгипет, Лівія, Марокко, Судан та Туніс. Деякі дослідники до країн субрегіону відносять також і Мавританію. Отже, за даними країнами і буде розглянута зовнішня торгівля України.

Abstract. Ukraine has trade and economic ties with the countries of North Africa, which characterized by a positive trend, but a small amount. Ukraine exports to the subregion mainly products of traditional Ukrainian exports and imports as goods which have no analogues in Ukraine, as well as high-tech products groups. North Africa is attractive for Ukraine, because it has the potential for growth and niches for increasing the presence of Ukrainian goods that are competitive there.

In the article assessed the bilateral trade between Ukraine and the countries of North Africa.

Keywords: foreign trade, foreign trade relations, duty, export-import operations, WTO.

Постановка проблеми. Україна з часів СРСР була присутньою на ринках Африканського континенту, але за роки незалежності втратила свої позиції на ринки субрегіону можна переорієнтувати продукцію, доступ якої на ринки Російської Федерації блокується на державному рівні, яка також відноситься до груп традиційного українського експорту. Україна може посилити свою присутність на ринках субрегіону шляхом збільшення обсягу експорту товарів, що відносяться до більш високотехнологічних груп, що також позитивно вплине на розвиток національної економіки України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням та визначення перспектив у розвитку зовнішньої торгівлі між Україною і країнами Північної Африки приділяють багато уваги різні міжнародні організації, інститути; цьому питанню присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, експертів-економістів тощо. Серед українських науковців можна відзначити праці Т. Анакіної, О. Біленького, В. Бондаренко, І. Бураківського, Д. Вітра, В. Власова, О. Коломієць, В. Копійки, М. Кулінич, П. Луцишина, В. Манжолі, В. Мартинюка, Е. Молчанова, І. Пасічника, А. Поручника, О. Руденко, П. Саблук, О. Сушка, Н. Татаренко, С. Федонюка, В. Халаджи, Л. Чекаленко, А. Чер-

па, В. Чужикова, Н. Яковенка та інших. Серед зарубіжних – Б. Баласса, С. Гранта, М. Емерсон, М. Кремену.

Цілі статті. Проаналізувати та дати оцінку розвитку зовнішньої торгівлі між країнами Північної Африки і Україною.

Основні результати дослідження. Розглядаючи зовнішньоекономічну стратегію України, можна говорити, що Україна після розпаду СРСР втратила африканські ринки збуту, у тому числі й ринки країн Північної Африки. Частка країн Північної Африки у зовнішній торгівлі України є невеликою (див. табл. 1.1). Так у 2004-2013 рр. частка експорту до країн Північної Африки у сукупному експорті України поливалася у межах 2,84-5,21%, найвищого значення досягла у 2012 році; імпорту у межах 0,1-0,27%, найбільше значення у 2013 році.

Таблиця 1.1

Частка країн Північної Африки у зовнішній торгівлі України (%)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Експорт	3,57	4,63	3,95	3,39	3,60	3,80	3,38	2,84	5,21	4,84
Імпорт	0,10	0,14	0,17	0,14	0,12	0,15	0,16	0,18	0,25	0,27

Примітка. Розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

Втрата африканських ринків, а особливо ринків-субрегіону Північної Африки є неприпустимою з огляду на те, що за прогнозами експертів Африканський континент має гарні перспективи у першій половині ХХІ століття перетворитися на регіон, що розвивається надзвичайно швидкими темпами. З іншого боку, сьогодні боротьба за ринки збуту Африки, її колосальні сировинні ресурси досягла нечуваної гостроти. Такдонедавня лідером у цій боротьбі був Китай, а сьогодні його вже наздоганяють США та ЄС [3, с. 53]. Відповідно до цієї боротьби повинна долучитися й Україна, що прагне до зміцнення своїх позицій у світі.

Зовнішньоторговельні зв'язки України з країнами Північної Африки у цілому посилюються з року в рік, зростає й обсяг товарообігу, навіть, незважаючи на складну ситуацію у країнах Північної Африки, що спричинена продовженням збройних протистоянь та громадянських конфліктів в окремих країнах субрегіону. Обсяг експортно-імпорتنних операцій поступово зростає, хоча спостерігається його скорочення у періоди світових економічних криз та послаблення економічної активності у загальносвітових масштабах (див. рис. 1.1).

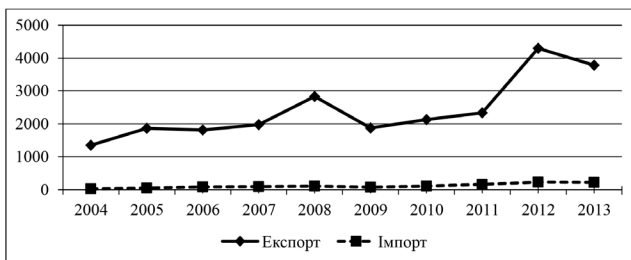


Рис. 1.1. Динаміка зовнішньої торгівлі України з країнами Північної Африки у 2004-2013 рр. (у млн. дол. США)

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

За результатами 2013 року обсяг українського експорту до країн Північної Африки склав 3785,7 млн. дол. США, хоча скоротився на 506,1 млн. дол. США у порівнянні з 2012 роком. У 2013 році обсяг імпорту – 227,6 млн. дол. США, скорочення по відношенню до попереднього року становило 5,4 млн. дол. США. Обсяг зовнішньоторговельного обороту у 2013 році – 4013,3 млн. дол. США.

Сальдо зовнішньої торгівлі України з країнами Північної Африки є додатнім (див. рис. 1.2).

Обсяги зовнішньої торгівлі з окремими країнами Північної Африки є неоднаковими (див. табл. 3.2). Найбільшим торговельним партнером України у даному субрегіоні є Єгипет, на який у 2013 році припадало 71,9% у структурі сукупного українського експорту у країни Північної Африки, і 60% у структурі сукупного імпорту. Розвиненими є торговельні зв'язки з Тунісом, Марокко, Лівією та Алжиром.

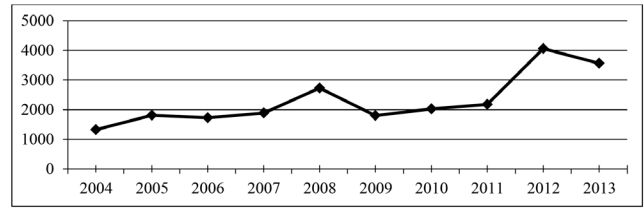


Рис. 1.2. Динаміка сальдо зовнішньої торгівлі України з країнами Північної Африки у 2004-2013 рр. (у млн. дол. США)

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Таблиця 1.2

Динаміка зовнішньої торгівлі України з окремими країнами Північної Африки у 2004-2013 рр. (у млн. дол. США)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Експорт										
Алжир	593,8	618,2	466,7	440,0	345,0	266,8	159,3	244,8	291,0	103,0
Єгипет	367,6	802,5	748,4	880,0	1560	1013,3	1328	1335,6	2898,3	2720,6
Лівія	33,3	64,0	150,1	180,4	124,9	195,8	201,5	107,6	296,2	273,8
Мавританія	8,5	16,9	16,6	23,5	21,5	13,7	11,8	10,0	11,6	17,1
Марокко	162,6	128,4	166,3	177,4	256,0	126,1	103,5	234,0	363,0	297,7
Судан	47,7	51,3	37,0	32,2	39,1	69,0	96,5	137,0	114,9	75,0
Туніс	141,8	186,9	227,3	244,0	490,0	188,8	232,0	266,7	316,8	298,5
Імпорт										
Алжир	3,9	5,0	1,3	5,0	8,2	0,7	4,9	26,4	14,9	18,5
Єгипет	20,3	37,0	43,2	77,5	90,9	61,7	84,2	104,6	142,8	136,7
Лівія	0,0	1,1	0,5	0,2	0,0	0,3	0,3	0,2	3,5	0,2
Мавританія	0,3	5,8	2,0	3,0	4,7	5,3	6,3	6,4	6,0	3,6
Марокко	3,3	5,1	3,3	3,6	6,0	4,1	9,2	17,0	64,6	53,8
Судан	0,2	0,1	0,1	0,3	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,8
Туніс	1,7	0,5	33,8	1,4	2,5	2,9	3,6	8,1	0,9	14,0

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Характеристика структури зовнішньої торгівлі України з країнами Північної Африки представлена у табл. 3.3 та у додатку В. У табл. 3.3 наведено узагальнені результати, тобто представлені товарні групи, частка яких у експортно-імпортному потоці України з окремою країною Північної Африки є значною. Безпосередньо зазначено й частки товарних груп: першою – частка у 2012 році, другою – у 2013 році. За 100% було прийнято експортний чи імпорتنний потік між Україною та окремою країною Африки. Для Південного Судану представлені дані тільки за 2013 рік, оскільки у 2012 році Україна не розглядала його як окрему країну, оскільки результати референдуму про його незалежність знаходилися тільки на стадії імплементації у фактичну дійсність.

З табл. 1.3 видно, що у структурі експорту України до країн Північної Африки переважають товарні групи традиційного експорту України. До них відносяться: чорні метали, жири та олії тваринного або рослинного походження, зернові культури, продукція машинобудування, насіння, плоди олійних рослин, добрива.

Цікавою є тенденція до зацікавленості країн Північної Африки у таких товарах, як молоко та молочні продукти, яйця птиці, натуральний мед, м'ясо та їстівні субпродукти. Інтерес даних груп товарів полягає у тому, що у зв'язку із загостренням політичних та економічних відносин між Україною та Російською Феде-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

рацією за п'ять місяців 2014 року скоротився товарообіг між країнами, а представники Російської Федерації, які мають відповідні повноваження, виступали із заявами щодо необхідності повної заборони ввезення на територію країни молочних продуктів з України, а також м'яса. У таких умовах для України є привабливими ринки країн Північної Африки, на які можна переорієнтувати потоки товарів українського виробництва, які стали не затребуваними на ринках Російської Федерації, враховуючи, що на товари груп традиційного експорту України є попит в країнах Північної Африки, а також є наявним потенціал для збільшення товарних потоків та відповідна необхідність.

Таблиця 1.3
Характеристика експортно-імпортних операцій України з країнами Північної Африки у 2012-2013 рр.

Країна	Експорт	Імпорт
Алжир	Жири та олії тваринного або рослинного походження (65,5%; 61%) Зернові культури (21,2%; 16,8%) Чорні метали (0%; 4,8%) Електричні машини (2,7%; 1,4%) Реактори ядерні, котли, машини (1,3%; 1,9%)	Сіль, сірка, землі та каміння (85,4%; 89,7%) Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні (0%; 2,9%) Взуття (0%; 2,8%) Інші готові текстильні вироби (0%; 1,7%) Какао та продукти з нього (1,5%; 1,1%)
Єгипет	Зернові культури (49,7%; 37,7%) Жири, олії тваринного або рослинного походження (17,7%; 13,1%) Чорні метали (23,9%; 38,9%) Насіння, плоди олійних рослин (3,8%; 4,5%)	Їстівні плоди та горіхи (44,9%; 63,1%) Електричні машини (2,9%; 4,4%) Одяг, речі до одягу (2,6%; 4,3%) Пластмаси, полімерні матеріали (3,7%; 4,2%) Руди, шлаки і зола (3,9%; 2,7%) Овочі (1,5%; 2,4%) Насіння, плоди олійних (1,9%; 1,2%) Скло, вироби зі скла (1,4%; 1,8%)
Лівія	Зернові культури (90,2%; 81,3%) Чорні метали (6,8%; 13,2%)	Одяг, речі до одягу (49,4%; 24,7%) Взуття (0%; 25,5%) Засоби наземного транспорту, крім залізничного (0,7%; 19,1%) Фармацевтична продукція (0%; 3,9%)
Мавританія	Зернові культури (85,6%; 25,2%) Добрива (0%; 49,9%) Чорні метали (1%; 22,1%) Молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед (4,2%; 1,7%)	Риба і ракоподібні (88,2%; 98,8%) Залишки і відходи харчової промисловості (9,8%; 1%)
Марокко	Зернові культури (59,6%; 20,6%) Продукти неорганічної хімії (21,5%; 29,5%) Залишки і відходи харчової промисловості (9,6%; 14,3%) Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки (1,1%; 19,1%) Добрива (2,5%; 8,9%)	Риба і ракоподібні (10,7%; 25,4%) Засоби наземного транспорту, крім залізничного (0%; 22,0%) Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки (41,3%; 14,4%) Одяг, речі до одягу (8,8%; 12,5%) Електричні машини (2,7%; 6,5%) Сіль; сірка; землі каміння (27,5%; 5,4%) Взуття (2,6%; 4,4%) Овочі (0,8%; 2,2%)
Південний Судан	Реактори ядерні, котли, машини (84,5%) М'ясо та їстівні субпродукти (7,2%) Літальні апарати (2,7%)	-
Судан	Жири, олії тваринного або рослинного походження (35,2%; 23,8%) Чорні метали (10,5%; 22,2%) Зернові культури (25,1%; 17,1%) Реактори ядерні, котли, машини (6,8%; 6,8%) Літальні апарати (1,5%; 3,3%) М'ясо та їстівні субпродукти (2,4%)	Реактори ядерні, котли, машини (42,8%; 54,7%) Насіння, плоди олійних (4,9%; 25,5%) Електричні машини (16,1%; 7,7%) Прилади та апарати оптичні, фотографічні (2%; 3,3%) Різні харчові продукти (5,0%; 2,5%) Літальні апарати (14,7%; 1,4%)
Туніс	Зернові культури (67,1%; 48,1%) Чорні метали (20,6%; 40,1%) Продукти неорганічної хімії (8%; 3,5%) Жири, олії тваринного або рослинного походження (0,7%; 1,7%)	Одяг, речі до одягу (14,7%; 32,3%) Електричні машини (38,3%; 21,8%) Їстівні плоди та горіхи (13,3%; 14%) Взуття (15,7%; 13,6%) Реактори ядерні, котли, машини (2,4%; 2,2%) Шелак природний (3,9%; 1,1%)

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Україна імпортує з країн Північної Африки переважно одяг та додаткові речі до одягу, як текстильні, так і трикотажні, інші готові текстильні вироби, взуття, сіль, сірку, землі та каміння, какао, їстівні плоди та горіхи, овочі, руди, шлаки та зола, скло, раків та ракоподібних, палива мінеральні, нафту та продукти її перегонки. Усе перелічене можна розділити на дві групи: товари, аналогів яких немає в Україні чи обсяги виробництва є недостатніми (какао, раки, нафта тощо); товари легкої промисловості. Україна зацікавлена у скороченні імпорту товарів легкої промисловості. Оскільки має власні ви-

робничі потужності, які при їх моральній модернізації (зокрема якістю товари українського виробництва практично не поступаються, тоді як проблемою є їх відповідність модним тенденціям) можуть скласти достойну конкуренцію товарам з країн Північної Африки, на території яких розміщені потужності ТНК з виробництва товарів легкої промисловості, з материнськими компаніями у розвинених країнах. Тоді як Україна є зацікавленою у імпорті товарів, аналогів яких немає в Україні чи є недостатньо [6].

З країн Північної Африки також імпортуються електричні машини, засоби наземного транспорту, крім залізничного, фармацевтична продукція, реактори ядерні, котли, машини, літальні апарати. Дані групи товарів відносяться до категорії високотехнологічного експорту. Тобто Україна, яка прагне до зміцнення позицій на світовому ринку та включення до числа промислово розвинених країн, зацікавлена у тому, щоб перейти до політики імпортозаміщення за даними групами товарів.

Україна починає відчувати позитивні наслідки від приєднання до СОТ у торгівлі з країнами Північної Африки, як і з іншими країнами світу у цілому. Очікується, що у подальші роки позитивні економічні ефекти від членства України у СОТ будуть тільки зростати. Зокрема у 2013 році повною мірою закінчився перехідний період, який надавався Україні після вступу до СОТ для пристосування до нових умов побудови зовнішньоекономічних відносин з торговельними партнерами. Отже, Україна повністю перейшла до застосування тарифів визначених у рамках Угоди про вступ України до СОТ (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4
Ставки імпортного мита в режимі найбільшого сприяння в Україні до і після вступу до СОТ (%)

	Промислові товари	Сільськогосподарські товари	По всій номенклатурі
Середньорифметична ставка при РНС			
До змін митних тарифів у 2005р.	8,29	19,71	10,47
На момент набуття членства у СОТ	4,4	13,83	6,51
Кінцева зв'язана РНС ставка			
До змін митних тарифів у 2005р.	4,85	11,16	6,28
Середньозважена ставка при РНС			
До змін митних тарифів у 2005р.	6,7	21,1	7,77
На момент набуття членства у СОТ	6,11	18,19	7,02
Кінцева зв'язана РНС ставка	4,77	10,07	5,09

Джерело: Гончарук А. Регіональна торговельно-економічна інтеграція України та ЄС: стан, проблеми і перспективи / А. Гончарук, О. Усенко // Міжнародна економічна політика. – 2010. – Вип. 1-2. – С. 103

Враховуючи, що велику частину імпорту з країн Північної Африки до України складають сільськогосподарські товари, аналогів яких або не вирощують в Україні, або їх обсяги є недостатніми, скорочення ставки митного тарифу потенційно призведе до активізації торговельних відносин між країнами та зменшення ціни на дані групи товарів в Україні. Зменшення ставок за іншими групами товарів є менш сприятливим для України, оскільки це скорочує можливості України для розвитку національних товаровиробників у даних галузях.

Ринки країн Північної Африки є надзвичайно цікавими для України, оскільки на них затребуваними та

конкурентоспроможними є товари українського виробництва, а також Україна має потенціал до нарощування експортних потоків. Найближчими роками прогнозується динамічний розвиток країн субрегіону Північної Африки, тому буде наявним попит на збільшення українського експорту. У даному контексті відновлення країн після громадянський повстань, війн, і руйнувань, що були ними спричинені, автоматично зумовить попит на такі групи традиційного експорту України, як продукція металургії та машинобудування. За таких умов об'єктивно передумовою економічного розвитку України є збільшення її присутності в субрегіоні Північної Африки [5].

Країни Африки мають потенціал для збільшення української присутності на них за рахунок і нових груп товарів, які відносяться до більш високотехнологічних груп, ніж товари традиційного експорту України.

Україна як один з найбільших експортерів зброї у світі може збільшити й обсяг експорту зброї, не забуваючи про свої міжнародні зобов'язання, які регламентують продаж зброї у субрегіон. Значне зростання експорту зброї можливе тільки після стабілізації ситуації у субрегіоні.

Україна може використати традиційні зв'язки з країнами Африки для посилення свого іміджу та ролі як партнера ЄС на міжнародній арені, що може бути досягнуто шляхом започаткування нових заходів зі співробітництва з країнами Північної Африки в сферах енергетики, міграції, охорони довкілля, НДДКР, транспорту та зв'язку.

Україна має суттєві проблеми з енергетичною безпекою. Обмеженими є енергетичні ресурси країни. Протягом багатьох років простежується енергетична залежність від Російської Федерації, яка встановлює ціни на енергоносії в залежності не від економічної, а від політичної кон'юнктури. Так незважаючи на територіальну близькість України до свого основного імпортера енергоносіїв, ціни на них є вищими, ніж для країн Європи, що є більш віддаленими. Згідно з умовами газових контрактів європейські країни не можуть розголошувати ціну, але за даними ЗМІ у 2013 році середня європейська ціна за 1000 куб. м російського природного газу складала 382,5 дол. США, тоді як для України з урахуванням усіх знижок – 413,5 дол. США [4]. Ціни на природний газ для України встановлюються за домовленостями у межах довгострокових контрактів на постачання на умовах «бери або плати», а не за методом зваженого «кошику» енергоносіїв потенційних замінників. Постачання нафти та продуктів нафтопереробки також відбувається переважно з Російської Федерації.

Країни Північної Африки мають великі запаси нафти та природного газу, а також постачають на світовий ринок продукти нафтопереробки. Таким чином, Україна є зацікавленою у реалізації співробітництва з країнами субрегіону в енергетичній сфері. На шляху до співпраці є низка перешкод, основними з яких є значна віддаленість країн Північної Африки та відсутність відповідної інфраструктури для транспортування енерго-

носіїв до України. Так, навіть, реалізація співпраці НАК «Нафтогаз» з Єгиптомз отриманням у власність 18-19% сировини супроводжується проблемою транспортування [2, с. 200]. Суть проблеми полягає у тому, що високими є транзитні витрати під час доставки добутої нафти в Україну танкерами через турецькі протоки Босфор та Дарданелли. Немає й відповідної інфраструктури для транспортування природного газу, вирішенням проблеми може стати побудова терміналів приймання зрідженого/скрапленого газу й оренда танкерів для його транспортування. Отже, реалізація спільних проектів України та країн Північної Африки, які можуть призвести до підвищення енергетичної безпеки України та зменшення енергетичної залежності від Російської Федерації, можлива тільки у довгостроковій перспективі. У цілому, Україна може повною мірою взяти участь у розбудові спільної енергомережі між Марокко, Алжиром та Тунісом.

Актуальною для України є й гуманітарна співпраця з країнами Північної Африки. Пожвавлення наукових, освітніх, культурних, туристичних та інших обмінів може органічно сприяти зміцненню політичної та економічної присутності України на міжнародній арені, розв'язанню таких складних проблем, як міжнародна злочинність та тероризм, незаконна міграція, контрабанда наркотиків, «відмивання» капіталів, нелегальне переміщення культурних цінностей та ін.

Висновки. зовнішня торгівля України з країнами Північної Африки поступово розвивається, але її обсяги дуже малі, враховуючи потенціал ринків субрегіону та затребуваність на них товарів, що відносяться до груп традиційного українського експорту. Також на ринки країн субрегіону можна переорієнтувати продукцію, яка втратила російські ринки через загострення відносин між країнами. І, важливим напрямком співробітництва України з країнами Північної Африки є енергетична сфера, оскільки така співпраця може у довгостроковій перспективі покращити стан енергетичної безпеки, особливо в теперішній час.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончарук А. Регіональна торговельно-економічна інтеграція України та ЄС: стан, проблеми і перспективи / А. Гончарук, О. Усенко // Міжнародна економічна політика. – 2010. – Вип. 1-2. – С. 98-132.
2. Макух В. В. Україна і країни Магрибу: реалії та перспективи. Актуальні питання двостороннього співробітництва: збірка статей / В. В. Макух. – Одеса: Фенікс, 2010. – 244 с.
3. Швед В. Сучасні тенденції розвитку «Арабського пробудження» та їх вплив на реалізацію зовнішньоекономічної стратегії України на Африканському континенті / В. Швед // Зовнішні справи. – 2013. – №11. – С. 52-53.
4. Не по-братски. Во сколько европейцам обходится российский газ? [Електронний ресурс]. – Режим

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

доступу: <http://finance.bigmir.net/news/economics/48943-Ne-po-bratski--Vo-skol-ko-evropejcam-obhoditsja-rossijskij-gaz>

5. <http://www.me.gov.ua>. – офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

6. <http://www.ukrstat.gov.ua>. – офіційний сайт Державного комітету статистики України

7. <http://www.maghrebarabe.org>. офіційний сайт Союзу Арабського Магрибу

8. <http://unctadstat.unctad.org>. – офіційний сайт ЮНКТАД (статистична база).

УДК 338.26

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Шматковська Т. О., к. е. н, доцент кафедри обліку і аудиту

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Оліферчук К. С., студентка Інституту економіки та менеджменту

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

У статті розглядаються переваги і недоліки електронної комерції у вітчизняному сегменті глобальної мережі Internet як перспективу розвитку будь-якого підприємства, не зважаючи на його розмір і форму власності, а також перспективність залучення окремих користувачів та цілих компаній до Internet-торгівлі.

The article discusses the advantages and disadvantages of e-commerce in the domestic segment of the Internet as a global perspective of any company, regardless of its size and ownership, as well as the prospects of attracting individual users and entire company to Internet-trading.

Ключові слова: електронна комерція, мережа Internet, електронні гроші, інформаційні технології, переваги і недоліки електронної комерції, Internet-торгівля, нарощування обсягів продажу.

Keywords: e-commerce, the Internet, e-money, information technology, advantages and disadvantages of e-commerce, Internet-commerce, increase sales.

Вступ. Протягом останнього десятиріччя спостерігається чітка тенденція щодо стрімкого розвитку інформаційних технологій та нових методів ведення бізнесу в Україні, що призвело до зародження та пришвидшеного розвитку нової сфери підприємництва – електронної комерції. Не зважаючи на свою глобальність та відкритість, електронний бізнес все ж є агресивним середовищем підприємництва, в якому стратегія ведення бізнесу є ключовим моментом для досягнення головної цілі – отримання прибутку. Основною відмінністю електронної комерції, що відрізняє її від будь-якого іншого виду ведення бізнесу є швидке її функціонування, тобто мобільність. Але не зважаючи на стрімкий розвиток електронної комерції, вже на початковій стадії її зародження та розвитку в українському економічному просторі, існує значна кількість проблем у даній сфері, основні із них – порівняно невелика кількість вітчизняних користувачів Internet-мережею, а також недосконалість та часто відсутність належної законодавчо-нормативної бази, яка регулює діяльність бізнес-структур у глобальній мережі, нестача знань і кваліфікації користувачів, а також неповне поширення систем безготівкового розрахунку для приватних осіб.

Проблеми електронної комерції знайшли своє відображення як в періодичній пресі, так і в окремих Internet-виданнях, але питання організації бізнес-процесів на основі використання принципів електронної комерції підприємцями і раніше висвітлені недостатньо. Дослідженням комерційної діяльності підприємств в умовах використання сучасних інформаційних техно-

логій присвячені роботи як вітчизняних, так і зарубіжних учених: О. Азаряна, О. Амоші, Г. Багієва, І. Балабанова, Л. Балабанової, А. Балабаниць, В. Забродського, В. Казієва, А. М. Береза [1], А. Канчавелі, М. Кизима, О.І. Шалева [9], М. Крістофера, Н. Куденка, Т. Клебанової, А. Колобова, С. Кондрашова, Ю. Лисенка, В. Макарова [4], М. Месаровича, Дж. Неймана, В. Пономаренка, Дж. Форестера, Н. Чухрай та ін.

Однак, враховуючи відносно тривалий час використання електронної комерції в Україні кількість публікацій, присвячених дослідженню діяльності підприємств за допомогою інформаційних технологій, незначна.

Поряд з тим, повною мірою не проводився аналіз існуючих економічних та нормативно-правових проблем, що постають перед вітчизняними суб'єктами підприємницької діяльності у галузі електронної торгівлі під час організації бізнес-процесів. Проведений аналіз показав, що на цей час у торговельній практиці дане питання є недостатньо вивченим, хоча потреба у цьому, з огляду на стрімкий розвиток електронної торгівлі є нагальною і важливою.

Мета статті. Метою статті є вивчення переваг та недоліків процесу впровадження електронної комерції в економічний простір України в аспекті налагодження бізнес-процесів, спрямованих на нарощування обсягів реалізації продукції підприємств в нинішніх умовах ведення господарської діяльності.

Постановка проблеми. У сучасних умовах українського економічного простору основними для під-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

приємств стають інноваційний розвиток і впровадження Інтернет -технологій у виробничу діяльність для забезпечення процесу зростання їхньої конкурентоспроможності на ринку. Спостерігається широке використання Інтернет-технологій в усіх сферах економічної діяльності, - продаж, маркетинг, фінансовий аналіз, здійснення платежів, пошук контрагентів та ін. Тому таке глобальне втілення інформаційних технологій в усі сфери діяльності підприємств привело до появи нових форм електронної комерції – оптового й роздрібною продажу товарів і послуг з використанням електронних магазинів і торговельних майданчиків, що функціонують на основі комунікацій і служб глобальної комп'ютерної Інтернет-мережі.

Тому актуальність даної теми обумовлена тим, що з кожним роком вплив досягнень електронних інформаційних технологій на розвиток світового економічного простору зростає. Цей процес безпосередньо веде до появи і розвитку електронного бізнесу, і в остаточному підсумку, до істотної зміни всієї системи економічних та управлінських відносин.

Виклад основного матеріалу. В нинішніх умовах господарювання торгівля через Інтернет стала одним із ключових сегментів національних економік більшості промислово-розвинених країн світу і багатьох країнах, що розвиваються. Серед роздрібних та оптових продавців спостерігається стійкий інтерес до електронної комерції, що виражається у конкретних діях щодо забезпечення ефективності роботи з невпинно зростаючим потоком споживачів. Таким чином, суспільство переходить на новий етап розвитку, де визначну роль відіграє інформація та сучасні інформаційно-комунікаційні технології [4, с. 125].

За невеликий проміжок часу електронна комерція стала одним із сегментів світової економіки, який найбільш динамічно розвивається. Не пасуть задніх і українські Інтернет-компанії, оскільки електронна комерція є перспективним видом діяльності, який не потребує значних витрат, порівняно з традиційними видами господарської діяльності. Крім того, існує можливість ведення бізнесу в країнах із найбільш сприятливим податковим кліматом.

Протягом двох останніх років ринок української електронної комерції активно розвивається, все більше людей стають постійними користувачами мережі Інтернет.

Відповідно до досліджень компанії Геміус розмір аудиторії в Україні станом на червень 2014 року склав близько 18, 8 мільйона користувачів віком старше 14 років. Порівняно з аналогічним періодом 2013 року, даний показник зріс більше як на 2 млн., або на 12% [2]. Поряд із динамічно зростаючою Інтернет-аудиторією, активно зростає і кількість Інтернет- ресурсів різних тематик та конфігурацій. Незважаючи на величезну конкуренцію, в першу двадцятку не ввійшов жоден спеціалізований новинний проект. Це говорить про те, що українські користувачі найчастіше відвідують мережу з метою отримання інформації та задля розваг. П'ятірка лідерів

вже кілька років залишається незмінною: google.com, vk.com, mail.ru, yandex.ua, youtube.com. перше ж місце у другій п'ятірці належить знаменитій енциклопедії wikipedia.org, також у десятці знаходиться Інтернет-магазин електроніки Розетка (Rozetka.com.ua). На рис.1 зображено список основних «гравців» на вітчизняному Інтернет – ринку.

У даному рейтингу лише 8 вітчизняних проектів, а перші 9 позицій займають сайти іноземного походження (Російська Федерація та Сполучені Штати Америки). Також цікаво відзначити питому вагу пошукових систем, які раніше були дещо іншими: за реалій сучасності охоплення Google становить 70,6%, Vkontakte – 62,8% і 51,6% Mail.ru (рис. 1).

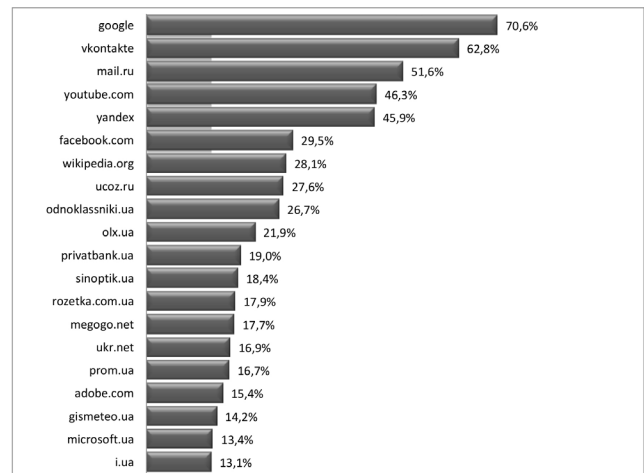


Рис. 1. Топ-20 сайтів, що користуються найбільшою популярністю в українському середовищі Інтернет-технологій*

*Розроблено авторами на основі джерел [3,4].

Обсяг ринку електронної комерції станом на жовтень 2014 року становив 1,95 млрд. доларів, а середні річні витрати одного Інтернет – покупця становлять 784 доларів. Таким чином близько 2,1 млн українців є Інтернет-користувачами. Про це свідчать дані дослідження ринку електронної комерції в Україні за 2014 рік, які представили фінансові компанії Morgan Stanley Research, Fintime за підтримки Forbes.us, Gemius Україна, InMid, ІНАУ. Результати дослідження викладені на сайті Інтернет асоціації України (ІНАУ) [3].

Зростання ринку електронної комерції в Україні протягом 2014 року становило від 35% до 55%, така неточність викликана рядом факторів, серед яких велика частка готівкових розрахунків, наявність великої кількості маленьких Інтернет – магазинів, вирахувати кількість яких дуже складно.

Однак, не дивлячись на таке зростання електронної комерції, доля роздрібною торгівлі через Інтернет в загальних обсягах роздрібних продажів поки що незначна, оскільки становить 1,5%, проте потенціал зростання є надзвичайно великий [5, с. 37].

В Україні поки 85% покупок оплачуються при отриманні готівкою, і це не є непереборним бар'єром

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

розвитку електронної комерції, хоча це і відбивається на підвищених витратах продавців. Розвиток способів оплати Internet- покупок є динамічним. Адаже з появою електронної комерції значна увага відводиться особливостям руху фінансових потоків в Internet з точки зору їх безпеки та надійності. На сьогодні спостерігається стрімкий розвиток фінансових послуг в Internet, які надаються різними комерційними та фінансовими установами. До таких послуг можна віднести:

- Internet-банкінг – система надання банківських послуг клієнтам, що забезпечує можливість здійснення стандартних банківських операцій через Internet;
- Internet-трейдинг – система надання фінансовим інститутам можливості здійснення ефективних операцій з фінансовими інструментами на фінансових ринках;
- Internet-страхування – забезпечення процесу оформлення, оплати та придбання страхових полісів, отримання страхових премій через Internet та ін. [4, с. 29].

Тому можна впевнено сказати, що основним бар'єром, яким заважає Internet-аудиторії купувати і оплачувати покупки online є недосвідченість у користуванні Internet і, як наслідок, недовіра. Тому щоб Internet-шопінг став масовим явищем, необхідний час, протягом якого аудиторія звикне до можливостей Інтернету.

Електронна комерція, безумовно, має велике майбутнє, так як електронні ринки більш ефективні при створенні нових товарів і послуг на основі інформації, що надходить, незамінні в пошуці клієнтів і партнерів по всій земній кулі. Вона змінить звичні для нас бізнес, ділові операції і товари (послуги), точно так само, як телефон, телебачення, факс і електронна пошта змінили стиль взаємодії між фірмами та споживачами. Електронна комерція володіє багатьма перевагами і тому стає все більш популярною.

Отже, до основних переваг електронної комерції можемо віднести наступне:

- оперативність отримання інформації, особливо при міжнародних операціях;
- зниження невиробничих витрат (торгових витрат, витрат на рекламу, витрат, пов'язаних з сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);
- скорочення циклу виробництва та продажу, оскільки відпадає потреба повторного підтвердження інформації та знижується вірогідність помилок при введенні інформації;
- значне зниження затрат пов'язаних з обміном інформацією, за рахунок використання більш дешевих засобів телекомунікації;
- більша відкритість компаній до споживачів [1, с. 85].

Однак, незважаючи на вище перелічені переваги, електронна комерція має ряд недоліків, що призводять до гальмування її розвитку.

Основними недоліками у сфері електронної комерції є:

- недостатня безпека даних, що передаються через Internet – комп'ютерні підробки і шахрайство та

порушення таємниці особистого життя в умовах можливості чіткої фіксації хто, що, коли і в кого купував;

- недостатня якість комунікацій (розвиток мережі комунікацій, мала пропускна спроможність каналів та низька швидкість передачі інформації), особливо характерна для вітчизняного сегмента електронної комерції;
- мале поширення автоматизованих систем управління виробничою, торговельною, фінансовою діяльністю корпоративного рівня;
- невизначеність реального існування контрагента;
- незнання правил ведення іноземного бізнесу;
- відсутність в окремих випадках універсальних стандартів взаємодії та сумісності при роботі в глобальній мережі
- невизначеність ряду юридичних та фінансових питань, зокрема щодо захисту прав інтелектуальної власності та прав споживачів, вимог до форми угод, їх юрисдикції і відповідальності за неналежне виконання, захисту інформації, регулювання криптографії, тарифів на виконання операцій, оподаткування угод та митних тарифів [10, с. 14].

Висновки. Електронна комерція нині розглядається не лише як сектор інформаційної галузі економіки, а й як перспектива розвитку будь-якої компанії, незважаючи на її розміри та форму власності.

Аналіз сучасного стану електронної комерції в Україні показав, що значна частина українських потенційних покупців ще не цілком готова до переходу ведення бізнесу через Internet. В Україні ще не достатньо розроблена науково-практична база розвитку електронної комерції. Проте динаміка розвитку даного ринку демонструє позитивні результати, чому сприяють плюси впровадження електронної комерції в економічний простір.

Таким чином, за результатами оцінювання позитивних та негативних аспектів електронної комерції, можна з впевненістю стверджувати, що переваги цього виду реалізації продукції, товарів, робіт та послуг є значно суттєвішими, аніж її недоліки.

Формування вдалої стратегії щодо нарощування бізнес-процесів в аспекті розвитку електронної комерції, зокрема вирішення технічних питань та зміцнення до неї довіри клієнтів може змінити нинішній стан і допомогти електронній комерції адаптуватися до мінливих потреб ринку.

Об'єктивна оцінка всіх «за» і «проти» дозволить заощадити час і уникнути необґрунтованих витрат надалі, адже ті, хто прорахував власні кроки і після цього вийшов в мережу – можуть одержати приголомшливі результати.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку вбачаємо у глибшому вивченні особливостей застосування електронної комерції та мережі Internet щодо розвитку маркетингових каналів збуту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Береза А. М. Електронна комерція : навч. посібник / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Шевченко та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 326 с.
2. Інтернет асоціація України [Електронний ресурс]. – Режим доступу з: <http://www.inau.org.ua/ru.phtml>
3. Інтернет-дослідження компанії Gemius Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу з: <http://gemius.com.us>
4. Макарова М. В. Електронна комерція : посібник для студентів вищих навчальних закладів / М. В. Макарова. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2002. – 272 с.
5. Меджибовська Н. К. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. К. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – №61. – С. 36-41.
6. Оліферчук К. С. Імплементация електронної комерції в український економічний простір: переваги та недоліки // К. С. Оліферчук, Т. О. Шматковська // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Фінансова інфраструктура: формування, проблеми та перспективи розвитку в умовах інноваційної економіки», 2014. – С. 113-114
7. Плескач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
8. Плескач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К. : Видавничий центр «Знання», 2007. – 535 с.
9. Тедеєв А. А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение / А. А. Тедеєв. – М. : Приор-издат, 2002. – 224 с.
10. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посібник / О. І. Шалева – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Юрченко Ю.І.,
магістр МНАУ

У статті проаналізовано сучасний стан ринку екологічної продукції в Україні та розглянуто процес функціонування такого ринку в інших країнах світу. Встановлено гальмівні фактори розвитку та способи вдосконалення ринку екологічної продукції в Україні. Обґрунтовано важливість покращення стану та необхідність державної підтримки виробників екологічної продукції.

Ключові слова: екологічний, виробництво, продукція, продовольча безпека, ринок.

This paper examines the current state of the market of ecological products in Ukraine and discussed the process of market functioning ecological products in the world. Established brake factors for ways to improve and market environmentally friendly products in Ukraine. The importance and urgency of improving the condition of state support for producers of organic products.

Keywords: environmental, manufacturing, production, food safety, market.

Постановка проблеми. Сьогодні ринок органічної продукції в Україні перебуває на стадії становлення. Екологічні проблеми, пов'язані з виснаженням та забрудненням земельних ресурсів, зменшенням родючості ґрунтів, розвитком ерозії, що значно знижує агротехнічний потенціал земель та, з іншого боку, зростаючі вимоги споживачів до харчових продуктів, їх цінності та придатності до споживання стимулюють потребу у виробництві якіснішої та кориснішої сільськогосподарської продукції. Постає питання розроблення екологічно безпечніших моделей сільськогосподарського розвитку, промислового перероблення продукції і, відповідно, підвищення її якості.

Потенціал органічного землеробства в Україні є одним із найбільших у світі, зважаючи на високу природну родючість ґрунтів, відносно невисокий рівень забруднення полів агрохімікатами, дешеву робочу силу. Згідно з рішенням ФАО, Україну віднесено до числа держав, які в майбутньому можуть стати світовими донорами продовольства, у тому числі й органічних продуктів харчування. Орієнтація України на зовнішній ринок передбачає створення її іміджу, у тому числі через нарощування потужностей екологічної продукції, що передбачає розвиток ринку екологічного виробництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вітчизняними та зарубіжними вченими приділяється багато уваги вивченню та дослідженню даного питання. Серед вітчизняних вчених вивченням зарубіжного досвіду впровадження екологічного землеробства займаються В.В. Підліснюк, В.І. Артиш, М.І. Кобець, П.В. Писаренко, В.Ф. Сайко, Б.В. Буркинський, Є.В. Милованов, Т.О. Зайчук, Т.Г. Дудар та інші. Актуальність подальших досліджень пов'язана з необхідністю дослідженням розвитку ринку екологічно чистої продукції з метою забезпечення продовольчої безпеки країни.

Постановка завдання. Оцінка перспектив розвитку ринку екологічної продукції в Україні та вивчення світового досвіду з метою забезпечення продовольчої безпеки, задоволення потреб споживачів в органічній

продукції та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище країни.

Викладення основного матеріалу дослідження. Останнім часом все більше сільськогосподарських виробників, представники органів управління сільським господарством, сфери освіти та науки, міжнародних проектів і програм акцентують увагу на органічному агровиробництві та органічних продуктах харчування. Фінансова криза, яка торкнулась України, вимагає перегляду старих орієнтирів та вироблення нових напрямів руху, які зумовлюють пошук стійких ніш в економіці глобалізованого світу. Поступова екологізація ринку продовольчих товарів, і постійно зростаючий інтерес у світі до цього виду продукції, зумовлює для України можливість виступити активним учасником у конкурентній боротьбі на ньому [1].

Категорія якості і безпеки харчових продуктів сьогодні є однією із центральних проблем формування продовольчої безпеки будь-якої держави. У кожній державі ринок безпечного продовольства має свою назву відповідно до технології виробництва. Так, безпечні продукти в Австрії, Німеччині, Швейцарії, Італії та Франції позначаються як біологічні (БІО-продукти); у Швеції, Норвегії, Данії та Іспанії – екологічні (ЕКО-продукти); в Австралії, Англії, США, Грузії та Росії – органічні (ORGANIC-продукти); у Канаді – органічні, біодинамічні продукти; у Фінляндії – природні, натуральні продукти, а в Естонії – як екологічно чисті [2].

У світі обсяг продажу органічних продуктів становить 1-3 % від загального обсягу продажів продуктів харчування в світі, щорічні темпи зростання в розвинених країнах становлять 20-30 %. Основні причини цього явища криються в наступному:

- екологічні харчові кризи останнього десятиліття (епідемія коров'ячого сказу, епідемія ящера, пташиний грип тощо) і зростання недовіри до звичайних продуктів;
- соціальні аспекти з приводу шкоди генномодифікованих компонентів, що містяться в продуктах харчування.

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

За даними Федерації органічного руху України в країні є необхідні передумови для розвитку органічного виробництва. Площа сертифікованих сільськогосподарських угідь, відведених під органічне виробництво, становить більше чверті мільйона гектарів і за цим показником наша держава займає 21 місце у світі (табл.1).

Таблиця 1

Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь та кількість органічних господарств в Україні, 2002-2012 рр.

Роки	2002 рік	2003 рік	2004 рік	2005 рік	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2012 у % до 2002 р.
Площа, тис. га	164,4	239,5	240,0	242,0	245,1	249,9	270,0	270,1	270,2	270,3	278,8	169,6
Кількість господарств	31	69	70	72	80	92	118	121	142	155	164	529,0

*сформовано за даними джерела [3].

Частка сертифікованих органічних площ серед усіх сільськогосподарських угідь України дорівнює 0,7%.

Не зважаючи на те, що ціни на органічну продукцію в Україні як і в інших країнах є вищими, попит на таку продукцію зростає (рис. 1).

На думку українських експертів, потенційними споживачами органічної

продукції в Україні є близько 5% населення великих міст, які готові платити за неї на 30-50% більше, ніж за звичайну продукцію [4].

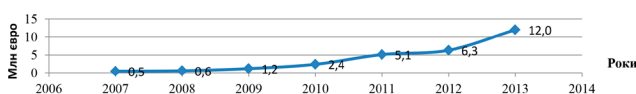


Рисунок 1 – Обсяги споживання сертифікованої органічної продукції в Україні

*сформовано за даними джерела [3].

Дослідження показують, що понад 90% українських виробників органічної продукції орієнтовані на експорт. Основними ринками збуту органічної продукції для України є ринки найбільш розвинутих країн – Європейського Союзу, США, Канади та Японії [5].

Для України зростання кількості товаровиробників, які виготовляють екологічно чисту продукцію, поряд зі збільшенням обсягів споживання органічної продукції є вагомим фактором економіко-екологічного та соціального розвитку, оскільки екологічно чиста продукція позитивно впливає не лише на статус підприємства чи держави, а й на здоров'я населення країни та стан навколишнього середовища. Проте, розвиток екологічного сільського господарства і внутрішніх ринків органічної продукції в Україні помітно відстає, порівняно з іншими європейськими ринками.

До основних чинників, які гальмують розвиток екологічного сільського господарства і ринку органічних товарів в Україні, можна віднести наступні:

- відсутність концепції і нормативної бази екологічного сільського господарства;
- недостатня ініціатива з боку тих регіонів Украї-

ни, де є найбільш сприятливі умови для розвитку екологічного сільського господарства;

- стихійні і нескординовані ініціативи ряду приватних організацій, фондів, підприємств, фірм, що сприяють формуванню органічного ринку;

- відсутність державної підтримки агровиробників, без якої можуть

отримати розвиток лише одиничні екологічні агропідприємства, що є недостатнім для формування дієвої регульовальної системи;

- слабка соціальна реклама і недостатня інформаційна робота в засобах масової інформації з населенням і, як наслідок, нерозуміння сутності екологічного сільського господарства та переваг біопродукції;

- значна частка малозабезпеченого і бідного населення, нестабільне положення середнього класу, посилене кризою тощо [6].

В європейських країнах накопичено певний досвід виробництва органічної продукції. В ЄС діє єдина нормативна база (встановлюється Постановами Ради ЄС) про органічне виробництво і маркування органічної сільськогосподарської продукції і продуктів харчування. Вона є обов'язковою для виконання в усіх країнах Євросоюзу і представляє собою законодавчу основу для виробників, переробників і торгівців органічною продукцією. Проте ця нормативна база встановлює лише загальні вимоги до біопродукції і типові методи стимулювання її виробництва. На основі цієї нормативної бази кожна країна ЄС розробляє власну законодавчу базу для «органіки» і використовує спеціальні плани стимулювання розвитку ринку такої продукції.

Уряди розвинених країн активно підтримують ековиробництво через те, що воно сприяє зміцненню внутрішнього ринку, збільшенню експорту і допомагає вирішити економічні й екологічні проблеми. Сьогодні 32 країни світу мають повністю затвержені стандарти на екологічно чисту продукцію, 9 країн займаються впровадженням стандартизації, 15 країн – розробленням таких стандартів [7].

У нашій країні нормативна база для розвитку екологічного сільського господарства і його інфраструктури недостатньо розроблена: відсутня процедура сертифікації по всьому технологічному ланцюжку, що для України є принципово новим, не згадуються і незалежні органи контролю. Без цих ключових елементів та за відсутності належного правового забезпечення в країні неможливо створити працездатну систему екологічного сільського господарства і біовиробництва. Не менш важливою є система державної підтримки агровиробників, яка особливо необхідна на стадії конверсії від звичайного сільського господарства до екологічного виробництва.

Недосконалість існуючої в нашій країні системи економічного стимулювання природоохоронної діяльності призвела до того, що такі заходи є не вигідними для суб'єктів господарської діяльності у сфері виробництва продовольчої продукції. Крім того, вирощування екологічно чистої сировини й видалення із сировини й продуктів харчування небажаних речовин вимагає про-

Секція 1. Тенденції та пріоритети розвитку сучасних економічних систем

ведення спеціальних процесів на специфічному обладнанні, що потребує додаткових витрат. Для забезпечення стійкого екологічно безпечного розвитку продовольчого комплексу актуальним є формування економічних стимулів природоохоронної діяльності, раціонального природокористування, утилізації відходів, виробництва екологічно чистої продукції [8].

На нашу думку, запропонований економічний механізм стимулювання виробництва екологічно чистої продукції дозволяє частково вирішити перераховані вище проблеми та забезпечити пріоритетність інтересів споживача (рис. 2).



Рисунок 2 – Економічний механізм стимулювання виробництва екологічно чистої продукції

*розроблено автором на основі джерела [6].

Для агропромислового товаровиробника головним орієнтиром повинна стати зацікавленість окремого споживача і суспільства в цілому в збільшенні екологічно чистих продуктів харчування.

Механізм стимулювання виробництва екологічно чистої продукції аграрними підприємствами буде ефективним, тоді коли економічні важелі та еколого-економічні стимули діятимуть в сукупності і підкріплюватимуться дією організаційних заходів.

Висновки: Вимоги до екологічного сільського господарства включають не тільки питання дотримання екологічних норм чистоти продуктів, а й навколишнього середовища. Воно забезпечує збалансований стан екосистеми, що є запорукою сталого розвитку економічної і соціальної сфери всього суспільства. Екологічні продукти харчування не справляють негативного впливу на навколишнє середовище і здоров'я населення, а навпаки, сприяють йому. За даними Швейцарського дослідницького інституту органічного сільського господарства, екологічне сільське господарство економічно ефективніше за традиційне за рахунок усунення втрат сільськогосподарської продукції при замкненому циклі виробництва, вивільненні величезних обсягів природних резервів без скорочення фонду споживання.

Для ефективного функціонування ринку органічної продукції необхідно створити ефективну нормативно-правову базу, яка б сприяла розвитку екологічного сільського господарства і його інфраструктури. Важливе значення має система державної підтримки агропромис-

ників, яка є особливо необхідною на стадії конверсії від звичайного сільського господарства до екологічно чистого. Доцільним є запозичення досвіду розвитку виробництва та створення ефективного ринку органічної продукції у зарубіжних країнах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Мациборко О. Проблеми розвитку виробництва органічної продукції сільського господарства в Україні. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://intkonf.org/matsiborko-oa-problemi-rozvitku-virobnitstva-organichnoyi-produktsiyi-sil'skogo-gospodarstva-v-ukrayini/>.

2.Прутська О. О. Світовий досвід стимулювання виробництва органічної сільськогосподарської продукції / О. О. Прутська, Н. В. Беляєва // Збірник наукових праць ВНАУ. — 2012. — №1 (56). — С. 8-9.

3.Заїка В. Екологічно чисте виробництво / В. Заїка // Наука й економіка. — 2012. — № 4 (28). — 36 с.

4.Породіна Л. В. Сучасний стан регулювання ринку безпечного продовольства: світовий досвід / Л. В. Породіна // Економіка АПК. — №13. — 15 с.

5.Биков Р. Майбутнє за органічним агропромислом: [про Федерацію органічного руху України] / Р. Биков // Сельская жизнь в Украине. — 2010. — 19.02 (№ 7). — 4 с.

6.Ратошнюк В. М. Економічний механізм стимулювання виробництва екологічно чистої продукції / В. М. Ратошнюк // Наука і економіка. — 2012. — №1 (25). — 6 с.

7.Шевченко О. Органік в Україні / О. Шевченко // Економіка АПК. — 2012. — № 11. — 10 с.

8.Харченко Т. В. Перспективи розвитку органічного ринку в Україні / Т. В. Харченко // Економіка АПК. — 2013. — № 9. — С. 15-16.

УДК 331.101.3

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ (КРІ)

Башкатова Світлана Анатоліївна, асистент кафедри Економіка підприємства

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В статті запропоновано формування мотиваційного механізму трудової діяльності на основі використання КРІ, проаналізовано стан трудової мотивації працівників АТП на базі власного соціологічного дослідження.

Ключові слова: ключові показники ефективності, оплата праці, мотивація, механізм, заробітна плата.
In the article it is proposed to form the mechanism of labor motivation on the basis of the use KPI, it is analyzed the condition of employees' labor motivation on CTC on the basis of the own sociological research.

Keywords: key performance indicators, wages, motivation, mechanism, salary.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах одним з найбільш важливих питань в Україні є покращення соціально-економічного становища населення, тому особливої важливості набуває питання удосконалення механізму мотивації праці з метою активізації діяльності працівників й підвищення продуктивності їх праці. Криза внесла свої корективи в мотиваційний аспект високопродуктивної праці. Люди, які втратили роботу здебільшого готові виконувати будь-яку роботу за меншу винагороду.

Зміни в соціально-економічних умовах та суспільних відносинах обумовлюють необхідність формування системи організації оплати праці та мотиваційного механізму трудової активності на нових засадах.

Актуальність обраної теми обумовлена потребами функціонування підприємств в режимі ринкових відносин, оскільки підвищення ефективності управління продуктивністю праці дозволяє зміцнювати конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням мотивації трудової діяльності присвячена велика кількість робіт як вітчизняних, так і закордонних вчених, серед яких Богиня Д.П., Колот А.М., Іл'їн Е.П., Егоршин А.П., Одегов Ю.Г., Волгін Н.А., Шекшня С.В., Уайтлі Ф. та ін. [1]. Питанням організації оплати праці присвячені дослідження Богиня Д.П., Волгіна Н., Грішнєвої О., Гриньової В. М., Дороніної М. С., Колота А. М., Калина А., Лагутіна В. Д., Красноносів О. М., Павловської Н., Павловської О., Саблука П., Савицької О., Семікіної М.В., Яковлевої Т.Г., Ястремської О. М. та інших учених [4, 6, 8, 10]. Проте, незважаючи на значний внесок вчених і певний ступінь опрацьованості теми, гострота і актуальність проблеми вимагають подальшого поглибленого аналізу. Усе це підтверджує актуальність обраної теми та її своєчасність у зв'язку з необхідністю удосконалювання мотиваційного механізму трудової активності на підприємствах України.

Постановка завдання. Пошук нових підходів до вдосконалення мотиваційного механізму трудової діяльності в сучасних умовах розвитку країни.

Вклад основного матеріалу дослідження. Під час глибокої фінансово – економічної кризи актуальність даної проблематики все більше зростає, оскільки підприємства знаходяться в нестабільних умовах. Відбуваються зміни в організації оплати праці, вимушене скорочення чисельності працівників, зниження обсягів продажу тощо.

Посилення конкуренції на ринку праці обумовлює необхідність ефективного використання людського потенціалу, пошук нових джерел трудової мотивації та розширення спектра заходів щодо активізації трудової діяльності працівників. Вирішення цих проблем безпосередньо пов'язане з визначенням найбільш ефективних підходів до активізації мотиваційних детермінант становлення конкурентних відносин на ринку праці країни, формування нового типу працівника, здатного адекватно реагувати на зміни, та пристосовуватися до продуктивної діяльності в нових ринкових умовах.

Акцентуючи увагу на проблемах, що виникають у зв'язку з формуванням нового типу працівника з адекватною ринковим відносинам трудовою свідомістю, ряд вітчизняних вчених – економістів відзначає, що «...в умовах радикальних економічних перетворень відбуваються зміни об'єктивних характеристик зайнятості, наростають кризові явища, які призводять до розбалансування ціннісних орієнтирів, які суттєвим чином гальмують розвиток трудової мотивації» [3, с 45]. Однак достатньо обґрунтований та всебічний аналіз проблем формування працівника ринкового типу в сучасній економічній літературі практично відсутній.

Для того, щоб перейти до вивчення й розробки заходів щодо вдосконалювання мотиваційного механізму трудової діяльності, недостатньо опиратися на емпіричні відомості про поведінку працівників у тих або інших ситуаціях. Необхідно насамперед мати уявлення про глибинну сутність і джерела поведінки будь-якої людини.

З метою виявлення ціннісних орієнтацій, інтересів, потреб і мотивів трудової діяльності працівників автором було проведено соціологічне дослідження на

автотранспортних підприємствах м. Харкова. Загальна кількість опитаних склала 438 чоловік [2]. Автором проведено аналіз і оцінка репрезентативності вибірки. Гранична похибка репрезентативності за кожним критерієм розподілення респондентів з імовірністю $P = 0,954$ не перевищує 4,58 %. Тобто вибірка досить репрезентативно представляє генеральну сукупність. Це дозволяє обґрунтовано розповсюджувати виявлені в процесі проведеного соціологічного дослідження взаємозалежності на всю генеральну сукупність.

Проаналізувавши результати проведеного соціологічного дослідження бачимо, що усі респонденти незалежно від віку, статі, освіти, професійно – посадового статусу базовою ціннісною орієнтацією та мотивом трудової діяльності обирають гарний заробіток. А найефективнішою формою стимулювання праці називають покращення організації оплати праці.

Кожний другий працівник автотранспортного підприємства розглядає працю виключно як джерело одержання коштів для існування. Заробітна плата в структурі цінностей праці займає особливе місце. В сучасних умовах для переважної більшості працівників вона є єдиним джерелом доходів, і, отже, важливим елементом соціального статусу особистості.

Зараз для значної частини населення країни заробітна плата припинила виконувати свою відтворювальну та стимулюючу функції, та втратила зв'язок з якістю, кількістю та результатами праці. За даними Державного комітету статистики України реальна заробітна плата в цілому по Україні (без врахування Криму і Севастополя), в серпні 2014 року зменшилася на 12,7% порівняно з серпнем 2013 року і на 7,1% порівняно з попереднім місяцем [5] та склала 3370 грн. [9].

Невисока заробітна плата при перспективі її незначного підвищення впливає на людей негативно, породжуючи байдужість до праці, самовідчуження від неї (особливо усвідомлення неможливості отримання більш високого заробітку лише за рахунок власних зусиль).

Так звана дешева праця насправді дорого обходиться суспільству. Вона малопродуктивна, відтворює нерозвиненого працівника, несприйнятливою до можливості заробляти більше шляхом збільшення продуктивності праці, вбиває ініціативу й тим самим перешкоджає науково-технічному прогресу, консервує низький рівень організації й умов праці. Таке положення веде до надмірного зношування здоров'я й зниженню працездатності людини. Дешева праця, що обумовлює низький рівень життя, призводить працівника до втрати відповідальності не тільки перед суспільством, але й перед самим собою.

За оцінками робітників АТП система оплати праці, що діє не виконує своєї стимулюючої функції. Так 76,8% респондентів незадоволені розміром заробітної плати та 72,3% опитаних незадоволені справедливістю оплати праці.

Суб'єктивна оцінка працівниками справедливості заробітної плати є одним з найважливіших аспектів впливу оплати на відношення до праці. Це своєрід-

ний «бумеранг», що повертається органам управління у відповідь на недоліки в організації системи заробітної плати, недостатню інформованість у цій області й хиткість критеріїв, за якими оцінюється праця. Особливість впливу цього фактора на відношення до праці полягає в тому, що задоволеність справедливістю оплати праці не обов'язково спонукує працівника підвищувати ефективність своєї праці, але попереджає «стримування» роботи. Крім того, відчуття справедливості заробітку має серйозний стимулюючий ефект.

В результаті проведеного дослідження при диференціації респондентів за віком виявлено, що зі збільшенням віку збільшується число респондентів незадоволених справедливістю оплати праці. Звертає на себе увагу реалістичний підхід молодих працівників до питання справедливості оплати праці: кожний третій опитаний у віці до 28 років визнає оплату відповідному своєму трудовому внеску. Швидше за все, це можна пояснити більш низькими претензіями людей, які в реальних умовах виробництва щодня одержують свідчення того, наскільки рівень зарплати залежить від стажу.

Серед факторів, що спричиняють відповідальне відношення до праці провідне місце зайняла справедливість у розподілі доходів - 44,1%, на другому місці - задоволення від результатів праці - 38,4%.

Природно, що більшість працівників вважає головним мотивом трудової діяльності високу заробітну плату. Однак за результатами численних вимірювань подібні орієнтації не проявляють статистично достовірного зв'язку з ефективністю праці (продуктивністю, якістю, економією витрат) і тому лише зі значною натяжкою можуть бути віднесені до інструментального типу мотивації. Значно більш сильним стимулом є очікування можливості більше заробити тим, хто більше й краще працює.

Підвищення ефективності та конкурентоспроможності багато в чому залежить від мотивації співробітників на досягнення цілей підприємства. Система оплати праці повинна бути влаштована так, щоб будь-який працівник мав можливість покращувати своє матеріальне благополуччя і рівень життя, але тільки одним шляхом – через досягнення цілей підприємства. Матеріальні доходи співробітників повинні прямо залежати від їхнього внеску в загальні результати роботи і зростання матеріальних доходів підприємства. Оплата повинна відповідати цінності співробітника для компанії і при цьому не може перевищувати рівень, за яким починається падіння рентабельності підприємства, що можна реалізувати через механізм оплати за результатами роботи на основі KPI (Key performance indicators – Ключові показники ефективності).

Як пише Олексій Ключков з посиланням на результати дослідження видання Harvard Business Review, в середньостатистичній компанії 5% співробітників завжди працюють добре, 5-7% завжди працюють погано, а решта 88-90% здатні ефективно працювати при правильній постановці цілей і задач з обов'язковим контролем їх виконання [7].

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Ефективна робота співробітників означає отримання підприємством прибутку. За основу побудови системи мотивації на базі КРІ взято головні індикатори роботи кожного співробітника, які щільно пов'язані з загальними результатами підприємства. Таким чином, матеріальна винагорода кожного працівника безпосередньо залежить від досягнення тих цілей і завдань, які стоять перед кожним працівником.

Система мотивації на основі КРІ дозволяє:

- 1) Забезпечити контроль за поточними і довгостроковими показниками діяльності організації.
- 2) Оцінити особисту ефективність кожного співробітника, підрозділу і підприємства в цілому.
- 3) Орієнтувати персонал на досягнення необхідних результатів.
- 4) Управляти бюджетом по фонду оплати праці та скоротити час на його розрахунок.
- 5) Забезпечити колективну та індивідуальну відповідальність за результати діяльності підприємства.

Індикатори встановлюються залежно від роду діяльності підрозділу, від обсягу виконуваних робіт, дозволяючи працівникам краще розуміти кінцеву мету; при цьому вони не суперечать роботі співробітників суміжних з ними підрозділів. Індикатори можуть бути встановлені персонально для будь-якої посади, проте їх кількість для зручності оцінки не повинно бути великою. Кожному індикатору відповідає певний розмір грошової винагороди або заохочення, що робить систему оплати праці в компанії прозорою як для керівників, так і для співробітників. Кожен працівник при досягненні встановлених значень показників отримує відповідний йому по системі КРІ розмір оплати праці.

Однак, слід зазначити, що ключові показники діяльності використовуються лише при формуванні змінної частини оплати праці, оскільки постійна частина фіксована окладом, а змінна частина мотивує працівника на досягнення більш високих індивідуальних результатів і збільшує його вклад в колективні досягнення.

Висновки. Отже, оплата праці є складною соціально-економічною категорією, що відіграє одну з ключових ролей у результатах діяльності підприємства, рівні життя працівників та економічному розвитку держави. В сучасних умовах розвитку економіки система мотивації на основі КРІ стає все більш популярною. Рост конкуренції змушує керівників підприємств по-новому дивитись на свій основний ресурс – персонал, та приділяти більш пильну увагу питанням мотивації трудової діяльності. Використання системи мотивації персоналу на основі КРІ дозволяє запровадити системний підхід до оцінювання посад, формування вимог до них, реалізації можливостей кар'єрного зростання.

Виявлення проблем організації оплати праці на підприємствах України переконливо свідчить про недосконалість сучасної політики мотивації трудової діяльності персоналу та потребу її реформування за визначеними напрямками, головний з яких активізація партисипативності працівників, тобто інтеграція інте-

ресів і цілей працівників з інтересами та цілями підприємства.

Перспективним вважається проведення аналітичної оцінки оплати праці в системі мотивації працівників та дослідження її впливу на соціально-економічні процеси.

ЛІТЕРАТУРА

1. Башкатова С.А. Гендерні особливості мотивації трудової діяльності працівників автотранспортних підприємств / С.А. Башкатова, К.О. Бурлакова, Ю.Ю. Тербохіна // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 259: В 7т. – Т. I. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – с. 173-177
2. Башкатова С.А. Мотивация трудовой деятельности с позиции гендерного подхода // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛЮМОНОСОВ-2010» / Отв. Ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2010. — 1 электрон. Опт. Диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. Требования: ПК с проц.486+; W95; CD-ROM; Adobe Acrobat Reader.
3. Вовканич С. Структура та особливості мотивації зайнятості (на прикладі обстежень незайнятого населення Львівської області) / С. Вовканич, Х. Копистянська, О. Риндзак // Економіка України. – 2002. – №3. – С 43 – 51
4. Волгин Н.А. Оплата труда: производство, социальная сфера, государственная служба (Анализ, проблемы, решения) / Н.А. Волгин. – М.: Издательство «Экзамен», 2004. – 224 с.
5. Индексы реальной заработной платы за регионами, у 2014 році у % до попереднього місяця [Електронний ресурс]: Державний комітет статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/izp/izp_u/izppm2014_u.html
6. Калина А. В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности): [Учеб. пособие] / А.В. Калина – К.: МАУП, 2001. – 312 с.
7. Клочков А. КРІ и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов [Электронный ресурс] / Алексей Константинович Клочков // Эксмо, – Москва, 2010. – 170с. – Режим доступу: <http://www.litres.ru/aleksey-klochkov/kpi-i-motivaciya-personala-polnyy-sbornik-prakticheskikh-instrumentov/>
8. Лагутін В.Д. Реформа оплати праці стимулюючого типу в Україні: теорія, концепція, практичні рекомендації і пропозиції: [Монографія] / В.Д. Лагутін. – Луцьк: Ред.-вид.відд. «Вежа» Волин, держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2000. – 241 с.
9. Середня заробітна плата за регіонами за місяць у 2014 році [Електронний ресурс]: Державний комітет статистики України. – Реж. дос.: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/reg_zp_m/reg_zpm14_u.htm
10. Яковлева Т.Г. Оптимальная система оплаты труда на сельскохозяйственных предприятиях. Как получить от каждого работника максимальную от дачу через эффективную оплату его труда / Т.Г. Яковлева. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 168с.

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРАВ, ОBOB'ЯЗКІВ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОСАДОВІЙ ІНСТРУКЦІЇ

Вертель Валентина Вікторівна, к. е. н.,

Костюченко Леся В'ячеславівна, к. е. н.,

Державний економіко-технологічний університет транспорту

На сьогоднішній день в Україні законодавчими актами не передбачено в обов'язковому порядку наявність на підприємствах посадових інструкцій, а існуючі типові посадові інструкції не відповідають основному принципу менеджменту: забезпечення відповідності прав, обов'язків і відповідальності. Авторами розроблено методичний підхід щодо оцінювання відповідності прав, обов'язків і відповідальності у посадовій інструкції та наведено приклад оцінювання посадової інструкції та рекомендації щодо її удосконалення.

Ключові слова: посадова інструкція; принципи менеджменту; відповідність прав, обов'язків і відповідальності; оцінювання посадової інструкції.

Today in Ukraine legislation stipulated a mandatory presence in enterprises of job descriptions and existing typical job descriptions do not meet the fundamental principle of management: ensure that the rights, duties and responsibilities. The authors have developed a methodical approach to conformity assessment rights, duties and responsibilities of the job description and example of evaluating job description and recommendations for it improvement.

Keywords: job description; management principles; compliance with the rights, duties and responsibilities; job description evaluation.

Постановка проблеми. Конституція України, заклавши основу процесу формування якісно нового національного трудового законодавства, передбачивши основні соціально-економічні права людини, водночас не закріпила всієї цілісної системи реалізації гарантій і захисту цих прав. Невідповідність прав, обов'язків та відповідальності у посадових інструкціях спричиняє певні конфлікти між роботодавцями та найманими працівниками стосовно виконання певних видів робіт, що незазначені в останніх. Оцінка відповідності прав, обов'язків та відповідальності посадовій інструкції залишається ключовою проблемою трудового законодавства України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливостям трудових відносин та проблемам, які пов'язані з дотриманням положень посадових інструкцій в окремих аспектах приділяли увагу такі вчені, як Б.К. Бегічев, В. С. Венедіктов, К. М. Гусов, В. В. Жернаков, С. О. Іванов, М. І. Іншин, І. Я. Кисельов, А. М. Куренной, В.В. Лазор, Л. І. Лазор, С. М. Прилипко, В. І. Прокопенко, О. І. Процевський, В. М. Скобелкин, О. В. Смирнов, Л.А. Сироватська, В. М. Толкунова, М. М. Феськов, Н. М. Хуторян, Г. І. Чанишева, І. І. Шамшина, О. М. Ярошенко та інші. Разом із тим, низка теоретичних і практичних питань у сфері регулювання трудових прав працівника, зокрема відповідності прав, обов'язків та відповідальності у посадовій інструкції залишилися невирішеними.

Мета статті: розробити методику оцінювання відповідності прав, обов'язків та відповідальності у посадовій інструкції.

Вклад основного матеріалу дослідження. Право громадян на працю, включно з правом на вільний вибір професії, роду занять і роботи, передбачено законом. Примусова праця в Україні заборонена. Військова служба, інша альтернативна служба чи робота згідно вироку суду не повинні розглядатися як примусова праця.

Сьогодні основні права працівника визначаються нормами ст. 1 Кодексу законів про працю України [4]. Розвиток ринкової економіки і демократизація трудових відносин виявили потребу по-новому поглянути на правовий статус працівника і основні права працівника, як його елемент. Така переоцінка, на думку В. Костюка, виходить з таких основних чинників: реального забезпечення положень Конституції України, яка передбачає, що людина, її життя, здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю, а твердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави (ст. 3); створення умов для ефективного залучення найманої праці, підвищення її продуктивності; об'єднання в трудових відносинах інтересів працівника і роботодавця як основних соціальних партнерів [6].

Для виконання роботи роботодавець має забезпечити працівників усім необхідним обладнанням, інструментами, технічною документацією та іншими ресурсами, необхідними для виконання ними своїх робочих обов'язків, що мають бути зазначені у посадовій інструкції.

Посадова інструкція – документ, що видається з метою регламентації організаційно-правового статусу

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

працівника, його конкретних завдань та обов'язків, прав, відповідальності, забезпечує умови для його ефективної роботи [6].

Посадові інструкції, так само як колективний договір та правила внутрішнього трудового розпорядку, повинні бути на кожному підприємстві. І це не тільки традиція, але й вимога, встановлена нормативними актами. Так, згідно [2] передбачено необхідність розроблення та затвердження посадових інструкцій керівників, професіоналів, фахівців та технічних службовців.

На практиці роботодавці досить часто покладають обов'язки складання посадових інструкцій на працівників відділу кадрів. Проте останні не можуть та й не повинні знати всіх нюансів роботи за кожною посадою, тому й доручати розробку таких інструкцій працівникам кадрових служб недоцільно.

Набагато ефективніше коли посадові інструкції складатимуть керівники структурних підрозділів для посад працівників у відповідності до штатного розпису. Водночас необхідно зважати на те, що у разі виникнення суперечностей між найманим працівником і роботодавцем щодо невідповідності, наприклад, положень посадової інструкції та чинної кваліфікаційної характеристики, комісія по трудових спорах або суд враховуватиме такий факт не на користь останньої сторони. Тому роботодавцю бажано все ж таки погоджувати посадові інструкції з фахівцями у сфері трудового законодавства [7].

Посадові інструкції складаються для працівників усіх посад, що зазначені у штатному розписі (виняток можуть становити окремі керівники, правове становище яких визначено у статуті підприємства чи в Положенні про структурний підрозділ, де зазначено основні завдання, обов'язки, права та відповідальність цих керівників). Для представників робочих професій складаються робочі інструкції.

Довідник кваліфікаційних характеристик містить вимоги щодо структури посадової інструкції. Обов'язковими є такі її розділи: «Загальні положення», «Завдання та обов'язки», «Права», «Відповідальність», «Повинен знати». Також посадову інструкцію можна доповнити розділами «Кваліфікаційні вимоги» та «Взаємовідносини за посадою». Вимоги до змісту цих розділів містяться у [2].

Розділ «Завдання та обов'язки» посадової інструкції характеризує зміст діяльності працівника й включає в себе конкретний перелік завдань, обов'язків і видів робіт, закріплених за працівником щодо напряму його діяльності, викладений у лаконічній формі, починаючи з визначення організаційно-юридичних ознак та визначає самостійну ділянку роботи для кожного працівника, перелік об'єктів управління або зон обслуговування, закріплених за працівником, а також встановлює правила, норми та технічні вимоги, яких слід дотримуватися під час роботи.

В розділі «Права» визначаються повноваження, делеговані працівникам, за допомогою яких забезпечується виконання покладених на них завдань та обов'язків. Наприклад, вносити пропозиції в межах їх

компетенції, отримувати необхідну інформацію від інших працівників, виконувати обов'язки представництва щодо певних питань, узгоджувати проекти документів, брати участь у нарадах, звертатися до керівництва з питань сприяння виконання покладених завдань та обов'язків тощо [4].

В розділі «Відповідальність» зазначаються критерії оцінки якості та своєчасності виконання завдань, обов'язків і робіт, ступінь персональної відповідальності працівників за невиконання, неякісне або несвоєчасне їх виконання, за спричинення матеріальних збитків та незастосування належних заходів у межах своїх обов'язків і повноважень, порушення правил внутрішнього трудового розпорядку, правил охорони праці, техніки безпеки тощо.

Багато роботодавців відмовляються від підписання посадової інструкції, оскільки вважають, що вона захищає інтереси тільки співробітника. Адже працівник розуміє, що нічого іншого, крім того, що зазначено в посадовій інструкції, він робити не повинен (ст. 31 КЗПП передбачає, що роботодавець не має права вимагати від працівника виконання роботи, не обумовленої трудовим договором), а якщо і буде виконувати, то за додаткову плату [6].

Останнім часом багато роботодавців зіткнулися з тим, що захищати свої порушені права працівники стали в судовому порядку. КЗПП передбачає вичерпну кількість підстав для звільнення працівника з ініціативи роботодавця. І якщо правомірно звільняти за прогул роботодавці навчилися, то формулювання «у зв'язку з невиконанням посадових обов'язків» або «невідповідність займаній посаді» часто застосовують невірно. Вірніше застосовують, не маючи для цього законних підстав.

Для планування ефективної роботи з персоналом, доцільно спочатку провести оцінку типової посадової інструкції на предмет відповідності прав, обов'язків та відповідальності основним принципам менеджменту, та преш, ніж приймати працівника на посаду, усунути невідповідності та переформулювати деякі положення посадової інструкції.

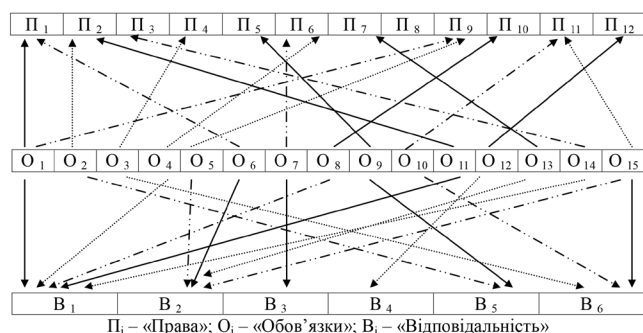


Рис. 1. Схема відповідності прав, обов'язків і відповідальності начальника планово-економічного відділу

Проведемо оцінку прав, обов'язків та відповідальності у типовій інструкції «Начальника планово-економічного відділу» [8]. Згідно зазначеної типової поса-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

дової інструкції, працівник має 15 типових завдань та обов'язків, 12 категорій прав та 6 сфер відповідальності. Для проведення оцінки відповідності прав, обов'язків та відповідальності доцільно схематично зіставити кожен обов'язок з відповідним пунктом прав та відповідним пунктом відповідальності (рис.1)

Як свідчить наведений рис.1, відповідно до обов'язків не пропорційно розподілені права та відповідальність. Для рівномірного розподілу необхідно виконання таких умов:

- співвідношення обов'язків (15) до прав (12) має бути 1:1;

- співвідношення обов'язків(15) до відповідальності (6) може бути 1:2 або 1:3.

Для розробки пропозицій, щодо удосконалення аналізованої посадової інструкції, побудуємо матрицю невідповідності.

Таблиця 1

Аналіз неефективних елементів у посадовій інструкції начальника планово-економічного відділу

Невідповідність	Варіанти вирішення	
	збільшити (додати)	зменшити (скоротити)
- прав і обов'язків	X	П ₂ : 2о, П ₆ : 2о, П ₉ : 2о, П ₁₁ : 2о
- відповідальності і обов'язків	В ₃ : 1о, В ₄ : 1о	В ₁ : 5о, В ₂ : 4о

Як приклад, запропонуємо наступні варіанти удосконалення формулювання у посадовій інструкції: розширити (переформулювати) відповідальності В₃, В₄; розділити на 2 самостійні права: П₂, П₆, П₉ і відповідальність В₁ таким чином:

В₃ = за завдання матеріальної шкоди – в межах, визначених чинним цивільним законодавством та законодавством про працю України та відшкодування матеріальної шкоди;

В₄ = за несвоєчасне та неякісне оформлення документів за дорученням керівника підприємства, неналежне ведення діловодства, а також використання працівниками відділу інформації в неслужбових цілях, проведення без дозволу директора зустрічей та переговорів;

П_{2,1} = вносити на розгляд керівника підприємства пропозиції щодо вдосконалення виробничо-господарської діяльності;

П_{2,2} = вносити на розгляд керівників структурних підрозділів пропозиції щодо вдосконалення фінансово-господарської діяльності підприємства;

П_{6,1} = встановлювати службові обов'язки для працівників;

П_{6,2} = контролювати роботу всіх підпорядкованих йому працівників;

П_{9,1} = залучати спеціалістів до участі в розробці планів господарської діяльності;

П_{9,2} = залучати інших підрозділів фінансової та комерційної діяльності підприємства;

В_{1,1} = за невиконання своїх посадових обов'язків;

В_{1,2} = за неналежне виконання своїх посадових обов'язків.

Висновки. Таким чином, на сьогодні в Україні ні КзПП, ані іншими законодавчими актами не передбачено в обов'язковому порядку наявність на підприємствах посадових інструкцій – локального нормативного документа, який регламентує основні завдання, обов'язки, права, знання, відповідальність, кваліфікаційні вимоги та відносини за посадою працівника на підприємстві. Крім того, вона є первинним документом, який має юридичну силу та всіяко сприяє правому захисту на підприємстві. Посадові інструкції доповнюють нормативно-правову базу трудової діяльності підприємства, забезпечують об'єктивність під час добору кадрів, проведення атестації робочих місць, допомагають коригувати розподіл завдань між працівниками та координують діяльність щодо їх заохочення чи притягнення до дисциплінарної відповідальності за неналежне виконання своїх обов'язків, сприяють визначенню диференціації оплати праці. Запропонована методика дозволить удосконалити типові посадові інструкції для будь-якої категорії працівників, що в свою чергу знизить ймовірність виникнення трудових конфліктів між роботодавцями та найманими працівниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бунт В. Чи обов'язково на підприємстві має бути оформлена посадова інструкція керівника служби охорони праці? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=9848>

2. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1046.440.0>

3. Жук Н. Дослідження особливостей зарубіжного досвіду здійснення кадрової політики // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1 (30). – с.15-24.

4. Кравцов С. Посадові інструкції: методика складання [Електронний ресурс] // Консультант кадровика, 2011. – № 4. – Режим доступу: <http://kadrhelp.com.ua/posadovi-instrukciyi-metodika-skladannya>

5. Лисак У. А як у них? Особливості кадрової політики Японії // Довідник кадровика. – 2010. – № 08 (98). – С. 71-73.

6. Поняття «Посадова інструкція» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nads.gov.ua/sub/zaporojska/ua/publication/21038.htm>

7. Посадові інструкції – бюрократія чи інструменти управління персоналом? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pdfsearch.asia/Посадові.html>

8. Типові посадові інструкції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jobs.ua/ukr/job_description/

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Дідовець Ірина Володимирівна,

к.е.н, доц. кафедри «Менеджмент організацій і логістики»

Державного економіко-технологічного університету транспорту

Анотація. У статті розглядається поняття та зміст і сутність професійної етики, з'ясовується її походження, аналізується її значення і роль на сучасному етапі та виявляються тенденції її розвитку. Автор описує види професійної етики, зокрема досліджує етику бізнесу (ділову етику) та характеризує діловий етикет. Особливу увагу автор приділяє корпоративній етиці та висвітленню специфіки корпоративних етичних кодексів.

Ключові слова: етика, професійна етика, етика бізнесу, ділова етика, діловий етикет, корпоративна етика, етичний кодекс, корпоративний кодекс.

Annotation. The author examines in the article a concept, maintenance and essence of professional ethics, turns out its origin, analyses its value and role on the modern stage and finds out its progress trends. The author describes the types of professional ethics, in particular investigates business ethics and characterizes business etiquette. Separate attention the author pays to corporate ethics and sets the specific of corporate ethic codes.

Keywords: ethics, professional ethics, business ethics, business etiquette, corporate ethics, ethic code, corporate code.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Наявність специфічних відносин між людьми в професійних групах формує особливість моральних норм, покликаних регулювати ці відносини. За всієї своєрідності цілей і завдань тієї чи іншої професії, які породжуються різними соціальними умовами, в них є і сталі елементи, що випливають із самої природи професійної діяльності. У сучасному суспільстві особисті якості індивіда досить показово виявляються і в його ділових характеристиках, ставленні до праці, рівні професійної придатності. Характер трудової діяльності в постіндустріальному суспільстві об'єктивно диктує не тільки нерозривну єдність професійних і моральних якостей людини, а й передбачає якісно новий рівень реалізації останніх. Все це визначає надзвичайну актуальність питань, що становлять зміст професійної етики.

На фоні економічних реформ, розвитку приватного підприємництва, формування нових ринкових відносин, а також за умов залучення закордонних інвестицій необхідність застосування нових методів менеджменту, зокрема значимість етики бізнесу (ділової етики), яка встановлює відповідальність підприємства чи компанії, а також регулює і узагальнює етичну поведінку співробітників та партнерів, набуває особливої актуальності.

Інтерес до феномену корпоративної етики зумовлений насамперед впливом корпоративної етики та культури на життя організації, її становище у зовнішньому світі, адже однією із засад гармонійного й успішного розвитку та діяльності будь-якої організації чи колективу виступає саме формування корпоративної етики організації та укладення корпоративних етичних кодексів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Професійна етика, етика бізнесу, корпоративна етика, кор-

поративні етичні кодекси є об'єктом різноманітних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Питання професійної етики і моралі розглядали Т. Парсонс, Е. Дюркгейм, М. Вебер, П. Козловські, М. Фрідмен, Р. Мілтон та ін. [4, 8, 10]. Різноманітні підходи, які сьогодні активно використовують в етиці бізнесу, розробили такі вчені, як І. Бентам, І. Кант, Д. Ролз, Д. Дж. Фрітцше [1, 2, 13, 14, 16, 17]. Моральні аспекти прийняття управлінських рішень вивчали І. Гурова, Ю. Петрунін, В. Борисов, Т. Чмут, Г. Чайка, Ю. Палеха та ін. [6, 7]; моральнісні фактори соціально-економічного прогресу, питання моралі в економіці досліджували О. Богомолів, Р. Грінберг, Л. Рубінштейн, Р. Ботавіна, О. Сердюк та ін. [3, 12]. Специфіку корпоративної етики та особливості корпоративних етичних кодексів висвітлювали Дж. Салліван, Д. Задихайло, О. Кібенко, Г. Назарова, О. Рихліцька [5, 9, 11]. Попри такі широкі дослідження даної проблематики, залишається актуальним аналіз її окремих елементів і аспектів, передусім з'ясування її значення і ролі на сучасному етапі та виявлення тенденцій її розвитку.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є встановлення особливостей розвитку професійної етики на сучасному етапі, в рамках чого необхідно висвітлити такі завдання: поняття та зміст і сутність професійної етики, її походження, види, значення і роль на сучасному етапі та тенденції розвитку; етика бізнесу (ділова етика), діловий етикет; корпоративна етика та корпоративні етичні кодекси.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етика як вид людських знань виникла ще в античній Греції. Давньогрецький філософ Аристотель у IV ст. до н.е. вперше вжив термін *ethica* (етика) як наука про етичні

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

чесноти (особисті якості), достоїнства характеру. Римський мислитель Цицерон переклав слово *ethica* із грецької на латинь як *moralis*. Так виникло вчення про етику, предметом досліджень якої є мораль і моральність.

Професійна етика має своїм завданням на основі методології етики обґрунтувати певну систему норм, що регулюють взаємовідносини людей у тій чи іншій сфері діяльності. Професій без специфічної моралі не існує, що накладає певні вимоги і певним чином відображається на моралі носіїв цієї професії.

У походженні професійної етики можна простежити взаємозв'язок моральних вимог з поділом суспільної праці і виникненням професії, на що вперше звернув увагу Аристотель, потім Е. Дюркгейм, а також теоретичною проблематикою професійної етики займалися І. Бентам, Ш.-Л. Монтеск'є, О. Конт та ін. З історичним розвитком зростала соціальна потреба в регулюванні відносин всередині трудових колективів і між ними. Так, виникнення перших професійно-етичних кодексів, статутів ремісничих цехів, купецьких гільдій, чернечих та рицарських орденів, суддів відбулось у період ремісничого поділу праці в умовах становлення середньовічних цехів у XI-XII ст. Саме тоді вперше констатують наявність у цехових статутах низки моральних вимог стосовно професії, характеру праці. Щоправда, професії, що мають життєво важливе значення для усіх членів суспільства, виникли ще в далекій давнині, і тому такі професійно-етичні кодекси, як „Клятва Гіппократа”, моральні приписи жерців, що виконували судові функції, відомі набагато раніше. З розвитком буржуазного суспільства і подальшим формуванням професій набуває розвитку й морально-професійна свідомість. Моральний склад людини зумовлювався «кастовістю» професії (наприклад, відданість «босу», «фірмі» бізнесменів американського великого бізнесу). Мораль буржуазного суспільства була пройнята духом корпоративності – на перший план виставлялись інтереси професійної групи [8, с.9-10].

Поява професійної етики в часі передувала створенню наукових етичних уявлень про неї. Повсякденний досвід, необхідність у регулюванні взаємин людей тієї чи іншої професії привели до усвідомлення й оформлення вимог професійної етики. Тож професійна етика виникла як прояв повсякденної моральної свідомості, а потім вже розвивалася на основі узагальненої практики поведінки представників кожної професійної групи. Ці узагальнення містилися як у писаних, так і в неписаних кодексах поведінки, а також у формі теоретичних висновків.

Відтак, під професійною етикою прийнято розуміти історично сформовану сукупність моральних приписів, норм, кодексів, оцінок, наукових теорій про обов'язкову поведінку представника певної професії, його моральні якості, що впливають із соціальних функцій і зумовлені специфікою трудової діяльності [8, с.12].

Змістом професійної етики є: 1) ставлення трудових колективів і кожного спеціаліста зокрема до суспіль-

ства в цілому, класів, прошарків, їх інтересів; 2) моральні якості особи спеціаліста, що забезпечують найкраще виконання професійного обов'язку; 3) специфіка моральних взаємин спеціалістів і людей, що є безпосередніми об'єктами їх діяльності; 4) взаємовідносини всередині професійних колективів і ті особливі для даної професії моральні норми, які виявляють ці відносини; 5) професійна діяльність як моральнісна риса особистості; 6) особливості професійного виховання, його цілі й методи.

Професійна етика не створює норм, особливих нормативів для спеціалістів тієї чи іншої професії. Завдання професійної етики полягає у сприянні й втіленні гуманістичних імперативів у специфічні умови професійної діяльності, встановленні меж бажаного, дозволеного і неприпустимого, обґрунтуванні морально-професійного ідеалу та певного зразку, еталону, взірця поведінки, нормативного ідеалу в конкретній сфері професійної діяльності. Професійна етика не регламентує поведінку людей. Натомість, своїми рекомендаціями вона виробляє у працівників здатність до максимальної моральної орієнтації, до встановлення моральних меж застосування творчих прийомів, тим самим визначаючи лише основні моральні норми і принципи професійної поведінки. Спосіб же поведінки у кожному окремому випадку визначається самою особистістю, стає справою її морального досвіду [10, с.18].

Професійна етика не є наслідком нерівності у мірі моральності різних професійних груп. Але до представників професій, що пов'язані з долею, здоров'ям, іміджем, репутацією, інтересами людей, суспільство висуває особливо високі моральні вимоги. Це стосується таких видів діяльності, де залежно від морального потенціалу працівників можуть породжуватись дуже гострі моральні колізії, які в інших видах діяльності виникають лише епізодично, – що з'являються там, де вирішуються питання життя і смерті, здоров'я, свободи та гідності людини, де моральні якості спеціаліста набувають вирішального значення. Специфіка трудової моралі тих професійних груп, об'єктом діяльності яких є духовний світ особистості, полягає в наявності сукупності особливих вимог, додаткових норм, які регулюють поведінку членів названих професійних груп у їх ставленні до об'єкту праці і через нього до суспільства, а також взаємини всередині цих професійних груп. У цих професіях на основі загальних принципів моралі виробляються своєрідні кодекси честі, професійної поведінки, котрі поряд із загальноморальними правилами містять і увесь досвід даного виду людської діяльності. Більше того, у деяких професіях навіть сама фахова спроможність спеціаліста багато в чому залежить від його моральних якостей. Це насамперед стосується праці вчителя, лікаря, юриста, керівника, військового, дипломата, журналіста та ін. [10, с.25].

У зв'язку з тим, що самі професії відрізняються не тільки за об'єктом і обсягом трудових зусиль, а й за цілями впливу, розрізняють конкретні види професійної моралі і, відповідно, професійної етики: етика політич-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

на, юридична, дипломатична, медична, педагогічна, військова, депутатська, етика менеджера, вченого, журналіста, працівника сфери обслуговування і т.д.

Особливим проявом професійної етики виступає економічна етика («ділова етика», «етика бізнесу»). Започаткував економічну етику ще Аристотель, а згодом формуванню етики бізнесу сприяла протестантська Реформація, з якою було тісно пов'язане виникнення капіталізму в Європі в XVI ст. На противагу середньовічній католицькій ідеології, котра стверджувала, що отримання торговельного прибутку підлягає моральному осуду, протестантизм уможливив формування етики бізнесу внаслідок морального освячення прагнення до прибутку, причому винагорода фінансовим успіхом трактувалась як знак прихильності Бога. Світська версія протестантської етики бізнесу стала важливою складовою західної суспільної культури. На сучасному етапі однією з перших етико-економічних концепцій була концепція Г. Форда. Він вважав, що щастя і добробут добуються тільки чесною працею і що в цьому полягає етичний здоровий глузд. Відтак, засаднича ідея сучасної етики бізнесу: можна бути водночас добросовісним і процвітаючим у бізнесі, причому моральна чеснота необхідна умова для успіху [13, с.93].

Етика бізнесу – це сукупність норм поведінки підприємця, вимоги, що пред'являються культурним товариством до його стилю роботи, характеру спілкування між учасниками бізнесу, їх соціального вигляду. Це – етика ведення переговорів з партнерами, етика складання документації, використання етичних методів конкуренції [13, с.94].

Ділова етика ґрунтується на повазі до інтересів не лише своєї фірми, а й партнерів, клієнтів і суспільства в цілому. Дане правило поширюється і на конкурентів – заборонено заподіювати їм шкоду прийомами, що виходять за рамки конкурентної боротьби. Етика виступає за отримання благ максимальною кількістю учасників ринку та рівні можливості доступу до них. Відтак, основою сучасної ділової етики є соціальний контракт (неформальна угода компанії і її зовнішнього оточення про єдині норми поведінки) і соціальна відповідальність фірми (максимальне використання її переваг і зведення до мінімуму недоліків, що стосуються як учасників бізнесу, так і суспільства у цілому) [17, с.47].

Етика бізнесу включає в себе діловий етикет, який формується під впливом традицій і певних сформованих історичних умов конкретної країни. Слово «етикет» (фр. ярлик, етикетка) у буквальному перекладі означає збір правил поведінки в суспільстві, що стосуються зовнішнього ставлення до людей (поводження з навколишніми, форми звертання й вітання, поведінки в громадських місцях, манери й одяг тощо), або певні церемоніали. Етикет, знання законів і правил, є одним з головних способів грамотного формування іміджу керівника, співробітника або фірми в цілому. Діловий етикет можна визначити як сукупність правил поведінки (ведення ділових переговорів, нарад, офіційних прийомів, взаємини в трудовому колективі, прийом на роботу, звільнення, прийом

відвідувачів, заохочення й покарання, ділові відносини керівника з підлеглими, діловий стиль (дрес-код) і імідж і т. д.), прийнятих у діловому світі. Володіння правилами і прийомами ділового етикету сприяє формуванню справжнього авторитету керівника, повазі з боку підлеглих, більш високому рівню їхньої мотивації до праці, попередженню конфліктів, підвищенню престижу установи й ефективній роботі в цілому [14, с.62-63].

Етика бізнесу в широкому сенсі – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватися діяльність організацій та їх членів у сфері управління і підприємництва. Вона не є простим набором певних моральних стандартів, а виступає інструментом аналізу і вирішення проблем, які постають перед людиною, що займається бізнесом [13, с.98]. За умов історичних змін в організації сучасного ділового світу етика бізнесу стає важливою складовою культури підприємництва, зростання рівня корпоративності.

Корпоративна етика, на відміну від універсальної, зумовлена особливостями діяльності і цілями даної організації, а також стереотипами поведінки, що історично склалися в даній організації. Поштовхом до її формування стали проблеми і кризові ситуації та зловживання у різних сферах професійної діяльності корпорацій (продаж неякісних товарів, підкуп, хабар). Вона є частиною ширшої, нормативної, системи, так званої корпоративної культури. Остання включає не тільки етичні, а й інші цінності, а також переконання, ритуали, символи [7, с.92]. Вона охоплює явища різних порядків: етичну оцінку як внутрішньої, так і зовнішньої політики організації у цілому; моральні принципи членів організації, тобто професійну мораль; моральний клімат в організації; зразки моральної поведінки; норми ділового етикету як ритуалізовані зовнішні норми поведінки [17, с.45-46].

Формуванню корпоративної етики сприяють спеціальні методи: 1) корпоративні кодекси як збір правил ділового спілкування, які є центральним елементом корпоративної етики; 2) «карти етики» – набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс для кожного співробітника; також вони містять ім'я і телефон консультанта компанії з етичних питань; цей метод активно застосовується в японських компаніях; 3) комітети або певні спеціалісти з етики, які цілеспрямовано напрацьовують етичну політику компанії, а також вирішують конкретні етичні проблеми, які виникають в професійній практиці [7, с.140].

За оцінкою журналу Fortune в США 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50% всіх інших мають етичні кодекси [11, с.32]. Останнім часом етичні кодекси почали розробляти і впроваджувати в життя і найбільш життєздатні українські організації. Ключовими стандартами компетенцій (робочої поведінки) в них є такі: орієнтація на клієнта, мотивація на успіх, надійність, творчість, доброзичливі стосунки керівництва з персоналом, командна робота та ін. [9, с.93].

Висновки. Призначення професійної етики пов'язано з гуманізацією суспільної праці. Новий період

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

у розвитку професійної етики настав в другій половині ХХ ст. Він відображає реалії сучасної цивілізації: формування єдиної світової системи господарювання і світових систем комунікацій, найвищий рівень кооперації в процесі виробництва, все зростаючий рівень техногенної небезпеки для існування кожної окремої людини і планети в цілому. Характерною особливістю розвитку професійної етики на сучасному етапі є дедалі глибша диференціація норм моральності залежно вже не просто від професії, а від її окремих спеціалізацій.

Розвиток партнерських відносин і зростаюча залежність бізнесу організацій як на національному, так і міжнародному ринку стимулювали розвиток ділової етики. Етичні вимоги знаходять відображення в професійних і корпоративних кодексах і стають ядром корпоративної культури організацій.

У сучасному бізнесі корпоративна етика виступає однією із найважливіших умов для успішної діяльності організації, цілісним підґрунтям її динамічного зростання та своєрідною гарантією до підвищення ефективності, оскільки приводить до спільної гармонійної внутрішньої узгодженості орієнтирів та прагнень співробітників, а не простого виконання наказів.

Кодекси корпоративної етики забезпечують соціальну відповідальність і високу ділову етику компаній. На сьогодні такі кодекси регламентують загальну моральну атмосферу в компанії, відносини між статтями, дискримінацію, контакти і систему звітності, подарунки, безпеку продукції, відносини між працівниками і їх безпосереднім керівництвом, участь у політичній діяльності, фінансову практику, корупцію, конфлікт інтересів, відповідальний підхід до рекламної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алехина І. Имидж и этикет в бизнесе / И. Алехина. – М.: Дело, 2003. – 112 с.
2. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам. – М., 2007. – 160 с.
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учеб. пос. / Р.Н. Ботавина. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 208 с.
4. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. / За ред. Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344с.
5. Задихайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навч. посіб. – Харків: Еспада, 2003. – 688 с.
6. Ладатко Л.В. Этика и культура управления: Учеб. пособ. – Ростов на Дону: Феникс, 2006. – 317 с.
7. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. – М.: Дело, 2000. – 280 с.
8. Помаранська Н.Є. Основи професійної етики та культура спілкування. – Рівне, 2011. – 53 с.
9. Рихліцька О.Д. До питання корпоративної етики в сучасній організації // Гуманітарний часопис. – 2011. – N 1. – С. 89-97.

10. Романовський О.Г. Ділова етика: Навч. посіб. / О.Г. Романовський, О.С. Пономарьов, О.М. Лапузіна. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2006. – 364 с.

11. Салливан Дж. Нравственный компас бизнеса: деловая этика и корпоративное управление как средства борьбы с коррупцией // Глобальный форум по корпоративному управлению. – Фокус 7. – Вашингтон, 2009. – 60 с.

12. Сердюк О.О. Методологічні аспекти аналізу етичних проблем в бізнесі // Постнекласичні дослідження. – XXI (сьомий випуск). – К.: ЦГО НАН України, 2002. – С. 348-360.

13. Сидоренко С.В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – Випуск 39. – С. 91-106.

14. Стоян Т.А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навч. посіб. / Т.А. Стоян. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 232 с.

16. Фритцше Д.Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 327 с.

17. Шавкун І.Г. Методологічні проблеми концепції етичної компанії в бізнесі // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – Вип. 39. – С. 44-54.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА

Догадайло Яна Вікторівна, Кісельова Яна Едуардівна, к.е.н., доц., магістрант

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація: В статті здійснено узагальнення теоретичних основ щодо управління прибутком, визначено сутність процесу управління та на основі отриманих результатів дослідження сформовано систему управління прибутком підприємств дорожнього господарства.

Ключові слова: управління, функції, прибуток, система, центри відповідальності, дорожнє господарство.

Abstract: In the article the synthesis of theoretical bases of the management of profit has been made, the essence of management has been defined and the management system of profits of the road industry's enterprise has been generated by the research results.

Keywords: management, functions, profit, system, responsibility centers, road industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Одним з найважливіших завдань, що стоять перед керівництвом і працівниками підприємств є ефективне управління прибутком у процесі господарської діяльності. Існуючі в економічній літературі публікації не охоплюють усього кола існуючих проблем. Необхідно зазначити, що принципи управління прибутком залежать від багатьох факторів, головними із яких є особливості галузевої приналежності та спеціалізація підприємства, зумовлює поряд з використанням загальноприйнятих принципів управління прибутком необхідність розробки особливих принципів для кожного конкретного підприємства індивідуально, ґрунтуючись на системному підході і комплексному аналізі його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти управління прибутком підприємств розглянуті в працях науковців: І.О. Бланка, Л.Д. Буряка, Ф.Ф. Бутинця, О.Р. Квасовського, А.М.Поддерьогіна, В.В. Сопко, Н.М. Цал-Цалко, Г.В. Савицької, А.Д. Шеремета та ін. Серед західних економістів - А.Бабо, Л.Р. Брейлі, Є. Брігхем, А. Гропеллі, К. Друрі, Б.Коласса, С. Майерса, С. Росса, Р. Холта. Вклад вчених до вирішення питань управління прибутком підприємства є достатньо вагомим, але при цьому сьогодні відсутня єдність думок щодо визначення сутності процесу управління прибутком підприємств, а також відсутні розробки щодо формування системи управління прибутком підприємств дорожньої галузі.

Постановка завдання. Метою даної роботи є визначення сутності процесу управління, виділення основних його складових та формування системи управління прибутком підприємств дорожнього господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. І.О. Бланк [1] визначає управління прибутком як процес розробки і прийняття управлінських рішень за всіма

основними аспектами його формування, розподілу і використання. В.П. Савчук [12] дає наступне визначення: дії на чинники фінансово-господарської діяльності, які сприяли б, по-перше, підвищенню доходів і, по-друге, зниженню витрат». Дане визначення виділяє основні напрями діяльності в управлінні прибутком, але не розкриває всієї суті управління прибутком. А за думкою В.В. Худа [16] управління прибутком – це цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання прибутку на конкретному підприємстві. В даному визначенні управління розглядається як цілеспрямований і систематичний процес, але недоліком є те, що не зазначаються функції управління.

Таким чином проаналізувавши різні визначення поняття управління, урахувавши їхні переваги та недоліки, можна визначити управління прибутком як цілеспрямований, систематичний процес виконання функцій управління, що сприяє прийняттю ефективних рішень щодо підвищення доходів, зниження витрат та формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві.

Анрі Файоль виділяв п'ять функцій управління. Згідно його думки, «управляти означає планувати, організовувати, розпоряджуватися, координувати і контролювати». Пізніше ці функції були узагальнені Фа-йолем до чотирьох, які найчастіше зустрічаються в сучасній літературі по менеджменту [15]: планування, організація, керівництво, контроль.

Л. Гьюлік і Л. Урвік визначили 7 функцій: планування, організація, управління кадрами, керівництво, координація, облік і бюджетування [11]. Керівництво є синонімом слова управління, тобто керівництво не може бути функцією управління.

Концепція В. Хіля містить 4 функції більш укрупненого формату, включаючи формування політики та мети, планування, організацію та управління кадрами

[9]. Але формування політики та мети не є функцією управління, а являється складовою планування.

Ч. Барнард мінімізує склад функцій до трьох: визначення цілей організації з урахуванням мінливих вимог зовнішнього та внутрішнього середовища і формування цінностей організації та її внутрішньої культури; створення системи комунікацій, тобто ієрархічної та підзвітної структури, а також систем для передачі інформації як у вертикальному напрямку, так і між усіма індивідуумами та підрозділами; розробка відповідного набору стимулів для залучення й утримання персоналу, а також для забезпечення його прихильності до загальної мети [5]. Однак визначення цілей та створення системи, не є функціями, а являють собою складові функцій, таких як планування і організація.

У працях О.С. Кузьміна [7] наголошено, що на сучасному етапі розвитку менеджменту потрібно виділяти п'ять загальних функцій: планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання.

Найбільш поширена інтерпретація управлінських функцій запропонована М. Месконом, М. Альбертом і Ф. Хедоурі [8]. Вона включає планування, організацію, мотивацію і контроль.

Аналіз публікацій науковців показав, що у дослідженнях науковців не існує єдиної думки щодо застосування функцій управління прибутком. Більшість науковців зараховують до функцій управління прибутком класичні функції управління: планування, організацію, мотивацію, контроль. Ці чотири основні функції тісно зв'язані між собою в єдиному процесі управління. Незадовільне планування чи недосконала організація, так само як і слабка мотивація праці або поганий контроль, негативно впливають на результати діяльності підприємства в цілому.

Системний підхід є засобом вирішення складних проблем, може використовуватись у різних ситуаціях, в його основі лежать наукові методи і він забезпечує одержання результатів відповідно до конкретної діяльності системи.

У великому тлумачному словнику сучасної української мови наведено декілька визначень досліджуваного терміну, зокрема система – це: порядок, зумовлений правильним, плановим розташуванням і взаємним зв'язком частин чого-небудь; форма організації, будова чого-небудь; сукупність яких-небудь елементів, одиниць, частин, об'єднаних за спільною ознакою, призначенням; сукупність способів, методів, прийомів здійснення чого-небудь; будова, структура, що становить єдність закономірно розташованих та функціонуючих частин [14].

В бухгалтерському словнику за редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця термін “система” розглядається як множина об'єктів разом з відносинами між об'єктами – частинами чи компонентами системи – та між їх атрибутами – властивостями об'єктів [2].

З наведених визначень можна виділити елементи, які повинні містити будь-яка система: об'єкти, суб'єкти, порядок (послідовність) дій, взаємозв'язок, способи, методи функціонування.

Системне управління передбачає вплив керуючого суб'єкта на об'єкт управління для досягнення поставлених завдань. Виконання всіх функцій управління по всіх елементах – це взаємодія керуючої підсистеми (суб'єкт управління) на керовану підсистему (об'єкт управління).

Визначаючи об'єкт управління прибутком, необхідно чітко усвідомлювати, що прибуток не є безпосереднім об'єктом управління, оскільки його абсолютна величина являється результирующим показником і безпосередньо залежить від зміни абсолютних величин інших фінансових показників господарської діяльності суб'єкта господарювання – доходів та затрат суб'єкта.

Суб'єктами управління прибутку є керівники, менеджери, бухгалтери підприємства, які беруть участь у виконанні окремих функцій або елементів управління прибутком. В останній час організаційне управління прибутком підприємства базується на формуванні більш ефективних структурних підрозділів підприємства – центрів відповідальності. Вихідним моментом створення системи управління прибутком, на основі виділення центрів відповідальності, є персоніфікація відповідальності за прийняте рішення.

В. Сопко під центром відповідальності розуміє місце, де виникають правові відносини між учасниками господарських процесів [13]. Д. Міддлтон вважає, що центр відповідальності являє собою частину виробництва, для якого можна визначити витрати [10].

Т. П. Карпова вважає, що центр відповідальності – це таке групування витрат, яке дозволяє поєднати в одному процесі місця виникнення витрат з відповідальністю керуючих ними менеджерів [4].

Залежно від сфери впливу керівника структурного підрозділу С.Ф. Голов розрізняє три види центрів відповідальності [3]: центр витрат – це підрозділ, керівник якого контролює витрати центра, але не контролює доходи та інвестиції; центр прибутку – це підрозділ, керівник якого контролює витрати та доходи центра, але не контролює інвестиції у власні активи; центр інвестицій – це господарська одиниця, керівник якої одночасно контролює витрати, доходи й інвестиції.

Данілочкіна Н.Г. [6] виділяє додатково центр торгів (доходів) – центр відповідальності, менеджер якого контролює доходи центра та несе за них відповідальність.

В підприємстві дорожнього господарства доцільно виділити центр витрат, центр доходів та центр прибутку, так як інвестиційною діяльністю підприємства не займаються. На основі всього вище перерахованого пропонується наступна система управління прибутком підприємства дорожнього господарства (рисунок 1).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Таким чином система управління прибутком підприємства має містити в собі керуючу (суб'єкт) та керовану (об'єкт) підсистеми. До об'єктів управління прибутком слід відносити: доходи, витрати та прибуток підприємства.

Суб'єктом є фахівці, що займаються управлінням прибутком, для більш удосконалення процесу управління прибутком і збільшення його ефективності доцільним є створення центрів відповідальності. Процес управління прибутком підприємства має здійснюватись завдяки реалізації функцій управління та за допомогою відповідних методів управління. На підставі викладеного було сформовано систему управління прибутком підприємств дорожнього господарства, що засновується на використанні системного підходу, СVP-методу та основних принципів впровадження контролінгу на підприємстві. В подальшому планується розробити методичні основи щодо практичного застосування СVP-методу на підприємствах дорожнього господарства, шляхом обґрунтування системи показників управління прибутком, вибору методичного підходу щодо класифікації витрат за критерієм реагування на зміни обсягу діяльності та інше.

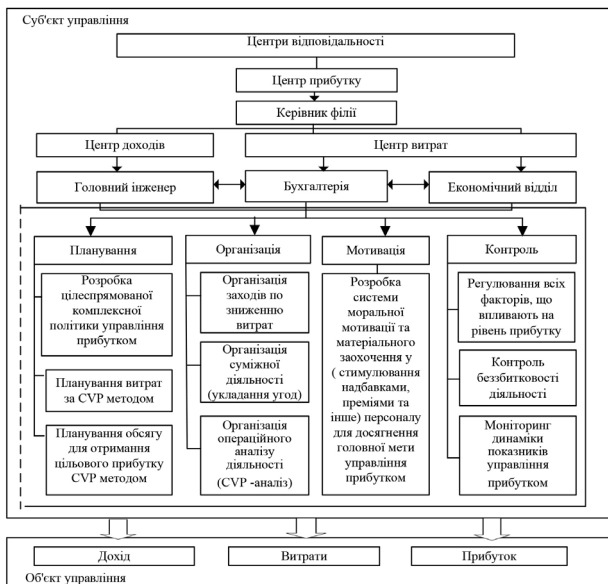


Рисунок 1 - Система управління прибутком підприємства дорожнього господарства

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк И.А. Управление прибылью / Бланк И.А. – К.: Ника-Центр, Элы, 2007. – 568 с.
2. Бухгалтерський словник / [авт.-уклад. Ф.Ф. Бутинець]. – Житомир, 2001. – 224 с.
3. Голов С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет / Голов С.Ф. – К.: СКАРБИ, 2005– 383с.
4. Карпова Т.П. Управленческий учет/ Карпова Т.П. – М.: Аудит-ЮНИТИ, 1998. – 350 с
5. Классики менеджмента / Под ред. М. Уорнера.– СПб.: Питер, 2001.– 1168 с.
6. Контроллинг как инструмент управления предприятием / [Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др.]; под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2004. – 279 с.
7. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник.– 2-ге вид. [випр., доп.]– К. : Вид-во «Академвидав», 2007.– 464 с.

8. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер с англ. Л.И. Евенко. –М.: Дело, 1999. –800с.

9. Менеджмент: Дайджест основных разделов и тем / Под ред. А. К. Казанцева.– СПб.: СПбГИЭА, 1997.– 175 с.

10. Миддлтон Д. Бухгалтерский учет и принятие финансовых решений / Миддлтон Д. ; пер. с англ. И. И. Елисеевой. – М.: Юнити, 1997. – 408 с.

11. Песиков С. Г. Развитие функций управления предприятием в условиях глобализации и информатизации рыночной экономики / С.Г.Песиков // Российское предпринимательство.– 2005.– № 6, Часть 1.– С. 8 – 13.

12. Савчук В.П. Управление прибылью и бюджетирование / Савчук В.П. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007. – 432 с.

13. Сопко В. Бухгалтерський облік / Сопко В. – К.: КНЕУ, 1998. – 448 с.

14. Глумачний словник української мови // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eslovnyk.com/>

15. Файоль А. Управление – это наука и искусство / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд. – М.: Республика, 1992.– 351 с.

16. Худа В.В. Управління прибутком торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В.В. Худа. – К., 2007. – 24 с.

УДК

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Дьячкова Екатерина Николаевна кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры маркетинга и менеджмента
Белгородского университета кооперации, экономики и права

Аннотация: В статье рассмотрен понятийно-категориальный аппарат корпоративной социальной ответственности, проанализированы проблемы и особенности формирования корпоративной социальной ответственности отечественных организаций. Показана взаимосвязь между корпоративной социальной ответственностью и финансово-экономическим положением организации, преимущества и выгоды, получаемые организацией в результате социально ответственного поведения. Выявлены особенности и перспективы становления корпоративной социальной ответственности на современном этапе развития экономики.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие социально-экономических систем, социальная ответственность, корпоративное управление, репутация.

Summary: In article the conceptual and categorial device of corporate social responsibility is considered, problems and features of formation of corporate social responsibility of the domestic organizations are analysed. The interrelation between corporate social responsibility and financial and economic position of the organizations, the advantages and benefits received by the organization as a result of socially responsible behavior is shown. Features and prospects of formation of corporate social responsibility at the present stage of development of economy are revealed.

Keywords: corporate social responsibility, sustainable development of social and economic systems, social responsibility, corporate management, reputation.

За последнее время по всему миру в отношениях между государством, гражданскими институтами и частными компаниями произошли изменения, которые способствовали появлению новых форм общественного взаимодействия. Одна из таких форм основывается на исключительно добровольно построенной системе взаимоотношений, – это корпоративная (социальная) ответственность. В настоящее время, вопрос социальной ответственности бизнеса выдвинулся на первый план. Социальная деятельность организаций и их репутация взаимосвязаны между собой. Если организация будет вкладывать средства в социальные программы, тем самым обеспечивая социальные гарантии своим работникам и гарантируя качество и безопасность реализуемой продукции и услуг, то в перспективе организацию ожидает благоприятное социальное окружение, а вследствие этого и устойчивое финансово-экономическое положение.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими задачами. Усилия отечественных корпораций, направленные на поддержку локальных сообществ и на устойчивое развитие территорий, не только влекут благоприятные последствия для развития бизнеса, но и приносят дивиденды в виде роста «социального капитала». Одним из эффективных способов такого влияния является социально ответственное ведение бизнеса, а методикой предьяв-

ления его результатов обществу — социальная отчетность компаний. С развитием общества постоянно увеличивается спрос на социальные услуги со стороны граждан. Государство не способно самостоятельно удовлетворять постоянно растущие социальные потребности общества и полностью финансировать социальную сферу. Именно поэтому появляется острая необходимость привлечения коммерческих организаций, бизнеса к софинансированию решения вопросов общественного развития.

Следует отметить, что понятие «корпоративной социальной ответственности» сформировалось на Западе относительно недавно. До этого времени существовали различные стандарты и нормы, регулирующие отношения людей в предпринимательской сфере, различные подходы к корпоративной этике. В сфере же социальной политики предприятий никаких стандартизированных правил и норм не было выработано вообще.

Безусловно, корпоративная социальная ответственность в настоящее время – это одна из составляющих в структуре менеджмента крупных корпораций, цель которой повысить уровень продаж, экономическую эффективность, капитализацию бизнеса, за счет повышенного уровня социальной ответственности перед потребителями, поставщиками, персоналом партнерами, государством и обществом.

Социальная ответственность бизнеса или корпоративная социальная ответственность (КСО) — это

концепция, отражающая добровольное решение организаций участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды. КСО базируется на взаимодействии с заинтересованными сторонами: служащими, акционерами, инвесторами, потребителями, властями и неправительственными организациями. Таким образом, одна из важнейших задач КСО — коммуникационная, выяснение мнений и интересов всех заинтересованных сторон с тем, чтобы максимально учесть их в своей последующей деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций о корпоративной социальной ответственности. Началом развития корпоративной социальной ответственности бизнеса России считают период 2000–2002 гг., так как именно в это время появился интерес к исследованию данного направления. В России уже большинство компаний понимают, что их коммерческая деятельность напрямую влияет на общество, а успехи в бизнесе связаны с общественными ценностями.

Первая и наиболее традиционная концепция социально ответственного бизнеса возникла в 70-х г. как отражение явлений, происходящих в жизни общества, и основывалась на утверждении, что единственная цель бизнеса - получение прибыли, а ответственность бизнеса перед обществом заключается в увеличении прибыли для своих акционеров. Эта точка зрения была «озвучена» М. Фридманом в 1970 г. [10].

Позже К. Дэвис привел убедительные доводы необходимости исследования проблемы социальной ответственности бизнеса в управленческом аспекте. Он подчеркивал, что эта ответственность имеет отношение к тем «решениям и действиям бизнесменов, которые осуществляются по причинам, по крайней мере, частично выходящим за пределы прямого экономического или технического интереса организаций [7]. В 1975 г. К. Дэвис и Р. Бломстром определяют КСО как «обязанность лиц, принимающих решения, предпринимать такие действия, которые будут направлены не только на удовлетворение их собственных интересов, но также на защиту и приумножение общественного богатства» [8].

Содержание явления КСО было уточнено Дж. Мак Гуиром: «Корпорация имеет не только экономические и правовые обязательства, но несет и некую ответственность перед обществом, выходящую за их пределы» [9]. В свою очередь С. Сети, пытаясь согласовать экономическую и социальную ответственность бизнеса, указывал, что КСО «предполагает выведение корпоративного поведения на уровень, соответствующий преобладающим социальным нормам, ценностям и ожиданиям».

Следует акцентировать внимание на том, что на сегодняшний день нет четкого понимания термина «корпоративная социальная ответственность», так как разные авторы, занимающиеся исследованием данной проблематики, по-разному подходят к определению этого понятия. Более того, каждая организация проявляет социальную ответственность по-своему, уникальным образом, в зависимости от направлений работы и потребностей заинтересованных сторон.

С точки зрения С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова, социальная ответственность бизнеса – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума [5].

Кричевский Н.А. и Гончаров С.Ф., обобщая подходы как отечественных, так и зарубежных авторов, говорят о том, что корпоративная социальная ответственность – это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях [2, с. 11].

Среди множества подходов к определению понятия корпоративной социальной ответственности (КСО) наиболее обстоятельной следует признать трактовку Д. Вуда, согласно которой КСО представляет собой конфигурацию принципов социальной ответственности бизнес-организации, процессов социального взаимодействия, а также политик, программ и наблюдаемых результатов, которые относятся к социальным отношениям.

Постановка задачи. Современное состояние России требует активного внедрения КСО как современной формы социального партнерства и поддержки наиболее нуждающихся групп населения. В обществе должна быть создана атмосфера высокой требовательности и ответственности бизнеса к собственному персоналу и нуждам страны. Одновременно власть должна сама подавать примеры роста своей социальной ответственности, предусмотренной российской Конституцией и законодательством. Следует разработать единое понимание понятий социальной ответственности бизнеса и социальной ответственности власти, а также социальной благотворительности.

Очевидно, что социальная (корпоративная) ответственность бизнеса получает все более широкое признание в современном мире. И хотя она не носит обязательного характера, закрепленного юридическими документами, но является важной функциональной составляющей любого успешного бизнеса. Трудно представить себе крупную компанию, которая еще не имеет собственные социально-ориентированные программы. Социальная ответственность и бизнес-деятельность любой компании тесно связаны между собой. Очень важно, чтобы о необходимости социальной ответственности понимали не только руководители, но и вся команда компании. Российские предприниматели, конечно, пытаются разработать конкретные подходы к социальной ответственности, но, на сегодняшний день они вынуждены строить свою политику в условиях кризисного состояния социальной сферы.

Изложение основного материала исследования с обоснованием полученных научных результатов. Корпоративная социальная ответственность отечествен-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

ных компаний – это ее вклад в экономическую, экологическую и социальную деятельность, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие, как самой компании, так и региона ее присутствия и общества в целом.

Социально ответственной является такая компания, которая соблюдает все законодательно предусмотренные правила и обязательства, входящие в минимальный набор признаков корпоративной социальной ответственности, что включает:

- производство качественных и безопасных для использования товаров и услуг;
- полную уплату всех видов налогов;
- выплату регулярной заработной платы своим работникам и внесение своего вклада в их социальное обеспечение;
- соблюдение требований антимонопольного законодательства;
- соблюдение законодательных норм в области охраны окружающей среды и требований государства к экологически чистому производству;
- обеспечение безопасности, здоровья и охраны труда своих работников, соблюдение норм трудового права;
- соблюдение прав человека, предоставляемых Конституцией РФ.

КСО постепенно станет базовой идеологией корпоративного управления и менеджмента, как это уже произошло в большинстве развитых стран мира. Сейчас в России существует целая «палитра» составляющих корпоративной социальной ответственности, и каждая компания дает свое определение этому понятию через призму своих стратегических задач и приоритетов, своей корпоративной культуры и степени той ответственности и обязательств, которые она готова на себя принимать.

Для формирования эффективной системы социальной ответственности любой бизнес-структуры как инструмента ее стратегического развития необходимым условием является классификация форм реализации социальной ответственности. Наиболее продуктивной видится классификация, которая учитывает как внутреннюю, так и внешнюю среду функционирования организации в рамках неформальной части КСО (таблица).

Таблица

Формы реализации КСО к различным ее направлениям

Направления реализации	Формы реализации
Внутреннее	Развитие и поддержка персонала. Охрана здоровья и безопасные условия труда. Социально ответственная реструктуризация
Внешнее	Природоохранная деятельность и ресурсообеспечение. Развитие местного сообщества. Добросовестная деловая практика
Комбинированное	Повышение качества выпускаемой продукции. Проведение экологического аудита. Создание дополнительных рабочих мест для безработных

Осмысление возможных форм реализации КСО в разрезе предложенной классификации позволит бизнес-структурам выстраивать свою стратегию, планировать действия и их последствия, наиболее эффективно реализовывать конкретные программы социальной политики.

На наш взгляд, именно развитие национальной системы оценки КСО может стать тем механизмом, который может быть признан приверженцами самых различных взглядов на реализацию корпоративной социальной ответственности в России, и тем самым стать существенным стимулом для активизации социальной активности бизнеса.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность для современной отечественной бизнес-элиты является актуальной проблемой, которая пока не имеет устойчивой философской основы и нуждается в исследованиях, поиске наиболее предпочтительных путей выполнения перед обществом этой ответственности. Для этого необходимо использовать имеющийся опыт проведения КСО в наиболее развитых странах мира.

За последние два года в России возрастает интерес к КСО. Это связано как с политическими причинами, так и с заинтересованностью бизнеса найти новый общий язык с властью всех уровней и обществом, повысив таким образом свою устойчивость. Власть поддерживает эту деятельность, справедливо полагая, что прогрессивная часть российского бизнеса поможет решить хотя бы часть острейших социальных проблем.

Законодательным и исполнительным органам власти целесообразно совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования КСО бизнеса, включая корпоративную благотворительность. Следует активно поддерживать международный обмен опытом в области КСО, привлекая к этой работе сами компании (менеджмент и профсоюзы).

По нашему мнению, можно выделить ряд аргументов против корпоративной социальной ответственности. Во-первых, любые социальные проекты требуют финансовых вложений, средства, направляемые предприятием на социальную вовлеченность, являются издержками и переносятся, по сути, на потребителей продукции или услуг, отражаясь на ценовой политике организации. Во-вторых, на сегодняшний день не в полной мере сформирована система отчетности об уровне социальной вовлеченности компаний. Рынок четко контролирует экономические показатели, но при этом не учитываются затраты компаний на социальные проекты. В-третьих, специалисты компаний, как правило, хорошо подготовлены в области регулирования рыночных отношений, экономики и техники и не являются специалистами по решению социальных вопросов.

Говоря о корпоративной социальной ответственности, важно проанализировать и преимущества, которые получает компания, реализующая политику социальной ответственности. Во-первых, компанией создаются благоприятные долгосрочные перспективы для ведения бизнеса как внутри страны, так и на международном уровне. Во-вторых, экономические издержки, связанные с реализацией социальных программ в долгосрочной перспективе могут стимулировать прибыль компании, рост продаж в связи с возросшим доверием

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

местного сообщества, положительной репутацией компании и лояльностью клиентов. В-третьих, социально ответственное поведение сокращает издержки взаимодействия с местными органами власти.

В-четвертых, компании, реализующие социальные проекты, направленные на сотрудников и членов их семей, являются наиболее привлекательным работодателем, что позволяет осуществлять набор наиболее квалифицированных кадров и впоследствии может стать одним из конкурентных преимуществ. В-пятых, социально ответственное ведение бизнеса отражается на качестве управления компанией, повышении производительности труда, сокращении операционных затрат. В-шестых, следование принципам экологической, социальной, этической ответственности при ведении бизнеса повышает инвестиционную привлекательность компании, что проявляется в улучшении финансовых показателей.

Выводы из данного исследования и перспективы дальнейших разработок в данном направлении. Подводя итог вышеизложенного, следует отметить, что на сегодняшний день в России концепция корпоративной социальной ответственности только набирает обороты. Но уже происходят положительные изменения и в среде отечественных предпринимателей и собственников крупных компаний, для которых корпоративная социальная ответственность становится все более понятной философией бизнеса.

Предстоит немало сделать для того, чтобы рассматриваемая концепция стала обязательным атрибутом ведения бизнеса на территории Российской Федерации. Важно вести информационную политику, разработать критерии социальной ответственности компаний, формировать систему отчетности о реализованных социальных программах, а самое главное – прививать ответственное отношение к стране, на территории которой ведется бизнес.

Поэтому на сегодняшний день в рамках устойчивого развития организаций, территорий и государства как социально-экономических систем, приобретает большое значение создание условий формирования корпоративной социальной ответственности в целом и ее отдельных составляющих.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность: от благотворительности к имиджу // Экономика: теория и практика. – 2011. – № 1(21). – С. 9–14.
2. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М.: Кнорус. – 2009. – 195 с.
- 3.Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие.
Кравченко Е.Ю., Осадчая С.М. Международный журнал экспериментального образования. – 2012. – № 4. – С. 84.

4.Социальная ответственность организаций: проблемы формирования, области реализации, проектная направленность (монография)

Роздольская И.В., Осадчая С.М., Мозговая Ю.А. Успехи современного естествознания. – 2012. – № 8. – С. 130.

5.Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров России. – 2003. – 227 с.

6.Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. N.Y. :Harper & Row. 1953. P. 6.

7. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? //California Management Review. 1960. № 2 (3). P. 70.

8.Davis K., Blomstrom R. Business and Society: Environment and Responsibility. N.Y. : McGraw Hill, 1975. P. 176.

9.McGuire J.W. Business and Society. N.Y. : McGraw Hill, 1963. P. 144.

10. Friedman M. The social responsibility of business is to make profit. The New York Times magazine. 1970. № 175.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МОБІЛІЗАЦІЇ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Зубков Сергій Олександрович, канд. екон. наук, доцент

Колесник Аліна Олексіївна, канд. техн. наук

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Уточнено трактування понять «мобілізація» та «механізм»; систематизовано підходи до визначення поняття «організаційно-економічний механізм»; подано авторське бачення поняття «організаційно-економічний механізм мобілізації ресурсного потенціалу підприємства».

Ключові слова: мобілізація, механізм, ресурсний потенціал, організаційно-економічний механізм, підприємство.

The interpretations of the concepts of «mobilization» and «mechanism» were refined; the approaches to the definition of «organizational-economic mechanism» was systematized; the author's definition of «organizational-economic mechanism of mobilization of the resource potential of the enterprise» was defined.

Keywords: mobilization, mechanism, resource potential, organizational-economic mechanism, enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Реалізація ціннісно-орієнтованого підходу до управління потенціалом підприємства у зв'язку з безперервністю змін його внутрішнього та зовнішнього середовища вимагає більш повного використання наявного потенціалу та мобілізації нереалізованих резервів. У сучасних умовах економічної кризи в Україні, які негативно впливають на ефективність діяльності підприємств, питання розробки організаційно економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства є своєчасними та актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення та формування організаційно-економічного механізму присвячено численні дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. Більшість з них присвячені проблемам формування організаційно-економічного механізму управління різними аспектами діяльності підприємств [1, 2, 7, 10, 12, 19, 23]. Частина досліджень спрямована на формування організаційно-економічного механізму специфічних сфер функціонування підприємства [5, 17, 20, 22, 24]. Проте поза увагою дослідників залишилися питання пов'язані з мобілізацією резервів та ресурсів підприємств для підвищення ефективності їх діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування визначення поняття «організаційно-економічний механізм мобілізації ресурсного потенціалу підприємства». Для вирішення поставленої мети у статті вирішено такі завдання: уточнено трактування понять «мобілізація» та «механізм»; систематизовано існуючі підходи до визначення поняття «організаційно-економічний механізм»; надано авторське трактування поняття «організаційно-економічний механізм мобілізації ресурсного потенціалу підприємства».

Вклад основного матеріалу дослідження. В економічному аспекті поняття «мобілізація», як засвідчили результати досліджень, в тлумачних словниках визначають з двох підходів. Перший визначений підхід – процесний, який розглядає мобілізацію як процес, певну дію. Так, в енциклопедії під редакцією І. М. Куликова та Т.Ф. Рябової [6], мобілізація розглядається як зосередження сил і засобів для досягнення якої-небудь мети. Схоже визначення надається у Словнику бізнес-термінів, який визначає мобілізацію як концентрацію засобів і ресурсів для досягнення певної мети [16].

Другий підхід до визначення мобілізації – статичний, який визначає її як стан. Так, тлумачний словник російської мови Дмитрієва під мобілізацією розуміє такий стан, коли концентруються власні внутрішні можливості, резерви, щоб виконати якусь важливу задачу [18]. Словник російської мови Т.Ф. Єфремової трактує мобілізацію як приведення чого-небудь в стан, що забезпечує успішне виконання якої-небудь задачі [9].

Поєднання цих двох підходів знаходимо у Словнику за редакцією В.В. Острошенко, який визначає мобілізацію як залучення та приведення в активний стан сил, коштів, ресурсів для вирішення якої-небудь задачі [14].

Таким чином, загальною рисою усіх наведених визначень поняття «мобілізація» є цільова спрямованість, для досягнення якої зосереджуються певні ресурси, резерви, можливості.

Мета проведення мобілізації розкривається в межах цілей управління ресурсним потенціалом підприємства та здійснюється для активізації зусиль щодо досягнення цих цілей. Такими цілями на підприємствах найчастіше виступають наступні: підвищення конкурентоспроможності; зростання вартості підприємства; підвищення ефективності діяльності; реалізація різних

проектів та ін. Завданнями мобілізації ресурсного потенціалу відповідно до визначених цілей є: доведення показників стану або ефективності використання елементів ресурсного потенціалу до рівня конкурентів, збільшення вартості окремих елементів ресурсного потенціалу, більш повне використання елементів ресурсного потенціалу через задіяння до виробничого процесу невикористаних резервів, оптимізація структури ресурсного потенціалу тощо. Досягнення цих цілей шляхом мобілізації ресурсного потенціалу підприємства здійснюється завдяки сформованому організаційно-економічному механізму мобілізації.

Проведений аналіз вітчизняної та зарубіжної науково-економічної літератури відносно визначення поняття «організаційно-економічний механізм» засвідчив, що в даний час відсутнє визначення поняття «організаційно-економічний механізм мобілізації ресурсного потенціалу». У таких умов доцільним є розкриття змісту цього поняття.

Перш ніж приступити до розкриття змісту цього поняття, необхідно визначитися з семантикою слова «механізм». Традиційно поняття «механізм» розглядалося під час опису різних технічних пристроїв. Щодо економічних і соціальних явищ поняття «механізм» стали використовувати лише на початку 60-70 років ХХ сторіччя [22], а отже сучасним визначенням цього поняття в економічному сенсі властивий механістичний підтекст. У науковій літературі та сучасній економічній теорії термін «механізм» прийнято розуміти як сукупність процесів, прийомів, методів, підходів, за допомогою яких відбувається рух усієї системи і здійснюється досягнення певної мети [17]. Набув поширення підхід, що трактує поняття «механізм» як систему, сукупність дій чи спосіб, що визначає порядок, послідовність виду діяльності чи процесу деяких ланок та елементів, що приводять їх у дію [8]. У багатотомному словнику української мови в розумінні щодо суспільних, соціальних і економічних явищ під механізмом розуміється «внутрішня побудова, система чого-небудь» [3]. Ожегов С.І., Шведова Н.Ю. визначають механізм, як систему, пристрій, що визначає порядок якого-небудь виду діяльності [13]. За визначенням Борисова А.Б., механізм – це сукупність організаційних структур і конкретних форм і методів управління, а також правових норм, за допомогою яких реалізуються діючі в конкретних умовах закону, процес відтворення [4].

Таким чином, враховуючи спільні риси у наведених визначеннях, можна зробити висновок про те, що в економічному сенсі механізм являє собою певну сукупність елементів певного економічного явища та порядок їх взаємодії.

Економічні механізми поділяються на власне економічні, організаційно-економічні і організаційно-управлінські [5; 20]. Характерною особливістю економічного механізму є його автоматичний характер по відношенню до підтримуваних процесів або діяльності. Наприклад, порядок проведення і використання амортизаційних відрахувань є економічним механізмом, під-

тримуючим відтворювальний процес основного капіталу підприємства. Організаційно-економічний механізм відрізняється тим, що природний хід економічних процесів замінюється або доповнюється їх управлінням або регулюванням. Для організаційно-управлінського механізму характерно те, що результатом його функціонування є управлінське рішення, що використовується в процесах управління підприємством. Тобто відмінною рисою організаційно-управлінського механізму є те, що продуктом його діяльності є інформація, а в основі функціонування лежать інформаційні процеси [5].

Аналіз трактування поняття «організаційно-економічний механізм» у різних авторів, дозволив їх систематизувати за кількома підходами до визначення: системного, методичного, організаційно-управлінського.

Перший підхід до визначення – системний, який полягає у розгляді організаційно-економічного механізму як системи складових елементів.

Організаційно-економічний механізм, на погляд Федорович О. В. [21], це складна взаємозалежна сукупність елементів – організаційно, економічно, а іноді й технологічно пов'язаних між собою підсистем більш низького рівня. Як систему елементів організаційного та економічного впливу на управлінський процес подає організаційно-економічний механізм Астапова Р. В. [2]. У цьому ж контексті, але як систему блоків технологічного, економічного, організаційного і соціального, які включають в себе їх елементи трактує організаційно-економічний механізм Єрьоменко-Григоренко О. А. [10].

Другий підхід – методичний, який розглядає організаційно-економічний механізм як сукупність методів та способів.

Зокрема Шилова Т. А. розглядає організаційно-економічний механізм як сукупність методів і способів, які дають можливість підприємству мати стійке положення на ринку, залучати та зберігати споживачів при реалізації основної мети своєї діяльності [24]. У свою чергу Гончарук А. Р. [7] під організаційно-економічним механізмом розуміє систему методів, операцій, важелів, організаційних структур та їх взаємозв'язків, що визначають зміст процесу управління та в сукупності вирішують основне його завдання. Новіков А. В. [12] трактує організаційно-економічний механізм як систему функціональних механізмів управління, сукупність елементів (інструментів, методів, способів, правил і процедур) управління. Попова В.В. в основі організаційно-економічного механізму передбачає сукупність економіко-фінансових і організаційно-правових форм, методів, інструментів і важелів впливу на діяльність підприємницьких суб'єктів з метою забезпечення бажаного вектору розвитку, який функціонує в межах фундаментальних зв'язків, що відображають природу його структури [15].

Третій підхід до визначення – організаційно-управлінський, який розглядає організаційно-економічний механізм як систему організації й управління. Зокрема Транченко Л. В. під організаційно-економічним механізмом розуміє систему організації й управління, що

включає певну сукупність взаємопов'язаних організаційно-правових, економічних та мотиваційних методів, які мають специфічні особливості у конкретних умовах суспільного виробництва [19]. Шафієва Е. Т. в організаційно-економічному механізмі бачить механізм взаємозв'язку й взаємодії організаційної структури управління та організації процесів прийняття рішень з методами, прийомами і правилами господарювання, спрямований на його найбільш ефективне функціонування і розвиток у цілому [23]. Шкода Н.П. під організаційно-економічним механізмом розуміє комплекс організаційних структур, спрямованих на створення конкурентних умов господарювання і зростання ефективності учасників соціально-економічних процесів (держава, регіон, ринок, галузь, підприємство) [25].

Окремі автори, відзначаючи багатоаспектність даного поняття, також намагаються виокремити різні аспекти прояву поняття «організаційно-економічний механізм». Так, на думку Актёловой О.П. [1], організаційно-економічний механізм управління ефективністю підприємницьких структур можна розглядати в широкому і вузькому сенсі. У широкому сенсі організаційно-економічний механізм управління – це форма організації взаємодії учасників ринку, структур і відділів підприємства, внутрішніх бізнес-процесів, а також економічні методи та механізми забезпечення цієї взаємодії. У вузькому сенсі – це система організаційно-економічних заходів, що стосуються підвищення ефективності виробництва послуг, що означає наявність взаємопов'язаних організаційно-адміністративних та економічних заходів. Вибір організаційно-економічного механізму, його концепція залежать від обраних цілей розвитку та напрямків стратегічного розвитку регіону [1].

Так, на погляд Цуркан С.М. [22], організаційно-економічний механізм можна розглядати з двох позицій: по-перше, організаційно-економічний механізм є взаємозалежною сукупністю певних організаційних заходів, мір, які ґрунтуються на певних принципах і дієвість яких обґрунтована дією об'єктивних економічних законів. По-друге, організаційно-економічний механізм є системою взаємозалежних елементів-підсистем, набір яких залежить від того, на що направлена дія цього механізму [22].

Шкода Н. П. виділяє три підходи до розкриття сутності організаційно-економічного механізму [25]: елементний, при якому механізм розглядається як організуюча система взаємозв'язків між структурними елементами; функціональний, коли механізм розглядається як сукупність видів діяльності, спрямованої на досягнення визначеної мети; процесний, коли механізм розкривається через дію з розв'язання проблеми, тобто як процес підготовки і прийняття рішень.

Карачина Н. П. та Вітюк А. В. [11] систематизують чотири підходи до визначення організаційно-економічного механізму. Перший підхід розглядає його як сукупність станів і процесів з яких складається певне економічне явище, яке викликає рухи системи. Другий підхід розглядає його як соціально-економічну систему

чи на процес з метою підвищення ефективності процесу (системи). Третій як сукупність організаційних форм і економічних важелів, взаємодія яких дозволить забезпечувати успішне проведення діяльності підприємства. Четвертий підхід розглядає організаційний механізм як систему взаємопов'язаних, взаємозалежних та чітко упорядкованих організаційно-розпорядчих дій, а економічний механізм як систему взаємопов'язаних, залежних та чітко упорядкованих економічних дій, що реалізуються за допомогою економічних методів, важелів та стимулів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Отже, з вищевикладеного можна зробити висновок, що поняття організаційно-економічного механізму не є однозначним і свідчить про багатогранність його прояву. З огляду на визначення понять мобілізація, механізм, організаційно-економічний механізм та цільового прояву управління ресурсним потенціалом підприємства, надамо визначення поняттю організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства як сукупності процесів, прийомів, методів та підходів, що забезпечують взаємодію системи елементів організаційного та економічного впливу на концентрацію засобів і ресурсів підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності, зростання вартості, підвищення ефективності діяльності підприємства.

Перспективами подальших розробок у даному напрямку є виокремлення структурних елементів організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актёлова О. П. Формирование организационно-экономического механизма управления [Электронный ресурс] / Актёлова О. П. // IX Всероссийская научно-техническая конференция с международным участием, посвященная 385-летию со дня основания г. Красноярска. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s070/s070-001.pdf>.
2. Астапова Г. В. Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины / Г. В. Астапова, Е. А. Астапова, Д. П. Лойко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2001. – 528 с.
3. Білодід І. К. Словник української мови, Т. 4. – К.: Наукова думка, 1973. – 840 с.
4. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
5. Бородин А. И. Состав и структура организационно-экономического механизма стратегического развития предприятия / А. И. Бородин // Известия Томского политехнического университета. – 2003. – Т. 306, № 4. – С. 124–126.
6. Глобальная экономика : Энциклопедия / Под ред. И. М. Куликова, Т.Ф. Рябовой. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 920 с.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

7. Гончарук А. Г. Формирование общего механизма управления эффективностью предприятия / А. Г. Гончарук // *Економіка промисловості*. – 2009. – № 2. – С. 164–175.
8. *Економічна енциклопедія*: у 3 т. Т. 2 / Ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. - К.: Академія. – 2001. – 846 с.
9. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000. – 1233 с.
10. Єременко-Григоренко О. А. Організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємством» / О. А. Єременко-Григоренко. – Донецьк, 1999. – 32 с.
11. Карачина Н. П. Організаційно-економічний механізм: проблематика термінології / Н. П. Карачина, А. В. Вітюк // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2011. – № 10 (125). – С. 23–27.
12. Новиков А. В. Современный взгляд на организационно-экономический механизм управления российским предприятием [Электронный ресурс] / А. В. Новиков // *Экономика и экологический менеджмент: электронный научный журнал*. – С.Пб.: Санкт-Петербургский государственный университет низкотемпературных и пищевых технологий, 2011. – № 2. – Режим доступа: <http://economics.open-mechanics.com>.
13. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – [Изд. 4-е, доп.] – М.: ИТИ Технологии, 2006. – 944 с.
14. Острошенко В. В. Краткий словарь основных лесоводственно-экономических терминов. – Уссурийск: ПГСХА, 2005. – 160 с.
15. Попова В. В. Архітектоніка організаційно-економічного механізму управління розвитком національної макросистеми / В. В. Попова // *Держава та регіон. Серія Економіка та підприємництво*. – 2007. – № 4. – С. 204–208.
16. Словарь бизнес-терминов. [Электронный ресурс] Академик.ру. – 2001. – Режим доступа: <dic.academic.ru>.
17. Соціально-економічний механізм регулювання ринку праці та заробітної плати: монографія / Д.П. Богиня, Т.Г. Куликов, В.М. Шамота, та ін. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2009. – 300 с.
18. Толковый словарь русского языка Дмитриева. / Д. В. Дмитриев. – М.: Астрель: АСТ, 2003. – 1578 с.
19. Транченко Л. В. Проблеми удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством / Л. В. Транченко, Л. О. Баластрик // *Теоретичні та прикладні питання економіки. зб. наук. праць*. – К.: Київський університет, 2005. – Вип. 7. С. 188–195.
20. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: монографія / О. М. Тридід. – Х.: ХДЕУ, 2002. – 364 с.
21. Федорович В. О. Состав и структура организационно-экономического механизма управления ответственностью крупных промышленных корпоративных образований / В. О. Федорович // *Сибирская финансовая школа: научн. журнал*. – 2006. – № 2. – С. 45–54.
22. Цуркан С. М. Головні засади побудови організаційно-економічного механізму поліпшення використання персоналу промислових підприємств / С. М. Цуркан // *Ефективність реструктурованих господарських систем: проблеми і фактори підвищення*: монографія / за ред. В. І. Осипова. – О.: Атлант, 2007. – 362 с.
23. Шафиева Э. Т. Организационно-экономический механизм управления региональным агропромышленным комплексом: автореф. дис. на соискан. ученой степени канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Э.Т. Шафиева. – Нальчик, 2001. – 21 с.
24. Шилова Т. А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Т.А. Шилова // *Экономика промисловості*. – 2005. – № 3. – Режим доступа: http://www.msnauka.com/SND/Economics/10_shilova.doc.htm.
25. Шкода Н. П. Визначення та етапи формування організаційно-економічного механізму / Н. П. Шкода // *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. – 2014. – №1(208). – 208–211.

УДК 658.17

ЕКОНОМІЧНЕ ПІДГРУНТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Іванова М.В., к.х.н., доцент, доцент каф. економіки промисловості та організації виробництва,

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ,

Саннікова С.Ф., к.т.н., доцент, доцент каф. менеджменту виробничої сфери,

ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ

Анотація Досліджено фінансово-економічне підґрунтя соціальної відповідальності суб'єктів господарювання по видам економічної діяльності, проаналізовано рівень та динаміку їх економічних показників. Показано, що велика роль у соціальній підтримці зайнятих належить промисловості. Доведено, що нести повну соціальну відповідальність суб'єкти господарювання можуть лише за умов поліпшення їх фінансових результатів.

Ключові слова: суб'єкти господарювання, бізнес, соціальна відповідальність, види економічної діяльності, трудові ресурси

Annotation Investigated financial and economic basis of social responsibility of economic entities by economic activities, analyzed the level and dynamics of their economic performance. It is shown that a large role in the social support of the employed belongs to the industry. It is proved that bear the social responsibility of business entities can only improve their financial results.

Keywords: economic entities, business, social responsibility, economic activities, human resources

Постановка проблеми. Під соціальною відповідальністю розуміють прагнення і заохочення суб'єктів господарювання (бізнесу) враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на споживачів, працівників, громаду та навколишнє середовище. У теперішній час соціальна відповідальність бізнесу набирає все більших обертів, так як у підприємців з'являється розуміння своєї ролі і місії в розвитку суспільства. В економічно розвинених країнах світу набула поширення соціальна відповідальність бізнесу, яка полягає у свідомому відношенні суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків своєї діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників [7].

Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання – це системний вклад підприємств і організацій в стійкий розвиток суспільства — в економіку, соціальну сферу і охорону навколишнього середовища. Це не спонсорство і благодійність, які здійснюються безсистемно, направлені на короточасний ефект і не вирішують складних соціальних проблем. Стратегічна соціальна відповідальність бізнесу оснований на розумінні того, що бізнес існує не в ізольованому просторі, а нерозривно пов'язаний з навколишнім соціумом. Причому бізнес не тільки впливає на життя контактуючих з ними людей, а й залежить від їх поведінки та відношення до нього [4]. Перевагами від дотримання стандартів соціальної відповідальності бізнесу є ріст продуктивності й доходів, підвищення лояльності клієнтів і цінності бренда, мож-

ливості залучати більш кваліфіковані кадри, доступ до нових ринків та інші.

Реалізація соціально відповідальних стратегій має орієнтуватися не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам господарської діяльності, а й на досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів, що може розглядатися як базис підвищення конкурентоспроможності окремих суб'єктів господарювання та як основа сталого розвитку всієї економіки. Але і економічне зростання країни в свою чергу має свій вплив на розвиток соціальної відповідальності бізнесу. Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження такої сучасної практики взаємодії держави і господарюючих суб'єктів, яка б дозволила посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виникнення концепції соціальної відповідальності бізнесу припало на початок XIX століття – період активної індустріалізації [3]. Наукові основи цієї концепції закладені в роботах Дж. Гелбрейта, М. Фрідмана, К. Девіса. Подальший розвиток тематика соціальної відповідальності бізнесу отримала в наукових працях вчених, таких як Аделькин Ф., Благов Ю., Боуен Г., Кочетова В., Мочерний С., Рамазанов А., Ростовський А., Тульчинський Г. та інші.

На думку С. Мочерного [2], питання соціальної відповідальності бізнесу слід розглядати в зіставленні з іншими цілями суб'єктів господарської діяльності, ос-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Таблиця 1

Економічні показники суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013 і 2014 рр.

новною з яких є привласнення прибутку. Саме норма і величина прибутку є критерієм ефективності економічної діяльності, і саме з прибутку нараховують податки до бюджету, здійснюють розширене відтворення та фінансують соціально необхідні заходи. Для досягнення фінансових можливостей та для задоволення суспільних потреб суб'єкт господарської діяльності має реалізувати похідні цілі – економічне зростання, підвищення продуктивності праці, виготовлення якісної продукції та ін. Дотримуватися певних вимог до соціальної орієнтації бізнесу змушує конкуренція, боротьба за споживача та антимонопольне законодавство. Безпосередній зв'язок соціально-корисної діяльності господарюючих суб'єктів з економічними результатами їх господарської діяльності визначений також в [1].

Поступово питання соціальної відповідальності бізнесу виходять на пріоритетні позиції в світовій економіці [6], тому потребує дослідження ступінь реальної соціальної відповідальності, а саме – визначення економічних передумов та фінансової спроможності бізнесу долучитися до соціально-активних дій.

Постановка завдання. Завданням даного дослідження є аналіз рівня та динаміки економічних показників діяльності суб'єктів господарювання з метою виявлення їх фінансово-економічної спроможності до здійснення заходів соціальної підтримки суспільства. В роботі проведено дослідження чистого прибутку, рентабельності операційної діяльності за видами економічної діяльності суб'єктів господарювання, також проаналізована чисельність працівників та витрати на оплату їх праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спираючись на статистичні дані [5, 8] проаналізуємо фінансово-економічні результати підприємств і організацій України за видами економічної діяльності за перше півріччя 2013 і 2014 рр. (табл.1). Результати аналізу свідчать, що у першому півріччі 2013 року загалом прибутковими були промисловість; транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; інформація та телекомунікації; освіта. Інші види економічної діяльності були збитковими. У першому півріччі 2014 р. показники за всіма видами економічної діяльності значно погіршилися, прибутковою залишилася лише освіта.

Від'ємні значення рентабельності та збиток підприємств і організацій за перше півріччя 2014 р. (табл. 1) в деякій мірі можна пояснити кризовою ситуацією в Україні, однак збитковість цих же суб'єктів господарювання за аналогічний період 2013 р. свідчить про глибокі структурні диспропорції всієї української економіки. Цей факт неефективного функціонування національної економічної системи і переважної кількості суб'єктів господарювання був вже раніше виявлений і обґрунтований в багатьох наукових працях, зокрема в [9]. Отже, фінансових ресурсів для проведення соціально-корисних заходів у вітчизняних суб'єктах господарювання немає, принаймні, згідно з офіційними статистичними даними.

Види економічної діяльності	Чистий прибуток (збиток), млн. грн.		Облікова кількість штатних працівників у 2013 р., тис. осіб	Рентабельність операційної діяльності, %		Середня зарплата штатних працівників	
	січень-червень 2013	січень-червень 2014		1,01-2013	1,01-2014	січень-червень 2013	січень-червень 2014
Усього	-5781,1	-215545,6	11700,5	3,3	-4,3	3198	3368
сільське, лісове та рибне господарство	2,4	-470,5	661,4	1,4	-3,8	2210	2358
промисловість	3410,8	-71872,7	2824,6	3,1	3,0	3674	3880
будівництво	-484,7	-1967,9	381,4	-1,8	-1,0	2583	2689
оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів	-3375,4	-43478,4	1166,2	8,7	-10,4	3009	3262
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1642,3	-6410,6	857,9	6,0	0,8	3518	3645
тимчасове розміщення й організація харчування	-497,4	-2736,7	134,7	-4,6	-32,0	2147	2188
інформація та телекомунікації	2627,7	-6077,8	219,9	14,5	1,5	4640	4905
фінансова та страхова діяльність	-6850,2	-8082,0	306,1	-3,1	-18,1	6285	6825
операції з нерухомим майном	-781,3	-14149,4	205,2	3,3	-20,2	2731	3078
професійна, наукова та технічна діяльність	-228,0	-57378,1	412,1	0,4	-41,7	4360	5045
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-529,4	-1974,9	301,3	-3,0	-14,9	2488	2495
освіта	71,5	67,5	1669,4	18,6	24,2	2675	2707
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-214,8	-530,2	1225,3	-0,8	-5,3	2287	2372
мистецтво, спорт, розваги, відпочинок	-566,4	-425,5	202,2	-7,5	-6,7	3240	3525
надання інших видів послуг	-8,2	-58,4	107,5	-0,6	-10,7	2640	3210

У відповідності з тенденціями сучасного економічного розвитку та посиленням впливу такого інтенсивного фактору, як «людський капітал», доцільно виокремити види економічної діяльності, які несуть велике соціальне навантаження по утриманню найнятого персоналу. З приведених в табл. 1 даних видно, що найбільша чисельність працівників зайнята у промисловості (2824, 6 тис. осіб), освіті (1669,4 тис.), охороні здоров'я (1225,3 тис.) та в торгівлі (1166, 2 тис.). Що стосується оплати праці цих працівників, то вона у прямому сенсі на дуже середньому рівні, відповідно, 3674; 2675; 2287 та 3009 грн./міс. Тобто суб'єкти господарювання, які акумулюють переважну кількість трудових ресурсів, приблизно однаково і винагороджують їх працю.

На рис. 1 приведено витрати суб'єктів господарювання на оплату праці штатних працівників, там же окремими маркерами показана середньомісячна заробітна плата. З цих даних слідує, що найбільші витрати на оплату праці є у промисловості (10200 млн. грн./міс.), інші види економічної діяльності відстають від неї щонайменше у 2-3 рази. Таким чином встановлено (табл. 1, рис. 1), що велика роль у соціальній підтримці зайнятих (забезпеченні їх робочими місцями та оплаті праці) належить промисловості.

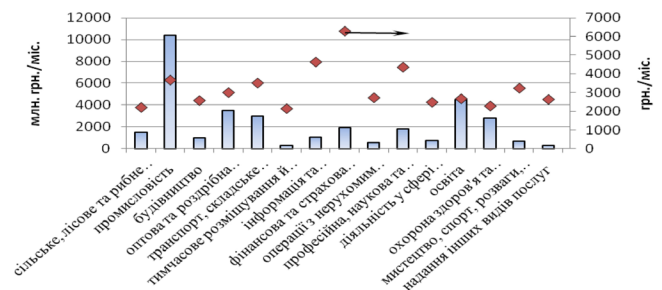


Рис. 1 - Витрати на оплату праці штатних працівників за видами економічної діяльності у 2013 р.

Висновки. Досліджено фінансово-економічне підґрунтя соціальної відповідальності суб'єктів господарювання з урахуванням видів економічної діяльності,

проаналізовано рівень та динаміку їх економічних показників. Показано, що фінансових ресурсів для проведення соціально-корисних заходів у вітчизняних суб'єктах господарювання немає. Від'ємні значення рентабельності та збиток підприємств і організацій за перше півріччя 2013, 2014 рр. свідчать про глибокі структурні диспропорції всієї української економіки. Отже, проводити активні соціальні заходи та нести повну соціальну відповідальність суб'єкти господарювання можуть лише за умов поліпшення їх фінансових результатів. Найбільша чисельність працівників зайнята у промисловості (2824, 6 тис. осіб), освіті (1669,4 тис.), охороні здоров'я (1225,3 тис.) та в торгівлі (1166, 2 тис.). Велика роль у соціальній підтримці зайнятих (забезпеченні їх робочими місцями та оплаті праці) належить промисловості.

При всіх цих обставинах: відсутності прибутку та від'ємній динаміці фінансових результатів, суб'єкти господарської діяльності цілком спроможні відповідально ставитися до соціальних аспектів свого бізнесу: створювати належні умови праці, зберегати довкілля, сплачувати податки, долучатися до соціально-значимих заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горошилов А.А. Эволюция концепции социальной ответственности бизнеса [Текст] / А.А.Горошилов, А.П.Карибов // Вестник ВолГУ. Серия 3.– 2007. - № 11. – С. 139-143.
2. Економічна енциклопедія [Текст]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000.– Т.3. – 950 с.
3. Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировой и отечественный опыт [Текст]/ А.Д.Зарецкий, Т.Е.Иванова. – Краснодар: «Просвещение-Юг», 2013. – 279 с.
4. Кочетова В.С. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций [Електронний ресурс] / В.С.Кочетова // Медиаскоп. – 2010. - № 2. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Kolisnuk.pdf
5. Основні показники ринку праці у 2000–2013 роках [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Софієнко А.В. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та сучасні тенденції [Текст]/ А.В.Софієнко // Економічні інновації. – 2012. - Вип. 47. - С. 297-301.
7. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_svb.pdf
8. Фінансові результати діяльності підприємств [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Чухно А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання [Текст]/А. Чухно// Економіка України. – 2012. - №1. – С.4-12.

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Кабальська Богдана Василівна

викладач кафедри маркетингу та менеджменту

Хмельницького економічного університету

м. Хмельницький, Україна

Анотація: В статті розглянуті сучасні принципи менеджменту якості. Здійснений аналіз поняття мотивація, визначено мотиваційні фактори які мають найбільший вплив на поведінку працівників в організації та орієнтують їх на досягнення кінцевої мети організації. Запропонований алгоритм комплексного аналізу мотивації персоналу в системі управління якістю продукції.

Annotation: In the articles considered modern principles of management of quality. Realizable analysis of concept of motivation, certainly motivational factors which have most influence on the conduct of workers in organization and orient them on achievement of ultimate goal of organization. The offered algorithm of complex analysis of motivation of personnel is in control system by quality products.

Ключові слова: мотивація, система мотивації, мотиваційний профіль, якість, менеджмент якості, принципи менеджменту.

Keywords: motivation, system of motivation, motivational type, quality, management of quality, management principles.

Постановка проблеми. Загальне прямування України в напрямі Європейського Союзу не має сенсу без попереднього підвищення ефективності діяльності підприємств по виробництву кінцевого продукту, який задовольняє у найкращий спосіб певні суспільні потреби. Сьогодні в Україні нараховуються десятки підприємств, які переходять чи вже перейшли на ці стандарти. Але це – „крапля у морі”. Крім того, спільною слабкою ланкою в технології розробки та освоєнні стандартів ISO 9001 є труднощі підвищення рівня зацікавленості персоналу виконувати ці стандарти.

Це обумовлено особливостями ментальності вітчизняних працівників, сформованої історично в рамках панування технократичної системи управління, яке ігнорує первинність людини, як особистості і головної продуктивної сили суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями мотивації персоналу займалися вітчизняні та зарубіжні вчені: Баклицький І. О., Дафт Р., Друкер П., Єтошин О. П., Соломанідіна Т. О., Соломанідін В.Г., Уайтлі Ф., Хекхаузен Х. Але досліджень ними впливу мотивації в системі управління якістю продукції було проведено не достатньо.

Необхідність аналізу мотивації персоналу за допомогою комплексного та системного підходів зумовили актуальність теми, а також мету і завдання дослідження.

Постановка завдання. Саме з позицій технократичного підходу до управління підприємством сьогодні на практиці управління персоналом традиційно розглядається окремо від обов'язкової вмотивованості працівників на досягнення якісних показників діяльності. У

той же час стандарт ISO 9001: 2000 базується на 8 принципах менеджменту: [8]

- орієнтація на споживача;
- лідерство;
- залучення працівників;
- підхід з позицій процесу;
- системний підхід до менеджменту;
- постійне вдосконалення;
- підхід до прийняття рішень на основі фактів.

Тобто, кожен підрозділ і кожен працівник через проміжні параметри повинен бути орієнтований на досягнення кінцевої мети організації. Іншими словами, роботи, які він виконує, повинні робити внесок у досягнення загального результату. У цьому випадку конкретна праця кожного працівника буде завжди корисною щодо інтересів організації.

Принцип менеджменту якості „залучення персоналу” знайшов своє відображення у вимогах стандарту ISO 9001 :2000 наступним чином:

- п.5.5.1 „Найвище керівництво повинне забезпечити визначення відповідальності та повноважень і інформування про це в межах організації”;
- п.6.2.2 Організація повинна:
 - визначати необхідний рівень компетентності для персоналу, залученого до робіт, що впливають на якість продукції;
 - організувати підготовку або вживати інших заходів для задоволення цих потреб;
 - оцінювати ефективність вжитих заходів;
 - забезпечувати вмотивованість працівників шляхом обізнаності персоналу щодо доцільності та важливості

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

вості своєї діяльності і щодо свого внеску в досягнення цілей в сфері якості;

- реєструвати дані стосовно освіти, професійної підготовки, кваліфікації та досвіду”;

- п.6.4 „Організація повинна визначити виробниче середовище, необхідне для досягнення відповідності вимогам до продукції, та управляти ним”. [8]

Для покращення якості продукції потрібно зацікавити працівників які задіяні у виробництві даного продукту, в результаті чого вони будуть з більшою відповідальністю відноситись до виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мотивація – це процес спонукування кожного співробітника і всіх членів його колективу до активної діяльності для задоволення своїх потреб і для досягнення цілей організації [4].

Дванадцять факторів мотивації працівників організації:

1. Висока зарплата і матеріальне заохочення.
2. Фізичні умови праці.
3. Структурування.
4. Соціальні контакти.
5. Взаємовідношення.
6. Визнання.
7. Прагнення до досягнення.
8. Влада і впливовість.
9. Різноманітність і зміни.
10. Креативність.
11. Самовдосконалення.
12. Цікава та корисна праця.

На першому етапі для того щоб виявити який з цих факторів краще використати для працівника потрібно провести тестування. Коли працівник відповідає на запитання тесту, він виражає свою думку з приводу того, який з цих факторів для нього є значнішим, ніж інший. В кваліметричній інтерпретації значення важливості для людини того чи іншого фактору будуть коливатися від 1 до 0 результати можуть виражатися приблизно такою діаграмою, яка приведена на рис. 1.

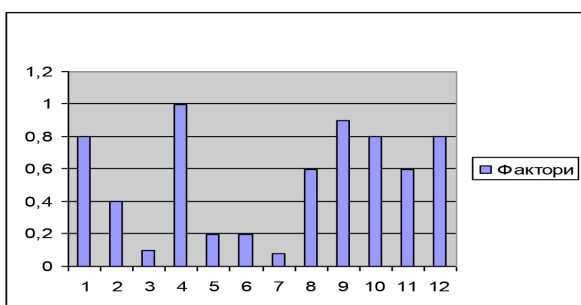


Рис. 1 – Мотиваційний профіль працівника

Для здійснення другого етапу потрібно виявити в процесі опитування ступінь задоволеності працівників по кожному фактору. Критеріями ступеня задоволеності можуть бути наступні відомі в психології параметри: повністю задоволений; більш задоволений, ніж незадоволений; щось середнє; більш незадоволений, ніж задоволений; цілком незадоволений:

В кваліметричному вимірові перший критерій має значимість (одиниця), другий — 0,8, третій-четвертий — 0,3, п'ятий — 0,0. Відповідно комплексний показник, який характеризує мотиваційний потенціал M_{nom} підприємства через ступінь задоволеності мотивацій потреб працівників визначить: формули:

$$M_{nom} = L_1 + \Phi_1 + L_2 + \Phi_2 + L_3 + \Phi_3 \dots + \dots L_{12} + \Phi_{12}$$

де, $\Phi_1 - \Phi_{12}$ — ступінь задоволеності мотиваційної потреби по кожному з 12 факторів. Інформація – соціологічне опитування;

$L_1 - L_{12}$ – вагомість кожного мотиваційного фактора (його значимість для працівника). Інформація – мотиваційний профіль на основі тестування.

Цей метод є досить складним про те якщо його втілювати в життя поступово, то на підприємствах зможуть правильно проводити політику мотивації працівників.

Слід відзначити, ще один фактор – низька культура працівників. Довгий час працюючи в незадовільних санітарно-гігієнічних умовах людина не вміє, та й не хоче правильно організувати своє робоче місце. В останній час на провідних українських підприємствах як експеримент почала впроваджуватися японська передова форма управління підприємством, одним з її компонентів є підвищення культури виробництва. Ці принципи доцільно було б застосовувати для працівників молокопереробної галузі. Використовування цих п'яти принципів праці є одним з елементів моралі працівників:

- ліквідувати непотрібні речі на місцях праці;
- правильно зберігати потрібні речі;
- постійно підтримувати чистоту та порядок на робочому місці;
- постійна готовність робочого місця до роботи;
- засвоїти дисципліну та дотримуватися перерахованих принципів.

Стан робочого місця кожного дня оцінюється по-бально. Працівники зацікавлені у постійній підтримці свого місця в доброму стані, тому, що в цьому випадку тарифна частина його заробітної плати збільшується на 10%.

Оплата праці є мотивуючим фактором, тільки якщо вона безпосередньо пов'язана з підсумками праці. Працівники повинні бути впевнені в наявності стійкого зв'язку між матеріальним винагородженням та своєю працею. В заробітній платні обов'язково повинен бути присутній компонент, який залежить від досягнутих результатів [4].

Так, на прикладі ПрАТ „Деражнянський молочний завод” на якому відсутня сучасна система мотивації доцільно було б запровадити погдинно-преміальну систему оплати працівникам всіх рівнів. Для зменшення рівня браку на виробництві можна запропонувати запровадити нарахування премії. Цим можливо зацікавити працівників у виробництві якісної продукції, в результаті чого підприємство отримуватиме більший дохід від реалізації продукції.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Потрібно також прослідкувати, щоб премії нараховувалися відповідно до професії. Нарахування премії буде проводитися по квартално. Премії нараховуватимуться відповідно до рівня зниження браку, відносно попереднього кварталу.

Тому, що можуть бути такі працівники які не будуть старанно працювати а, премії отримуватимуть. Для цього розробимо шкалу нарахування премії працівникам на ПрАТ „Деражнянський молочний завод”.

Шкала нарахування премій для різних категорій працівників наведені в таблиці 1.

Проведемо нарахування премії працівникам ПрАТ „Деражнянський молочний завод”. Нарахування премії від зменшення рівня браку для майстра цеху та механіка нараховуватиметься один раз на квартал. Нарахування премії від зменшення рівня браку для лаборанта і енергетика нараховуватиметься в кінці року.

Таблиця 1
Шкала нарахування премії за зниження рівня браку на ПрАТ „Деражнянський молочний завод”

Категорії працівників	Рівень браку		
	>75 %	>25 %	>15 %
Майстер цеху Механік	5	2	1,5
Лаборант Енергетик	5,5	3	2,2
Бухгалтер Економіст Головний інженер	4	2	1
Начальник відділу збуту і постачання	5	2	2
Головний бухгалтер Головний економіст Головний інженер	6	4	2
Менеджер з реалізації продукції	5	2	2
Робітники	5	2	2

Нарахування премії від зменшення рівня браку для бухгалтера, економіста, головного інженера один на рік. Начальник відділу збуту і постачання один раз в рік. Решті працівників нарахування премії буде також в кінці року.

Приклад розрахунку нарахування премії.
Майстер цеху, механік – $75\% = 3 \cdot 1000 \cdot 0,05 \cdot 4 = 600 \text{ грн.}$
Майстер цеху, механік – $25\% = 3 \cdot 1000 \cdot 0,02 \cdot 4 = 24 \text{ грн.}$
Майстер цеху, механік – $15\% = 3 \cdot 1000 \cdot 0,015 \cdot 4 = 180 \text{ грн.}$

Решта розрахунків здійснюється аналогічно. Нарахування премії працівникам „Деражнянського молочного заводу” за усіма категоріям працівників наведено в таблиці 2.

Таблиця 2
Нарахування премії працівникам ПрАТ „Деражнянський молочний завод”

Посада	Кількість працівників, осіб	Посадовий оклад, грн.	Сума нарахованої премії, грн.		
			75 %	25 %	15 %
Майстер цеху механік	3	1000	600	240	180
Менеджер з реалізації продукції	4	1200	240	96	72
Лаборант Енергетик	5	1000	250	100	75
Бухгалтер Економіст Головний інженер	3	1500	225	90	67,5
Начальник відділу збуту і постачання	2	1300	130	52	39
Головний бухгалтер Головний економіст Головний інженер	4	1600	320	128	96
Робітники	20	1000	1000	400	300

Отже, розроблені теоретичні та методичні положення допоможуть реалізувати покращення управління якістю продукції. Допоможуть виявити показники які можуть вмотивувати працівників. За рахунок цього підприємство може визначити які методи є найкращими.

Якщо рівень браку буде знижений, то і збільшиться прибуток. Нарахування премій за зниження рівня браку це чудовий метод, як дозволить стимулювати працівників і покращити становище підприємства.

Висновок. Запропонований метод покращення управління якістю допоможе ефективно працювати підприємству. Не потрібно забувати, що система управління якістю продукції покращується з кожним роком. Тому ПрАТ „Деражнянський молочний завод” потрібно приділити увагу покращенню системи якості. Саме для цього було запропоновано створення відділу контролю якості. Цей відділ дасть змогу детальніше спостерігати за заготівлею, переробкою, транспортуванням продукції. Підвищить кваліфікацію працівників. Дасть змогу створити досконалішу систему контролю. Зменшиться рівень браку. Запропонована система стимулювання працівників зменшить рівень браку на підприємстві. Також покращиться санітарно-гігієнічний стан робочого місця працівника. І таким чином стан виробничого процесу покращиться.

Запропонована система мотивації, що ґрунтуватиметься на запровадженні погодинно-преміальної системи оплати працівникам всіх рівнів. Для зменшення рівня браку на виробництві впровадимо нарахування премії. Цим зацікавили б працівників у виробництві якісної продукції, в результаті чого підприємство отримувало б більший дохід від реалізації продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баклицький І.О. Психологія праці: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доопрац. / І.О. Баклицький – К.: Знання, 2008. – 200-204 с.
2. Дафт Ричард. Менеджмент. / Р. Дафт – Изд. 2-е. – Питер, 2006. – 864 с.
3. Егошин О.П. Мотивация трудовой деятельности: Учеб. пособие. / О.П. Егошин – М.: ИНФРА-М, 2006. – 464 с.
4. Колот А. М. Мотивация персонала: Підручник. / А.М. Колот — К.: КНЕУ, 2002. — 337 с.
5. Савченко В. А. Управление развитием персонала: Навчальний посібник. / В.А. Савченко – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
6. Славогородська О. Ю. Мотивация персонала на предприятии до підвищення компетентності як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств [Текст] / О. Ю. Славогородська // Проблеми науки. – 2010. – № 1 – с. 94.
7. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала: Учеб. Пособие. / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009 – 312 с.
8. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник. / М.І. Шаповал – К.: Знання, КОО, 2003. – 475 с.

ЛОГІСТИЧНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТЕХНОГЕННИХ ЗБИТКІВ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Кузьмін О.Є.,

д.е.н., професор, акад. УАН, директор Інституту економіки і менеджменту,

Бублик М.І.,

к.ф.-м.н., доцент, докторант кафедри ММП,

Національний університет «Львівська політехніка»

Анотація. У статті розглянуто логістичні засади державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві. Обґрунтовано з економічної точки зору доцільність впровадження «зеленої» національної логістичної системи з метою мінімізування техногенних збитків в національному господарстві. Запропоновано концепцію логістичної системи національного рівня, спрямовану на оптимізування управлінні ресурсними, інформаційними і фінансовими потоками в межах політики зеленої економіки.

Ключові слова: державне регулювання, техногенні збитки, логістичні засади, «зелена» національна логістична система, національне господарство, показники результативності.

Abstract. The article deals with logistics principles of state regulation of man-made damage to the national economy. Grounded in economic terms feasibility of implementing «green» national logistics system to minimize man-made damage to the national economy. The concept of national logistics system performance and economic evaluation of the performance of the proposed system.

Keywords: government regulation, technological losses, logistics bases, «green» national logistics system, national economy, performance indicators.

Постановка проблеми.

Проблема низької конкурентоспроможності економіки України криється у нераціональному використанні природно-ресурсного потенціалу національного господарства, зростанні деструктивного техногенного впливу господарської діяльності на природу й населення, що може призводити до небезпечних проявів у виробництві та формуванні процесів соціальної напруженості в межах цілої країни. Вирішення цієї проблеми, передусім, потребує реформування на інноваційних засадах існуючого механізму державного регулювання виробничих процесів, які є джерелом техногенних збитків, у взаємозв'язку з процесами природокористування, які включають споживання, відтворення природних ресурсів і розміщення техногенних відходів (включаючи викиди і скиди) в навколишньому природному середовищі. Найбільшим забруднювачем повітряних та водних басейнів, генератором твердих відходів є виробництво і транспорт. Тому особливої актуальності набувають проблеми розроблення інноваційних форм і методів державного регулювання техногенних збитків у всьому національному господарстві, які б враховували особливості утворення техногенних відходів у кожному виді економічної діяльності та їх перетворення на потоки вторинних ресурсів та побічних продуктів взаємодії. Саме такий інноваційний підхід можна реалізувати засобами логістики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що вагомий вклад у дослідження проблем державного регулювання взаємовідносин між трьома підсистемами національного господарства (економічна, екологічна й соціальна) здійснили визначні українські вчені: О.І. Амоша, О.Ф. Балацький, Б.В. Буркинський, Т.П. Галушкіна, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, С.М. Ілляшенко, О.Є. Кузьмін, Л.Г. Мельник, І.В. Недін, Ю.Ю. Туниця, Л.І. Федулова, Н.І. Хумарова, Є.В. Хлобистов, М.А. Хвесик, В.Я. Шевчук та багато інших. Теоретичні ж основи застосування методології логістики до управління національним господарством досліджувалися у наукових працях багатьох вітчизняних і закордонних вчених. Зокрема визначним є доробок відомих вчених, серед яких: Н.М. Васильців, І.І. Коблянська, Є.В. Крикавський, Р.Р. Ларіна, Є.В. Мішенін, Н.Б. Савіна, Н.В. Хвищун, Ю.В. Чортюк та ін.

Однак, слід зауважити, що попри значну кількість робіт з економіки та управління національним господарством проблема впровадження концепції та методології логістики до процесів регулювання техногенних збитків, спричинених господарською діяльністю підприємств, досліджена не в повному обсязі. Носять фрагментарний характер спроби економічно обґрунтувати доцільність впровадження «зеленої» національної логістичної системи з метою мінімізування техногенних збитків при управлінні ресурсними та відповідними їм інформацій-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

ними і фінансовими потоками в національному господарстві.

Постановка завдання. Вивчення сучасного досвіду регулювання техногенних збитків від забруднення довкілля викидами, скидами й відходами зумовлює постановку цілі роботи: формування методологічних основ логістичних засад державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві; обґрунтування з економічної точки зору доцільності впровадження «зеленої» національної логістичної системи з метою мінімування техногенних збитків при управлінні ресурсними та відповідними їм інформаційними і фінансовими потоками в національному господарстві, а також формування концепції логістичної системи національного рівня в межах політики зеленої економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві потребує вирішення, як досліджено в роботах [7 - 9], у чотирьох взаємопов'язаних напрямках: 1) споживання природних ресурсів та їх відтворення; 2) розміщення відходів виробництва в довкіллі та їх перероблення (утилізування); 3) охорона довкілля від забруднення; 4) нормативно-правове забезпечення, стандартизування та ліцензування господарської діяльності, що приносить техногенні шкоди й збитки. Основною ціллю державного регулювання техногенних збитків у національному господарстві є створення і забезпечення відповідних умов для зниження рівнів споживання природних ресурсів, зменшення обсягів утворених викидів, скидів і відходів, спричинених господарською діяльністю, а також покращення якості життя населення. Це визначає основні напрями удосконалення державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві: 1) формування інвестиційно-інноваційного середовища для впровадження «зелених» технологій, спрямованих на зниження споживання природних ресурсів і зменшення утворення техногенних відходів; 2) розроблення та запровадження інноваційних форм і методів управління національним господарством з метою зниження надходження забруднюючих речовин в довкілля; 3) оптимізування процесів природокористування шляхом мінімування техногенних збитків при управлінні ресурсними та відповідними їм потоками (інформаційними, фінансовими тощо); 4) формування «зеленої» національної логістичної системи, що включає удосконалення існуючих підсистем екоменеджменту, екомоніторингу та екоаудиту.

Проведений у попередніх роботах [2, 11] аналіз техногенних відходів як комплексного поняття сукупних викидів, скидів, промислових відходів всіх класів дозволив встановити, що техногенні відходи є товаром (хоч і специфічним), на який вже сформувався попит в умовах жорсткої економії ресурсів. Це привело до необхідності виділення ринку техногенних відходів в окрему ланку ринкової економіки, а також включення його до складу логістичної системи національного рівня.

Виходячи із фундаментальних основ теорії логістики, викладених у роботах [1; 7, с. 472–481; 8; 9] мож-

на стверджувати, що ринок техногенних відходів є системою, в межах якої техногенні відходи є товаром, що може переміщуватися між виробником і споживачем, а також об'єднує в собі фінансові й інформаційні потоки, які забезпечують ефективне функціонування й обслуговування його процесів.

Основними складовими ринку техногенних відходів є тверді відходи як вторинна сировина, промислові викиди, скиди й відходи як побічний продукт взаємодії, а також інноваційні («зелені») технології повторного використання, перетворення, утилізування тощо (3R – reducing, reusing, recycling) спожитих товарів та пакувальних матеріалів. Саме концепція «зеленої» економіки, запропонована майже чверть століття тому, де економіка є складовою природного середовища, а не навпаки, найбільше відповідає логістичним засадам державного регулювання техногенних збитків, метою якого є мінімування техногенного впливу господарської діяльності на суспільство, природу й економіку. Цілями «зеленої» економіки, що окреслені в екологічній програмі ООН Green Economy Initiative [12, с.122], є: створення нових робочих місць, розширення виробництва разом із зниженням споживання природних ресурсів та мінімування промислових викидів, скидів, відходів. В основу побудови «зеленої» економіки покладено три постулати [3, с.7]: 1) в обмеженому просторі вплив неможливо постійно розширювати; 2) в умовах обмеженості ресурсів неможливо задовольнити зростаючі потреби; 3) в межах однієї системи (планети) всі процеси взаємопов'язані. Це ще раз обґрунтовує доцільність застосування можливостей концепції логістики до вирішення проблем державного регулювання техногенних збитків на рівні національного господарства з метою побудови «зеленої» логістичної системи.

В основу державного регулювання закладено задоволення, перш за все, соціальних й екологічних, а потім вже економічних інтересів суспільства з метою досягнення їх балансу. Автори робіт [4, 10] вважають, що включення соціальних та екологічних цілей до системи логістичного управління на рівні регіону не суперечить концепції логістики. Тим більше й не суперечитиме це, у нашому випадку, на рівні держави і навіть розширюватиме можливості практичного застосування методології логістики до процесів регулювання техногенними збитками в національному господарстві.

У роботі [5] Коблянська І.І. розглядає на рівні регіону проблему забезпечення сталого розвитку як задачу оптимізування «економічних потоків у просторі та часі, що має на меті збалансування процесів відтворення та споживання ресурсів у соціо-еколого-економічній системі регіону», яку рекомендує практично реалізувати шляхом створення регіональної логістичної системи. У роботі [6, с.104] Ларіна Р.Р. застосовує методологію логістики для розроблення оптимізаційних заходів з управління ресурсними та інформаційними потоками на рівні регіону, будуючи механізми управління ринками та формуючи стратегії розвитку регіональної логістичної системи.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Таким чином, методологія логістики дозволяє успішно вирішити основне завдання державного регулювання техногенних збитків: мінімізування техногенного впливу господарської діяльності на суспільство, природу й економіку - через формування «зеленої» національної логістичної системи (НЛС). Особливістю «зеленої» НЛС є формування безпечного розвитку держави у всіх її підсистемах. З цієї метою необхідно вирішувати супутні завдання на рівні природної підсистеми: створення раціонального (удосконалення існуючого) механізму споживання природних ресурсів в межах визначених квот, лімітів тощо, а також зведення до мінімально можливого рівня деструктивного впливу господарської діяльності на довкілля, населення й економіку. На рівні суспільства «зелена» НЛС покликана задовольняти потреби населення у чистих (органічних) товарах і послугах та інших матеріальних благах високої якості (чисте довкілля, належна соціальна інфраструктура та ін.) На рівні економічної підсистеми – оптимізувати структуру національного господарства та еволюціонувати (розвивати) його інфраструктуру у просторі та часі.

Оскільки основним елементом економічного потоку є матеріальний, то на процесах саме його управління слід будувати «зелену» НЛС, включивши до складу матеріального потоку не тільки процеси виробництва, а й процеси його забезпечення сировиною, перероблення та утилізуванню техногенних відходів і спожитих товарів з тарою й пакувальними матеріалами. Два останні процеси в теорії логістики виділено в окремі напрями: зворотна логістика, логістика рециркуляції або «зелена» логістика. У попередніх своїх роботах [2, 11] автори обґрунтували, що логістика рециркуляції є ефективним засобом механізму державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві, який сприяє мінімізуванню деструктивного впливу господарської діяльності на розвиток економіки, довкілля та населення, а також запропонували з метою зменшення техногенних відходів як сукупного поняття викидів, скидів і відходів виробництва, до складу системи логістики рециркуляції включити інноваційний інфраструктурний елемент – техносолітон, в основу функціонування якого покладено концепцію індустріального симбіозу підприємств, які працюють з побічними продуктами взаємодії. Розвинувши висунуту раніше ідею національної логістичної системи, рекомендуємо з метою зменшення техногенних збитків та досягнення цілей «зеленої» економіки розширити кількість елементів «зеленої» національної логістичної системи, включивши до її складу інфраструктурні об'єкти, а також ті підприємства, організації й установи, в тому числі невиконавчої сфери, які впливають на процеси матеріального потоку техногенних відходів, вторинної сировини, побічних продуктів взаємодії та спожитих товарів з їх тарою й пакувальними матеріалами. Серед напрямів господарської діяльності, які слід удосконалювати в національному господарстві на логістичних засадах є наступні: 1) організування управління техногенними відходами, вторинною сировиною, побічними продуктами взаємодії та спожитими

товарами з тарою та пакувальними матеріалами (запобігання надходження забруднюючих речовин у довкілля); 2) організування управління процесами виробництва та впровадження технологій перероблення забруднюючих речовин (запобігання утворення шкідливих речовин в результаті виробництва); 3) організування управління непрямыми впливами виробництва (запобігання шкідливого впливу забрудненого довкілля на реципієнтів: населення, природні об'єкти, інші СГД); 4) організування ліцензійного, сертифікаційного, погоджувального та матеріально-технічного забезпечення (нормативно-правове забезпечення); 5) формування належного фінансового, інвестиційного та інформаційного забезпечення логістичних зв'язків між СГД в межах «зеленої» НЛС; 6) формування відповідного інфраструктурного забезпечення (логістичні центри для транспортування та підготовки до транспортування техногенних відходів, системи збирання спожитих товарів та тари тощо); 7) формування відповідного рівня наукового та патентного захисту інноваційних розробок перетворення техногенних відходів у готову продукцію тощо.

Отже, «зелена» НЛС повинна охоплювати всі СГД національного господарства, державні організації та установи, які взаємопов'язані у процесі регулювання економічними потоками (матеріальними, ресурсними, фінансовими, інвестиційними, інформаційними тощо), а також об'єкти інфраструктурного забезпечення мінімізування техногенних відходів. Як доводить Коблянська І.І. у роботі [6, с.122], стратегічні орієнтири управління регіональними логістичними системами встановлюються на рівні Голів міських та обласних рад і адміністрацій. Відповідальність же за формування та впровадження політики «зеленої» економіки на рівні держави повинна нести Верховна Рада і відповідні Міністерства. З цією метою рекомендуємо сформувати на державному рівні відповідну інституцію, відповідальну за організування, впровадження і розвиток «зеленої» НЛС, діяльність якої повинна бути спрямована на встановлення просторово-часових критеріїв економічних потоків в національному господарстві, формування сприятливого середовища для залучення провідних наукових установ для розроблення технологій виробництва, перероблення, використання техногенних відходів, формування належних фінансових та інвестиційно-інноваційних потоків для впровадження «зелених» технологій, спрямованих на захист населення, природних та економічних об'єктів, стимулювання соціальної відповідальності бізнесу, влади та громадських організацій, створення повного інформаційного забезпечення взаємодії елементів «зеленої» НЛС тощо.

Залишається невирішеною проблема формування ефективного інструментарію оптимізуванні всіх економічних потоків як системи критеріїв, що забезпечуватимуть логістичний оптимум. Переважно використовують як критерій мінімум загальних логістичних витрат. Однак, у нашому випадку, як критерій рекомендуємо використовувати мінімально можливий рівень техногенних збитків, до складу якого входять економічні,

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

екологічні й соціальні втрати від деструктивного впливу господарської діяльності, від нераціонального управління потоками техногенних відходів тощо. Переконалим аргументом на користь цього служить те, що в основу економічного оцінювання техногенних збитків в національному господарстві покладено вартісне оцінювання всього природно-ресурсного потенціалу національного господарства та наслідки деструктивного впливу господарської діяльності у всіх трьох його підсистемах: соціальній, економічній й екологічній.

Результативність державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві рекомендуємо оцінювати за показниками економічного оцінювання результативності роботи «зеленої» НЛС за кожним видом економічної діяльності. До складу системи показників результативності слід включити показники, індикатори і рівні прямого та непрямого техногенного впливу суб'єктів господарювання на довкілля, суспільство й економіку, серед яких ключовими величинами є складові техногенної збиткоємності: ресурсоємності, енергоємності, видидоємності, скидоємності, відходоємності, а також рівні захворюваності, смертності населення, зумовлені забрудненням довкілля, рівень капітальних інвестицій у ВВП, рівень екологічних витрат в собівартості продукції, що випускається кожним видом економічної діяльності тощо.

Висновки. Отже, у роботі досліджено сучасний досвід регулювання техногенних збитків від забруднення довкілля викидами, скидами й відходами, сформовано методологічні основи логістичних засад державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві; обґрунтовано з економічної точки зору доцільності впровадження «зеленої» національної логістичної системи з метою мінімізування техногенних збитків при управлінні ресурсними та відповідними їм інформаційними і фінансовими потоками в національному господарстві, а також формування концепції логістичної системи національного рівня в межах політики зеленої економіки.

Перспективи подальших розробок. Роботу над дослідженням логістичних засад державного регулювання техногенних збитків в національному господарстві слід продовжити на рівні державних урядовців і керівників наукових установ з метою забезпечення відповідних законодавчих ініціатив, що сприятимуть впровадженню в Україні стратегічних пріоритетів «Європа 2020», а саме: розумного, стійкого та інклюзивного зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амітан В.Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах: моногр. / Амітан В.Н., Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. [НАН України. Інститут економіко-правових досліджень] . – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 73 с.
2. Бублик М.І. Механізм регулювання техногенних збитків промислових підприємств: логістика рециркулювання як інструмент його застосування / Бублик М.І. //

Вісник НУ «Львівська політехніка». [зб. наук. праць «Логістика»] - Львів: Видавництво Львівської політехніки. - . 2012 – №749. – С.530 - 537.

3. Буркинський Б.В. «Зелена» економіка крізь призму трансформаційних зрушень в Україні: моногр. / Б.В. Буркинський, Т.П. Галушкіна, В.С.Реутов . – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2011. – 348 с.

4. Ілляшенко С.М. Маркетингові засади впровадження екологічних інновацій : монографія [Текст] / С.М. Ілляшенко; Сумський державний університет. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 184 с.

5. Коблянська І.І. Особливості регіональної логістики з позицій забезпечення сталого розвитку територій / Логістичні системи: глобальний, національний, регіональний та локальний виміри : збірн. тез доп. III Міжн. наук.-практ. конф. та II Польсько-укр. конф. з пит. транскорд. трансп. перевезень (Луцьк, 15–16 травня 2014 р.) / відп. ред. Л.Л. Ковальська. – Луцьк: СПД Гадяк Ж.В., друк-ня «Волиньполіграф» ТМ. – 2014. – С.27-29

6. Ларіна Р.Р. Регіональні логістичні системи (формування, управління та стратегія розвитку) / НАН України. Інститут економіко-правових досліджень. – Донецьк: Изд. «ВИК», 2004. – 372 с.

7. Методы решения экологических проблем : монография / под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника и к.э.н. Е.В. Шкарупы. – Сумы: Издательство СумГУ, 2010. – 990 с.

8. Отходы - вторичные ресурсы: управление, экономика, организация [Текст]: коллективная монография: в 2-х т. Т.1 / А.М. Телиженко, Н.К. Шапочка, Т.И. Шевченко др. - Сумы: СумГУ, 2013. - 298 с.

9. Отходы - вторичные ресурсы: управление, экономика, организация [Текст]: коллективная монография: в 2-х т. Т.2 / А.М. Телиженко, Н.К. Шапочка, Е.Р. Губанова и др. - Сумы: СумГУ, 2013. - 258 с.

10. Хвищун Н.В. Ієрархічний рівень логістичних систем / Н.В. Хвищун, І.А. Оленченко // Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. ЛНТУ. – Випуск 7 (28). – Ч. 2. – Луцьк, 2010.

11. Bublik M.I. Logistic systems at the national level for reducing technogenic losses / M.I. Bublik // Вісник НУ «Львівська політехніка». [зб. наук. праць «Логістика»] – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2014 – №789. – С.24 - 32.

12. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication: Final Report of UNEP. – Nairobi: United Nations Environment Programme, 2011. – 630 p. [Електронний ресурс] . – Режим доступу: http://www.unep.org/greeneconomy/GreenEconomyReport_Final_Dec2011.pdf

МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) ПІДПРИЄМСТВА

Левченко Ольга Павлівна, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту

Міщенко Ігор Володимирович, студент факультету управління та бізнесу

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

Анотація. Стаття присвячена дослідженню моделей КСВ. Розглянуті національні моделі КСВ. Розглянуті моделі, в основу яких покладені типи соціальної відповідальності, принципи КСВ та процеси соціальної сприйнятливості. В результаті отримала подальший розвиток піраміда КСВ шляхом виділення зовнішнього та внутрішнього спрямування КСВ на кожному з рівнів.

Ключові слова: модель, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна соціальна сприйнятливість.

Abstract. The article investigates models of corporate social responsibility (CSR). Considered national models of CSR. The models, which are based on types of social responsibility, CSR principles and processes of social sensitivity. The result has been further developed by pyramid of CSR selection of external and internal orientation CSR at each level.

Keywords: model, corporate social responsibility, corporate social susceptibility.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В сучасних суспільних умовах підвищується роль бізнес-структур у вирішенні соціальних проблем. Підтримка концепції КСВ йде на користь не тільки соціальному середовищу, але і надає підприємствам переваги у сфері іміджу, відносин зі стейкхолдерами, підвищення лояльності персоналу та споживачів і т.д. Зрозуміти, запровадити та донести до соціуму мету, принципи, процеси та результати КСВ дозволяє формування моделі КСВ підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробку теоретичних основ концепції КСВ започатковано в другій половині минулого століття. Протягом останніх десятиліть КСВ набула поширення та знайшла відображення в національних моделях корпоративного управління, її враховують при визначенні рейтингів корпоративного управління. Положення КСВ досліджують закордонні та вітчизняні вчені. Значний вклад у розвиток теорії та практики КСВ внесли Благов Ю.Є., Боуен Г., Віндзор Д., Грішанова О.А., Девіс К., Карнегі Е., Керолл А., Колот А.М., Короткова Є.М., Маттен Д., Мельник С.В., Тульчинський Г.Л., Фрідман М., Черних С., Штойер Р. та інші. Але складний характер взаємовідносин бізнесу та середовища, загострення соціальних проблем суспільства, їх масштабність та різноплановість вимагає доопрацювання і адаптації теоретичних та методичних основ КСВ до існуючих в теперішній час умов господарювання. Зокрема, наявні моделі КСВ відображують узагальнені підходи без прив'язки до специфіки окремих галузей, окремих підприємств та їх можливостей. Не розроблені моделі КСВ, на які слід орієнтуватися підприємствам, які знаходяться на початковому етапі впровадження даної концепції.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування моделі КСВ на рівні підприємства, яка враховує різні можливості підприємств, ступінь розвитку КСВ, динаміку запровадження даної концепції в практичну діяльність.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В сучасній науковій літературі представлено декілька концепцій взаємодії бізнес-структур з оточуючим середовищем: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна соціальна сприйнятливість (КСС), корпоративна соціальна діяльність (КСД) та інші. В межах кожної з концепцій розроблені відповідні моделі. В цих моделях багато спільних рис. Часто вони є більш розгорнутим варіантом вже відомої моделі. Тому в даному дослідженні концепція КСВ вважається фундаментальною. Моделі КСС та КСД будуть використані для дослідження в одному ряді з моделями КСВ.

Найбільш укрупненими є національні моделі КСВ. Розрізняють американську, британську, європейську (континентальну), японську, російську та вітчизняну моделі КСВ. Вони мають суттєві відмінності. Наприклад, КСВ для американської моделі – справа добровільна, для європейської – регульована державою, для японської – є природною частиною корпоративної культури, при цьому держава, приймаючи участь в стратегічному плануванні корпорацій, активно впливає на розвиток КСВ. Особливості кожної моделі, їх зміст, переваги та недоліки, відмінності і порівняльний аналіз широко представлені в літературі [7, 8, 9]. Національні моделі дають узагальнені характеристики, тому підприємству, що стає на шлях формування КСВ, складно використовувати їх на практиці і на основі них створити програму конкретних дій.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Розмаїття напрямків КСВ за основними складовими найбільш повно відображає піраміда А. Керрола (рис. 1) [1]. Цю модель внаслідок її простоти часто вважають базовою та рекомендують для формування моделей КСВ окремого підприємства [7].



Рис. 1. Піраміда КСВ

Розвиваючи власну модель, А. Керролл у співавторстві з М. Шварцем, запропонував замінити піраміду на діаграму Венна, яка дає змогу відстежувати взаємодію економічної, правової й етичної відповідальності [2].

З розвитком теорії КСВ та поширенням концепцій КСС та КСД з'явилися інші моделі. С. Вартік і Ф. Кохрен, взявши за основу модель А. Керролла, представили її доповнений варіант. В ній акцентовано увагу на необхідності аналізу суспільних проблем і розробки проектів, що мають мінімізувати ризики бізнесу, «операціоналізувати свою соціальну сприйнятливість. Новою характеристикою моделі є поєднання трьох домінуючих аспектів взаємодії бізнес-структур і суспільства: філософської, що відображає принципи КСВ; інституціональної, пов'язаної з процесом соціальної сприйнятливості; організаційної, релевантної політиці, якої дотримується бізнес-структура щодо вирішення суспільних проблем [3, 7].

Подальший розвиток розглянутих вище моделей здійснила Д. Вуд і представила модель КСД. Вона визначає її як «існуючу в бізнес-організації систему принципів соціальної відповідальності, процесів соціальної сприйнятливості і їх очікуваних результатів, що пов'язані з суспільною взаємодією фірми» [4, 7].

А.М. Колот запропонував модель консолідованої соціальної відповідальності, де розглядає у взаємодії соціальну відповідальність бізнесу, держави і профспілок. За такого підходу КСВ постає не тільки як індивідуальна відповідальність окремого суб'єкта, а як спільна, загальна, консолідована відповідальність усіх учасників соціально-трудових відносин [7].

Для того, щоб розмежувати підприємства за їх бажанням або можливостями впровадження КСВ Ю.М. Бурлакова пропонує наступні моделі організаційної поведінки та рівні розвитку КСВ (рис. 2) [5].

На додаток до основних моделей КСВ слід враховувати, що в структурі КСВ виділяють дві сторони: зовнішню та внутрішню. Вони відповідають зовнішньому та внутрішньому соціальному середовищу підприємства. Вважають, що внутрішня КСВ передбачає заходи

з розвитку людських ресурсів підприємства та ділову практику стосовно акціонерів та персоналу. Зовнішня КСВ спрямована на дотримання вимог законодавства, добродійність, екологічну діяльність та ін. [9]. Підтримуючи в цілому дану точку зору не слід розподіляти заходи на дві групи. Екологічна діяльність може мати як зовнішнє, так і внутрішнє спрямування і т.д.

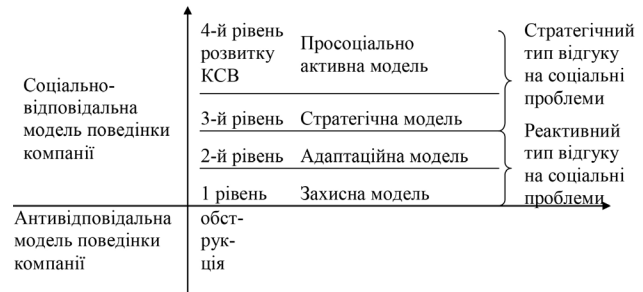


Рис. 2. Організаційні моделі та рівні розвитку КСВ за Ю.М. Бурлаковою

Таким чином, прийнявши за основу піраміду А. Керролла та тезу щодо внутрішнього та зовнішнього спрямування КСВ, запропоновано модель КСВ підприємства (рис. 3).



Рис. 3. Запропонована модель КСВ підприємства

Основна інтерпретація складових моделі відповідає моделі А. Керролла. Додано особливості зовнішнього та внутрішнього спрямування КСВ. Так, економічна відповідальність, що перебуває в основі піраміди, визначається базовою функцією компанії на ринку товарів і послуг, на якому вона постає в ролі виробника [1]. Внутрішня складова спрямована на одержання економічних вигод (доходів), зовнішня – на задоволення потреб споживачів.

Правова відповідальність пов'язана з додержанням вимог і норм, що містяться в чинних нормативно-правових актах. Ідеться про дотримання законів і суспільні очікування від компанії такої діяльності, яка не суперечить правовим нормам [1]. Внутрішня складова в даному сенсі постає у документальному оформленні трудових відносин з персоналом, виплаті «білої» заробітної плати, відображенні реальних умов праці (відповідна оплата нічних годин та праці у святкові та вихідні дні), надання передбачених законом відпусток, можливість перебувати на лікарняному тощо.

Етична відповідальність потребує від ділової практики таких соціальних дій, які узгоджуються з очікуваннями суспільства. Останні не прописані у від-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

повідних правових актах і апелюють до норм моралі [1]. В першу чергу це стосується дотримання кодексу корпоративного поведіння. З боку внутрішніх учасників корпоративних відносин це очікування можливості реалізації корпоративних прав, прав дрібних акціонерів та рядового персоналу тощо.

Філантропічна (дискреційна) відповідальність спонукає організацію до соціально корисних дій, формування нової якості життєдіяльності членів суспільства через добровільну участь в реалізації соціальних програм [1, 7].

Розроблену модель пропонується застосовувати наступним чином:

– визначити охоплені та перспективні напрямки КСВ підприємства (рис. 4).



Рис. 4. Комбінація напрямків КСВ підприємства

– наочно демонструвати співвідношення внутрішнього та зовнішнього напрямків КСВ (рис. 5);

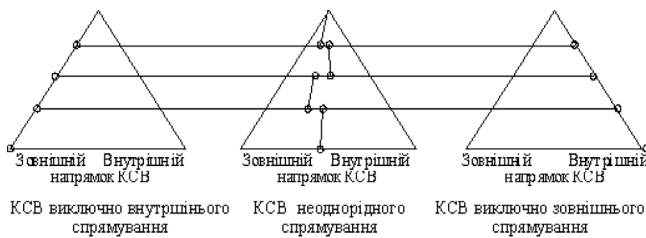


Рис. 5. Співвідношення напрямків КСВ підприємства

– відображати досягнутий рівень КСВ та можливості його зростання в майбутньому;

– модель в межах кожної складової дозволяє додати фактор часу в розвиток КСВ і дає можливість спостерігати за виконання окремих заходів, що передбачені соціальною політикою (рис. 6).

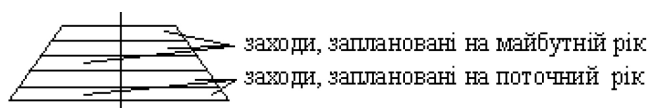


Рис. 6. Фактор часу на прикладі окремої складової піраміди КСВ

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Таким чином,

отримала подальший розвиток піраміда КСВ за рахунок відображення зовнішнього та внутрішнього спрямування кожної складової КСВ підприємства. Запропонована модель демонструє пріоритети КСВ підприємства, дозволяє порівнювати стан КСВ підприємства у різні періоди часу, розмежовує бажаний та досягнутий стан реалізації окремих заходів. В подальших розробках слід представити конкретні заходи для кожної складової, які підприємства можуть обирати для власної практичної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. – Vol. 34(4). – P. 42.

2. Schwartz M. 2003. Corporate social responsibility: a three-domain approach / M. Schwartz, A. Carroll // Business Ethics Quarterly. – Vol. 13(4). – P. 503–530.

3. Wartick S.L. Cochran P.L. 1985. The evolution of the corporate social performance model. Academy of Management Review 10 (4) – P.767.

4. Wood D.J. 1991. Corporate social performance revisited. Academy of Management Review 16(4) – P. 713.

5. Бурлакова Ю.М. Особливості управління реалізацією та розвитком корпоративної соціальної відповідальності / Бурлакова Ю.М. // Научный прогресс на рубеже тысячелетий. Экономические науки – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2014/Economics/6_170126.doc.htm.

6. Гордієнко Л.А. Моделі корпоративної соціальної відповідальності / Гордієнко Л.А. // Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова. – 2014. – Т.19. Вип. 2/5. – С. 34-38.

7. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М.Колот // Економічна теорія : науковий журнал / НАНУ, Мін.осв.і науки України, Ін-т економіки та прогнозування НАНУ та інш. – Київ, 2013. – № 4. – С. 5-27

8. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол.автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. – К.: Видавництво «енергія», 2008. – 96 с.

9. Тульчинский Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд / Тульчинский Г.Л., Терентьева В.И. – Москва: Вершина, 2006. – 352 с.

УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ПІДПРИЄМСТВА З ПАРТНЕРАМИ

к.е.н., доц. Федотова І.В., Ляшенко Д.Л.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

Анотація: В статті розглядаються основні інструменти управління взаємовідносинами підприємства з різними партнерами. Удосконалений загальний підхід щодо управління взаємовідносинами підприємства з діловими партнерами (TRM).

Ключові слова: управління, взаємовідносини, партнери, система, суб'єкти взаємин, кооперація, споживач.

Abstract: This article discusses the basic tools of enterprise relationship management with various partners. Improved overall approach to the total relationship management (TRM) of the company with business partners.

Keywords: management, relationships, partners, system, relations subjects, cooperation, consumer.

Постановка проблеми. Однією з головних тенденцій у розвитку сучасного підприємницького середовища є зміна принципів формування ділових відносин між організацією та її партнерами. Ознакою часу є демонстрація цілеспрямованих зусиль підприємців на забезпечення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу за рахунок використання потенціалу міжфірмової кооперації, яка ґрунтується на довготривалій основі та передбачає певну взаємну узгодженість і контроль ринкової поведінки задля досягнення спільних цілей.

У сучасній ситуації ефективність діяльності компанії у більшості залежить від взаємодії з партнерами на різних сегментах ринку. Однак організувати ефективну взаємодію з партнерами досить складно. Все більша частина діяльності компаній виноситься за її межі і кількість зовнішніх відносин різко збільшується; зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, викликає необхідність пошуку нових форм організації управління. Ці зміни визначають необхідність формування нової моделі управління компанією, яка була б здатна пов'язати весь комплекс взаємовідносин з усіма бізнес-партнерами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи роботи авторів, не існує єдності думок щодо формування взаємовідносин підприємства з партнерами, більшість авторів розглядають управління взаємовідносинами з різними суб'єктами взаємодії. Одна група авторів [5-7, 11] акцентують увагу на взаємовідносинах тільки з однією групою суб'єктів взаємодії, а інші автори Дж. Іган [1], Ф. Котлер [2], Р. Морган та Ш. Хант [4] та інші [3, 8, 9, 10, 12], включають до системи взаємин різні групи партнерів, як учасників взаємовідносин, вони розглядають взаємини з клієнтами (споживачами), дистриб'юторами, постачальниками, співробітниками та іншими партнерами.

Ефективне управління партнерськими відносинами є стратегічно важливим процесом. На рисунку 1 представлені основні інструменти управління взаємовідносинами компанії з діловими партнерами.



Рисунок 1 - Інструменти управління взаємовідносинами підприємства з партнерами

Дані інструменти, використовуються для управління взаємовідносинами з постачальниками, споживачами, іншими партнерами та ланцюгами поставок.

В теорії та практиці маркетингу і менеджменту вже досить широко вивчені два інструменти управління взаємовідносинами компанії: управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM - Supplier Relationship Management); управління взаємовідносинами зі споживачами (CRM - Customer Relationship Management). В останні роки все більше уваги приділяється дослідженню управління взаємовідносинами з постачальниками з огляду на інтереси кінцевих споживачів – управління ланцюгами поставок (SCM - Supply Chain Management) [3, с. 7].

В сучасній літературі та практиці управління взаємовідносинами компанії з діловими партнерами розглядаються за наступними елементами:

SRM – управління взаємовідносинами з постачальниками;

CRM – управління взаємовідносинами зі споживачами;

SCM – управління ланцюгами поставок;

PRM – управління взаємовідносинами з партнерами;

HRM – управління взаємовідносинами з персоналом.

Управління взаємовідносинами компанії, спрямованого на максимальне узгодження всіх взаємодій учасників ланцюжка створення цінності - від постачальників до кінцевих споживачів. Разом з тим, в процесі розвитку

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

взаємодій сучасних компаній перетин сфер маркетингу і SCM розширюється.

Але зі збільшенням числа компаній з розвинутою партнерською мережею, виникає необхідність підвищення ефективності взаємин не тільки з клієнтами та постачальниками, але і побудовою складних систем взаємодії партнерів. Тому в останні десятиліття почали з'являтися спеціальні програми та концепції з управління взаємовідносинами з партнерами – PRM (Partner Relationship Management). За ідеєю PRM ідентична з CRM і може вважатися її еволюційним розвитком, так як одна з основних ідей CRM – перехід клієнта в партнери компанії.

Управління взаємовідносинами з партнерами (PRM) – це бізнес-стратегія з вибору партнерів і управління взаємовідносинами з ними з метою підвищити їх ефективність і цінність для підприємства. Зокрема, PRM включає оптимізацію роботи з партнерами для досягнення ними найкращого результату в угодах із загальними клієнтами і забезпечення в підсумку задоволеності кінцевого споживача і партнера [5, с.4].

Отже, існують різні аспекти управління відносинами з партнерами, залежно від взаємодіючих суб'єктів на ринку. Але в останній час намілилася тенденція розглядати сукупність взаємовідносин підприємства с різними групами партнерів.

За твердженням Е. Гумессона [10, с.12], маркетинг взаємовідносин (TRM – Total Relationship Marketing) підкреслює тривалі взаємовідносини співробітництва між виробником і споживачем та одержання довгострокових прибутків з залученням будь-яких ринкових сил. У межах такого підходу в процесі товарообміну беруть участь виробники, споживачі, фінансово-кредитні організації, органи державного та недержавного регулювання економіки, організації інфраструктури ринку, постачальники, дистриб'ютори та ін., які розглядаються як активні учасники ринку, рівні партнери.

М. Зінеддін [12] запропонував підхід загального управління взаємовідносинами – TRM (Total Relationship Management), який фокусується на комплексі зовнішніх та внутрішніх факторів підприємства, якості та відносинах з різними групами партнерів (клієнтами, постачальниками, дистриб'юторами, співробітниками). Він виділив сім принципів, згідно з якими організація повинна прийняти філософію загального стратегічного управління взаємовідносинами, та запропонував будинок TRM підприємства.

Узагальнення результатів виконаних досліджень засвідчило, що серед учених немає єдності думок щодо складу і змісту управління взаємовідносинами з партнерами. Відсутність системного підходу до управління маркетингом партнерських відносин не дозволяє підприємству повною мірою використовувати наявні в них можливості для організації ефективної взаємодії з партнерами.

Постановка завдання. Метою даної статті є удосконалення підходу до загального управління взаємовідносинами підприємства з партнерами, який би врахову-

вав всі групи партнерів підприємства та їх взаємодію.

Вклад основного матеріалу. Для вирішення даного завдання доцільно удосконалити підхід М. Зінеддіна [12] щодо формування взаємин підприємства з партнерами, який отримав назву системи загального управління взаємовідносинами (TRM – Total Relationship Management). Загальне управління взаємовідносинами з клієнтами (TRM) підхід був створений та розроблений М. Зінеддіном в 2000 році, розглядається в якості стратегії і філософії. Він загальний, тому що координує всю діяльність підприємства, включаючи внутрішні і зовнішні відносини, мережі, взаємодію та співпрацю, а також всі заходи, пов'язані з пошуком, утриманням, зміцненням і задоволенням клієнтів. Це стратегія, тому що вона наголошує збереження високої якості товарів / послуг, внутрішніх і зовнішніх взаємовідносин, і намагання зберегти клієнтів в довгостроковій перспективі. Фірма спеціалізується на всіх комплексних заходах в рамках організації, включаючи внутрішні і зовнішні відносини з працівниками та іншими зацікавленими сторонами. Це філософія, тому що використовується для зв'язку ідеї, що головна мета управління є постійне поліпшення загальної якості, з плануванням і формуванням відповідних близьких і гнучких довгострокових відносин зі сторонами, які вносять вклад в успіх і довгострокове зростання організації. Ось чому такий підхід можна назвати загальним стратегічним управлінням взаємовідносинами і філософією.

Філософія загального управління взаємовідносинами (TRM) має багато спільного з загальним менеджментом якості (TQM). Основна мета підходу щодо загального управління відносинами є виробляти і постачати продукцію та послуги з адекватним рівнем функціональної і технічної якості, адекватною ціною, швидким терміном поставки, зручними каналами розподілу і, звичайно, дозволяти організаціям реалізувати зростання цільових короткострокових і довгострокових прибутків, а також забезпечити цим організаціям справедливую конкурентну боротьбу.

Автор [12] підкреслив, що організація повинна будувати свій будинок TRM і прийняти філософію загального стратегічного управління взаємовідносинами, що підкреслює такі принципи і види діяльності (модель 7C): C1 – створення та управління зовнішнім маркетингом; C2 – створення та управління системою маркетингового аудиту, який включає ринок і конкуренцію; C3 – створення та управління внутрішнім маркетингом; C4 – створення та управління відносинами з дистриб'юторами; C5 – створення та управління відносинами з постачальниками; C6 – створення та управління відносинами із зовнішніми співробітниками; C7 – створення та управління відносинами з клієнтами.

Запропонований будинок TRM (загального управління взаємовідносинами) використовує описані основні компоненти, принципи і поняття, пов'язані з загальним управлінням відносинами. Посилаючись на попередні дослідження даний підхід не зовсім точно відображає сучасний стан взаємовідносин. Отже, цей підхід потребує

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

удосконалення, тому що автор не враховує взаємодію зі всіма групами партнерів, що напряму чи опосередковано впливають на діяльність підприємства.

В літературі [4, 8] виділяють наступні групи суб'єктів взаємовідносин (партнерів) підприємства: внутрішні партнери (персонал, власники, підрозділи); споживачі (фізичні, юридичні особи); постачальники (товарів та послуг); посередники (реалізації товарів чи послуг, маркетингові); контактні аудиторії (державні, кредитно-фінансові установи, ЗМІ, цивільні групи, місцеві аудиторії та інші). Перелічені групи партнерів відіграють значну роль в побудові загальних партнерських взаємовідносин підприємства, тому постає потреба об'єднати їх, застосувавши з як частину будинку TRM. З урахуванням змінених складових будинок TRM буде мати наступний вигляд (рис. 2).

Як і в будь-якому будинку, моделі і плани повинні бути спочатку сформовані, зазвичай зі сторонньою допомогою (сил зовнішнього оточення). Будівництво взаємовідносин (будинку TRM), як правило, починається з виявлення можливостей, загроз (конкурентний аналіз), входів (постачальників та інших суб'єктів взаємодії), ключових стратегічних питань і виходів (внутрішніх функцій і каналів розподілу), і вони є наріжними каменями, на яких будується майбутні взаємовідносини підприємства.

Фундамент будинку дає систематичний аналіз факторів зовнішнього макросередовища, щоб визначити стратегічні питання, проблеми і можливості.

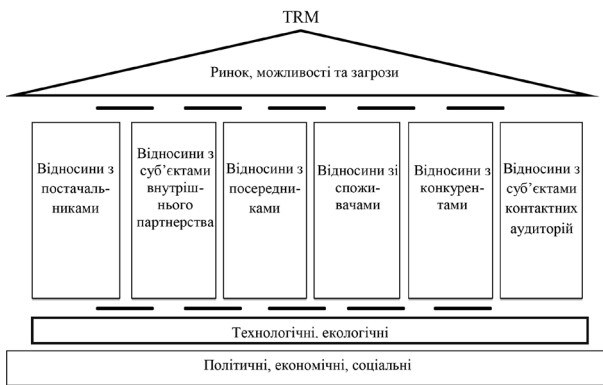


Рисунок 2 – Складові будинку загального управління взаємовідносинами (TRM)

Дах чи надконструкція будинку складається з маркетингового аналізу найбільш важливих факторів, що впливають на діяльність організації, тобто ринок і конкуренцію, з метою виявлення ключових питань, загроз і можливостей. Систематичний аудит та дослідження ринку дозволить підвищити стратегічне бізнес-планування в результаті раннього виявлення та оцінки майбутніх ринкових тенденцій і можливостей (конкурентного аналізу).

Три ліві стіни будинку дозволяють сформувати відносини, що дозволяють приймати найбільш важливі рішення у виробництві продукції, тобто відносини з постачальниками ресурсів, внутрішні відносини і функції

(наприклад, виробництво, дизайн, маркетинг, логістика і т.д.), а також відносини з каналами розподілу (посередниками).

Серце будинку включає в себе відносини між організацією та споживачами, там, де потреби і вимоги клієнтів стають реальністю.

Дві праві стіни будинку показують діяльність і відносини організації з конкурентами, які можуть або активно протидіяти підприємству або співпрацювати з ним, та іншими контактними аудиторіями, що сприяють діяльності, є джерелами натхнення, чи, навпаки, заважають роботі підприємства.

Головною умовою ефективності управління взаємовідносинами фірми з бізнес-партнерами є баланс цілей, який передбачає, що цілі окремих суб'єктів взаємин не домінують над загальними цілями. Управління взаємовідносинами повинно базуватися на системі цінностей і цілей, між усіма учасниками взаємодії. Саме спільні цілі є тим ключовим фактором, який забезпечує міцність та довгостроковість взаємовідносин і дає компаніям стійкі позиції на ринках в умовах жорсткої конкуренції. Реалізація механізму координації процесів управління взаємовідносинами являється однією зі складових стратегічного маркетингу і менеджменту компанії.

Управління взаємовідносинами підприємства з діловими партнерами передбачає: наявність єдиної інформаційної системи, що визначає спосіб отримання і розподілу інформації серед учасників мережі; адекватну організаційну структуру центральної компанії; здатність центральної фірми узгоджувати цілі, бізнес-процеси партнерів; загальну стратегію формування взаємовідносин з бізнес-партнерами; процес регулювання взаємодій компаній-партнерів; наявність системи моніторингу результатів.

Система TRM забезпечує життєздатні засоби розвитку та підтримки довгострокових ділових відносин. Інструменти системи повинні бути використані для забезпечення довірчих довгострокових відносин. Вона зосереджена на сукупності внутрішніх і зовнішніх функцій, відносин і процесів. TRM підкреслює підтримку високої якості продукції/послуг і процесів, та намагається утримати клієнтів в довгостроковій перспективі шляхом безперервного вдосконалення взаємин.

Висновки. Таким чином, були розглянуті основні підходи щодо управління взаємовідносинами підприємства з партнерами. Запропонована удосконалена система загального управління взаємовідносинами підприємства, яка представлена у вигляді будинку TRM до складу якого увійшли взаємовідносини з основними партнерами підприємства. Розгляд та координація взаємин підприємства з кожною групою партнерів, як єдиної системи, дозволить отримати синергетичний ефект від взаємовідносин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотноше-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

ний [2-е изд.] / Дж. Иган. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 375 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс [2-е изд.] / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

3. Куц С.П. Подходы к разработке механизма координации управления взаимоотношениями промышленной компании с партнерами / С.П. Куц // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2006. – Сер. 8. – Вып. 3. – С. 3-21.

4. Морган Р. Теория приверженности и доверия в маркетинге взаимоотношений / Р. Морган, Ш. Хант // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Том 2. – №2. – С. 73-110.

5. Народицкий И. Управление взаимоотношениями с партнерами (PRM) / И. Народицкий // Финансовая газета. – 2010. – Вып. № 16. – Режим доступа к журн.: <http://base.garant.ru/5858564/>

6. Ньюэлл Ф. Почему не работают системы CRM. Управление отношениями с клиентами: как добиться успеха, позволив клиентам управлять отношениями с вашей компанией [Пер. с англ.] / Ф. Ньюэлл. – М.: Добрая книга, 2004. – 365 с.

7. Пейн Э. Руководство по CRM: путь к совершенствованию менеджмента / Э. Пейн. – Минск : Гревцов Паблишер, 2007. – 384 с.

8. Шинкаренко В.Г. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами / В.Г Шинкаренко, І.В. Федотова. – Х.: ХНАДУ, 2012. – 232 с.

9. Berry L. Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success / L. Berry. – New York: The Free Press, 1999. – 288 p.

10. Gummesson E. Total Relationship Marketing; Rethinking Marketing Management: From 4Ps to 30 Rs / E. Gummesson. – Woburn, MA, 2001. – 350 p.

11. Noland Ch.R. Beyond Strategic Sourcing: Strategic Supplier Relationship Management / Charles R. Noland. – Режим доступа до журн.: <http://www.ism.ws/files/Pubs/Proceedings/NolandGC.pdf>

12. Zineldin M. IT and Total Relationship Management (TRM) a new marketing management perspective / M. Zineldin. – Режим доступа до журн.: http://tvvlibrary.narod.ru/papers/2003/05.htm#_ftn1.

ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Мельник Тетяна Степанівна, кандидат економічних наук,
начальник відділу маркетингових досліджень

Департаменту пасажирських перевезень далекого сполучення
Державної адміністрації залізничного транспорту України

Анотація. У статті показано зв'язок між ринковим потенціалом підприємства та його конкурентними перевагами і конкурентоспроможністю; уточнено визначення конкурентної переваги і ринкового потенціалу підприємства; розроблено матричні моделі вибору стратегії управління конкурентними перевагами підприємства залізничної галузі відповідно до зовнішніх і внутрішніх факторів.

Annotation. The article shows the relationship between market potential of the enterprise and its competitive advantages and competitiveness; clarified the definition of competitive advantage and market potential of the company; developed a matrix model selection strategy of competitive advantage railway industry according to external and internal factors.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкурентоспроможність, ринковий потенціал, рівень ринкового потенціалу, вибір споживача, фактори впливу на конкурентні переваги, стратегічне управління конкурентними перевагами.

Keywords: competitive advantage, competitiveness, market potential, the level of market potential, consumer choice, impacts on competitive advantage, strategic management competitive advantage.

I. Постановка проблеми. Останнє десятиріччя характеризується посиленням конкуренції практично у всіх країнах світу. Загальна тенденція поглиблення спеціалізації ринків і диференціації та розвитку споживчих потреб доповнилась економічною кризою, яка розгорнулась у 2008 р.

З настанням кризи в економіці нашої країни організований бізнес вперше зіткнувся з необхідністю стратегічного планування, що майже для всіх вітчизняних підприємств виявилось справжньою проблемою. Однак саме за складних умов господарювання чітко проявляються слабкі сторони одних підприємств і сильні сторони інших, і саме у таких умовах різко зростає значення конкурентних переваг. Перемагає у конкурентній боротьбі той, кому вдається створити найбільші конкурентні переваги – не стільки над конкурентами на ринку, скільки у свідомості споживачів.

Поряд з іншими трактуваннями, конкуренцію можна визначити як процес управління підприємством своїми конкурентними перевагами і наявними ресурсами для досягнення встановленої цілі. У зв'язку з цим завоювання та утримання конкурентних переваг виступають ключовою функцією стратегічного управління підприємством.

Сьогодні підприємства у більшості розуміють, що досягти конкурентної переваги можливо лише шляхом розробки пропозицій, які найбільш повно враховують

споживчі переваги і задовольняють вимоги цільового ринку (сегменту). Очевидно, що володіння якісним, перспективним товаром або послугою є необхідною, проте недостатньою умовою для досягнення запланованих обсягів продажів, охоплення цільових ринків тощо. Досить важливе значення, крім іншого, має рівень реалізації ринкового потенціалу підприємства.

II. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринковий потенціал господарюючого суб'єкта являє собою можливість управління його ресурсами на певних етапах його розвитку, що дозволяє найбільш ефективно реалізовувати наявні ринкові можливості, тому дана категорія з точки зору досліджуваної проблематики є досить важливою.

Справа в тому, що сучасні ринкові умови потребують від керівництва підприємств оперативної і не тривалої оцінки ринкових можливостей підприємства, оцінки ефективності управлінських рішень та їх впливу на досягнення цілей підприємства, оцінки ринкової вартості підприємства тощо. У цих питаннях потрібний новий підхід, який може ґрунтуватись, зокрема, на оцінці ринкового потенціалу підприємства.

Як економічна категорія ринковий потенціал став розглядатись відносно недавно і в рамках різних напрямків економічних дисциплін, тому на сьогоднішній день немає єдності в його визначенні. Однак існують не тільки теоретичні проблеми, але і проблеми методичного

та практичного характеру, які полягають у формуванні моделі ринкового потенціалу, оцінці рівня його використання та формуванні стратегії управління ним. Отже, питання оцінки ринкового потенціалу підприємства входять у число самих актуальних економічних проблем, що виникають перед керівниками підприємств, оскільки оперативна кількісна оцінка ринкового потенціалу дозволяє виявляти приховані резерви у розвитку підприємства і, таким чином, нарощувати віддачу від більш обґрунтованого застосування економічних інструментів.

Категорія «ринковий потенціал підприємства» була введена в економічний оборот Є.Поповим і В.Ханжиною, які вперше виявили її елементну структуру і запропонували метод оцінки величини ринкового потенціалу, придатний для практичного застосування [10]. Дослідженням ринкового потенціалу підприємства займалися також такі провідні вчені, як Абалкін Л.І., Аткина Н.А., Репіна І.І., Голубков Є.П., Йеннер Т., Клейнер Г.Б. та ін. Різноманітність їх наукових інтересів обумовила розбіжність поглядів відносно сутності, змісту і структури ринкового потенціалу підприємства.

Наприклад, Н.Аткина дає таке визначення категорії: «Ринковий потенціал підприємства – це можливість управління його ресурсами на окремих етапах розвитку в цілях ефективної взаємодії з ринком» [2]. Аналогічне визначення знаходимо у Т.Йеннера: «Ринковий потенціал – це сукупність засобів і можливостей підприємства у реалізації ринкової діяльності» [5]. Проте в цих і подібних їм визначеннях необхідне пояснення, що розуміється під ринковою діяльністю або взаємодією підприємства з ринком. Це робить у своєму викладенні змісту категорії І.Репіна: «Під ринковим потенціалом розуміють сукупність внутрішніх можливостей і зовнішніх шансів задовольняти потреби споживачів та отримувати на цій основі максимальні економічні вигоди. Даним поняттям відмічають спроможність (можливості) підприємства ефективно виявляти, формувати і найповніше задовольняти потреби споживачів» [10]. Досить вдале викладення змісту досліджуваної категорії подає Є.Голубков, зазначаючи, що «ринковий потенціал – межа, до якої прагне ринковий попит при наблизненні витрат на маркетинг до такої величини, при якій їх подальше збільшення вже не призводить до росту попиту за певних умов зовнішнього середовища... У цьому випадку припускається, що конкуруючі організації для підтримання попиту застосовують максимально можливі маркетингові зусилля» [4]. Такі дослідники, як Г.Клейнер, Р.Качалов, В.Тамбовцев зробили свій теоретичний внесок, сформулювавши визначення категорії «соціально-економічний потенціал підприємства», який охарактеризували як сукупність стратегічних ресурсів, що знаходяться у розпорядженні підприємства і мають певне значення для визначення меж його функціонування у тих чи інших умовах [6]; крім того, ними запропоновано механізм розробки стратегії підприємства, який на одному з початкових етапів передбачає аналіз потенціалу підприємства, але поряд з цим авторами не запропоновано механізм підвищення рівня використання ринкового

потенціалу підприємства у стратегічній перспективі.

На сьогоднішній день не існує також однозначного тлумачення поняття «конкурентна перевага»: в першу чергу це залежить від того, до якого явища чи об'єкту воно відноситься. Так, П.Мілгром під конкурентною перевагою пропонує розглядати положення підприємства на ринку, яке дозволяє йому долати сили конкуренції і залучати покупців [8]. Аналогічне визначення дає Дж. Л.Гібсон і визначає конкурентну перевагу як уміння підприємства краще своїх суперників долати сили конкуренції і виконувати роботу щодо залучення покупців [3]. Більш широко трактує конкурентну перевагу Ф.Котлер, з точки зору якого під цією категорією слід розуміти ті характеристики і властивості товару чи марки, а також специфічні форми організації бізнесу, які забезпечують підприємству певне переважання над конкурентами [7]. Але найбільш вдалим, на наш погляд, є визначення О.Анісімова: «Конкурентна перевага – перевага, придбана компанією над конкурентами завдяки пропозиції споживачам більшої цінності, або за рахунок пропозиції товарів чи послуг за більш низькими у порівнянні з конкурентами цінами, або за рахунок надання споживачам більших вигід, які в значній мірі компенсують більш високі ціни на товари і послуги» [1].

III. Формування цілей статті. Умови, які забезпечують підприємству високі досягнення, зазвичай пов'язують з поняттям стратегічних факторів успіху. Головна передумова їх формування полягає у спроможності підприємства виявити та утримати протягом достатньо тривалого періоду часу свої сильні сторони як виробника товару чи продуцента послуг. Стратегічні фактори успіху базуються не на об'єктивних перевагах, а на перевагах, які суб'єктивно сприймаються споживачами. Тому завданням сучасного менеджменту є ідентифікація та розвиток потенціалу успіху і трансформація його у відповідні фактори, а ключове завдання стратегічного управління полягає в орієнтації ресурсів і можливостей підприємства на зовнішнє середовище таким чином, щоб створити необхідний потенціал успіху.

IV. Виклад основного матеріалу. З точки зору стратегічного управління потенціалом успіху підприємства можна виділити два головних завдання: 1 - необхідність ідентифікації і розвитку майбутнього потенціалу успіху на підставі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища; 2 – забезпечення трансформації потенціалу успіху у фактори успіху. При ідентифікації і розвитку майбутнього потенціалу важливо своєчасно виявляти загрози і можливості, які несе зовнішнє середовище. На цій основі повинна досягатись конкурентоспроможність, а внутрішній потенціал має ефективно трансформуватись у ринкову перевагу. Отже, з нашої точки зору, під конкурентною перевагою слід розуміти той елемент внутрішнього потенціалу підприємства, який являє собою його сильну сторону, має достатню важливість для даного ринку і на який можна спиратись у конкурентній боротьбі (чим довше – тим краще).

Конкурентна перевага є зовнішньою, якщо вона оснований на відмінних якостях товару / послуги, які ут-

ворують цінність для споживача внаслідок скорочення витрат або підвищення ефективності. Така конкурентна перевага збільшує ринкову силу підприємства, тобто його спроможність заставити ринок прийняти ціну товару / послуги, більш високу, ніж у пріоритетних (найбільш загрозливих) конкурентів. Внутрішня конкурентна перевага базується на переважанні підприємства у витратах, що створює цінність для продуцента і нижчу собівартість, ніж у конкурентів. Такі переваги переважно створюються за рахунок впровадження організаційного, виробничого, управлінського, технологічного та інших нововведень.

Очевидно, що поняття внутрішньої конкурентної переваги тісно зв'язане з поняттям ефективності виробництва, яка в цілому є функцією операційної ефективності усіх видів діяльності підприємства в ланцюгу створення цінності. Це породжує проблему, суть якої полягає в тому, що впровадження таких систем, як бенчмаркінг, управління якістю, удосконалення менеджменту, підвищення рівня інформаційної підтримки управлінських рішень сприяють підвищенню і зближенню операційної ефективності конкуруючих підприємств у стратегічних групах. Така ситуація викликає загострення конкурентної боротьби і в умовах високих вхідних бар'єрів, як це має місце у залізничній галузі, виступає фактором низьких прибутків зі всіма негативними наслідками, а в кінцевому випадку може призвести до стагнації або спаду в галузі.

У спеціальній літературі [1, 3, 5, 7 та ін.] зазвичай наводять такі три головні вимоги, яким повинні відповідати конкурентні переваги: забезпечення унікальності власної марки в порівнянні з конкуруючими; задоволення специфічних потреб споживачів; базування на специфічних особливостях і ресурсах підприємства, які складно або неможливо скопіювати (імітувати).

Пошук конкурентних переваг починається з виявлення тих благ і вигід, які особливо високо оцінюються споживачами. Цінність для покупця – це корисність або повне задоволення, яке він отримує від використання товару / послуги. Отже, цінність, що сприймається споживачем, включає у себе три складові: відчутні вигоди даної торгової марки, ціна товару / послуги і витрати, пов'язані з володінням або споживанням товару / послуги. З цього випливає, що підприємства, які пропонують більші вигоди, нижчі ціни або витрати володіння / споживання, мають переваги над конкурентами. Таким чином, вибір споживача базується на очікуваній цінності товару / послуги, яка являє собою різницю між корисністю і ціною.

Результатом, що фіксує наявність у підприємства конкурентних переваг, є конкурентоспроможність – власне підприємства або його продукції. Однак наявність окремих конкурентних переваг не гарантує автоматичного віддання споживачами переваги саме цьому підприємству та його продукції. На споживчий вибір впливає ряд факторів, які поділяються на чотири групи: психологічні, інформаційні, збутові та економічні. Для кожної групи властиві певні заходи, послідовне виконан-

ня яких призводить у кінцевому випадку до формування або підтримування споживчих переваг. Комплекс таких заходів і являє собою план маркетингових дій, завданням яких є здійснення впливу на споживача з максимальним задіянням усіх наявних ресурсів і можливостей з метою найкращого задоволення попиту. Тобто планом маркетингових дій слід передбачити найбільш повне використання ринкового потенціалу підприємства.

Якщо узагальнити вищевикладені погляди науковців, то можна побачити, що відносно підприємства ринковий потенціал розглядається як одна з найбільш важливих динамічних характеристик його діяльності, яка одночасно відображає стан підприємства і рівень його маркетингових зусиль щодо вимог зовнішнього і внутрішнього середовища та застосовується для оцінки його діяльності. Можна стверджувати, що підприємство, яке реалізує свій ринковий потенціал повніше, ніж його конкуренти, займає на своєму ринку сильну або лідируючу позицію.

Усі визначення ринкового потенціалу акцентують увагу на двох його важливих елементах – попиті і пропозиції. Перша складова – споживчий попит – виражається у можливості ринку поглинути певну (максимальну) кількість товарів чи послуг. При цьому споживчий потенціал має не лише кількісну, а і якісну характеристику. На якісній характеристиці попиту відбивається, наприклад, низька купівельна спроможність населення, нерациональна структура кінцевого споживання (витрати на продукти харчування у населення України значно вище, ніж в інших країнах). Друга складова – виробничий потенціал підприємства – визначається через певну (максимальну) можливість підприємства виробляти продукцію / послуги певного складу (у натуральному і вартісному вираженні). Виробничий потенціал теж має кількісну (обсяг виробництва, основні виробничі засоби, виробничі потужності тощо) та якісну (ступінь зносу основних виробничих засобів, ступінь їх завантаження, структура виробництва, якість і конкурентоспроможність продукції / послуг та ін.) характеристики.

Конкурентна боротьба на ринку ведеться не тільки за споживача, а і за ресурси, які в кожній країні, на кожному ринку завжди носять обмежений характер. Тому підприємство може добитись успіху лише тоді, коли йому вдасться використати свої сильні сторони у повній відповідності з тими шансами, які надаються оточуючим середовищем. В даному випадку під ринковими шансами розуміється потенціал попиту, який не задовольняється наявною на ринку пропозицією. Сильні і слабкі сторони підприємства зазвичай представлені його компетенціями і ресурсами, які у сукупності створюють потенціал для використання шансів, що виникли на певному ринку.

Враховуючи вищевикладене, термін «ринковий потенціал» пропонуємо доповнити можливістю господарюючого суб'єкта завдяки маркетинговим зусиллям здійснювати визначальний вплив на загальні умови обертання товару / послуги на конкретному ринку і при необхідності ускладнювати чи блокувати доступ до

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

цього ринку іншим господарюючим суб'єктам. Іншими словами, ринковий потенціал виступає межею, до якої прагне попит по мірі необмеженого нарощування маркетингових витрат у даному ринковому середовищі, і він же є абсолютною межею попиту на товари / послуги підприємства при повній реалізації його маркетингових зусиль.

З останнього випливає, що різниця між ринковим мінімумом і ринковим потенціалом показує загальну чутливість попиту до маркетингових дій. Тому Ф.Котлер у ринковому потенціалі бачить максимальну можливість використання підприємством всіх передових робіт в області маркетингу [7], а дослідники С.Бесфамільна та А.Рожков пропонують для оцінки ринкового потенціалу використовувати такі показники, як: масштаби ринку, обсяги продажу, конкуренцію, наявність портфелю замовлень і витрати на рекламу [9].

Як показує світовий досвід, приріст ринкового потенціалу підприємств країни на 10% дозволяє збільшити ВВП на 1,5%, тоді як максимальне зростання ринкового потенціалу лише великих підприємств або підприємств стратегічних галузей (до яких відноситься залізничний транспорт) гіпотетично до 100% дозволяє збільшити ріст ВВП на 9% [10]. Саме тому ринковий потенціал підприємства і механізми його збільшення повинні розглядатись як найважливіші фактори зростання національної економіки. При цьому одним із центральних елементів механізму зростання ринкового потенціалу підприємства виступає його конкурентоспроможність.

На нашу думку, система аналізу та оцінки конкурентоспроможності підприємств повинна враховувати ступінь реалізації його ринкового потенціалу, оскільки цей показник відображає рівень використання підприємством можливостей щодо посилення своїх конкурентних позицій. Якщо за звичайного аналізу зовнішнього середовища у центрі уваги знаходяться передусім конкуренти і споживачі, то в процесі управління ринковим потенціалом підприємства необхідне глобальне охоплення оточуючого середовища. Внаслідок його зростаючої складності, як правило, важко ідентифікувати найбільш важливі області, які потребують постійного контролювання. Основою для формування ринкового потенціалу підприємства виступають його ключові компетенції, тому їх виділенню має передувати дослідження оточуючого середовища підприємства.

Відомо, що множину факторів, які впливають на конкурентні переваги підприємств, можна класифікувати за кількома ознаками. Передусім вони поділяються на базові і розвинені. Базові фактори не залежать від діяльності підприємств і галузі, вони не потребують великих капіталовкладень і зберігають певний рівень своєї важливості для галузі (або її підприємств). До базових факторів відносяться такі, як природні ресурси, кліматичні умови, географічне розташування та інші. Розвинені фактори потребують значних капіталовкладень та організаційних зусиль, проте вони мають і більше значення для отамання стійких конкурентних переваг. Причому чим більше інноваційна складова господарюючої

системи, тим більшу кількість розвинених факторів вона залучає до своєї діяльності. Це, наприклад, висококваліфіковані кадри, високотехнологічна інфраструктура обміну інформацією, високоєфективні маркетингові комунікаційні системи тощо.

Фактори впливу на конкурентні переваги підприємств поділяються також на зовнішні, або екзогенні, які знаходяться за межами підприємства, та внутрішні, або ендогенні, які діють всередині підприємства і напряму характеризують здатність господарюючої системи до саморозвитку. Слід зазначити, що в умовах функціонування економіки відкритого типу знаходиться дуже мало самодостатніх підприємств, які можуть забезпечити конкурентну перевагу виключно за рахунок внутрішніх факторів.

У свою чергу внутрішні фактори поділяються на гнучкі, які швидко реагують на зміни у внутрішньому середовищі, і жорсткі, корегування яких потребує певного часу. Очевидно, що кожна група факторів має свій вплив на формування конкурентних переваг. Управління конкурентними перевагами підприємства ґрунтується на визначенні факторів, які є достатньо важливими для створення або захисту (підтримування) цих переваг. При цьому в залежності від певного поєднання факторів, що відносяться до різних груп, від підприємства вимагається створення однієї або кількох переваг, які стануть ключовими в його конкурентній боротьбі. Ця обставина може бути покладена в основу відповідної стратегії управління конкурентними перевагами, різновиди яких представлені на рис. 1 і 2.

		Базові фактори	
		Сильний вплив	Слабкий вплив
Розвинені фактори	Сильний вплив	Стратегія створення унікальної конкурентної переваги	Стратегія переважання за кількома конкурентними перевагами
	Слабкий вплив	Стратегія підтримки вагомості (ключової) конкурентної переваги	Стратегія захисту наявних конкурентних переваг

Рис. 1 – Стратегії управління конкурентними перевагами відповідно до зовнішніх (екзогенних) факторів

Джерело: розроблено автором

		Жорсткі фактори	
		Висока значущість	Низька значущість
Гнучкі фактори	Висока значущість	Стратегія активної демонстрації наявних конкурентних переваг	Стратегія пошуку нових зон створення конкурентних переваг
	Низька значущість	Стратегія інтенсивного підтягування слабких місць	Стратегія пасивного пристосування конкурентних переваг

Рис. 2 – Стратегії управління конкурентними перевагами відповідно до внутрішніх (ендогенних) факторів

Джерело: розроблено автором

V. Висновки. Запропонований метод дослідження факторів впливу на конкурентні переваги підприємства і, відповідно, його конкурентоспроможність може використовуватись в управлінні цими перевагами і виборі відповідних стратегій (розвитку, сегментації та вибору цільових сегментів, диференціації і позиціонування, конкуренції тощо) з метою найбільш повної реалізації ринкового потенціалу підприємства залізничної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анисимов О.С. Стратегия и стратегическое мышление. – М.: Агори-Вестник, 1999. – 606 с.
2. Аткина Н.А., Ханжина В.А., Попов Е.В. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала // Маркетинг в России и за рубежом. - № 2. – 2003. С. 3-12.
3. Гибсон Дж. Л. Организации: поведение, структура, процессы. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 662 с.
4. Голубков Е.П. Исследование и анализ рыночных ситуаций // Маркетинг в России и за рубежом. - № 2. – 2001. С. 103-125.
5. Йеннер Т. Создание и реализация успеха как ключевая задача стратегического менеджмента // Проблемы теории и практики управления. - № 2. – 1991. – С. 83-89.
6. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность. – М.: Экономика, 1997. – 288 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
8. Милгром П.Л. Экономика, организация и менеджмент. – М.: Дело, 2004. – 468 с.
9. Онищенко В.П., Савченко В.И. Методика определения рыночного потенциала предприятия // Внешняя торговля: право и экономика. - № 5 (34). - 2007. – С. 88-92.
10. Ханжина В.Л., Попов Е.В. Структура рыночного потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. - № 6. – 2001. – С. 16-22.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЧИСТОТОЮ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ УКРАЇНИ

Огородник Ігор Михайлович

к.т.н., доц. кафедри автоматизованих систем управління

Національного університету «Львівська політехніка»,

Двуліт Зоряна Петрівна

к.е.н., докторант кафедри «Менеджмент організацій і логістики»

Державного економіко–технологічного університету транспорту

Анотація. Здійснено аналіз стану атмосферного повітря України, досліджено причини виникнення забруднень, виявлено основні джерела забруднень, визначено проблеми, які необхідно вирішити, щоб зменшити забруднення атмосфери внаслідок удосконалення управління чистотою атмосфери держави.

Ключові слова: забруднення, джерела забруднення, атмосферне повітря, управління.

Annotation. The authors analyses the state of atmospheric air of Ukraine, investigates reasons of origin of pollution, identifies the basic sources of pollution, determines problems to be solved in order to reduce pollution of atmosphere due to improvement of management the purity of atmosphere of the state.

Keywords: pollution, sources of pollution, atmosphere, management.

Постановка проблеми. Забруднення атмосферного повітря за ступенем хімічної небезпеки для людини посідає перше місце. На кожного жителя України в 2012 році припадало 4346,6 кг викидів діоксиду вуглецю, 94,9 кг інших викидів в атмосферу. У територіальному розрізі на кожен квадратний кілометр території країни припадало 328,3 тонн діоксиду вуглецю і 7,2 тонн інших забруднюючих повітря речовин. На сьогодні забруднення атмосфери шкідливими для здоров'я людини та стану довкілля речовинами досягло загрозливих масштабів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За даними [6] протягом 2012 року в атмосферу України надійшло 6821,1 тис. т забруднюючих речовин від стаціонарних та пересувних джерел забруднення. Зокрема, викиди метану, які належать до парникових газів, збільшилися до 8,7 тис. т (1,0%), а викиди оксиду азоту зменшились на 9,2 тис. т (38,7%). Від стаціонарних джерел забруднення в атмосферу надійшло 4335,3 тис. т, а від пересувних джерел – у 2485,8 тис. т забруднюючих речовин. Найбільше викинуто забруднюючих речовин автомобільним транспортом 2249,0 тис. т (90,5%), у тому числі індивідуальним транспортом 1671,6 тис. т (67,2%). Викиди від залізничного транспорту – 49,6 тис. т.

Проблеми забруднення навколишнього природного середовища відображено у працях науковців, фахівців, як вітчизняних, так і закордонних, таких як: Балацький О.Ф., Бурдіян Б.Г., Глухов В.В., Грабинський І.М., Данилишин Б.М., Данилко В.К., Думнов А.Д., Казанська Є.В., Коржаневська Є.І., Лісочкіна Т.В., Міщенко В.С., Пінігін М.А., Прокопов Є.В., Сахаєв В.Г., Трудова М.Т.

та ін. Однак, незважаючи на численні розробки, актуальним залишається питання удосконалення управління чистотою атмосферного повітря України. Тому тема статті є своєчасною, актуальною та дуже важливою на сьогоднішній день.

Постановка завдання. Завдання статті: проаналізувати проблему стану забруднення атмосферного повітря; визначити основні джерела забруднень атмосферного повітря; розробити принципову схему управління чистотою атмосферного повітря на різних рівнях; визначити заходи щодо вдосконалення управління чистотою атмосферного повітря.

Вклад основного матеріалу. Найбільшого антропогенного навантаження на атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення у 2012 році зазнала Донецька, Дніпропетровська, Луганська області. Серед населених пунктів країни найбільшого антропогенного навантаження від стаціонарних джерел забруднення (понад 100 тис. т забруднюючих речовин) зазнала атмосфера 15 міст України. Антропогенне і техногенне навантаження на атмосферне повітря в Україні у кілька разів перевищує відповідні показники у розвинутих країнах світу. Протягом 2012 року викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря здійснювали 8434 промислові підприємства. Від них в атмосферу надійшло 4335,3 тис. тонн забруднюючих речовин, що на 0,9% менше, ніж у 2011 році.

Основними причинами забруднення атмосфери є використання технологій, велика частина яких не відповідає сучасним екологічним вимогам, із значною

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

частиною морально застарілого і фізично зношеного устаткування, невиконання у встановлені терміни атмосферозахисних заходів щодо зниження шкідливих викидів, низький рівень експлуатації пилогазоочисних споруд. Терміни експлуатації технологічного устаткування, у першу чергу у чорній і кольоровій, хімічній та вугільній промисловості, значно перевищують установлені нормативи, що є наслідком повільного впровадження нових маловідходних технологій [3].

Основними джерелами забруднень атмосферного повітря є: викиди підприємств від стаціонарних джерел забруднення; транскордонне забруднення; радіаційне забруднення; використання озоноруйнівних речовин; природні опади; побутова діяльність населення тощо. Розглянемо більш детально ці джерела забруднень.

Основними забруднювачами атмосферного повітря залишаються підприємства чорної металургії, теплової енергетики, вугільної, нафтогазовидобувної, цементної промисловості, викиди забруднюючих речовин яких становлять майже 90% від загального обсягу викидів в атмосферне повітря в Україні.

Спостереження з транскордонного перенесення забруднювальних речовин в атмосферному повітрі і опадах, як і в попередні роки, проводились на метеостанціях Світязь (Волинська область) та Рава-Руська (Львівська область). Порівняно з 2011 роком середньорічні концентрації забруднювальних домішок, що визначалися на метеостанції Світязь, не змінилися. Концентрації хімічних сполук в опадах коливались у межах, характерних для багаторічних спостережень.

Протягом 2012 року радіаційний стан на території України залишався стабільним. За даними 182 пунктів спостережень мережі гідрометеорологічної служби України потужність експозиційної дози гамма-випромінювання на більшій частині території країни знаходилась в межах рівнів, зумовлених природними радіоактивними ізотопами та космічним випроміненням, і становила 5-23 мкР/год. [4].

Речовини, які руйнують озоновий шар, в Україні використовуються майже в усіх галузях господарського комплексу. Озоноруйнівні речовини (далі – ОРР), які регулюються Монреальським протоколом (далі – МП), в Україні не виробляють, їх імпортують на територію України. Вплив ОРР на довкілля є загрозою здоров'ю населення та біосфері. Як свідчать спостереження за загальним вмістом озону над територією України, за останні 10 років товщина озонового шару зменшилась приблизно на 5%. Спостереження за станом озонового шару ведеться в Україні на 6-ти озонметричних станціях, розташованих в містах Борисполі, Києві, Львові, Прилуках, Сімферополі, Тернополі.

Якщо проаналізувати хімічний склад атмосферних опадів за даними Державної гідрометеорологічної служби [8], то можна зробити такі висновки. Середній вміст сульфат-іону у 2012 році становив 9,12 мг/дм³, у 2011 році – 9,48 мг/дм³. Вміст іону магнію трохи перевищував за даними 2012 року вміст амонію по всій території України. Ця особливість може бути частково

пояснена зниженням вмісту іону амонію внаслідок спаду тваринництва, яке є основним джерелом його надходження до атмосферних опадів. За кислотністю опадів у 2012 році переважали нормальні та помірно лужні опади – 66,31% та 23,64% відповідно.

Велику шкоду атмосферному повітрю наносить побутова діяльність населення. Спалювання сухих багаторічних трав на полях, необережне використання ОРР, неналежне зберігання мінеральних добрив у сільському господарстві, необґрунтована вирубка лісів, неналежне зберігання та використання побутових відходів – все це призводить до значних випарів шкідливих речовин у атмосферу, а масова вирубка лісів значно послаблює очищу функцію живої природи для атмосфери. Опубліковані матеріали [4] дають підстави вважати, що побутова діяльність населення наносить довікільню непоправну шкоду і масштаби цієї шкоди з року в рік зростають.

Значного впливу на здоров'я людей та біорізноманіття завдають забруднюючі речовини. Забруднення атмосферного повітря відбувається внаслідок викидів або утворення в повітрі шкідливих речовин в концентраціях, які перевищують нормативи. Шкідливі для людини та довкілля викиди можуть переміщатись в повітряних потоках на величезні відстані. Основними забруднювачами повітряного басейну є промислові, транспортні та побутові викиди [1].

В умовах сьогодення надзвичайно важливим і надалі актуальним залишається питання моніторингу антропогенного навантаження як на довкілля, так і на людину. Підраховано, що увесь повітряний океан проходить через земні живі організми, включаючи людину, приблизно за 10 років, а людина щоденно споживає 12-15 кг повітря, вдихаючи щохвилини від 5 до 100 л, що значно перевищує середньодобову потребу в їжі та воді [5].

За даними, на Україні серед міських поселень немає жодного міста, де б якість повітряного середовища відповідала гігієнічним вимогам. Особливо значні рівні атмосферних забруднень у наш час спостерігаються у містах з розвинутим металургійним виробництвом [2].

З метою зменшення забруднення атмосферного повітря суб'єкти господарювання у 2012 році за даними Держкомстатистики [7] здійснили 449 заходів, на які було витрачено 4480 млн. грн. Впровадження природоохоронних заходів сприяло зменшенню надходжень забруднюючих речовин в атмосферне повітря на 146,9 тис. т. За даними Державної служби статистики України фактичні витрати на охорону атмосферного повітря і проблеми зміни клімату у 2012 році становили 3804,2 млн. грн. або 18,5% від загального обсягу витрат на охорону навколишнього природного середовища.

Як видно з викладеного вище матеріалу, проблеми забруднення атмосфери в державі характеризуються значним різноманіттям та масштабністю. Вирішення цих проблем вимагає великих зусиль органів управління державного, регіонального і локального рівнів. Потрібно провести низку заходів технічного та організаційного характеру, щоб задіяти велику кількість ресурсів: ма-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

теріальних, фінансових, трудових, інформаційних тощо.

Одним із ефективних заходів, на нашу думку, може бути удосконалення управління чистотою атмосферного повітря на регіональному і державному рівнях. Існуюча система управління на сьогоднішній день не має чітко визначених функцій та окресленої структури. Принципова схема управління чистотою атмосферного повітря регіону представлена на рисунку. Об'єктами управління є: джерела забруднення атмосфери, чистота атмосфери, здоров'я населення регіону, чистота довкілля.

Система управління повинна здійснювати такі функції: контролювання стану атмосферного повітря; контролювання джерел забруднення; контролювання стану здоров'я населення; контролювання стану довкілля; управління деякими джерелами забруднення; управління захистом здоров'я населення; управління захистом довкілля; прогнозування можливих забруднень атмосфери та довкілля; прогнозування стану здоров'я населення та довкілля; розроблення та реалізація заходів щодо покращення стану атмосфери та довкілля тощо.

Як видно з рисунку, система управління контролює всі види джерел забруднення (K1), а впливає тільки на частину з них (УД1, УД2, УД3): промислові підприємства (технологічні процеси), автотранспорт, радіаційне забруднення, застосування ОРР, побутова діяльність населення; а також контролює чистоту атмосфери (K2) та довкілля (K4), стан здоров'я населення (K3). Нами запропонована чотириступенева система управління. 1-ий ступінь здійснює локальний контроль (K1) джерел викидів шкідливих речовин в атмосферу і при порушенні технологічного процесу здійснює управління ним (УД1), зменшуючи викиди в атмосферу до нормативних величин.

Якщо досягти нормативних величин не вдається, то в дію вступає 2-ий ступінь управління, який зводиться до того, що в дію включаються додаткові фільтри викидів або відключається той чи інший технологічний процес, який спричинився до забруднення викиду. Таким чином, 1-ий і 2-ий ступені управління здійснюють контроль за забрудненням на вході в атмосферу.

Якщо забруднені викиди потрапили в атмосферу, то їх зафіксує система контролю K2. Система управління 3-го ступеня здійснить управлінські дії УД1: зупинка порушеного технологічного процесу виробництва, оповіщення населення про небезпеку забруднення атмосфери в окремих районах чи регіонах, рекомендації населенню щодо поведінки в забруднених районах, заходи щодо заміни несправного технологічного обладнання, притягнення винних осіб до адміністративної чи кримінальної відповідальності. 4-ий ступінь управління здійснює контроль за здоров'ям населення (K3) та станом довкілля (K4).

В разі виходу стану здоров'я населення та стану довкілля за нормативні межі, система управління розробляє рекомендації (УД1) щодо зменшення забруднення атмосфери шляхом заміни технологічного обладнання, зміни маршрутів автотранспорту, переходу на нові технологічні процеси і обладнання, оповіщення населення

про можливі негативні наслідки для здоров'я при перебуванні в забруднених зонах. Управлінський вплив системи управління здійснюється наступним чином (на регіональному рівні).

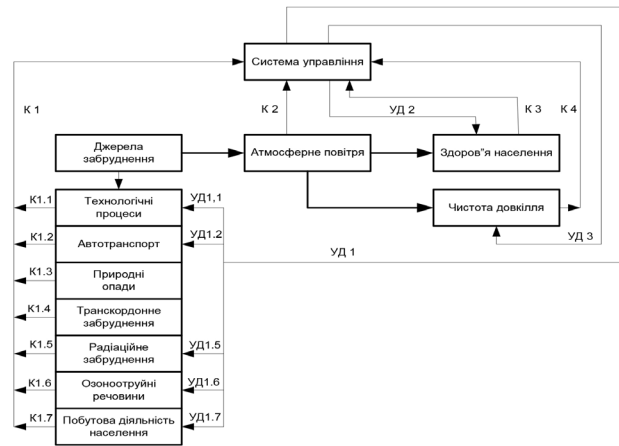


Рис 1. Принципова схема управління чистотою атмосферного повітря регіону.

- *Вплив на виробничі джерела забруднення.* Перевищення нормативних величин викидів шкідливих речовин у виробництві можливе при порушенні технологічних режимів, при використанні неякісної сировини та при несправності технологічного обладнання. Змінити ситуацію можливо за рахунок підвищення кваліфікації технологічного персоналу, підвищення рівня технологічної дисципліни, ремонту або заміни несправного обладнання, адміністративного впливу на керівництво підприємства.

- *Вплив на автотранспорт.* Шкідливі викиди з двигунів автотранспорту можливі при несправних двигунах, неякісному пальному, низькій кваліфікації та дисципліні водіїв, несправних автошляхах. Управлінський вплив зводиться до усунення цих порушень.

- *Вплив щодо зменшення радіаційного забруднення.* Забруднення відбувається за рахунок технологічних неполадок, аварійного витоку радіоактивних речовин, порушень правил поведінки з радіоактивними відходами. Управлінські впливи зводяться до ліквідації цих порушень.

- *Вплив щодо зменшення забруднення ОРР.* Здійснюється контроль за обсягами використання ОРР і вживаються управлінські заходи щодо зменшення обсягів їх застосування в промисловості та в побуті.

- *Побутова діяльність населення.* Здійснюється контроль за поведінкою населення щодо забруднення атмосфери та довкілля відходами і здійснюються кроки щодо усунення недоліків в цій поведінці.

- *Стан здоров'я населення та чистота довкілля.* Для цілей управління використовується постійний моніторинг стану здоров'я всього населення підконтрольного регіону, скарги населення щодо погіршення здоров'я в окремих районах проживання, а також інформація про забруднення довкілля в окремих проблемних районах.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

- *Стан атмосферного повітря.* Збір інформації про забруднення атмосферного повітря над територіями населених пунктів здійснюється регулярно згідно з нормативними вимогами. Інформація про стан атмосферного повітря використовується для вжиття управлінських заходів у різних напрямках і сферах діяльності на різних рівнях управління.

Аналогічно здійснюється управління на державному рівні. Управління чистотою атмосферного повітря здійснюється на основі узагальненої інформації про поведінку джерел забруднення, стан атмосферного повітря, стан здоров'я населення та стан довкілля в цілій державі. Управлінські рішення, які приймаються на державному рівні, мають більш узагальнений характер, ніж на регіональному рівні.

Висновки. Здійснений аналіз стану забруднення атмосферного повітря держави, основних факторів, які впливають на чистоту атмосфери і довкілля, та динаміки викидів шкідливих речовин в атмосферу дав змогу запропонувати принципову схему управління чистотою атмосферного повітря, яка може функціонувати як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях. Дана схема управління використовує широкий спектр управлінських впливів на ситуацію, пов'язану з забрудненням атмосфери: технічних, організаційних, адміністративних, правових та інших. Дана система управління може вирішувати як оперативні, так і стратегічні задачі управління, що особливо важливо для такого об'єкту управління, як чистота атмосфери.

Запропоновано заходи щодо вдосконалення управління чистотою атмосферного повітря з метою вирішення проблем санітарного стану атмосфери, здоров'я населення, чистоти та збереження довкілля: скорочення виробництва та використання хімічних речовин, які впливають на озоновий шар, через їх заміну на екологічно безпечні складові; впровадження сучасних технологій спалювання та газоочищення викидів; вдосконалення екологічних нормативів вмісту забруднюючих речовин у відпрацьованих газах пересувних джерел забруднення; впровадження сучасних інформаційних систем для визначення оцінки техногенного впливу стаціонарних джерел забруднення на якість атмосферного повітря тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білявський Г.О., Фурдуй Р.С., Костіков І.Ю. Основи екології: Підручник. – 2-ге вид. – К.: Либідь, 2005.
2. Кірсанова О.В. Гігієнічна оцінка впливу забруднення атмосферного повітря на стан здоров'я дітей в умовах промислового міста: дис. на здобуття наук. ступеня канд. мед. наук: 14.02.01 / Інститут гігієни та медичної екології ім. О.М.Марзєєва АМН України. – К., 2006. – 202 с.
3. Линюк О.Є. Статистичний аналіз забруднення та охорони атмосферного повітря в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.03.01/О.Є. Линюк; Київ. нац. екон. ун-т.-К., 2002.-20 с.

4. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища України у 2012 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/>

5. Новиков Ю.В. Экология, окружающая среда и человек: Учеб. пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005.

6. Розроблення методологічних підходів та рекомендацій щодо підготовки, погодження та затвердження Місцевих планів дій з охорони навколишнього природного середовища: Звіт про НДР (заключний) / Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління; кер. О.І. Бондар; викон.: З.П. Двудіт [та ін.]. – К., 2010. – 106 с. – № ДР 0110U006905.

7. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mns.gov.ua>.

СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ

Паршина Маргарита Юріївна, аспірант,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва і архітектури»,
м. Дніпропетровськ

На підставі узагальнення наукових підходів доведено доцільність проведення досліджень потенціалу регіону на основі використання системи регіональних ресурсів. Зазначено необхідність використання сучасних аналітичних методів та економіко-математичних моделей щодо наукового обґрунтування рішень з управління потенціалом. Розроблено систему стратегічного управління потенціалом промислового регіону.

Ключові слова: потенціал регіону, ресурси, стратегічне управління потенціалом, система стратегічного управління.

The expediency of the region potential researches by the use of regional resources on the generalization basis of scientific approaches has been proven. The use of modern analytical methods and economic-mathematical models for the scientific substantiation of decisions about the potential management has been marked. The strategic management system of industrial region potential has been developed.

Keywords: region potential, resources, strategic management of potential, strategic management system

Постановка проблеми. Гарантом економічного зростання будь-якої економічної системи є активний потенціал. Вхід України до системи світової конкуренції зазначає актуальність проблеми стратегічного управління потенціалом як одну з найбільш важливих.

Багато сучасних наукових робіт пов'язані з проблемою управління та кількісною оцінкою різних видів потенціалу. Зокрема, питанням формування, управління й оцінки потенціалу присвячені роботи Н. Верхоглядової, А. Воронкової, В. Гнатушенка, О. Горячої, И. Карапейчика, О. Колеснікова, О. Коренкова, Е. Лапина, І.Отенко, М.Савченко, Е.Фігурнова, а також роботи закордонних вчених Н. Gassmann та J. Fagerberg .

Проте на цей час, у наукових дослідженнях ще не досить чітко визначені позиції щодо створення теоретичної основи для побудови механізмів формування ефективно функціонуючого потенціалу регіону. Відсутні роботи, які б комплексно розглядали питання розробки конкретних методів і методик кількісної оцінки потенціалу регіону та рекомендацій щодо ефективного використання потенціалу в організаційному механізмі регіонального управління. Невирішеними залишаються наукові задачі з розробки систем стратегічного управління потенціалом промислових регіонів, завдяки використанню яких мають бути отримані науково-обґрунтовані рішення з підвищення рівня потенціалу та знайдені умови ефективного використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення еволюції наукового розуміння терміна «потенціал» надає змогу зробити висновок, що його запровадження в економічні дослідження було пов'язане з розробкою

проблем комплексної оцінки рівня розвитку виробничих сил у двадцять років минулого століття.

У вітчизняній економічній літературі, потенціал, у широкому розумінні трактується як можливість, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, які є необхідними для будь-чого [1]. У словнику іноземних слів також під цим терміном розуміється «ступінь потужності (приховані можливості) у будь-якому відношенні...» [2].

За результатами досліджень еволюції трактування науковою думкою терміна «потенціал» в економіці можна зазначити, що вчені на протязі багатьох років розглядають різні аспекти потенціалу. Враховуючи головні ознаки класифікації потенціалу маємо виділити основні види потенціалу, зокрема виробничий, науковий, інноваційний, маркетинговий, фінансовий та інші. Вченими у роботі [3] визначено структуру потенціалу підприємства та його об'єктні та суб'єктні складові. Питанням кількісної оцінки присвячено декілька сучасних наукових досліджень, іноді вчені пов'язують потенціал підприємства з рівнем його конкурентоспроможності.

Одним з дискусійних питань залишається питання про співвідношення понять економічного і виробничого потенціалів. Зокрема у роботах [4, 5] надано критичний аналіз економічного та виробничого потенціалів.

На підставі проведеного аналізу підходів та методів кількісної оцінки потенціалу було встановлено, що питання формування ефективних, науково-обґрунтованих рішень зі стратегічного управління потенціалом регіону потребують детального дослідження та відповідних розробок.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Постановка завдання. Мета статті полягає у розробці системи стратегічного управління потенціалом промислового регіону.

Виклад основного матеріалу. Узагальнення різних підходів до визначення та кількісної оцінки потенціалу дозволили нам звести оцінку потенціалу регіону до визначення здатності функціонування регіональної економічної системи і досягнення поставлених цілей на основі використання системи регіональних ресурсів. В процесі досліджень було встановлено, що при використанні ресурсного підходу слід виконати оцінку ресурсного потенціалу, яка може бути зведена до визначення вартості ресурсів регіону, що використовуються (або можуть бути використаними) в процесі виробництва матеріальних благ і послуг на рівні регіональної економічної системи.

Ресурсний потенціал вважається фундаментом формування сукупного потенціалу регіональної економічної системи, надалі – потенціалу регіону, який пропонується представити у вигляді інтегральної оцінки потенційних можливостей, ув'язаних в ресурсному потенціалі з урахуванням їх реалізації з метою досягнення економічного результату.

В основу побудови системи стратегічного управління потенціалом промислового регіону покладено науково обгрунтовану концепцію, що враховує, з одного боку, особливості діяльності промислового регіону, а з іншого, – його положення на зовнішньому ринку з урахуванням стану зовнішнього середовища. При управлінні потенціалом промислового регіону запропоновано використання сучасних концепцій стратегічного управління, з урахуванням того, що потенціал регіону слід вважати складною економічною системою з притаманними їй певними властивостями. Врахування відомих властивостей економічних систем надають можливість зазначити наступні аспекти, які є суттєво важливими при здійсненні стратегічного управління:

- потенціал регіону – це складна динамічна система окремих елементів, причому деякі зі складових елементів (зокрема ресурси) можуть тією чи іншою мірою заміщати один одного, тобто є альтернативними;
- з появою нових складових елементів потенціал регіону може трансформуватися, при цьому, під час його трансформації та формування потенціалу регіону діє закон синергії його елементів;
- закономірності розвитку потенціалу регіону не можуть бути розкриті окремо, а тільки за умови синергетичного поєднання складових елементів, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами, зокрема у використанні ресурсів регіону.

Отримання відповідних економічних показників регіонального розвитку безумовно пов'язане з розробкою та науковим обгрунтуванням стратегічних рішень щодо визначення умов оптимального використання регіональних ресурсів та спрямованих на підвищення рівня використання потенціалу регіону. Здійснення процесів наукового обгрунтування таких стратегічних

рішень потребує використання сучасних систем обробки значних обсягів економічної інформації, яка, до речі, має тенденцію постійного накопичення та збільшення обсягів різноманітної інформації. Щодо формування стратегічних рішень з підвищення рівня використання потенціалу, мають бути задіяними сучасні аналітичні методи досліджень складних економічних систем, особливо уваги при цьому заслуговують методи економіко-математичного моделювання. Ефективне використання сучасних методів та моделей є можливим тільки за умов їх поєднання до відповідної системи, яка дозволить отримати науково обгрунтовані рішення з управління потенціалом регіону.

Розроблено структуру системи стратегічного управління потенціалом промислового регіону (рис. 1). Ця система являє собою змістовний аспект основ стратегічного управління потенціалом промислового регіону як складної економічної системи і є сукупністю теоретичних знань, які дозволяють синтезувати методи, моделі та інструменти стратегічного управління.

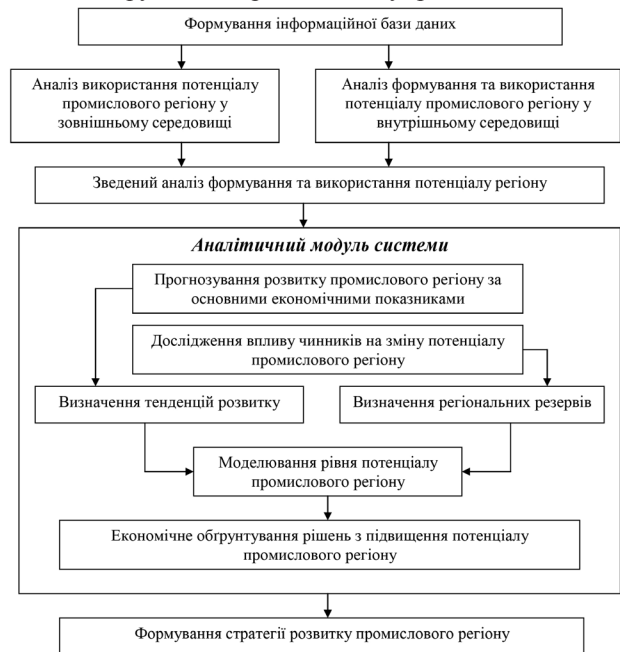


Рис. 1. Система стратегічного управління потенціалом промислового регіону

Головна проблема аналізу процесів формування потенціалу регіону полягає в необхідності дослідження всіх компонентів у взаємозв'язку та динаміці. Процедура стратегічного управління потенціалом промислового регіону припускає проведення таких дій: виявлення структури потенціалу; аналіз конкурентних переваг і слабких сторін діяльності регіону; формування методики діагностування потенціалу, оцінка головних складових та елементів потенціалу промислового регіону. Дослідження з урахуванням умов внутрішнього середовища промислового підприємства передбачають визначення рівнів економічного потенціалу регіону.

Нестабільність регіонального розвитку та глибокі трансформації економічної системи нашої держави

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

спричинили перебудову всього господарського механізму, що проявляється у зміні пропорцій між складовими елементами, формуванні нових економічних зв'язків та переорієнтації традиційних орієнтирів економічного розвитку.

В теперішній період часу в періодичних виданнях і наукових працях домінують дві точки зору на оцінку сучасного етапу суспільного розвитку: індустріальна та соціальна [3, 6 та ін.]. Перша з них визначає ключовим фактором розвитку техніко-технологічну базу виробництва, а друга – соціально-трудова фактор. Відповідно до цього, наші подальші дослідження потенціалу регіону побудовані з використанням цих двох концепцій, зокрема щодо визначення найбільш впливового фактору.

Запропонована система містить аналітичний модуль, який дозволяє: здійснити прогнозування розвитку промислового регіону за основними економічними показниками, здійснити моделювання та визначити ступінь впливу факторів на рівень розвитку та обґрунтувати рішення з підвищення потенціалу промислового регіону.

На підставі комплексу аналітичних процедур, використання методів економіко-математичного моделювання, методів рефлексивного управління та економічного обґрунтування стратегічних рішень передбачено формування стратегії промислового регіону.

Висновки. Використання запропонованої системи стратегічного управління потенціалом промислового регіону дозволить здійснити оцінку стану регіонального розвитку та обґрунтувати управлінські рішення з підвищення рівня потенціалу на підставі результатів аналітичних досліджень й моделювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь / Прохоров А.М. – М.: Большая Российская Энциклопедия; СПб.: Норинт, 2004. – 1456 с.
2. Definitions for economic potentia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.definitions.net/definition/economic potential](http://www.definitions.net/definition/economic%20potential)
3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
4. Карапейчик І.Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И.Н. Карапейчик // Бизнес Информ, 2012. – № 3. – Часть 1. – С. 8-12.
5. Карапейчик І.Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И.Н. Карапейчик // Бизнес Информ, 2012. – № 4. – Часть 2. – С. 10-13.
6. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ.; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
7. Верховлядова Н.И. Ресурсный подход к оценке потенциала региональной экономической системы / Н.И. Верховлядова, М.Ю. Паршина // Актуальные вопросы экономики и управления на современном этапе развития

общества: Сборник докладов по итогам Международной научно-практической интернет-конференции (Тула, 28 марта 2014 года) [Текст] / Под общ. редакцией проф. И.Б. Богородицкого. – Тула: Изд. ИЗУ ВПА, 2014. – С. 21-26.

УДК: 339.564

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Пічугіна М.А.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту НТУУ «КПІ»

Клочкова М.О.

студент факультету менеджменту і маркетингу, НТУУ «КПІ»

У статті запропоновано концептуальні підходи до управління розвитком експортного потенціалу підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища, розглянуто класифікацію структурних елементів експортного потенціалу підприємства, досліджено основні функції управління і напрямки розвитку експортного потенціалу підприємства в рамках процесного і проектного підходів.

Ключові слова: експортний потенціал, нестабільне зовнішнє середовище, процесний підхід, проектний підхід.

APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF ENTERPRISE EXPORT POTENTIAL IN UNSTABLE ENVIRONMENT

In this article the conceptual approach to the management of export potential of the company in an unstable environment is proposed. The classification of structural elements of export potential are considered. The basic functions of management and development directions of export potential within the process and project approaches are researched.

Key words: export potential, unstable environment, projective approach, process approach.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та розширення світогосподарських зв'язків значну роль для забезпечення сталого розвитку національної економіки відіграє експортний потенціал, формування якого відбувається на підприємствах, які є самостійними учасниками зовнішньоекономічної діяльності. Однак через загострення політичних протиріч, ускладнення діяльності на ринках країн Митного союзу, перспектив та спекуляцій навколо підписання Угоди про асоціацію з країнами ЄС, зростання соціальної напруженості в суспільстві (кожне з цих явищ має чи матиме вплив на економічну систему України) перед підприємствами постає завдання збереження обсягів і структури експорту в умовах нестабільного зовнішнього середовища. У зв'язку з цим актуальним стає питання підвищення спроможності українських підприємств, які здійснюють експорт діяльність, адаптуватися та інтегруватися у нову систему відносин, використовуючи при цьому ефективні методи розвитку експортного потенціалу підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню управління розвитком експортного потенціалу підприємства приділяли увагу багато зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема Е. Божко, В. Гавва, Л. Кутідзе, А. Мазаракі, В. Мовчан, І. Отенко, Л. Петренко [1; 2; 4; 6; 7] та інші. У роботах вчених запропоновано різні підходи до визначення сутності експортного потенціалу, його складових та особливостей формування і розглянуто практичні аспекти управління експортним потенціалом підприємства. Однак проблеми діагностування та розвитку експортного потенціалу підприємств

в умовах нестабільного середовища недостатньо висвітлено.

Постановка завдання. Метою роботи є виділення основних складових експортного потенціалу підприємства та розроблення концептуальних підходів до управління його розвитком в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Результати дослідження. Експортний потенціал підприємства є багатограним поняттям, що включає множину виробничих, економічних, організаційних та інших характеристик, які у сукупності відображають здатність організації реалізувати свою продукцію на світовому ринку.

Нестабільне зовнішнє середовище в сучасних економічних умовах є основним генератором множини різноспрямованих небезпек і загроз, які не лише впливають на макро- та мікрооточення підприємства, але і перешкоджають ефективному протіканню бізнес-процесів на підприємстві. Відповідно, завдання збереження або розширення ринків експорту та підтримання на кожному з них заданого рівня конкурентоспроможності значно ускладнюються. Крім того, враховуючи тенденції глобалізації та інформатизації сучасної ринкової економіки та вимоги розвитку експорту високотехнологічної та наукомісткої продукції, підприємствам необхідно не тільки зберегти темпи реалізації експортного потенціалу і не допустити переходу частини його в нереалізований, а й забезпечити можливість і основу для подальшого розвитку. Розвиток експортного потенціалу передбачає якісні зміни і кумулятивний прогресивний рух, який від-

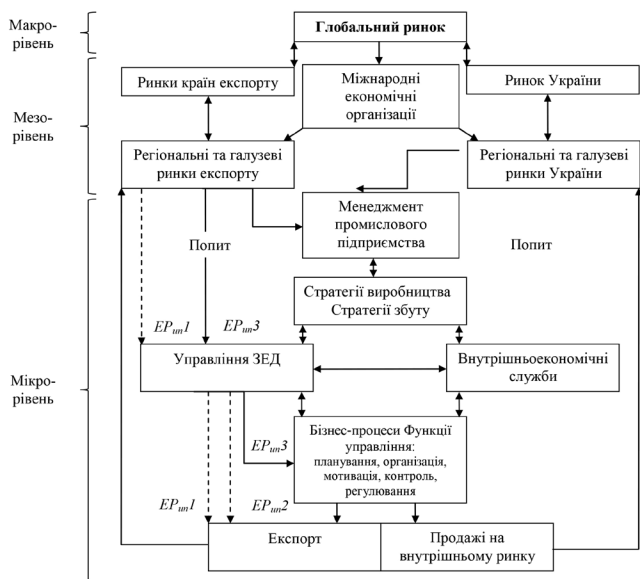
бувається шляхом накопичення якісних змін.

У вирішенні зазначених завдань важливу роль відіграє система управління розвитком експортного потенціалу підприємства, яка повинна стати інструментом активізації його наявних і потенційних конкурентних переваг, сприяння економічному розвитку.

Отже, система управління розвитком експортного потенціалу має забезпечувати комплексність обліку та синергію дії основних функцій управління (рис. 1).

Згідно даної системи управління розвитком експортного потенціалу, управління розвитком експортного потенціалу здійснюється на макро, мезо і мікрорівнях під впливом дії ряду різноманітних та різноспрямованих факторів зовнішнього середовища і внутрішнього стану підприємства.

Оскільки експортна діяльність є одним з бізнес-процесів підприємства, функції управління експортним потенціалом виступають частиною функцій управління підприємством. Ці функції узгоджені з місією, цілями і завданнями, поставленими власником і/або менеджерами в рамках розробленої стратегії діяльності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках.



Умовні позначення:

- EP_{m1} – обсяги експорту попередніх років, реалізація яких в сучасних умовах неможлива («згааний потенціал»);
- EP_{m2} – це невикористана можливість експорту товарів та послуг, постачання яких на зовнішній ринок взагалі не розглядалося з різних причин («незатребуваний потенціал»);
- EP_{m3} – рекламції з різних причин, які зривають експортні поставки, знижують величину фактично досягнутого експорту і є причиною виникнення нереалізованого потенціалу першого типу.

Рисунок 1. – Схема системи управління розвитком експортного потенціалу підприємства

Складові частини системи управління експортним потенціалом підприємства, виконуючи названі функції, поєднуються або доповнюють один одного, утворюючи в поєднанні з керуванням внутрішньоекономічною діяльністю єдиний комплекс управління на мікрорівні. При цьому синергетичний ефект, що виникає в процесі взаємодії складових, підвищує ефективність функціону-

вання підприємства як економічної системи.

Виконання основних функцій управління щодо розвитку експортного потенціалу (планування, організація, мотивація, контроль і регулювання) в умовах нестабільного зовнішнього середовища вимагає простого алгоритму моніторингу експортного потенціалу, який би давав можливість швидкої оцінки ситуації, прийняття рішень та формування сукупності адекватних дій.

На основі дослідження методик оцінки експортного потенціалу підприємства у різних джерелах зроблено висновок, що, в основному, пропонувані методики не мають комплексного характеру, передбачають достатньо громіздкий алгоритм оцінювання та не враховують умов діяльності в нестабільному зовнішньому середовищі.

Так, кількісні методи оцінювання експортного потенціалу підприємств зводяться до визначення рівня досягнутого експорту [3], в свою чергу якісні – до оцінки ступеня використання ресурсів підприємства. На нашу думку, з етимології слова «потенціал» випливає, що ми маємо на увазі можливості. Ці можливості включають не тільки фактично досягнутий рівень експорту, але й можливе його збільшення за рахунок залучення невикористаних чи погано задіяних ресурсів підприємства.

Тобто управління розвитком експортного потенціалу підприємства включає не тільки збільшення обсягів фактично досягнутого експорту, але і найбільш повну реалізацію незалучених або недостатньо використаних ресурсів його експортної діяльності.

З метою комплексного дослідження експортного потенціалу підприємства пропонується використати класифікацію [8] його на фактично досягнутий і нереалізований.

Фактично досягнутий експортний потенціал – це перманентне забезпечення гарантованої, згідно контракту, поставки затребуваних на зовнішніх ринках товарів і послуг, що є предметом експортної спеціалізації підприємства. Фактично досягнутий експортний потенціал включає дві складові: обсяг фактично досягнутого експортного потенціалу та обсяг рекламції споживачів в ході його здійснення. Обидва показники представляють обсяги реально досягнутого експорту, прийнятого або відкинутого споживачем, здійснюваного в рамках бізнес-процесів на основі процесного підходу.

Якщо обсяги фактично досягнутого експорту та обсяги рекламції можна визначити за результатами зовнішньоекономічних операцій за певний період часу (за допомогою показників обсягу валютної виручки та обсягу сукупних претензій), то обсяги нереалізованого експорту першого і другого типу (відповідно, EP_{un1} і EP_{un2}) визначити досить важко. Для цього слід створювати компетентні робочі групи у роботі з конкретним видом ринку. Фахівці, що входять до них, повинні проводити аналіз по кожному випадку нереалізованого експортного потенціалу першого типу і визначати можливі номенклатурні позиції нереалізованого експортного потенціалу другого типу. Отже, можна зробити висновок про те, що для реалізації елементів експортного потенціалу EP_{un1} і EP_{un2} необхідне розроблення окремих проектів.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Це зумовлено тим, що при кожному випадку нерезалізованого експорту необхідний індивідуальний аналіз, індивідуальний підхід, а отже окремий проект. Слід також враховувати складність розробки таких проектів, оскільки вони стосуються і сфери виробництва, і сфери обігу. Крім того, діяльність в умовах нестабільного зовнішнього середовища вимагає гнучкості і швидкості прийняття рішень, чому і сприятиме застосування проектного підходу.

Звичайно, застосування проектного методу в управлінні розвитком окремих елементів експортного потенціалу підприємств призводить до збільшення витрат, але це єдиний шлях по реалізації можливостей експорту. У подальшому, коли проект буде реалізований із заданим рівнем рентабельності протягом ряду років і стане налагодженим бізнес-процесом із заданим ресурсним і технологічним забезпеченням, він стане частиною процесного, системного підходу до здійснення бізнес-процесу, що підвищить не тільки ефективність експортної діяльності, але і діяльності підприємства в цілому.

Якщо ж розглядати розвиток фактично досягнутого експортного потенціалу і роботу з претензіями закордонних клієнтів, то вони проходять в режимі системного, налагодженого бізнес-процесу, що здійснюється в рамках експортної стратегії підприємства, тобто на основі процесного підходу.

Отже, управління розвитком експортного потенціалу підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища має здійснюватися при поєднанні процесного і проектного підходів.

Висновки. В сучасній економіці експортну діяльність підприємств слід розглядати як системну діяльність, що вимагає відповідного управління. У зв'язку з цим практика сучасного експортоорієнтованого підприємства повинна передбачати розробку довгострокової стратегії розвитку та використання експортних можливостей в рамках існуючої зовнішньоекономічної стратегії, також створення системи управління розвитком експортного потенціалу. Розвиток експортного потенціалу підприємств має здійснюватися за всіма його складовими. При цьому значну роль у прирості обсягів експорту та поліпшенні якісних і кількісних параметрів сукупного експортного потенціалу підприємства відіграють дві складові: згаяний та незатребуваний потенціал.

Застосування запропонованого автором підходу до управління розвитком експортного потенціалу підприємств дозволить розширити продуктивні і географічні межі освоєних сегментів зарубіжних ринків, а також підвищити ефективність і конкурентоспроможність діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання : навчальний посібник / В.Н. Гавва, Е.А. Божко. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. 224 с.

2. Отенко І. П. Стратегічне управління потенціалом підприємства : монографія / І. П. Отенко. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. — 254 с.

3. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для вищих навч. закл. / О. Кириченко [та ін]. — 2 вид., доп. — К. : Видавничий дім «Фінансист», 2004. — 634 с.

4. Кутідзе Л.С. Експортний потенціал регіону: сутність, діагностика, механізми реалізації : монографія / Л.С. Кутідзе. — Запоріжжя : ЗНУ, 2011. — 318 с.

5. Петренко Л.П. Розвиток експортного потенціалу підприємства (за матеріалами молокопереробних підприємств України) : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. П. Петренко ; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». — К. : КНЕУ, 2007. — 17 с.

6. Мовчан В. Політика сприяння експорту в Україні після адміністративної реформи / В. Мовчан. — К. : ПРООН, 2012. — 43 с.

7. Управління експортним потенціалом України : монографія / А.А. Мазаракі [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. — К. : КНТЕУ, 2007. — 210 с.

8. Швецова М.Б. Стимулювання експорту продукції машинобудівних підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / М.Б. Швецова; Нац. ун-т «Львівська політехніка». — Тернопіль, 2010. — 24 с.

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ РЕПОЗИЦІОНУВАННЯ ТНК: ЗЛИТТЯ, ПОГЛИНАННЯ ТА УЧАСТЬ У СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСАХ

Прохорова Марина Едуардівна,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ,

заступник директора

Інституту міжнародних відносин

Національного авіаційного університету

Анотація. Стаття присвячена конкурентним стратегіям репозиціонування ТНК злиття: поглинання та участь у стратегічних альянсах. під впливом дії глобалізаційних процесів у світовій економіці. Досліджено розвиток процесів глобалізації світової економіки та визначено їх вплив на підходи до формування конкурентних переваг сучасних ТНК, який, перш за все, полягає у використанні злиттів та поглинань для нарощування їх економічного потенціалу. Проаналізовано зміни маркетингових стратегій транснаціональних корпорацій під впливом процесів глобалізації.

Ключові слова: глобалізація, транснаціональні корпорації, транснаціоналізація, конкурентні стратегії, конкурентні переваги, злиття і поглинання, глобальна і багатонаціональна маркетингові стратегії.

COMPETITIVE STRATEGY OF REPOSITIONING TNC: MERGERS, ACQUISITIONS AND PARTICIPATION IN STRATEGIC ALLIANCE

Abstract. This article is devoted to competitive strategies repositioning TNC merger: absorption and participation in strategic alliances. under the influence of globalization in the world economy. Investigates the development process of globalization of the world economy and determines their impact on approaches to creating competitive advantages of modern multinational corporation, which, above all, is to use mergers and acquisitions to increase their economic potential. Analyzed changes in the marketing strategies of transnational corporations under the influence of globalization processes.

Keywords: globalization, multinational corporations, transnationalization, competitive strategy, competitive advantage, mergers and acquisitions, multinational and global marketing strategies.

Постановка проблеми: Сьогодні світ опинився на порозі нового переділу, але не військово-політичного, а економічного, де головними гравцями будуть вже не держави і навіть не блоки країн, а головні транснаціональні корпорації (ТНК) найбільших промислово розвинутих держав. Ставками ж є нові ринки, технології та надприбутки.

Глобальні тенденції інтернаціоналізації виробництва й капіталу, приватизації, стратегічних альянсів і лібералізації зовнішньої торгівлі поставили ТНК у центр світового економічного розвитку. З огляду на них і подальший перерозподіл світових ринків та сфер впливу, можна прогнозувати можливість появи найближчим часом міжнародних суперкорпорацій шляхом злиття, поглинання чи об'єднання найбільших компаній світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Перспективи розвитку та діяльності вітчизняних корпорацій, які здатні захистити національні інтереси та забезпечити підвищення економічного розвитку країни та національної безпеки аналізувалася вітчизняними нау-

ковцями Сазонцем І.Л., Макогоном Ю.В., Рогачем О.Т., Якубовським С.А., Ореховою Т.В.

Типи, організаційні форми інтеграції компаній, механізм їх функціонування були досліджені Білоусом Т.Я., Білошапкою В.А., Рокочем В., Плотніковим В., Новицьким В., Руденко Л.

Постановка завдання: полягає у здійсненні всебічного аналізу модифікації відносин конкуренції ТНК під впливом глобалізаційних процесів, дослідженні підходів до формування конкурентних переваг транснаціональними корпораціями та стратегій. На основі цього, виокремлення сучасних тенденцій щодо стратегічної діяльності ТНК у світі загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Стратегічні альянси – явище не нове і, тим більше, не рідкісне. Альянси були поширені в XVIII та XIX ст. в судноплаванні і страхуванні перевезень вантажів. NEC, найбільша японська технологічна фірма, була заснована у 1899 р. як перше японське спільне підприємство з американською компанією Western Electric (WE).

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Інша американська фірма ІТТ – купила частку WE у 1925 р. Альянс ІТТ закінчився у 1965 р., але, не дивлячись на це, ІТТ залишилася найбільшим власником акцій NEC до початку 70-х років минулого століття [7].

Міжнародні стратегічні альянси як приймаючі різні форми довготривалі об'єднання двох або більш юридично самостійних фірм для вирішення згаданих задач на основі загальних економічних інтересів, отримали певне розповсюдження у світовій економіці протягом всього ХХ сторіччя (створювалися і функціонували, наприклад, консорціуми промислових підприємств і банків). Проте лише в останні десятиріччя цей феномен досяг принципово нового рівня розвитку. Річ у тому, що умовою і середовищем формування, функціонування і експансії стратегічних альянсів стала глобалізація економіки, а їх головними суб'єктами виступають транснаціональні корпорації. За оцінками американських дослідників, з середини 1980-х років кількість стратегічних альянсів у світі щорічно зростала більш ніж на 25%. В США, наприклад, в 1986 – 1995 рр. кількість спільних підприємств зросла більш ніж в четверо [4]. У таблиці 1. представлені найважливіші характеристики ряду успішних стратегічних альянсів:

Таблиця 1

Характеристики ряду успішних стратегічних альянсів

Компанії-учасниці Альянсу	Національна приналежність	Галузевий склад	Сфера спільних стратегічних інтересів
Microsoft + Scala Business Solutions	США і Голландія	Міжгалузевий альянс: програмне забезпечення та бізнес-консалтинг	Спільні маркетинг, навчання, просування і сертифікація продукції; поширення логотипу Microsoft; спільні НДДКР з доступом до ноу-хау; розширення клієнтської бази. Без створення спільної власності
General Motors + Fiat	США і Італія	Внутрішньогалузевий альянс: автомобілебудування	Спільні виробництво, закупівлі та системи фінансування покупок; уніфікація деталей і двигунів; освоєння нових ринків збуту; реструктуризація виробництва. Зі створенням спільної власності: ряд спільних підприємств та обмін акціями.
Rover + Honda	Великобританія і Японія	внутрішньогалузевий альянс: автомобілебудування	Спільне створення моделей автомобілів і систем постачання; обмін ноу-хау; освоєння нових ринків збуту. Спочатку без створення спільної власності, в подальшому – обмін акціями.
Lufthansa + SAS	Німеччина, Швеція, Данія, Норвегія	Внутрішньогалузевий альянс: авіаперевезення	Глобалізація ділових операцій; вихід на нові ринки; формування галузевих стандартів; розширення клієнтської бази; оптимізація функцій і витрат. Без створення спільної власності
SkyTeam (Air France + Delta Air Lines + CSA + Aeromexico + Korean Air)	Франція, США, Південна Корея, Мексика, Чеська Республіка	Внутрішньогалузевий альянс: авіаперевезення	Управління конкурентоспроможності учасників; глобалізація ділових операцій; розширення клієнтської бази. Без створення спільної власності.
Visa + American Exdivvs + Banksys + ERG + Interplay	США, Австралія, Голландія, Бельгія	Міжгалузевий альянс: кредитні послуги, створення пластикових карт, управління електронними транзакціями	Лідерство в технологіях і міжнародних галузевих стандартах; зміцнення позицій у боротьбі з мережами конкурентів. Створення спільного підприємства.

Примітка: складено автором за даними WorldInvestmentReport.

ТНК прагнуть гнучко поєднувати злиття і поглинання із створенням і розвитком стратегічних альянсів

з своєю участю: дві третини з 377 президентів найбільших компаній світу в рамках опитування, проведеного Всесвітнім економічним форумом і консультативною фірмою «Прайс Уотерхаус», відзначили, що альянси – «найважливіший інструмент глобального корпоративного зростання» [2].

Можна виділити три укрупнені позиції з приводу мотивації до створення стратегічних альянсів з участю ТНК:

1. Доступ на зарубіжні ринки. Такий доступ за допомогою створення альянсу забезпечує його учасникам зниження ризиків, кращі умови для експорту, переваги від диверсифікації сфери діяльності. Та або інша ТНК може вступати з певними фірмами в угоди про розділ ринку на сфері впливу або встановлювати більш тісні відносини співпраці.

2. Доступ до ресурсів і зростання ефективності їх використання. Може йтися, наприклад, про потребу ТНК, ведучих діяльність на конкурентних ринках, у фінансових ресурсах, технології або устаткуванні в зниженні транзакційних витрат і підвищення ефективності своєї діяльності в цілому. Коли кожна організація виконує роботу, в якій вона найбільш компетентна, витрати на одиницю продукції знижуються для всіх партнерів. В результаті створюються так звані зв'язуючі альянси, особливість яких полягає в тому, що кожна з фірм виконує взаємодоповнюючі функції. Прикладом служить, зокрема спільне підприємство німецької хімічної ТНК «БАСФ» і американської «Дюу Кемікл».

3. Отримання нових знань. Наприклад японська ТНК «НЕК» створила стратегічний альянс із зареєстрованою у США компанією «Ханеуелл» та з фірмою, що базується у Франції, «Булль» саме ради використання досвіду, навиків і технологій своїх партнерів. Здатність вчитися у інших, перш за все у своїх партнерів по даному альянсу – головний чинник, обумовлюючий положення «НЕК» як єдиної «глобальної компанії» із стійкою часткою свого ринку в галузі телекомунікацій, напівпровідників і комп'ютерних технологій. В умовах нестабільності, край швидких і часто радикальних змін зовнішнього середовища, інформація, знання, а значить і способи їх створіння обробки і корпоративного упровадження, здобули особливу значущість.

Злиття і поглинання є популярним засобом забезпечення зростання компаній та передумовою для створення нових організаційних форм міжнародних компаній. Шляхом впровадження стратегій злиття і поглинання компанії забезпечують, з одного боку, захист своїх інтересів, з іншого – реалізацію конкурентних переваг.

Активізація операцій злиття і поглинання набула широкого розвитку у світі у 1990-х роках, передусім англійських компаній з американськими. Пік розвитку даного сегменту світового ринку капіталу набув у 2000 році і досяг позначки 3,5 трлн. доларів США. Причому більшість угод було укладено в США, в таких секторах економіки як телекомунікації та банківський сектор, всі інші угоди було укладено у більшості в Європі [6].

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

За останні десять років активність на даному ринку поступово спадала і мінімальну позначку, щодо угод злиття та поглинання було зафіксовано у 2009 році на рівні 0,02 трлн. доларів США. І вперше обсяг угод на міжнародному ринку скоротився до 200 угод на рік. Депресія світових цін на початку 2009-го року надала можливість інвесторам ряду країн, а саме Китаю, Австралії та Канаді придбати активи за досить низькими цінами і стати лідерами ринку злиття та поглинання. Але якщо інвестори Китаю скуповували активи закордоном, у більшості випадках це були операції направлені на доступ до сировинних ресурсів, то інвестори Австралії і Канади проявляли активність у середині країни. Особливістю світового ринку злиття та поглинання у 2008 та 2009 роках було те, що спостерігається активність держави як головного інвестора [3].

Банкрутства у ряді секторів економіки, а особливо у фінансовому, змусило державні органи влади прийняти рішення – націоналізувати ряд компаній і тим самим максимально збільшити свою частку на світовому ринку злиття та поглинання до позначки 16,6%, що у два рази більше порівняно з 2000 роком.

Всупереч очікуванням, що ринок злиттів і поглинань увійде у фазу стійкого зростання в 2013 році, був зафіксований спад активності на світовому ринку, що триває третій рік поспіль. У результаті, активність впала до найнижчого за 8 років рівня, а також є нижчою, ніж за часів «доткомів» на початку 2000-х рр. За даними дослідження ЕУ «Огляд ринку М&А за 2013 рік», активність на світовому ринку М&А скоротилася порівняно з 2012 роком на 6,2% – протягом року було оголошено про 37 257 угод. Незважаючи на укладання низки надвеликих угод, наприклад, угоди Vodafone-Verizon, що стала третьою за величиною в світі, сукупна вартість усіх угод знизилася на 6,3% і склала 2,3 трлн. доларів США [7].

У всьому світі активність на ринку злиття та поглинання в більшості галузей знизилася в порівнянні з 2012 роком. Деяке зростання кількості угод спостерігалось тільки в електроенергетиці та паливно-енергетичному комплексі, а також у сфері нерухомості. Найбільший спад відбувся в гірничодобувній і металургійній галузях (на 27%) та нафтогазовому секторі (на 21%), що не дивно, враховуючи активність на ринку в цих секторах в 2008-2010 роках [7].

Через нестійкості світової економіки операції по злиттю і поглинанню інвестори здійснювали охочіше на батьківщині, ніж за кордоном. При загальному зростанні ринку на 9% обсяг транскордонних угод, навпаки, скоротився на 8 % – до мінімуму з 2009 р [7]. Ця тенденція була особливо відчутна в США, де в 2013 р., як і попередні чотири роки, з початку глобальної фінансової кризи, найбільш активно проходив корпоративний шопінг. Кожна четверта угода у світі в 2013 р. припадала на придбання американських активів.

Причому, як правило, одні американські компанії купували інші американські компанії. З десяти найбільших у світі угод вісім були якраз такими. Так, найдорожчою угодою року стало придбання американської

телекомунікаційної компанії Verizon Communications 45 % акцій найбільшого в країні оператора стільникового зв'язку Verizon Wireless, що належать британській Vodafone Group, за 130 млрд.доларів США [5].

Згідно з дослідженням Ernst&Young «Огляд ринку М&А за 2013», розмір угоди робить її не тільки найбільшою за 2013р., але і третьою за величиною за всю історію після того, як в 1999-му Vodafone поглинув німецький Mannesmann за 203 млрд.доларів, а рік потому AOL придбав Time Warner за 181 млрд [5].

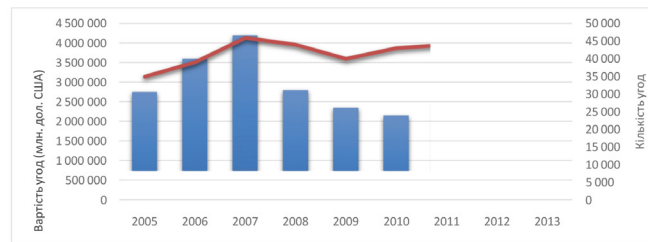


Рис. 1. Активність на світовому ринку злиттів і поглинань за кількістю та вартістю угод.

Джерело: ThomsonOne, аналіз компанії Ernst&Young.

Зростання вартості спостерігалось в таких секторах: зв'язок (на 153% завдяки великій угоді Verizon-Vodafone), ЗМІ та індустрія розваг (на 33 %) і медико-біологічна галузь (на 32%) [5]. Угоди в секторі зв'язку стимулюються прагненням операторів розширити канали передачі даних для надання більш широкого спектру високотехнологічних послуг. Також необхідно згадати декілька великих міжгалузевих угод у секторі телемаркетингу (технології, медіа, індустрія розваг і телекомунікації), наприклад, придбання корпорацією Microsoft підрозділу Nokia з виробництва мобільних пристроїв і придбання Vodafone компанії Kabel Deutschland.

У гірничодобувній і металургійній галузях відбулося падіння вартості на 51% через відсутність будь-яких угод, зіставних за розміром з угодами Glencore-Xstrata або TNK-BP. У 2013 році вартість угод значно знизилася також у банківському секторі та на ринках капіталу, де зростання 2012 року було спричинене реорганізацією портфельів компаній, пов'язаних з підвищеною увагою регулюючих органів [5].

Ситуація на ринку М&А в країнах БРІК була нерівномірною: сильний спад активності спостерігався в Бразилії (-27,5 %), Росії (-23,8 %) та Індії (-9,2%). Відносного успіху в 2013 році досягнув Китай та впевнено вийшов на друге місце за активністю на ринку М&А. У порівнянні з 2012 роком кількість угод в Китаї зросла на 4,6%, а вартість – на 38%. Не дивно, що в 2013 році міжнародні корпорації найохочіше інвестували в китайський ринок, що розвивається. Однак більш різке падіння вартості угод М&А на світовому ринку було компенсовано тільки за рахунок відносно високої активності в США, де вартість угод з придбання американських активів зросла на 27% порівняно з минулим роком [7].

В цілому, угоди М&А за участю компаній, головні офіси яких розташовані в США, включаючи угоди всере-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

дині країни, угоди з придбання іноземних активів і угоди з продажу національних активів іноземним компаніям, склали 52% від вартості і 28% від кількості угод в усьому світі, що свідчить про істотний вплив американського ринку M&A на світові показники [7].

Все більше компаній усвідомлюють, що недооцінювали величину витрат і ресурсів, необхідних для успішної інтеграції придбаних активів. У той час як процес інтеграції часто сприймається як другорядний, саме цей етап дозволяє оцінити результативність угод, – такі висновки нового дослідження ЕУ «Ефективна інтеграція: управління процесом об'єднання для забезпечення успішності угод M&A».

Результати дослідження, при підготовці якого було опитано більше 200 керівників компаній з різних країн, залучених до процесу інтеграції активів, базуються на даних про найбільш значущих угодах за останні 12-14 місяців. Вони говорять про те, що компанії в середньому витрачають на інтеграцію 14% від загальної вартості угоди M&A. У 2013 році середня вартість угод, інформація про які була розкрита, склала 256 млн. євро (342 млн. доларів США), що дозволяє оцінити інтеграційні витрати в розрахунку на операцію в середньому в 36 млн. євро (50 млн. доларів США) [6]. У таблиці 2. наведені найдорожчі угоди 2014 року:

Таблиця 2.

Найдорожчі угоди 2014 року.

Придбана компанія	Покупець	Сума угоди (мільярдів доларів)
DirecTV (DTV)	AT&T	48.5
Time Warner Cable (TWC)	Comcast (CMCSA)	45.2
Forest Laboratories (FRX)	Actavis (ACT)	25
Safeway (SWY)	Cerberus	19
Beam	Suntory	16
Pepero Holdings (POM)	Exelon	6.8
Pinnacle Foods (PF)	Hillshire Brands	6.6
Questcor Pharmaceuticals	Mallinckrodt (MNK)	5.6

Примітка. Складено автором за даними TopMergersandAcquisitionsWorldwide [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.imaa-institute.org/statistics-mergers-acquisitions.html> #TopMergersAcquisitions_Worldwide.

Не всі з цих договорів (табл. 2.) вже були укладені, деякі заплановані на другу половину 2014 року, проте ці договори є найдорожчими угодами поточного року. Хоча в цілому компанії намагаються виділити необхідні для інтеграції ресурси, є підстави говорити про те, що вони все ж не закладають в бюджет достатні обсяги коштів на інтеграційні витрати. Більше 20% респондентів відзначили, що їм слід було б передбачити в бюджеті більше коштів на інтеграційні витрати. Згідно з даними дослідження, 38 % представників компаній, бюджети яких передбачали інтеграційні витрати в розмірі 10 % від загальної вартості угоди, сказали, що збільшили б обсяг видатків на 5 %, якби у них була така можливість [9].

Також компанії часто недооцінюють потребу в співробітниках, необхідних для успішного проведення інтеграції: лише 4 % респондентів зазначили, що в їхніх організаціях робочі групи, які проводять інтеграцію, налічували 16 і більше фахівців, 46 % опитаних сказали, що чисельність таких груп була менша 10 осіб [7].

Залучення висококваліфікованих фахівців за рахунок здійснення угод M&A не є пріоритетом для компаній. Ця практика контрастує з уявленням про те, що для забезпечення конкурентоспроможності та успішного розвитку бізнесу, необхідно залучати талановитих фахівців. Учасники дослідження вважають, що залучення висококваліфікованих фахівців є додатковою перевагою при укладанні угод M&A, а не стратегічним чинником, що визначає її вчинення.

Отже, міжнародні стратегічні альянси в останні 20-25 років виступають як один з вельми поширених проявів глобалізації економіки, її істотний невід'ємний елемент. Як основний суб'єкт МСА затвердили себе домінуючі в світовій економіці, зрілі ТНК, операції яких міцно придбали дійсно глобальний характер. Для них МСА давно перетворилися на гнучкий, вільний від того, що за формалізував інструмент, що дозволяє на основі спільності інтересів носіїв таких альянсів досягати поставлених ними стратегічної мети з меншими, ніж при використуванні традиційних засобів концентрації і централізації капіталу, витратами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гвардин С.В. Финансирование слияний и поглощений в России / С.В. Гвардин, И.Н. Чекун. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 195 с.
2. Дружерученко К., Шкарпова О. Зливати повільно / К. Дружерученко, О. Шкарпова // *Контракты*. – №43. – 2009– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.kontrakty.ua/gc/2008/43/31-slivatmedlenno.html?lang=ua>
3. Кубах Т. Г. Ринок злиття та поглинання: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Т. Г. Кубах // *Ефективна економіка*. – 2012. №5.
4. Различия между слиянием и поглощением – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.investor.ua/school/division-340.html>
5. Эксперты назвали крупнейшую сделку года по слиянию и поглощению // *Кореспондент*. – 2012. – 21 декабря – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/business/companies/1441994/print>.
6. Кубах Т. Г. Ринок злиття та поглинання: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Т. Г. Кубах // *Ефективна економіка*. – 2012. №5. – Режим доступу до журналу: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?nomer_data=5&year_data=2012.
7. World Investment Report 2012 / United Nations Conference of Trade and Development. – Switzerland: United Nations Publication, 2012. – 203 p.
8. Biggest transnational companies [Електронний ресурс]: за дан. Focus. The economist – 2012. Режим доступу: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/07/focus1>.
9. Top Mergers and Acquisitions Worldwide [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.imaa-institute.org/statistics-mergers-acquisitions.html> #TopMergersAcquisitions_Worldwide.

ОБГРУНТУВАННЯ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЙОГО ПРОЕКТІВ

Романчик Тетяна Володимирівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Національна академія Національної гвардії України

Анотація. У статті розглядається механізм обґрунтування продуктової стратегії підприємства з урахуванням рівня ринкової конкурентоспроможності його продукції й потенційної користі для підприємства розвитку окремих його проектів. Запропонований підхід дозволяє визначити перелік проектів підприємства, удосконалення яких є об'єктивно доцільним.

Ключові слова: ринкова конкурентоспроможність, внутрішня конкурентоспроможність, карта бажаності розвитку проекту, ключові чинники.

Abstract. The article deals with the study of product enterprise strategy with the level of market competitiveness of its products and the potential benefits to the enterprise of its individual projects. This approach allows to determine the list of projects the company, which is improving objectively reasonable.

Keywords: market competitiveness, internal competitiveness, map desirability of the project, the key factors.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкової економіки і високих темпів науково-технічного прогресу, коли посилюється конкурентне суперництво на внутрішньому і світовому ринках, для кожного підприємства життєве необхідним стає зміцнення його ринкових позицій. Виконання цього завдання вимагає від виробників оптимізації існуючої товарної політики і розроблення ефективних методів управління конкурентоспроможністю продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у створення теоретичних основ і методологічних підходів до розроблення системи управління конкурентоспроможністю продукції і запровадження стратегій конкуренції зробили вітчизняні й зарубіжні вчені-економісти Г.Л. Азоев [1], В.В. Буркинський [6], О.П. Градов [3], О.Л. Загорянська [4], Ю.Б. Иванов [5], І.В. Ліпсиць [7], О.А. Паршина [8], М. Портер [9], С.Г. Светульков [10], Р.А. Фатхутдінов [11], А.Ю. Юданов [12] та ін.

Дослідження з проблем конкуренції, однак, не мають системного характеру, недостатньо висвітлено природу й механізм управління конкурентоспроможністю на всіх стадіях її формування, не існує єдиного підходу до оцінювання цієї категорії, оскільки неможливо кількісно вимірювати іноді несумірні показники. Тому постала нагальна необхідність у розвитку низки нових напрямків економічного аналізу, зміні його загальної методології. Дослідження конкурентної боротьби передбачає виявлення основних показників, які впливають на еволюційну динаміку конкуренції, конкурентного потенціалу продукції і підприємства, на вибір стратегії конкуренції, управління споживчою цінністю продукції і послуг.

Мета і задачі статті. Метою статті є узагальнення й обґрунтування методичних основ для вирішення

завдань оцінювання, аналізу й управління конкурентоспроможністю промислової продукції, а також удосконалення організаційно-економічного забезпечення цього процесу.

Виклад основного матеріалу. Розгляд теоретичних основ конкуренції і конкурентоспроможності як категорій ринкової економіки, аналіз підходів відомих економістів до визначення згаданих понять довів, що у вирішенні цих питань немає єдності. Більшість трактувань ґрунтуються на оцінюванні характеристик товару за ступенем їх привабливості для споживача. У формулюваннях конкуренції і конкурентоспроможності недостатньо уваги приділяється раціональності використання ресурсів підприємства для забезпечення високої оцінки його продукції з боку споживачів, не йдеться про можливість пошуку додаткових резервів для забезпечення вирішення цього завдання у майбутньому.

Водночас рівень ринкової конкурентоспроможності продукції формується у внутрішньому середовищі підприємства й розвиток певного проекту повинен бути перш за все вигідним для виробника. З цієї точки зору можна констатувати, що конкурентоспроможність продукції слід розглядати і з позиції споживача, і з позиції виробника. Це ілюструє схема, зображена на рис. 1.

Запропоноване бачення конкурентоспроможності продукції робить наголос на наявності у продукту низки чинників, за якими покупець визначає ступінь його привабливості для себе, і водночас йдеться про обов'язкову зацікавленість виробника у подальшому розвитку продукту. Тобто у певному сенсі інтереси споживача і товаровиробника перетинаються.

Для визначення ступеню зацікавленості виробника у розвитку певного продукту пропонується ввести у обіг визначення внутрішньої конкурентоспроможності

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

виробів (конкурентоспроможності проектів) як результату суперництва між окремими проектами у внутрішньому середовищі підприємства з метою виділення стратегічно важливих виробів щодо їх пріоритетного розвитку.



Рис. 1. Показники оцінювання конкурентоспроможності продукції

На сьогоднішній день проблема управління товарною стратегією підприємств не вирішена остаточно. Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції тільки у ринковому середовищі обмежена і не відбиває участі підприємства у конкурентній боротьбі. Управління продуктом потребує вдосконалення його характеристик, що спричиняє неминучі витрати підприємства. Жодне підприємство не у змозі одночасно інвестувати покращення всіх своїх проектів. Тому виникає питання вибору з усього портфеля проектів тих із них, удосконалення яких може бути найдоцільнішим. Таким чином, у внутрішньому середовищі підприємства складаються умови для суперництва між окремими його проектами за право пріоритетного розвитку. Порівнюючи між собою всі проекти підприємства за всіма важливими для себе ознаками, виробник оцінює внутрішню конкурентоспроможність виробів. Розрахунок рівня внутрішньої конкурентоспроможності дозволяє вибрати проекти, розвиток яких найбільш значущий і вигідний для виробника. Здійснюючи управління конкурентоспроможністю продукції, виготовлення якої вигідне для підприємства, виробник може сподіватися на синергетичний ефект, коли в управлінні продуктом меншими засобами досягаються вагоміші результати.

Схематично завдання визначення проектів підприємства, які потребують вдосконалення, зображено на рис. 2.

Доцільність визначення внутрішньої конкурентоспроможності виробів виявляється під час зіставлення розрахованих значень оцінки конкурентоспроможності продуктів у внутрішньому середовищі і їх конкурентоспроможності на ринку. Внутрішня конкурентоспроможність продукції підприємства є однією з головних умов ефективності його діяльності.

Розрахунок рівня внутрішньої конкурентоспроможності виробів доцільно здійснювати у такі етапи.

1. Визначення мети оцінювання конкурентоспро-

можності виробу.

2. Складання повного переліку проектів підприємства.

3. Визначення груп індикаторів внутрішньої конкурентоспроможності за метою оцінювання.

4. Розрахунок показників внутрішньої конкурентоспроможності для кожного виробу.

5. Обґрунтування висновку про рівень внутрішньої конкурентоспроможності і розроблення заходів, спрямованих на управління виробами.



Рис. 2. Схема дослідження проектів підприємства щодо внутрішньої конкурентоспроможності

Важливим етапом розрахунку значення внутрішньої конкурентоспроможності є складання обґрунтованого переліку визначальних чинників. Кожний із чинників внутрішньої конкурентоспроможності має специфічні цілі використання і розвитку, різну ступінь важливості для підприємства, піддається впливу різних факторів. Залежно від індивідуальних особливостей діяльності різних організацій, особливостей оцінюваних виробів конфігурації груп показників можуть варіюватися.

Розрахунок рівнів ринкової конкурентоспроможності продукту (К) та його внутрішньої конкурентоспроможності (Q) може здійснюватися на основі застосування відомих методик оцінювання.

Остаточне рішення стосовно доцільності вдосконалення того чи іншого виробу підприємства має ґрунтуватися на зіставленні показників ступеня привабливості товару на ринку (ринкової конкурентоспроможності) і ступеня вигідності розвитку виробництва цього продукту для товаровиробника (внутрішньої конкурентоспроможності виробу).

Виникає об'єктивна необхідність у визначенні бази порівняння, рівня розвитку показників, який можна вважати достатнім для характеристики внутрішньої і зовнішньої конкурентоспроможності. За базу порівняння доцільно вибрати граничний рівень розвитку показників. Як критерій для показника ринкової конкурентоспроможності (К_{гран}) пропонується використовувати середню зважену величину, що враховує не тільки ступінь близькості характеристик продукту до еталонного зразка, але й обсяги продажу цього продукту на ринку.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Для встановлення достатнього рівня розвитку внутрішньої конкурентоспроможності, який слід вибрати за базу порівняння, доцільно скористатися принципом Парето, згідно з яким значущу частину результату отримують завдяки мінімуму найважливіших дій. У межах такого підходу за базу порівняння ($Q_{\text{гран}}$) слід приймати максимальний рівень розвитку показника внутрішньої конкурентоспроможності виробів серед тих, які не мають вирішального значення у діяльності підприємства.

Після визначення бази порівняння для розрахованих рівнів ринкової і внутрішньої конкурентоспроможності рекомендується скористатися картою ступеня бажаності розвитку проекту для підприємства, яка являє собою матрицю кореляції двох різнорідних оцінок конкурентоспроможності (рис. 3).

Q \ K	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0
0,1	-	-	-	±	±	±	±	±	±	±
0,2	-	-	-	±	±	±	±	±	±	±
0,3	-	-	-	±	±	±	±	±	±	±
0,4	-	-	-	±	±	±	±	±	±	±
0,5	±	±	±	+	+	+	+	+	+	+
0,6	±	±	±	+	$A_i(Q_i; K_i)^+$	+	+	+	+	+
0,7	±	±	±	+	+	+	+	+	+	+
0,8	±	±	±	+	+	+	+	+	+	+
0,9	±	±	±	+	+	+	+	+	+	+
1,0	±	±	±	+	+	+	+	+	+	+

Умовні позначення:








	незадовільний рівень бажаності розвитку проекту;
	дуже низький рівень бажаності розвитку проекту;
	низький рівень бажаності розвитку проекту;
	задовільний рівень бажаності розвитку проекту;
	достатній рівень бажаності розвитку проекту;
	добрий рівень бажаності розвитку проекту;
	проект пріоритетного значення.

Рис. 3. Карта ступеня бажаності розвитку проектів

Для визначення ступеня бажаності розвитку кожного виробу підприємства достатньо побудувати вектор з початком у точці перетину значень, прийнятих за базу порівняння. Кінець вектору знаходиться у точці A_i з координатами $(Q_i; K_i)$. При цьому точка $A_i (Q_i; K_i)$ потрапляє в зону визначеного ступеня бажаності розвитку проекту (рис. 3). В основу побудови карти бажаності проектів покладено узагальнену функцію бажаності Харрінгтона [2].

Запропонований методичний підхід до обґрунтування продуктової стратегії підприємства дозволяє на основі комплексного оцінювання конкурентоспроможності продукції й відповідних проектів встановити найбільш значущі проекти підприємства.

Висновки. У статті запропоновано методичний підхід до визначення оптимальних рішень щодо розробки продуктової стратегії підприємства.

Згідно матеріалів статті, сутність конкуренції визначається як ринкова боротьба між продуктами під-

приємств з метою отримання виробником задалегідь визначених вигід. Це вказує на наявність відносин, що виникають у ринковому середовищі між споживачем і товаровиробником та відбиває зацікавленість товаровиробників у ринковому суперництві. Тому конкурентоспроможність пропонується розглядати у двох площинах: як ринкову конкурентоспроможність і як конкурентоспроможність проектів. Запропонований у статті підхід, що ґрунтується на зіставленні рівнів ринкової і внутрішньої конкурентоспроможності продукції підприємства дозволяє визначати перелік проектів, вдосконалення яких є об'єктивно доцільним, сприяє вибору обґрунтованого рішення у процесі формування стратегії підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 207 с.
2. Булгакова И.Н. Использование «функции желательности» для формализации комплексного показателя конкурентоспособности промышленного предприятия / И.Н. Булгакова, А.Н. Морозов // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление – 2009. – №2. – С. 54-56.
3. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы / А.П. Градов. – СПб.: Спецлит, 2000. – 589 с.
4. Загорянська О.Л. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції та напрями її підвищення : дис. ... канд. екон. наук: 08.07.01 / Загорянська Олена Леонідівна. – Х.: КДПУ, 2005. – 269 с.
5. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : науч. изд. / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х.: ХНЭУ, 2004. – 255 с.
6. Конкурентоспособность продукции и предприятия / Б.В. Буркинский, Е.В. Лазарева, И.Н. Агеева, С.В. Брыкалина, В.М. Лысюк и др.; за ред. Б.В. Буркинського. - Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. – 132 с.
7. Липсиц И. Конкурентная стратегия фирмы / И. Липсиц // Вопросы экономики – 1998. - №9. – С. 35-43.
8. Паршина О.А. Управление конкурентоспособностью машинобудівної продукції : монографія / О.А. Паршина – Дніпропетровськ: НГУ, 2008. – 280 с.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : [пер. с англ.] / М. Портер. 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
10. Светульников М.Г. Проблема измерения уровня конкуренции в целях разработки предпринимательских решений (с учетом многоуровневой модели рынка / М.Г. Светульников, А.В. Волков // Вестник ОГУ: зб. наук. праць. - Оренбург: ОГУ. – 2010. - №8 (114). - С. 107-113.
11. Фатхутдінов Р.А. Управление конкурентоздатностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська – К.: „Кондор”, 2009. – 470 с.
12. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. - М.: Аколис, 2006. – 272 с.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рубай О.В., к.е.н., доцент

Львівський національний аграрний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти процесу управління капіталом сільськогосподарських підприємств як одного із напрямків зміцнення фінансової стійкості в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: капітал, управління капіталом, сільськогосподарські підприємства, структура капіталу.

The article examines the theoretical aspects of process of management a capital of agricultural enterprises are considered as one of directions of strengthening of financial firmness in the modern terms of menage.

Key words: capital, management a capital, agricultural enterprises, capital structure.

Постановка проблеми. Капітал виступає головною економічною базою створення і розвитку підприємства та забезпечує задоволення інтересів держави, власників і персоналу. Від розміру наявного капіталу і оптимальності його структури залежать фінансова стабільність підприємства і результати його діяльності. Саме тому управління процесами залучення, розміщення і використання капіталу набуває особливої актуальності в сучасних умовах господарювання, а особливо оптимізації його структури.

В умовах реструктуризації та переходу суб'єктів господарювання до ринку, підготовки вступу України до Європейського Союзу все гостріше постають проблеми підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, забезпечення фінансової стійкості підприємств що вимагає нових підходів до управління підприємством і, зокрема, глибокого дослідження наукових проблем управління капіталом.

Незначні тенденції стабілізації розвитку галузі не спричинили суттєвих зрушень у підвищенні ефективності формування та використання капіталу сільськогосподарських організаційно-правових структур, більшість з яких перебувають сьогодні у кризовому стані. Таке становище потребує розробки заходів формування оптимальної структури капіталу, пошуку шляхів і напрямів оптимального залучення капіталу сільськогосподарськими підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Завдяки своїй актуальності, питання управління капіталом сільськогосподарських підприємств перебувають в центрі уваги науковців і практиків. Теоретичні та практичні питання управління капіталом сільськогосподарських підприємств, оптимізації його структури досліджували у своїх працях Н. Байстрюченко, І. Гадзевич, Г. Ліпич, І. Назаренко, А. Ткаченко, І. Шиндирук та інші. Незважаючи на значний внесок в розвиток теорії управління капіталом подальшого дослідження потребують особливості управління капіталом та формування його оптимальної структури сільськогосподарських підприємств для забезпечення фінансової стійкості в умовах ринкової економіки.

Постановка завдання. Завданням статті є дослідження теоретичних аспектів процесу управління капіталом сільськогосподарських підприємств як одного із напрямків зміцнення фінансової стійкості в сучасних умовах господарювання.

Вклад основного матеріалу. Сільськогосподарські підприємства мають найбільший період обороту капіталу. Від їх діяльності залежить розвиток переробної, харчової та інших галузей промисловості. Нині одиниця валової продукції сільського господарства створює умови для виробництва більше десяти її одиниць в інших галузях економіки країни [3, с.19].

Ефективність існування підприємства в першу чергу залежить від вміння менеджерів працювати з капіталом, оскільки він відображає економічні процеси підприємства та його стан у цілому. Капітал - об'єктивна основа створення підприємств та їх подальшого ефективного функціонування. Здатність капіталу генерувати грошові потоки та створювати нову вартість обумовлюють необхідність науково обґрунтованого системного управління ним на всіх стадіях кругообігу з урахуванням сучасних тенденцій інноваційного розвитку суб'єктів господарювання які орієнтовані на економічне зростання.

В сучасних умовах господарювання одним з важливих питань для керівників підприємств є формування системи ефективного управління капіталом. І. Бланк, І. Назаренко управління капіталом розглядають як систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням з різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного його використання у різних видах господарської діяльності підприємства [2, с.259; 5, с.6].

Простіше кажучи, управління капіталом - це вплив суб'єкта ринку (тобто підприємства) на об'єкт управління (тобто капітал) з метою ефективного та оптимального використання цього об'єкта для ведення господарської діяльності суб'єкта [4, с.116].

Управління капіталом належить до основних завдань фінансового менеджера на будь-якому підприємстві, оскільки обсяг, структура та вартість капіталу суттєво впливають на основні показники фінансово-го-

сподарської діяльності даного підприємства та в цілому на ефективність його діяльності.

Управління капіталом сільськогосподарського підприємства, як і весь процес управління, повинен містити стратегію і тактику управління. Під стратегією слід розуміти загальний напрямок і спосіб використання засобів для досягнення поставленої мети. Встановлюючи визначені правила й обмеження, стратегія дає змогу сконцентрувати зусилля на тих варіантах рішень, що не суперечать обраному напрямку управлінської діяльності. Тактика управління — це конкретні методи і прийоми досягнення поставленої мети у визначеній ситуації й у визначений момент часу. Завдання тактики управління — вибір найоптимальнішого рішення і способів його втілення в ситуації, яка склалася [4, с.117]. Від рівня розвитку та вдосконалення системи управління капіталом значною мірою залежить ефективність господарської діяльності.

Управління капіталом суб'єктів господарювання тісно пов'язане із прийняттям управлінських рішень, оскільки його величина та динаміка є важливими критеріями для встановлення їх оптимальності. Капітал завжди є необхідним атрибутом діяльності - від моменту створення підприємства до його ліквідації або реорганізації. Своєю чергою, управління капіталом передбачає вплив на його обсяг і структуру, а також джерела формування з метою підвищення ефективності його використання.

Отже, налагоджена система принципів і методів управління капіталом передбачає: розроблення загальної стратегії управління капіталом; чітку постановку цілей і завдань управління капіталом, а також контроль за їх до-триманням у майбутньому періоді; удосконалення методики визначення й аналізу ефективності використання власного, позикового та залученого капіталу; пошук шляхів оптимізації процесу управління капіталом, а також їх аналізу і впровадження; розроблення методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами; орієнтацію на використання внутрішніх важелів впливу на процес управління капіталом та оптимізацію структури капіталу.

В сучасних умовах господарювання, вимагає детальнішого дослідження оптимізація структури капіталу сільськогосподарських підприємств [1, с.7]. Структура капіталу пов'язана з особливостями кожної з його складових частин, тобто власного, позикового та залученого. З одного боку, підприємство, яке використовує лише власний капітал, має найвищу фінансову стійкість. З іншого боку, підприємство, що використовує позиковий і залучений капітал, забезпечує вищий фінансовий потенціал для економічного розвитку (за рахунок формування додаткового обсягу активів) і можливості приросту рентабельності власного капіталу.

Оптимізація структури капіталу є одним з найбільш важливих і складних завдань, які вирішуються у процесі стратегічної оцінки фінансування підприємства в сучасних умовах [7, с.298]. Процес оптимізації структури капіталу вимагає певної логічної послідовності, зо-

крема: проведення аналізу складу і структури капіталу підприємства за ряд періодів. При цьому аналізуються такі параметри, як коефіцієнти фінансової незалежності, заборгованості, співвідношення між короткостроковими та довгостроковими зобов'язаннями, показники оборотності та дохідності активів і власного капіталу. Надалі слід вивчити ключові чинники, що визначають структуру капіталу, а саме: галузеві особливості фінансово-господарської діяльності підприємства, рівень поточної діяльності, податкове навантаження на підприємство, стадії життєвого циклу підприємства, що особливо актуальним є для сільськогосподарських підприємств.

Висновки. Отже, управління капіталом сільськогосподарських підприємств – це система принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням з різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного його використання у різних видах господарської діяльності підприємства. Вдосконалення системи управління капіталом підприємства, зокрема його формування та використання, набувають особливого значення, оскільки створення та розвиток необхідної фінансової ресурсної бази є важливою умовою сталого економічного зростання сільськогосподарських підприємств. Під час розроблення фінансової політики підприємства потрібно вибрати таку структуру капіталу при якій забезпечується найефективніша пропорційність між коефіцієнтами дохідності та фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Байстрюченко Н.О. Вплив динаміки структури капіталу на фінансово-економічні результати діяльності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.. екон. наук: 08.00.04 / Н. О. Байстрюченко. – Суми, 2011. – 21с.
2. Бланк И.А. Управление активами и капиталом предприятия – К.: Ника – Центр, Эльга, 2003. – 448 с.
3. Гончаров В.М. Шляхи підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва /В.М. Гончаров, Н.В. Зинченко // Економіка АПК. – 2012. - №2. – С.18-21.
4. Ліпич Л. Г. Капітал в системі управління підприємством / Л.О. Ліпич, І.О. Гадзевич // Вісник НУ «Львівська Політехніка». - 2009. - №647. – С.115-119.
5. Назаренко І.М. Формування та ефективність управління капіталом сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.. екон. наук: 08.00.04 /І.М. Назаренко. – Херсон, 2010. – 20с.
6. Плікус І. Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства. // Фінанси України. - 2004. - № 6. - С. 35-44.
7. Ткаченко А.М. Управління фінансовими ресурсами підприємства та оптимізація вартісної структури капіталу / А.М. Ткаченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. - №5. – С.297-299.

ПРОБЛЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ АБО ДЛЯ ЧОГО РОЗВ'ЯЗУВАТИ ЗАДАЧІ З ПАРАМЕТРАМИ

Синюшко В.Г.,

к.ф.-м.н., доцент, Голова Ради ветеранів,

Львівський національний університет ім. Івана Франка,

Мацелюх Ю.Р., учень 10-ого класу,

СЗШ №75 ім. Лесі Українки, м. Львів

У статті досліджується вага математичних знань людини та їх вплив на процеси прийняття управлінських рішень і розвиток економіки. Розглянуто особливості формування аналітичного мислення фахівців з економіки на прикладі розв'язування задач з параметрами. Рекомендовано керівникам вищої освітньої ланки звернути увагу на важливість проблеми стрімкого спаду рівня математичної грамотності майбутніх економістів та забезпечити умови перебудови системи середньої та вищої освіти України, головною метою якої повинно стати формування аналітичного мислення майбутніх фахівців з економіки в середовищі учнів, студентів та аспірантів.

Ключові слова: економічні науки, математика, аналітичне мислення, задачі з параметрами, розвиток економіки, прийняття управлінського рішення

This article explores the ideas of famous scientists who spoke about the role of mathematics in human life and its implications on the economic development of Ukraine. Features of analytical thinking specialists in economics as an example of solving problems with parameters still at school. Recommended senior education managers pay attention to the complexity of the problem and make a responsible decision on forming analytical thinking of future specialists in economics among students and graduate students.

Keywords: economic science, mathematics, analytical thinking, tasks with parameters, economic development, management decision.

Постановка проблеми. На початку третього тисячоліття визначення ролі математики в житті людини та її вплив на процеси прийняття управлінських рішень і розвиток економік світу й України є глобальною проблемою. Звичайно, ніхто не заперечить те, що людство не досягло б прогресу за відсутності розвитку математичної науки. Тому, розуміння ролі широкого застосування математичних методів дослідження у вирішенні глобальних проблем людства на початку інформаційної ери повинно стати рушійною силою для внесення серйозних змін у навчальні програми середньої та вищої шкіл, які назву «стандарти» для підготовки фахівців певних спеціальностей. Формування навиків аналітичного мислення майбутніх фахівців, яке розпочинається ще у школі, є запорукою у майбутньому їх конкурентоспроможності, уміння приймати ефективні управлінські рішення як на рівні фаху чи підприємства, так і на рівні держави. Отже, надзвичайно актуальною є проблема зміни пріоритетів у визначенні пропорцій у масі знань та умінь, якими повинен володіти майбутній фахівець, усвідомлення ваги математичних знань серед маси всіх знань людини, визначення математичного мислення як складової загальної культури людини для повноцінного життя в сучасному інформаційному суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ще у

17-ому столітті Рене Декарт писав [1]: «До галузі математики відносять науки, в яких розглядаються або порядок, або міра, і зовсім не суттєво, чи будуть це числа, фігури, зірки, звуки або щось інше ...; таким чином, повинна існувати якась загальна наука, яка пояснює все, що відноситься до порядку і міри, не входячи в дослідження ніяких приватних предметів ...». М.В.Ломоносов вважав [1]: «математику вже навіть задля того треба вивчати, що вона розум до ладу приводить». Ще англійський філософ Р.Бекон сказав: «Хто не знає математики, не може дізнатися ніякої іншої науки і навіть не може знати свого невігластва». А. Ейнштейн стверджував [1]: «Серед усіх наук математика користується особливою повагою; підставою для цього є та єдина обставина, що її положення абсолютно правильні й незаперечні, в той час як положення інших наук до деякої міри спірні, і завжди є небезпека їх спростування новими відкриттями». Дійсно, у математиці немає неправди, все має своє місце і строго доводиться. Тільки математика розвиває здатність до логічного мислення, що дозволяє людині жити цікаво і ніколи не нудьгувати.

Проаналізувавши праці [1 - 9] видатних математиків в Україні та світі Р.Декарта, Г.Ф.Вороного, В.М. Глушкова, Ю.Л.Далецького, А.Ейнштейна, М.О. Зарицького, М.П.Кравчука, В.Й.Левицького,

М.В. Ломоносова, Ю.О.Митропольського, А.М.Самойленка, А.В.Скорохода, М.С.Сяввака, М.Остроградського та інших бачимо, що не вирішеною частиною загальної проблеми прийняття успішного управлінського рішення в середовищі економістів є формування у них умінь аналітичного мислення ще за шкільною партою, а також забезпечення їх розвитку під час навчання у ВНЗ на рівнях «бакалавр» і особливо «магістр».

Постановка завдання. Робота присвячена дослідженню ваги математичних знань людини та їх впливу на процеси прийняття успішного управлінського рішення, формуванню ще на рівні школи аналітичного мислення майбутніх фахівців з економіки на прикладі розв'язування задач з параметрами, а також вивченню особливостей формування аналітичного мислення економістів через стійкий інтерес до математики, чітку систему математичних знань, навичок й умінь, потрібних у їхній професії.

Виклад основного матеріалу. Основними джерелами для дослідження ролі математики в житті людини є висловлювання про це видатних людей, а також власний досвід зі школи щодо користі математичних знань в житті. Ще у школі математичні задачі розвивають наше мислення, логіку, вміння групувати предмети, шукати закономірності між явищами і, навіть, приймати певне рішення. Учень, який правильно розв'язує задачі, користується повагою серед однокласників, особливо під час контрольних робіт. Він також успішніший з інших предметів, бо математичне мислення йому допомагає і в цих напрямках. У житті приходиться вирішувати математичні задачі у ВНЗ, на роботі, вдома, наприклад, ймовірність успішного захисту курсової роботи, який об'єм кімнати, скільки потрібно цегли, щоб побудувати будинок тощо. Просте вміння розв'язувати задачі робить життя людини зручним і безпечним.

В економіці росте попит на фахівців із бізнес-аналітики, які володіють глибокими знаннями з фінансів, економіки підприємства, бухгалтерії і, поряд з цим, високими вміннями аналізувати, досліджувати процеси і явища, тобто мислити аналітично. Це вимагає правильно та логічно міркувати, засвоїти навички алгоритмічного мислення. Слід уміти аналізувати, відрізнити гіпотезу від факту, критикувати, розуміти сенс поставленого завдання, схематизувати, чітко висловлювати свої думки, також володіти просторовою уявою, здатністю передбачати результат, шукати шляхи рішення задачі.

Економічний розвиток держави залежить від рівня математичних знань простих громадян, тим більше, економічної еліти. Сучасні науки наскрізь пронизані математичними методами, моделями і концепціями. Особливо впливає на розвиток економіки низький рівень математичної освіти громадян, бо це дозволяє безсоромним політикам, фінансовим ділкам і кримінальним авторитетам маніпулювати ними. Низький рівень математичних знань керівників держав, ТНК, міністрів чи просто урядовців може привести державу до кризи, і створити небезпеку для всього людства. За прикладами далеко не треба ходити. Події за останній 2014 рік в Україні є яс-

кравим прикладом цього: політична та економічна криза, цинічний військовий конфлікт на Сході і Півдні України, фінансові втрати для економік сусідніх держав тощо.

На нашу думку, джерело всіх проблем криється у поганому навчанні у школі, а точніше, вивченні однієї теми: розв'язування рівнянь (систем) з параметрами. Завдання з параметрами відіграють важливу роль у формуванні логічного мислення та математичної культури у школярів, але їх розв'язання викликає у них значні труднощі. Це пов'язано з тим, що кожне рівняння з параметрами це цілий клас звичайних рівнянь, для кожного з яких має бути отримано розв'язок. Рівняння є параметричним, якщо в рівнянні деякі коефіцієнти задані не конкретними числовими значеннями, а позначені літерами, які й називають параметрами. Параметр є фіксованим, але невідомим числом, тому має подвійну природу числа і невідомого. На розв'язок впливають попередні дослідження при розподілі на вираз, що містить параметр, при добуванні кореня парного ступеня з цього виразу тощо. Наприклад, $ax^2 - 2x - 1 = 0$; $7 \cdot 2x + 12 = a + a \cdot 2^x$; $ax \leq 2$.

Розв'язати параметричне рівняння означає знайти значення невідомих величин x, y, z, \dots , що задовольняють цьому рівнянню, де, крім літер, що позначають невідомі, є літери-параметри a, b, c, \dots . З огляду на це, розв'язування одного рівняння передбачає розв'язування нескінченної кількості рівнянь, при чому за одних значень параметрів рівняння може не мати коренів, при інших - мати тільки один корінь, при ще інших - два кореня і т.д. Не будемо заглиблюватися в тонкощі розв'язування параметричних рівнянь, а лише для прикладу розглянемо просте лінійне рівняння із двома параметрами: $ax = b$.

Можливі три випадки: 1) $a \neq 0, b$ - будь-яке дійсне число, тоді рівняння має єдиний розв'язок: $x = b/a$; 2) $a = 0, b = 0$, тоді рівняння набуває вигляду $0x = 0$ і розв'язками будуть всі $x \in \mathbb{R}$; 3) $a = 0, b \neq 0$, тоді рівняння $0x = b$ - розв'язків не має. У зв'язку з цим, усі розглянуті випадки треба відобразити у записі відповіді. Часто у відповіді наводять всі раніше отримані результати, зберігаючи при цьому всі етапи розв'язання.

Це перші навички побудови моделі розв'язку, які найбільше використовують в економіці при прийнятті успішного управлінського рішення. Математичне моделювання, яке є обов'язковим етапом для прийняття управлінського рішення, покладено в основу успішних проектів та програм розвитку національних економік світу. Однак, сьогодні в Україні математичне моделювання, як і математика, опинилися за межами необхідності для ринкових перетворень. Унаслідок цього, відбувається скорочення обсягів кредитів, які відводяться для вивчення математичних дисциплін. Практично відсутні ці предмети на рівні магістра, не входять і до програми навчання в аспірантурі. Інформаційний голод на сучасні наукові джерела з математики посилюється високими цінами на ці публікації і в книгарнях, і в мережі Інтернет. Формування фахівців вищої кваліфікації з економіки ускладнене ще й еміграцією провідних вчених і

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

викладачів у країні, де вищий рівень життя й зарплати. Зниження загального рівня математичної освіченості та математичної культури у суспільстві перетворює людину з господаря комп'ютера в його прислугу і навіть раба. Нас чекає втілення в життя наукової фантастики про кібер-війни. Сучасна математика поєднує в собі різноманітні галузі знань, вирішує проблеми, які досі не вирішувалися класичним апаратом засобів. Так, у монографії [10] проф. Сявавко М.С. досліджує приховані можливості математики, які полягають у застосуванні теорії нечітких множин до задач із нечіткими вхідними даними.

Такі глобальні процеси як соціально-економічні кризи вимагають високого рівня знань з математики у всьому суспільстві, тому цьому має слідувати посилення ролі і ваги математики в системі шкільної і вузівської освіти, а це підвищує вимоги до підготовки вчителів та викладачів з математики. Незрозумілим явищем є поділ класів і груп для вивчення мов, тоді як для вивчення математики цього не проводиться. Навчально-методична література готується самвидавом, а тут потрібні висококваліфіковані редактори, професійний набір формул, виразів, рівнянь. Система оцінювання випускних та вступних іспитів з математики у формі тестів не підвищує, а навпаки, знижує рівень знань опитуваних. Встановлено у дослідженнях ЮНЕСКО [11], що єдина з розвинених країн світу США, де максимально застосовується тестова система оцінювання, перебуває на останніх місцях за якістю математичної освіти.

Тому, слід рекомендувати: 1) розширити кількість годин з математики; 2) видавати масовими тиражами базові підручники для середньої і вищої школи; 3) фінансово підтримати видання методичної літератури для вчителів і студентів; 4) оголосити канікули на зміни для навчальних планів і програм з математики.

Отже, у процесі прийняття успішного управлінського рішення сучасна математика відіграє ключову роль. Сьогодні немає такого розділу економіки, де б не використовувалися математичні поняття, методи і моделі. Математика сприяє розвитку людського інтелекту за рахунок формування аналітичного розуму і здатності до самостійного мислення, що є вкрай важливим при прийнятті управлінського рішення.

Висновки

Отже, у роботі досліджено вагу математичних знань та їх вплив на процеси прийняття успішного управлінського рішення, які формують розвиток економіки України. Досліджено зв'язки між формуванням аналітичного мислення фахівців з економіки і навиками розв'язування задач з параметрами в школі. Рекомендовано формувати ще на рівні школи навика аналітичного мислення майбутніх фахівців з економіки через стійкий інтерес до математики, чітку систему математичних знань, навичок і умінь, потрібних у майбутній професії економіста.

Перспективи подальших розробок. Роботу над дослідженням ваги математичних знань у загальній

освіті молоді слід продовжити на рівні державних урядовців і керівників наукових установ, проте це завдання під силу тільки науковим та державним установам, які мають відповідні повноваження та важелі впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Математика України [Електронний ресурс]. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-2962-2.html>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр. - Перевірено: 16.01.2009.

2. Національна академія наук = National Academy of Sciences of Ukraine [Електронний ресурс]: головний портал. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/Person/G/PublishingImages/Glushkov.gif>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: англ., укр. - Перевірено: 16.01.2009.

3. Національна академія наук = National Academy of Sciences of Ukraine [Електронний ресурс]: головний портал. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/Person/D/PublishingImages/Daletskiy.gif>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: англ., укр. - Перевірено: 16.01.2009.

4. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» [Електронний ресурс]. - Електрон. дані. - Режим доступу: http://www.ntu-kpi.kiev.ua/gallery/albums/userpics/10001/7028_mitropolsky.jpg. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр. - Перевірено: 16.01.2009.

5. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» [Електронний ресурс]. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.ntu-kpi.kiev.ua/newspaper/702-8.php>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр. - Перевірено: 16.01.2009.

6. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» [Електронний ресурс]. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.ntu-kpi.kiev.ua/gallery/albums/newspaper-2008/801-7-samoilenko.jpg>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр. - Перевірено: 16.01.2009.

7. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» [Електронний ресурс]. - Електрон. дані. - Режим доступу: <http://www.ntu-kpi.kiev.ua/newspaper/801-7.php>. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр. - Перевірено: 16.01.2009.

8. Скороход Анатолій Володимирович [Електронний ресурс]: [Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії]. - Електрон. дані. - Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Скороход_Анатолій_Володимирович. - Загол. з титул. екрану. - Мова: укр., рос., англ. та ін. - Перевірено: 20.03.2009.

9. М.В.Шмигевський, „Видатні математики”, Харків, „Основа”, 2004.

10. Сявавко М.С, Рибицька О.М. Математичне моделювання за умов невизначеності. — Львів: Вид-во «Українські технології», 2000 р. — 320 с.

11. The UNESCO Institute for Statistics (UIS). - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/default.aspx>

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК

Соколов Алексей Павлович

кандидат экономических наук,

доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа, финансов и налогообложения

Академии права и управления ФСИН России

Гарбар Тарас Владимирович

адъюнкт кафедры экономики и менеджмента

Академии права и управления ФСИН России

Российская Федерация, г. Рязань

Аннотация: Агропромышленный комплекс достаточно длительный период пребывающий в кризисной ситуации в данное время не способен выполнить свои стратегические функции по обеспечению населения качественными продуктами питания. В целях скорейших мер по совершенствованию дано отрасли необходимо предложить новые механизмы планирования, прогнозирования, которые позволят скоординировать деятельность органов государственной власти в своей политике. В статье рассматриваются основные понятия индикативного планирования, предложено авторское видение понятия «индикативное планирование». Предложены инструменты и система индикативного планирования на региональном уровне.

Ключевые слова: регион, АПК, индикатор, стратеги, концепция, программа, система планирования.

Агропромышленный комплекс страны является и остается стратегической отраслью экономики, которая в последнее время испытывала значительные трудности, в виду внешних и внутренних факторов воздействующих на экономику страны и региона в целом. На сегодня органы государственной власти задумались о необходимости решения данной задачи. Целью, которой должно стать обеспечение населения продуктами питания собственного производства, создание современного производства в отрасли, а это все невозможно решить без участия аграрного сектора. Политикой органов управления региона должна стать сформированная стратегия развития отрасли, а также ее реализация планомерная.

Реализация государственных стратегий, концепций и программ направленных на развитие АПК территорий должна происходить с помощью такого инструмента как стратегическое планирование. Одним из механизмов данного вида планирования является нормативная база индикативного планирования.

Прежде чем приступить к рассмотрению особенностей стратегического индикативного планирования аграрного сектора на уровне региона необходимо проанализировать общее понятие данного механизма.

В настоящее время имеется несколько подходов к определению понятия индикативное планирование,

фокусирующие различные его стороны и функции с использованием опыта зарубежных стран [1]. Анализ подходов к определению понятия индикативного планирования представлен в таблице 1.

Таблица 1

Определения индикативного планирования

Подход	Сущность
Б.А. Райзберг Л.Ш. Лозовской Е.Б. Стародубцева	Индикативное планирование (от лат. «indicator» - указатель) - недирижерное, советующее, ориентирующее планирование на государственном уровне. Это способ регулирования экономических процессов с помощью определения рекомендуемых целей развития производства и создания государством финансовых и других стимулов для тех коммерческих фирм, которые соглашаются действовать в соответствии с государственными рекомендациями [2].
В. Дудкин, Ю. Петров	Процесс формирования системы параметров, характеризующих состояние и развитие экономики страны, соответствующее государственной социально-экономической политике, и установление мер государственного воздействия на социальные и экономические процессы с целью достижения указанных индикаторов.
С.А. Агапцов	Ориентирование частных предприятий на выполнение задач, формулируемых государством. Основная функция индикативного планирования – информационно-ориентирующая, по сути выступающая и как мотивационная [3]
О.В. Козловская [4]	Индикативное планирование предполагает

Объединяя и обобщая выше перечисленные принципы индикативного планирования можно сформулиро-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

вать авторское определение. Индикативное планирование – механизм координации интересов всех субъектов управления экономикой, с применением рыночных и государственных инструментов саморегулирования, основанного на индикаторах социально-экономического развития, целевых программах, при использовании процедуры интегрально-вертикального согласования на всех уровнях управления в рамках государственно-частного партнерства, а также с определением ресурсов и мер поддержки участникам плана [8].

Исходя из определения индикативного планирования в основу методологии должна быть положена концепция устойчивого воспроизводства и сбалансированного саморазвития многоресурсных систем региона.

Индикаторы должны отражать экономические, социальные и экологические аспекты удовлетворения потребностей современного поколения без ограничения потребностей будущих поколений по удовлетворению собственных потребностей. Чтобы развитие могло считаться устойчивым, оно должно осуществляться с учетом достижения экономического роста, но при обеспечении его сбалансированности с потребностями общества по улучшению качества жизни и предотвращению деградации окружающей среды.

Индикаторы на региональном уровне предназначены для решения задач, представленных в табл. 2.

Таблица 2
Задачи индикаторов на региональном уровне

Задача	Описание
Определение целей	Выявление в количественной форме конкретных целей социально-экономической политики региона. Разработка стратегий регионального развития. Прогнозирование эффекта от плановых мероприятий.
Управление	Мониторинг достижения целей регионального развития. Оценка достигнутого результата. Оценка эффективности ранее используемой политики. Информация для планирования, прогнозирования и принятия решений региональными властями. Повышение качества управленческих решений на региональном уровне с учетом позиций и интересов различных групп населения.
Оценка положения региона в стране и мире	Взаимоотношения региона с международным сообществом, привлечение иностранных инвестиций, программ, грантов. Межрегиональные сравнения, обоснования трансфертов.
Участие общественности	Информирование, обучение, взаимосвязь с обществом и отдельными группами. Привлечение общественности к участию в гражданской деятельности.

Мировой и российский опыт показывают, что индикаторы должны, по возможности, удовлетворять также следующим критериям:

- возможность использования на региональном и федеральном уровнях;
- понимаемы и иметь однозначную интерпретацию для лиц, принимающих решения;
- иметь количественное выражение;
- опираться на имеющуюся систему национальной статистики и не требовать значительных издержек для сбора информации и расчетов;
- возможность оценки во временной динамике;

- желательное сквозное представление по уровням (федеральный, региональный, районный) и секторам;
- соответствовать действующим особенностям принятия решений;
- репрезентативность для международных сопоставлений;
- иметь ограниченное число и др. [9].

Обязательность же или лишь информационный характер конкретных индикаторов зависят не от названия планового документа, а от заложенных механизмов их реализации [10].

Все перечисленные выше особенности индикаторов в процессе планирования допустимы и относятся к отрасли АПК региона.

В числе важнейших принципов построения этой системы на уровне аграрного сектора экономики региона (которая еще не в полном объеме сформирована) можно выделить следующие:

1. Исходным пунктом разработки перспективной стратегии АПК региона служит долгосрочное и долгосрочное прогнозирование демографического, экономического, инновационно-технологического, экологического, территориального и внешнеэкономического развития территории с учетом общероссийских тенденций. Разработка таких прогнозов – дело ученых и экспертов-профессионалов, но финансирование разработки прогнозов и использование полученных результатов – обязанность центральных государственных структур.

2. Долгосрочные прогнозы необходимо публиковать и подвергать обсуждению, отбирая со временем те методологии и те коллективы, которые дают прогнозные траектории наиболее близкие к реальной динамике. Однако государственные служащие, как правило, не должны непосредственно участвовать в разработке долгосрочных прогнозов, чтобы не навязывать независимым ученым свои ведомственные интересы.

Однако исследования и практика ведущих ученых России и зарубежных стран показывает на необходимость формирования системы программного управления устойчивостью социально-экономических систем, без которого применение индикативного планирования в АПК не принесет какого-либо ощутимого эффекта. В данном случае необходимо соблюдать следующие принципы: долгосрочность, приоритетность социальных и экологических задач сотрудничества всех участников отношений в АПК.

Общую систему стратегического регулирования аграрного сектора экономики иллюстрирует структурная схема, представленная на рис. 1.

Подводя итог можно сделать вывод, что совершенствование механизмов планирования регионального развития АПК становится одним из наиболее актуальных вопросов в данной отрасли. На федеральном и региональном уровнях началось активное использование новых инструментов планирования аграрного сектора. В их числе прогнозы, планы стратегического развития, федеральные и областные целевые программы, комплексные планы развития и т.п. Однако они не взаимос-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

в'язаны между собой и не опираются на согласованную (единую) нормативную правовую базу, до настоящего времени отсутствует необходимый общепринятый методологический инструментарий.

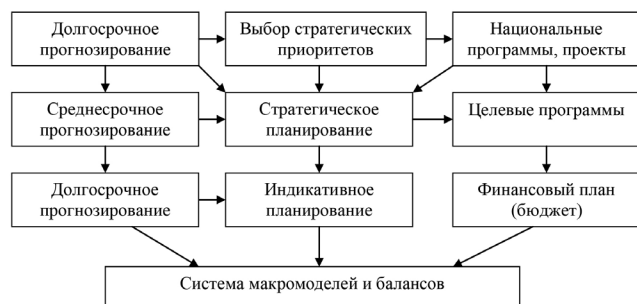


Рис. 1. Система стратегического регулирования социально-экономического развития региона (применительно для отрасли АПК)

В регионах четко обозначилась потребность в постановке принципиально новой задачи – создания целостной системы планирования развития агропромышленного сектора региона, для решения которой сложились и необходимые предпосылки. Указанная система должна упорядочить на единой нормативной правовой основе все виды планирования (включая прогнозирование) регионального развития и весь набор известных и применяемых для этого инструментов.

Для того чтобы, разработать действенную методику региональной политики в данной сфере, необходимо провести плавный переход от централизованной командно-административной к рыночной экономики, пытаться учесть специфику каждого региона, развивать местное самоуправление, предпринимательство, решать проблемы социального характера и рационального использования природных ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Российский экономический журнал. № 7-1998 г. В Дудкин, Ю. Петров «Индикативное планирование – механизм координации деятельности государственных и негосударственных субъектов управления экономикой»
2. Современный экономический словарь. / Под ред. Райзберга Б. А., Лозовского Л. Ш., Стародубцевой Е. Б., 1998, с. 134
3. Агапцов С.А. Индикативное планирование как основа стратегического развития промышленного предприятия. Монография. [Текст] / Агапцов С.А. – М.: Высшая школа, 2010, с. 18.
4. Козловская О. В. Проектирование индикаторов и показателей системы управления регионом на основе зарубежного опыта / О.В. Козловская // Аваль. – 2006. – № 1. – С. 3-8.
5. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: Учебник [Текст] / Б.Н. Кузык, В.И. Кушлин, Ю.В. Яковец. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008, 121 с.

6. Петров А.Н. Индикативное планирование: теория и пути совершенствования [Текст] / А.Н. Петров. – СПб.: Знание, 2000. – С. 14

7. Нагоева Д. Ш. Сценарно-индикативное планирование в стратегическом управлении развитием экономических систем мезоуровня: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05. - Майкоп, 2006. - 161 с.

8. Васильева, Л.П.: Управление социально-экономическим развитием региона: сценарно-индикативное прогнозирование и планирование: монография [Текст] / Л.П. Васильева, А.П. Соколов – НОУ ВПО «Вологод. ин-т бизнеса», – Вологда : Садогород, 2013

9. С.Н. Бобылев. Индикаторы устойчивого развития: региональное измерение. Пособие по региональной экологической политике. – М.: Акрополь, ЦЭПР, 2007. – С.11.

10. Рыбаков Ф. Принципы и инструменты экономической политики. [Текст] / Ф. Рыбаков // Экономист. – 2011. – № 4. – С. 27.

ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

к.е.н., доц. Федотова І.В., Ващенко І.В.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація: В даній статті розглядаються підходи щодо визначення доцільності впровадження аутсорсингу на підприємстві. На основі існуючих підходів до оцінки впровадження аутсорсингу, запропоновано матрицю доцільності використання аутсорсингу на підприємстві. Представлена матриця дозволяє визначити яку стратегію повинно обрати підприємство, порівнявши кожний окремий бізнес-процес за параметрами важливості бізнес-процесу та можливостей підприємства. Запропонований підхід до визначення доцільності аутсорсингу може бути використаний в різних організаціях. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність на ринку, що призведе до збільшення частки на ринку товарів або послуг і максимізації прибутку підприємства.

Ключові слова: аутсорсинг, бізнес-процес, матриця аутсорсинга, повний аутсорсинг, частковий аутсорсинг, інсорсинг.

EVALUATION THE FEASIBILITY OF IMPLEMENTING OF OUTSOURCING AT THE ENTERPRISE

Abstract: This paper deals with approaches to determining the appropriateness of outsourcing at the enterprise. Based on existing approaches to assess the feasibility of outsourcing, proposed the matrix of outsourcing feasibility at the company. Submitted matrix allows to define what strategy should choose the company by comparing each individual business process for parameters such as importance and possibilities of the enterprise. The approach to determining the feasibility of outsourcing can be used in a variety of organizations. This will increase competitiveness to the market, which will increase the market share of products or services and maximizing profits.

Keywords: outsourcing, business process, matrix of outsourcing, full outsourcing, partial outsourcing, insourcing.

Постановка проблеми. В сучасних ринкових умовах, які характеризуються нестабільністю, великою конкуренцією, наслідками фінансово-економічної кризи, слід шукати нові методи управління. Зміна в формах і методах управління підприємством переслідує мету фундаментального переосмислення і радикальної трансформації бізнес-процесів для підвищення ефективності діяльності підприємства. В якості однієї з альтернатив традиційним методам управління виступає аутсорсинг, який дозволяє використовувати сильні сторони учасників економічних відносин, досягати необхідні конкурентні переваги за рахунок можливості кожної із сторін виконувати ті функції, в яких вона найбільш досягає успіху, а також вирішувати стратегічно важливі завдання. Аутсорсинг – це процес цілеспрямованого виділення деяких неосновних бізнес-процесів (систем, функцій) та делегування їх реалізації зовнішньому постачальнику послуг, що спеціалізується у відповідній області, на основі довгострокових відносин для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Перед підприємством виникає завдання визначити доцільність впровадження аутсорсингу на підприємстві та визначити бізнес-процеси, які необхідно передати на аутсорсинг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впровадження аутсорсингу на підприємстві повинно проводитися комплексно, незалежно від специфіки підприємства чи організації. Дослідженню впровадження аутсорсингу на підприємстві присвячені праці таких авторів, як Курбанов А.Х. [3], Хлебніков Д. [10], Митрофанова Е. [5], Очнев В.В. [8] та інших. Існує багато публікацій присвячених використанню, впровадженню аутсорсингу в різні галузі виробництва. Сьогодні існує багато методик визначення доцільності аутсорсингу, а саме економічних та графічних. Найбільш наочними є матричні методи оцінки доцільності використання аутсорсингу, в яких автори виділяють наступні показники, представлені в таблиці 1.

В матриці аутсорсингу, розробленою Курбановим А.Х. [3] оцінюються два показники: рівень ефективності системи та індекс доцільності аутсорсингу/ інсорсинга. Обидва показники на початковому етапі аналізу визначаються для поточної конфігурації розглянутої системи. Індекс доцільності має бути інтегральним показником, який включає кількісні та якісні показники виконання окремих функцій. Такими показниками може виступати рівень задоволення попиту, строк виконання, рівень витрат та кваліфікація персоналу. Ефективність системи та її підсистем оцінюється до використання стратегії аут-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

сорсингу та прогнозоване значення, яке може бути досягнення після передачі неосновних бізнес-процесів на аутсорсинг. Недоліком матриці аутсорсингу є те, що вона не дозволяє поглянути на підприємство в цілому, комплексно, що утруднює ефективне проектування та впровадження системи управління, проте вона є простою у застосуванні та універсальною.

Таблиця 1
Показники оцінки доцільності впровадження аутсорсингу

Моделі та матриці аутсорингу	Показники оцінки доцільності впровадження аутсорингу
Матриця Курбанова А.Х. [3]	<ul style="list-style-type: none"> рівень ефективності системи індекс доцільності аутсорсингу/інсорсинга.
Матриця Хлебнікова Д. [10]	<ul style="list-style-type: none"> Стратегічна важливість; Якість компетенцій/ робіт/результатів у порівнянні з наявними на ринку.
Матриця Митрофанової Е. [5]	<ul style="list-style-type: none"> якість вартість реалізації аутсорсингу
Модель BCG (Ш. Дертнінг) [5]	<ul style="list-style-type: none"> стратегічний вплив, фінансовий вплив, бізнес-вплив, бізнес-ризик, здійсненість
Модель McKinsey [10]	<ul style="list-style-type: none"> прибутковість непрофільних активів; залученість в технологічний ланцюжок по створенню цінності для споживача.
Модель IBS [5]	<ul style="list-style-type: none"> стратегічні пріоритети; економічна ефективність; керованість послуг; надійність ризик
Комплексна матриця аутсорингу непрофільних бізнес-функцій організації Очнев В.В. [8]	<ul style="list-style-type: none"> стратегічна важливість; ризик; вартість; якість.

Матриця аутсорсингу, яку запропонував Д. Хлебніков [10], також є достатньо простим і зручним інструментом двофакторного аналізу, але дозволяє більш глибоко розкрити причини і цілі переходу на аутсорсинг, поєднуючи у собі два інструменти: матрицю BCG (Boston Consulting Group), що показує вплив на бізнес-портфель двох факторів зростання – обсягів продажу і частки ринку, і кращі показники з двофакторного аналізу від McKinsey і PriceWaterhouseCoopers. Аналіз виконують за двома основними факторами: по вертикалі вимірюють три рівні вектору стратегічної важливості, а по горизонталі – рівні компетенції у порівнянні з конкурентами і ринком взагалі.

Матриця для допоміжних бізнес-функцій, яку запропонувала Е. Митрофанова [5], в якості критеріїв оцінки пропонує враховувати якість та вартість реалізації аутсорсингу.

При використанні матриці цільових перевірок доцільності аутсорсингу розглядається в розрізі чотирьох найбільш важливих аспектів:

- стратегічні пріоритети;
- економічна ефективність;
- керованість послуги, переданої на аутсорсинг;
- надійність і ризики.

Основна складність полягає в зборі й оцінці ринкової інформації про якість та вартість послуг, які компанія розглядає як можливі для виділення на аутсорсинг.

З вище наведеного, можна сказати, що автори виділяють різні показники, які необхідно враховувати при визначенні доцільності впровадження аутсорсингу на підприємстві. Водночас, існуючі методи не передбачають аналізу повного набору критеріїв, які дають змогу

прийняти обгрунтоване рішення щодо передачі функцій або бізнес-процесів на аутсорсинг. Таким чином, всі розглянуті методики не забезпечують всебічної оцінки бізнес-процесів, та не можуть використовуватися як інструмент для прийняття рішення керівниками щодо впровадження аутсорсингу в діяльність підприємства в повній мірі.

Постановка завдання. Метою статті є розробка методичних основ оцінки доцільності впровадження аутсорсингу на підприємстві, що охоплюють всі можливі стратегічні дії щодо обраних бізнес-процесів підприємства.

Вклад основного матеріалу. Визначення доцільності аутсорсингу на виконання певного бізнес-процесу пропонується визначити за допомогою матриці. Проведений аналіз засвідчив, що матричні методи – найбільш розповсюджені методи оцінювання доцільності передачі функцій та бізнес-процесів на аутсорсинг. До їх переваг відносять простоту та наочність аналізу, наявність визначених альтернатив, якісні критерії оцінювання, що особливо важливо в умовах, коли більшість осіб, що приймають рішення про перехід на аутсорсинг, не мають спеціальних знань у галузі економічного моделювання.

Наочне визначення типу аутсорсингу або іншої стратегії підприємства пропонується проводити на основі побудови матриці доцільності впровадження аутсорсингу в діяльність підприємства (рис. 1).

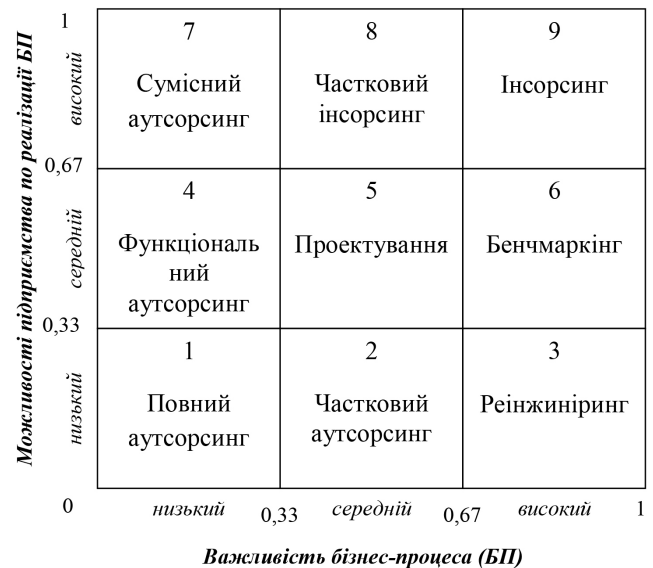


Рисунок 1 – Матриця доцільності впровадження аутсорсингу в діяльність підприємства

Матриця будується у двовимірній площині, утвореної показниками можливостей підприємства з реалізації бізнес-процесу, на яку наносяться координати підсумкових інтегрованих показників, та важливості бізнес-процесу. Виходячи з того, що значення показників варіюються від 0 до 1, то проводиться розподіл осей матриці на три рівні частини - високий, середній і низький рівень. Ґрунтуючись з того, в який сектор матриці потра-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

пив бізнес-процес, пропонується обирати найоптимальнішу стратегію підприємства.

Можливості підприємства з реалізації бізнес-процесів пропонується проводити за такими напрямками:

- вартість виконання бізнес-процесу;
- якість бізнес-процесу;
- ресурси, необхідні для виконання бізнес-процесу;
- показники пріоритетності бізнес-процесів.

Важливість бізнес-процесу визначається за допомогою матриці співставлення ключових факторів успіху (КФУ) і бізнес-процесу (БП). Кожному КФУ присвоюється ваговий коефіцієнт, що характеризує його важливість; відповідність кожного БП критерієм важливості оцінюється за будь-якою шкалою, і розраховується кінцевий коефіцієнт як сума сил відповідностей БП по всіх КФУ [2].

Якщо бізнес-процес, який підлягає оцінці, за параметром «можливості підприємства з реалізації бізнес-процесу» та за параметром «важливість бізнес-процесу» має низький рівень оцінки, то необхідно використовувати повний аутсорсинг.

При повному аутсорсингу можливості аутсорсера набагато вище ніж можливості підприємства на виконання бізнес-процесу. Сутність повного аутсорсингу полягає у тому, що на весь період дії контракту весь штат співробітників, а інколи і активи підприємства від основної діяльності, такі як інформаційна технологія або фінанси, переходять у розпорядження аутсорсера.

Частковий аутсорсинг використовується тоді, коли важливість виконання бізнес-процесу та можливості підприємства мають середній та низький рівень відповідно. Частковий аутсорсинг – фірма передає тільки частину своїх певних завдань, наприклад, програмування WEB-сайту, а розробка всієї стратегії, її впровадження в практику залишаються як і раніше внутрішньою справою. При використанні часткового аутсорсингу можливості підприємства не дуже високі, але й можливості аутсорсера знаходяться на середньому рівні.

При високій важливості бізнес-процесу та низьких можливостях підприємства, слід проводити реінжиніринг.

Реінжиніринг – це спосіб кардинальної перебудови бізнес-процесів у компанії, який проходить з кардинальними якісними змінами в діяльності конкретного підприємства, які відзначаються стрибкоподібним перепроєктуванням елементів фінансової, виробничої, маркетингової, логістичної, ресурсної, кадрової, інформаційної, екологічної складових організаційно-економічного механізму підприємства і включають адаптацію підприємства до ринкового середовища, що змінюється [9].

Функціональний аутсорсинг – передача зовнішнім виконавцям окремих функцій. Наприклад, бухгалтерський облік, фінансово-господарське планування або окремі його елементи, маркетинг, охорона, реклама та ін. Даний вид аутсорсинг слід використовувати, коли важливість бізнес-процесу на підприємстві низька, а можли-

вості підприємства середні.

Бенчмаркінг – це процес удосконалення (безперервний пошук нових ідей, їх адаптація та використання на практиці), що передбачає розвиток у підприємства прагнення до безперервного поліпшення; метою бенчмаркінгу є поліпшення об'єкта порівняння, його основних показників; еталоном порівняння можуть бути як підприємства-конкуренти, так і еталони моделі аналізованої організації [2].

Проектування – це пошук способу, який задовольняє вимогам функціональності системи (процесу) засобами наявних технологій з урахуванням заданих обмежень [4].

Сумісний (спільний) аутсорсинг – це така форма взаємодії, за якої замовник може співпрацювати одразу з декількома аутсорсерами. Варто зазначити, що окремі автори використовують цей термін, для опису аутсорсингових операцій, за яких сторони угоди є бізнес-партнерами.

Інсорсинг – поняття, протилежне аутсорсингу, і визначається як делегування функцій або операцій окремому внутрішньому підрозділу, який спеціалізується на цій операції. Інсорсинг – це бізнес-рішення, яке часто приймається з метою підтримки контролю над процесом створення важливого продукту або ключовою компетенцією. Для надання послуг виділяється самостійний підрозділ з автономним управлінським обліком і окремим бюджетом. Надання послуг проводиться на основі системи формальних чи напівформальних угод між службою та бізнес-підрозділами та передбачає використання певної системи тарифів на надавані послуги. Інсорсинг є однією з можливостей практичної реалізації стратегії диверсифікації і забезпечує організації стратегічні переваги шляхом освоєння і розвитку нових функцій або напрямів діяльності.

Запропонована матриця оцінки доцільності використання аутсорсингу на підприємстві дозволить не тільки всебічно оцінити бізнес-процес та можливості по його реалізації на підприємстві, але й прийняти обґрунтоване рішення щодо подальшої долі обраного бізнес-процесу. При оцінці бізнес-процесів можливо прийняти рішення – зосередити власні ресурси на його поліпшення або залучити сторонню організацію для повного чи часткового виконання БП. Це дозволить підвищити ефективність бізнес-процесів, продуктивність праці, а також створити передумови для модернізації і зростання підприємства, збільшити конкурентоспроможність на ринку, що призведе до збільшення частки на ринку товарів або послуг і максимізації прибутку підприємства.

Висновки. Таким чином, була удосконалені методичні основи оцінки доцільності використання аутсорсингу на підприємстві. За допомогою запропонованої методики можливо оцінити важливість бізнес-процесу для підприємства та власні можливості підприємства для його виконання, та на основі використання матриці доцільності аутсорсингу, визначити пріоритетну стратегію для обраного бізнес-процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бармаков Б. Роль информационного обеспечения в управлении компании / Б. Бармаков // Режим доступа до журн.: http://www.finexpertiza.ru/articles/dataware_role_in_management/index.html
2. Криворучко О.М. Вибір методів поліпшення бізнес-процесів на підприємстві / О.М. Криворучко, Ю.О. Сукач // Економіка транспортного комплексу. – 2012. – №20. – С. 7-22
3. Курбанов А.Х. Аутсорсинг: история, методология, практика / А.Х Курбанов, В.А. Плотников. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 112 с.
4. Лелюк В.О. Проектування інформаційних систем: робоча програма / В.О. Лелюк, І.Т. Карпалюк. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 24 с.
5. Митрофанова Е. Как оптимизировать бизнес-модель компании / Е. Митрофанова // Финансовый директор. – 2005. – №7-8. – С. 25-32
6. Микало О.І. Застосування аутсорсингу на промислових підприємствах: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.І. Микало. – К., 2012. – 22 с.
7. Мухина И.С. Анализ существующих подходов к оценке эффективности использования аутсорсинга / И.С. Мухина // Корпоративное управление. – 2008. – № 6. – С. 111-114.
8. Очнев В.В. Развитие сбалансированных технологий менеджмента на основе инструментов аутсорсинга / В.В. Очнев, Р.В. Нуждин // Вестник ЦИРЭ. - 2007. – №1. – С.17-21.
9. Таранюк Л.М. Науково-понятійний апарат реінжинірингу бізнес-процесів підприємства / Л.М. Таранюк // Механізм регулювання економіки, 2009. – № 4. – Т. 1. – С. 97-104.
10. Хлебников Д. Матрица аутсорсинга / Д. Хлебников // Стратегии. – 2005. – № 11. – С. 35-40

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО МІСЦЯ ПЕРСОНАЛУ: УВАГА АБО ВТОРГНЕННЯ В ПРИВАТНИЙ ПРОСТІР ПРАЦІВНИКА

Фисунова Галина Сергеевна,

аспірант Белгородского университета кооперации, экономики и права

Аннотация: Первичным звеном производственного процесса в создании материальных ценностей является рабочее место сотрудника. Систему организации рабочего места по праву можно считать показателем организованности всего предприятия, так как она характеризует качество и согласованность работы всех служб и подразделений организации.

В статье проанализирован процесс совершенствования организации рабочих мест.

Ключевые слова: рабочее место, персонал, аттестация рабочего места, планирование рабочего места, производительность труда.

Abstract: The primary element of the production process in the creation of wealth is a workplace employee. Workplace organization rightly considered an indicator of the enterprise organization, is it characterizes the quality and quality and consistency of all services and departments of the organization.

The article analyzes the process of improving the organization of the workplace, the major factors that determine the requirements for workplace organization personnel.

Key words: workplace certification of personnel planning workplace productivity in the workplace.

Термин «ergonomia» (эргономия) впервые был использован польским ученым Войцехом Ястшембовским в 1857 году в его работе «План эргономики, т. е. науки, основанной на истинах, взятых из естественных наук» [6].

Спустя столько времени изучение эргономики остается все так же актуально, а проблемы организации рабочего места порождают немалое количество дискуссий в данной области.

Организация рабочего места – совокупность мероприятий по оснащению рабочего места средствами и предметами труда и их размещению в определенном порядке.

Цель рационального размещения персонала состоит в том, чтобы уменьшить время, необходимое для выполнения работы, устранить ненужные перемещения служащих, обеспечить хорошие условия труда и уменьшить напряжение и утомляемость сотрудников, наиболее экономно использовать площади и максимально повысить производительность труда персонала.

Можно выделить следующие основные виды планировки помещений:

1. Кабинет. При которой структурные подразделения и производства размещаются на отдельных этажах здания, а отделы и службы в отдельных комнатах (от 4 до 30 человек). Достоинством системы является создание творческой обстановки и комфортных условий для малых групп сотрудников, а недостатком – увеличение затрат на отопление и освещение и удлинение документопотоков.

2. Зал. При которой структурные подразделения размещаются в больших залах здания с количеством сотрудников более 100 человек. Эти помещения обяза-

тельно оборудуются искусственным освещением, кондиционерами, звукоизоляцией. Их достоинством является снижение затрат на строительство и эксплуатацию помещений, уменьшение площадей на 1 служащего. Недостатком является невозможность создания интимной творческой обстановки, особенно для ученых, руководителей, избыточный шум в зале.

3. Ячеистый тип планировки. При которой в большом зале размещаются сотрудники, а помещения для руководителей формируются с помощью специальных передвижных перегородок из рифленого стекла высотой 1,5 – 2,0 метра. Применение перегородок создает благоприятную обстановку для сотрудников отдела, у которых своя «ячейка». В то же время руководитель может свободно наблюдать за работой отдела, дисциплиной труда. Эта система широко применяется в крупных западных компаниях.

Основные направления совершенствования организации рабочих мест включает в себя решение вопросов, связанных в первую очередь с содержанием труда работника, оснащением и планировкой рабочего места, рабочей позой, формами организации труда, приемами и методами труда, способами обслуживания рабочего места [1].

Чем уже состав функциональных обязанностей, тем лучшие условия создаются для приобретения рабочими прочных производственных навыков и автоматизма в выполнении рабочих операций, что позволяет сократить затраты времени и энергии на их выполнение, приводит к специализации рабочего места.

Анализ рабочего места – дифференцирование рабочего места, с одной стороны, через деятельность, которая на нем происходит, а с другой – через требования по отношению к образованию, опыту и ответственности,

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

необходимые для успешного выполнения деятельности на этом месте.

Известно, что человек в среднем проводит треть своей сознательной жизни на трудовом месте, важность правильной, рациональной организации рабочего места сотрудника играет огромную роль. Поэтому стоит продумать абсолютно все, начиная от планировки и до дизайна мебели рабочего места, так как, производительность труда, настроение и здоровье персонала прямо пропорционально зависят от организации рабочих мест.

Рабочее место это та зона трудовой деятельности человека или часть производственной площадки (пространства), которая должна быть оснащена необходимым оборудованием, приспособлениями, инструментами и материалами для выполнения предусмотренных технологией работ или операций [2].

Повышение уровня специализации рабочего места существенно влияет на условия его организации: позволяет оснащать высокопроизводительным специальным оборудованием, ограничивая номенклатуру организационной и технологической оснастки и тем самым сокращать потребность в производственной площади, более широко применять рациональные методы и приемы труда, сокращать время на подготовительно-заключительные и вспомогательные работы и т.д.

Уровень специализации рабочего места характеризуется коэффициентом специализации рабочего места, который определяется по следующей формуле [3]:

$$K_{с.р.м.} = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{t}, \quad (1.18) \quad (1)$$

где: $\sum_{i=1}^n t_i$ - сумма затрат времени по всем переходам (или технологически неделимым операциям), выполняемым на рабочем месте сек., мин., ч.

n - число переходов (или технологически неделимых операций), входящих в состав организационной операции на рабочем месте;

t - общая затрата времени на обработку изделия (трудоемкость обрабатываемого изделия), сек, мин, ч.

Специализация рабочих мест возможна при различных видах работ, индивидуальных и групповых, ручных и механизированных, в условиях единичного, серийного и массового производства, при одностаночном и многостаночном обслуживании.

Осуществляя мероприятия по повышению уровня специализации рабочих мест, следует учитывать некоторые ограничительные условия, предъявляемые современной наукой и практикой к степени допустимого разделения труда, превышение которого приводит к монотонности и снижению творческого характера труда.

Правильное определение профиля рабочего места и его специализации, круга выполняемых технологических операций позволяет перейти к выбору его оснащения.

Оснащение рабочего места - это обеспечение его основными видами производственного оборудования (станки, машины, агрегаты и др.) необходимой техноло-

гической и организационной оснасткой рабочей мебелью.

Оснащение рабочего места должно соответствовать выполняемым на нем работам и обеспечивать максимальную экономию трудовых затрат, облегчать труд рабочего, быть удобным и безопасным. Оснащение рабочего места включает основные виды технологического и вспомогательного оборудования, технологическую и организационную оснастку, техническую документацию [4].

При организации рабочих мест необходимо учитывать то, что конструкция рабочего места, его размеры и взаимное расположение его элементов должны соответствовать антропометрическим, физиологическим и психофизиологическим данным человека, а также характеру.

При выборе положения работающего необходимо учитывать:

- физическую тяжесть работ;
- размеры рабочей зоны и необходимость передвижения в ней работающего в процессе выполнения работ;
- технологические особенности процесса выполнения работ;
- статические нагрузки рабочей позы;
- время пребывания [5].

Рабочее место для выполнения работ стоя организуется при физической работе средней тяжести и тяжелой. Если технологический процесс не требует постоянного перемещения работающего и физическая тяжесть работ позволяет выполнять их в положении сидя, в конструкцию рабочего места следует включать кресло и подставку для ног.

Конструкция рабочего места должна обеспечивать выполнение трудовых операций в зонах моторного поля в зависимости от требуемой точности и частоты действия [5]:

- выполнение трудовых операций «очень часто» (2 и более операций в минуту) и часто (менее 1 операции в минуту) должно производиться в пределах зоны легкой досягаемости и оптимальной зоны моторного поля;
- выполнение редких трудовых операций допускается в пределах зоны досягаемости моторного поля.

Конструкция и обустройство рабочего места должны обеспечивать оптимальную рабочую позу работника, учитывающую и не препятствующую естественным физиологическим процессам организма работника и обеспечивающую оптимальную возможность выполнения работы для которой предназначено рабочее место: В современном мире значительная часть работы делается в положении сидя, организуя сидячее рабочее место необходимо обращать внимание на следующие факторы [8]:

- высоту рабочей поверхности и размеры рабочей зоны, возможности регулировать эти параметры под индивидуальные особенности организма работающего;
- высоты и строения опорной поверхности (плоская опорная поверхность, седловидная опорная поверх-

ность, наклонные распределенные опорные поверхности);

– пространства для ног [.

Современные передовые тенденции в организации рабочего места должны учитывать индивидуальные особенности работника. Не учет индивидуальных особенностей наносит значительный вред здоровью сотрудника использующего рабочее место, так же значительно снижаются производственные показатели как количественные, так и качественные [7].

Взаимное расположение и компоновка рабочих мест должны обеспечивать безопасный доступ на рабочее место и возможность быстрой эвакуации в случае опасности.

Таким образом, резюмирую всё вышесказанное можно сделать следующий вывод.

Обеспечение безопасных условий труда, сохранение здоровья и работоспособности работников является весьма важной и актуальной задачей каждого работодателя.

На каждом рабочем месте, в том числе на производстве, необходимо улучшать условия труда, проводить систематическую профилактическую работу по предупреждению травматизма, профессиональной и общей заболеваемости, предотвращению несчастных случаев с работниками, развивать материально-техническое и метрологическое обеспечение служб охраны труда, создавать организационные структуры оценки условий труда на рабочих местах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1) Девисилов В.А. Охрана труда: Учеб. для сред. проф. образования/В.А. Девисилов.-М.: ФОРУМ: ИП-ФРА-М, 2013.-400с.

2) Егоршин А.П., Зайцев А.К. Организация труда персонала: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 320с.

3) Раздорожный А. А.Охрана труда и производственная безопасность: Учебно-методическое пособие — Москва: Изд-во «Экзамен», 2011.— 512 с.

4) Подробнее об экспертизе условий труда см.: А. Б. Демин. Порядок расследования и учета профессиональных заболеваний // Кадровые решения. — 2011. — № 5. — С. 92–103.

5) Федорович Г. В. Рациональная эпидемиология профессиональных заболеваний. —2014. — 343 с

6) Макроэргономика. Большой психологический словарь. Сост. Мещеряков Б., Зинченко В. Олма-пресс. 2004.

7) Статья 212 ТК РФ.

8) Статья 219 ТК РФ.

ЗАСТОСУВАННЯ РИНКОВИХ МЕХАНІЗМІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ ДЛЯ ПАСАЖИРІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Христофор Олег Вікторович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організацій і логістики

Державного економіко-технологічного університету транспорту

Анотація. В статті обґрунтовано доцільність застосування ринкових методів ціноутворення у сфері пасажирських залізничних перевезень, розглянуто сутність і роль ринкових механізмів стимулювання продажу транспортних послуг пасажиром з метою вирівнювання попиту на пасажирські перевезення. Охарактеризовано елементи цінового стимулювання попиту на послугу з перевезення, розроблено і запропоновано систему коефіцієнтів до тарифів.

Annotation. In the article the feasibility of market pricing methods in the field of passenger rail transportation, the essence and role of market mechanisms to encourage the sale of transport services for passengers in order to level the demand for passenger transport. The characteristic elements of price to stimulate demand for transportation is developed and the system of coefficients to tariffs.

Ключові слова: метод ціноутворення, цінова стратегія, вартість проїзного документу, цінова премія, споживча цінність, оптимальна ціна, цінове стимулювання попиту, система надбавок, гнучкі тарифи.

Keywords: method of pricing, pricing strategy, the cost of the travel document, premium pricing, customer value, the optimal price, price to stimulate demand, the system of allowances, flexible rates.

I. Постановка проблеми. Реалізація стратегії інноваційного розвитку залізничної галузі потребує створення відповідних умов, тому реструктуризацію і реформування вітчизняного залізничного транспорту слід розглядати не як самоціль, а як засіб формування таких умов. Реструктуризація і реформування вітчизняного залізничного транспорту є не самоцілью, а засобом створення необхідних умов для реалізації стратегії інноваційного розвитку галузі в ринкових умовах. Реформування залізничного транспорту шляхом зміни форм власності і переходу на нові організаційні форми управління передусім передбачає забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту, всієї транспортної системи та економіки, створення сприятливих умов для інвестування та інноваційного розвитку залізничної галузі, сприяння розвитку ринкових відносин і конкуренції на пасажирському транспорті та ін. Однією з умов реалізації зазначених першочергових завдань реформування залізничного транспорту, в тому числі його пасажирського сектору, є створення системи стимулювання продажу транспортних послуг для пасажирів.

II. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням реформування українського залізничного транспорту присвячено ряд праць таких вітчизняних дослідників, як Макаренко М.В., Цветов Ю.М., Дейнека О.Г., Бараш Ю.С. та ін. [1-8]. З метою пошуку оптимальних шляхів реформування галузі, виявлення проблемних моментів цього процесу, визначення напрямків вирішення піднятих проблемних питань, поряд з іншими захо-

дами, ряд років за спільною ініціативою Міністерства транспорту та зв'язку України і Державної адміністрації залізничного транспорту України на базі ДЕДУТ неодноразово проводиться Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми економіки и управления на железнодорожном транспорте», основним тематичним напрямком якої є саме реструктуризація і реформування галузі. Не дивлячись на це завдання, формування системи стимулювання продажу транспортних послуг для пасажирів у жодній праці або доповіді не визначене як першочергове в процесі реформування. Поряд з цим в наукових працях неодноразово піднімалось питання необхідності формування сучасної цінової стратегії, зміни цінової політики, запровадження системи гнучких тарифів у пасажирському секторі, розробки бонусних систем залучення та утримання пасажирів. Ця проблема набуває все більшої актуальності у зв'язку з обранням курсу на поступове переведення основної частини нічних пасажирських поїздів на денне швидкісне сполучення.

До цього слід додати, що питання цінової політики і тарифоутворення в умовах конкурентного і нестабільного ринку на основну і додаткові послуги в пасажирському секторі залізничних перевезень є майже неопрацьованим.

III. Формування цілей статті. Для швидкісних пасажирських перевезень доцільно обрати комбінований варіант цінової стратегії, яка забезпечила б найшвидше повернення коштів за умови збереження наявної частки

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

ринку. Сутність комбінованої стратегії полягає у встановленні цін у такий спосіб, щоб забезпечити достатній рівень прибутку на період повернення залучених коштів, однак і не втратити пасажирів.

Відмінність запропонованого підходу полягає в тому, що ціна перевезення не є безпосереднім наслідком розрахунку собівартості, а ґрунтується на пошуку деякої «оптимальної» ринкової характеристики. Цей оптимум прибутку від реалізації слід визначати в просторі критеріїв:

- населеність поїзду (залежна від вартості величина);
- собівартість перевезення (залежна від населеності величина);
- ціна проїзного документу (залежна від вартості величина).

IV. Вклад основного матеріалу. Встановити підвищену цінову премію дозволяють два ефекти:

1. Ефект унікальної цінності. Покупці не так чутливі до вартості, якщо товар / послуга володіє особливими, унікальними властивостями (наприклад, у порівнянні з фірмовими поїздами).

2. Ефект зв'язку вартості та якості. Покупці не так чутливі до вартості, якщо товар / послуга викликає сильні асоціації з якістю, престижем, ексклюзивністю (наприклад, у порівнянні з літаками).

В якості способу наближення до вартості проїзного документу «знизу» пропонуємо застосувати економічний метод аналізу безбитковості і встановлення цільової норми прибутку. Ціна встановлюється таким чином, щоб можна було досягти бажаної норми прибутку на вкладений капітал. Необхідно взяти до уваги, що розрахунки вартості в цьому випадку залежать від обсягу виробництва та реалізації, у зв'язку з чим необхідно визначити критичну точку обсягу виробництва (точку безбитковості) за виразом:

Критичний обсяг виробництва = загальна сума постійних витрат / (ціна – змінні витрати).

В нашому випадку від критичного обсягу виробництва треба перейти до показника «населеність поїзду».

Для наближення до вартості проїзного документу «зверху» найбільш доцільним є психологічний метод встановлення вартості на основі відчутної споживчої цінності. Розрахунок робиться на певну категорію пасажирів, які погодяться платити гроші не тільки за ядро послуги (основну послугу), а і за додаткові вигоди, зручності, престиж, позитивні емоції.

Вважаємо, що основним джерелом позитивного цінового відчуття має бути саме вартість проїзного документу (зрозуміло, що це справедливо лише для обраних цільових сегментів – заможний і середній класи). Оскільки цінова політика не передбачає на початковому етапі введення знижок, надбавки до вартості мають бути такими, що не викликатимуть відчуття несправедливості внаслідок збільшення вартості проїзду з боку Укрзалізниці. Використовувати методи приховування надбавок нецільово: вони не будуть змінювати цінову еластич-

ність попиту, а у разі виявлення їх пасажиром викличуть незадоволення.

Якщо досвід комунікацій зі споживачем на початковому етапі введення поїздів покаже, що неплатоспроможні категорії потенційних пасажирів формують зовнішні цінові референції для цільових споживачів, потрібно буде оцінити можливості введення спеціальних цін на проїзд. Такі вартості можна, наприклад, запропонувати студентам і пенсіонерам за умови оплати проїзного документу за 45 днів та у сезони зниження (періоди спаду) попиту. Подібні акції потребують підтримки відповідними комунікаційними заходами.

Для встановлення вартості на перевезення за методом визначення вартості на основі відчутної споживчої цінності необхідно:

- скласти стислий ілюстрований опис нової послуги;
- опитати потенційних пасажирів по кожному із запланованих напрямків згідно з методикою П. ван Вестерндорпа. Пропонований набір питань для дослідження за «Price Sensitivity Meter» (PSM):

1. За якої вартості квитка на подібне перевезення Ви б почали сумніватись в якості послуги?

2. До якої межі вартості Вам здається, що ціна квитка є вигідною?

3. Починаючи з якої вартості Вам здається, що квиток стає дорогим?

4. За якої вартості квитка Ви б вирішили, що послуга надто дорога, та відмовилися від покупки?

Для зручності в аналітичних цілях питання доповнюються графічними шкалами. Аналіз часток відповідей відповідно до певного рівня вартості дасть чотири точки:

1- межа вартості «недорогих» квитків;

2- оптимальна ціна;

3- ціна байдужості;

4- межа вартості «дорогих» квитків.

3 позицій забезпечення стимулів підвищення ефективності роботи залізничного транспорту, вирівнювання коливань попиту на пасажироперевезення, дієвим інструментом є застосування системи стимулювання продажу.

Цінове стимулювання можна розділити на дві групи:

1. Постійно діючі елементи.

2. Тимчасові заходи.

Для отримання довготривалого ефекту застосовується перша група інструментів. Однак слід зауважити, що саме тимчасове стимулювання на початковому етапі проекту може бути вагомим фактором до інших інтегрованих елементів комплексу маркетингових комунікацій, які разом здатні забезпечити досягнення планових показників попиту (за кількістю проданих квитків).

Серед великої кількості різноманітних цілей стимулювання збуту виділимо ті, що властиві залізничним пасажирським перевезенням швидкісними поїздами у європейських країнах, а саме:

- збільшення частоти покупок основної послуги;

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

– зміщення в часі початку (завершення) поїздки для компенсації недостатньої завантаженості поїздів, що виникає періодично або як наслідок впливу сезонності попиту;

– збільшення частки попередньої оплати проїзного документу в обидва напрямки слідування;

– збільшення частки оплати проїзного документу через мережу Інтернет, торгові автомати на відміну від продажу касиром;

– збільшення частки попередньо заброньованих та оплачених квитків;

– заохочення поїздок групами (родиною);

– збільшення лояльності пасажирів (в її економічній складовій);

– цінова дискримінація певних сегментів пасажирів (діти, молодь, студенти, особи похилого віку та деякі інші пільгові категорії).

На нашу думку, актуальними для України можна вважати завдання:

– підвищення частоти здійснення поїздок;

– зміщення в часі початку поїздки;

– збільшення частки попередньо заброньованих та оплачених проїзних документів;

– попередньої оплати проїзного документу в обидва напрямки слідування;

– заохочення поїздок групами.

Не всі вищезазначені завдання можуть бути вирішені за допомогою надбавок, але саме надбавки до вартості роблять досягнення показників інвестиційного проекту менш ризикованим (див. вище). Наприклад, заохочення поїздок групами досить вдало досягається у ряді західних країн за рахунок надання знижки на груповий проїзний документ.

Серед цілей стимулювання збуту, які можна реалізувати за рахунок встановлення надбавок з переліку, виокремимо:

– зміщення у часі початку поїздки;

– збільшення частки попередньо заброньованих та оплачених проїзних документів;

– попередня оплата проїзного документу в обидва напрямки слідування.

Введення знижок для виконання інших актуальних завдань стимулювання попиту і збуту на початковому етапі варто відкласти на майбутнє.

Показниками оцінки дієвості заходів цінового стимулювання є визначення часток продажу з надбавкою / знижкою, додаткового обороту і прибутку, базового обсягу реалізації (квитки, що продані без надбавок та знижок).

Для визначення сукупного рівня надбавок до базової вартості квитка слід спиратись на результати досліджень ставлення до вартості за методикою PSM. Прийнятна ціна з надбавками буде знаходитись між «оптимальною» та «ціною, за якої споживач вважає, що товар (послуга) дорогий». Емпірично можна зазначити цей рівень у розмірі 10-15 % базової вартості.

Розглянуті стратегії ринкового ціноутворення доцільно реалізовувати, дотримуючись наступних ре-

комендацій щодо просування послуг на транспортному ринку та встановлення надбавок.

Надбавка для зміщення у часі початку поїздки.

Принципово важливими є три моменти часу, коли можна впливати на попит на перевезення:

1- година відправлення;

2- день тижня;

3- місяць.

Наприклад, звичайна вартість проїзного документу на поїздки з Ганноверу до Мюнхену складає 140 євро, але проїзний документ на поїзд, який відправляється після 19-00, коштує лише 39 євро. Сенс стимулювання попиту полягає в тому, що потяг після 19-00, по-суті, повертається у Мюнхен, а на завтра він знову здійснить прибутковий ранішній рейс до Ганноверу. Отже, кількість квитків, проданих за зниженою ціною 39 євро, дозволяє покрити витрати на здійснення обороту поїзду у Мюнхен.

У нашому випадку базовою має бути «вечірня» ціна, а на «денну» слід зробити надбавку (по окремих сполученнях може бути протилежна ситуація).

Надбавка на ціну проїзного документу у певні дні тижня може комбінуватись з терміном (днями) перебування пасажирів у місці призначення. Наприклад, поїздка туди в понеділок, а повернення в середу свідчить про ділові мотиви відвідування місця призначення. Для таких поїздок попит є низькоеластичним, тому можна нарахувати надбавку.

Надбавка для збільшення частки попередньо заброньованих та оплачених квитків.

Попереднє бронювання з депозитом є дієвим інструментом збільшення показника населеності поїздів. Здійснити таке бронювання можна лише з кредитної або зарплатної банківської картки за допомогою оплати через платіжні системи. Якщо оплата здійснюється готівкою, то зафіксувати суму депозиту неможливо.

У будь-якому з випадків попередня оплата квитків дозволяє залізницям покращити показники надходження і руху готівки (користуватись грошима на рахунок до факту надання послуги).

Виходячи з ідеології нарахування надбавок, вартість проїзних документів до якогось терміну є базовою, а після – з надбавкою.

Надбавка для стимулювання попередньої оплати проїзного документу в обидва напрямки слідування.

Ефектами такого стимулювання є:

– збільшення населеності;

– «зріз» піків попиту;

– покращення показників руху готівки;

– зменшення витрат залізниці на повторний продаж проїзного документу та надання супроводжувальних послуг.

Ціна на проїзний документ в обидва напрямки є базовою, а на поїздки в одному напрямку – з надбавкою.

Інформування про цінове стимулювання.

Застосування надбавок і знижок, про які пасажир не знатиме завчасно, може породити небажані наслідки – виникне відчуття несправедливості і відрази. Ще

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

до настання етапу введення руху швидкісного поїзду за певним напрямком слід передбачити широку кампанію з інформування пасажирів.

Під час розробки системи стимулювання попиту на поїздки не варто сподіватись на ефект «сюрпризу знижок». Ефект «сюрпризу» краще закладати у зміст додаткових послуг, які будуть надаватись у поїздах.

Гнучкі тарифи в першу чергу мають враховувати коливання попиту на пасажироперевезення.

Відповідно до аналізу наявних пасажиропотоків та необхідності вирівнювання коливань попиту на пасажирські перевезення пропонуємо введення коефіцієнтів індексації тарифів (табл. 1). Оскільки попит на пасажироперевезення найсильніше залежить від фактору часу (дати здійснення поїздки), то саме його нами покладено в основу індексації тарифів; інші фактори зміни тарифів є другорядними.

Таблиця 1
Графік гнучкого регулювання тарифів

Періоди індексації	Кількість днів	Коефіцієнт індексації тарифів
1 січня	1	0,7
2 січня – 6 січня	5	1,12
7 січня – 8 січня	2	1,2
9 січня – 20 лютого	43	0,8
21 лютого – 4 березня	13	0,94
5 березня – 6 березня	2	1
7 березня – 10 березня	4	1,12
11 березня – 28 квітня	49	0,93
29 квітня – 30 квітня	2	1,3
1 травня – 3 травня	3	1,1
4 травня – 6 травня	3	0,8
7 травня – 8 травня	2	1,2
9 травня – 10 травня	2	0,7
11 травня – 7 червня	28	1,03
8 червня – 9 липня	32	1,12
10 липня – 25 липня	16	1,14
26 липня – 31 серпня	37	1,2
1 вересня – 30 вересня	30	1,12
1 жовтня – 10 листопада	41	0,78
11 листопада – 20 грудня	40	0,8
21 грудня – 24 грудня	4	0,9
25 грудня – 26 грудня	2	1,04
27 грудня – 28 грудня	2	1,15
29 грудня – 30 грудня	2	1,2
31 грудня	1	0,89

Джерело: розроблено автором

Середньозважений коефіцієнт індексації тарифів, розрахований на основі даних табл. 1, становить 0,971, тобто приблизно дорівнює 1, що свідчить про дотримання балансу інтересів перевізника і пасажирів.

V. Висновки. Запровадження запропонованої системи стимулювання продажу транспортної послуги для населення дозволить не тільки збільшити обсяги пасажирських перевезень, а і більш ефективно використовувати пасажирських рухомий склад, підвищити показники населеності вагонів у періоди спаду попиту на транспортну послугу всередині року, і, в кінцевому підсумку, збільшити доходи від пасажирських перевезень і покращити фінансові показники галузі і поряд з цим не втратити ринкову позицію і не погіршити імідж галузі.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- 1.Залізничний транспорт України на порозі реформування / Ю.М. Цвєтов, М.В. Макаренко, А.Д. Лашко та ін. – К.: ДЕДУТ, 2008. – 189 с.
- 2.Корнієнко В.В., Козак В.В., Легенький Г.М., Лашко А.Д. Особливості структурної реформи залізничного транспорту України // Залізничний транспорт України. – 2007. - № 5. – С. 3-8.
- 3.Макаренко М.В. Основи управління економічними процесами на залізничному транспорті України. Монографія. – К.: ДЕДУТ, 2003. – 478 с.
- 4.Макаренко М.В., Цвєтов Ю.М. Системний підхід до реформування залізничного транспорту України // Проблеми економіки и управління на железнодорожном транспорте: Материалы Второй Международной научно-практической конференции. Т. 1. – КУЕТТ, 2007. – С. 5-8.
- 5.Макаренко М.В., Цвєтов М.Ю. Транспортний сектор економіки України: Тенденції та проблеми розвитку // Економіст. – 2007. - № 6. – С. 24-27.
- 6.Проблеми та основні напрями реформування залізничного транспорту України / Ю.М. Цвєтов, М.В. Макаренко, Цвєтов М.Ю. та ін. – К.: КУЕТТ, 2007. – 222 с.
- 7.Самсонкін В. Моніторинг стану пасажирського комплексу залізничного транспорту / Самсонкін В., Гудков О. // Зб. наук. праць. – К.: ДЕДУТ, 2008. – Вип. 11. – С. 131-140.
- 8.Сич Є.М., Колесникова Н.М. Механізм державного регулювання процесу тарифоутворення на залізничні перевезення // Зб. наук. праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. – К.: ДЕДУТ, 2009. – № 13. Економіка і управління. – С. 32-41.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Чирва Ю.Є., кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства НА НГУ

Нестеренко О.М., кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства НА НГУ

Анотація: У статті запропоновано визначення поняття «оцінка економічної безпеки підприємства». Виокремлено чотири підходи до оцінки економічної безпеки підприємства, визначено переваги та недоліки їх застосування в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, методичні підходи, загрози, оцінка, показники.

Summary: Definition of concept «an estimation of economic safety of the enterprise» are offered. Four approaches to an estimation of economic safety of the enterprise are selected, advantages and lacks of their application of practical activity of the subjects of managing is determined.

Key words: economic safety of the enterprise, methodical approaches, threat, estimation, parameters.

Постановка проблеми: Практика останніх десятиліть свідчить, що на сучасному етапі кризового розвитку соціально-економічної сфери України, умови здійснення господарської діяльності підприємств характеризуються нестабільністю й невизначеністю при одночасному розвитку кризових явищ світового масштабу. Це веде до зростання економічних ризиків, коли реалізація перспективи зниження рівня економічної безпеки переважної кількості суб'єктів господарювання в Україні набуває реальні риси. З огляду на те, що необхідною умовою забезпечення економічної безпеки є її своєчасна оцінка, важливого значення набуває подальший розвиток і вдосконалення методичного інструментарію оцінки економічної безпеки підприємства як первинної ланки економіки держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питань методології оцінки, механізмів та стратегіям забезпечення економічної безпеки присвячено праці багатьох вчених – О. В.Ареф'євої, Л.І. Донця, З.С. Варналія, О.М. Ляшенко, С.Ф. Покропивного [1, 3-4, 8, 10]. Разом з цим, практичне застосування більшості запропонованих методичних підходів до оцінки економічної безпеки не дозволяє адекватно оцінити стан підприємства і потребують визначення напрямків подальшого вдосконалення.

Метою статті є визначення основних методичних підходів до оцінювання економічної безпеки підприємства, виявлення переваг та обмежень їх застосування в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на значний інтерес вітчизняних і зарубіжних вчених та практиків, слід відзначити, що існуючі розробки, головним чином, присвячені різноманітним аспектам національної та регіональної безпеки, і значно меншою мірою – пи-

танням оцінки економічної безпеки підприємств.

Згідно з тлумачним словником С. І. Ожегова, «оцінка» – це міркування про цінність, рівень або значення когось або чого-небудь [9].

Враховуючи це під оцінкою економічної безпеки підприємства нами пропонується розуміти комплексне дослідження всіх аспектів економічної діяльності підприємства з метою ідентифікації рівня його економічної безпеки та прийняття відповідних управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням захисту його пріоритетних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Достовірність, якість і адекватність результатів оцінки фінансової безпеки підприємства, значною мірою, залежить від існуючого методологічного забезпечення, що використовуються під час здійснення процесу оцінки: методичних підходів, системи показників, критеріїв, методів порівняння, індикаторів.

Так, розглядаючи питання фінансової та економічної безпеки підприємства М.М. Єрмошенко вважає, що критерієм її оцінки може слугувати прибуток [5]. На наш погляд, однозначно погодитись з таким підходом важко, адже це спрощений підхід до проблеми оцінки економічної безпеки підприємства. Сам по собі прибуток є абсолютною величиною і його коректніше розглядатися в якості підґрунтя економічної безпеки.

Логічний розвиток такого підходу знайшов в роботі «Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення», автори якої пропонують на основі критерію, що являє собою співвідношення величини бруто-інвестицій підприємства і величини ресурсів, необхідних для інвестиційної підтримки умов, що забезпечують економічну безпеку підприємства оцінювати її рівень [7]. На нашу думку, дане положення відповідає фундаментальним засадам економічної діяльності.

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

Отже, можна стверджувати, що спроби систематизувати методичне забезпечення оцінки економічної безпеки в економічній літературі майже не спостерігаються. Вчені-економісти не приділяють належної уваги виокремленню класифікаційних ознак, а зосереджуються на висвітленні окремих методичних підходів або окремих показників, їх набору чи системи.

На основі критичного огляду фахової літератури вважаємо за доцільне виокремити чотири підходи до оцінки рівня економічної безпеки підприємства.

Перший підхід – індикаторний. Підхід, при якому рівень економічної безпеки визначається за допомогою так званих індикаторів [2]. Індикатори розглядаються як порогові значення показників, що характеризують діяльність підприємства в різних функціональних галузях, які відповідають певному рівню економічної безпеки. Даний підхід є нескладним у застосуванні, проте дотепер відсутня відповідна методична база визначення індикаторів, що враховують особливості діяльності підприємства, зумовлені, зокрема, його галузевою приналежністю, формою власності, структурою капіталу, існуючим організаційно-технічним рівнем. Неадекватно розрахований та оцінений рівень індикаторів може спотворити результати оцінки економічної безпеки підприємства, що, у свою чергу, може призвести до прийняття управлінських рішень, що не відповідають реальному стану справ. Індикаторний підхід є більш виправданим на макрорівні, де значення індикаторів є стабільнішими.

Другий підхід – ресурсно-функціональний. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства за даним підходом здійснюється на основі оцінки стану використання корпоративних ресурсів за спеціальними критеріями [7]. Як корпоративні ресурси розглядаються чинники бізнесу, використані власниками й менеджерами підприємства для досягнення цілей бізнесу. Основними складовими економічної безпеки підприємства є: інтелектуально-кадрова, фінансова, техніко-технологічна, інформаційна, політико-правова, екологічна й силова [7]. Перевага такого підходу – комплексний характер, тобто досліджуються найважливіші чинники, що впливають на стан функціональної складової економічної безпеки підприємства, вивчаються основні процеси, які впливають на її забезпечення, проводиться аналіз розподілу й використання ресурсів підприємства, розглядаються економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складових економічної безпеки підприємства, розробляються заходи для забезпечення максимально високого рівня функціональної складової економічної безпеки підприємства.

Разом з цим, відповідно до ресурсно-функціонального підходу, економічна безпека розглядається надзвичайно широко і в аспекті адаптації до впливу зовнішнього середовища, і в аспекті ресурсної забезпеченості підприємства, і в аспекті якості реалізації функцій управління, таких, як планування, облік і аналіз тощо. На нашу думку, спроба охопити всі функціональні галузі діяльності підприємства призводить до розмивання поняття економічної безпеки, а оцінка її рівня за допом-

ого сукупного критерію, що розраховується на основі думок експертів за приватними функціональними критеріями економічної безпеки, характеризується значним суб'єктивізмом.

Третій підхід – програмно-цільовий. Такий підхід базується на принципах програмно-цільового управління й розвитку, а оцінка економічної безпеки здійснюється при узагальненні всіх показників, які так чи інакше забезпечують економічну безпеку. Інтегрування показників безпеки відповідно до даного підходу, відбувається на кількох рівнях, вивчення яких здійснюється й за допомогою кластерного й багатомірного аналізу. На наш погляд, застосування програмно-цільового підходу дозволяє одержати достовірну оцінку рівня економічної безпеки підприємства, проте є складним і вимагає використання математичного й статистичного апарату, що, певною мірою, обмежує його використання в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Так у роботі С. Покропивного [10] пропонується методика оцінки рівня економічної безпеки підприємства за допомогою інтегрального показника (I), що визначається за формулою [10]:

$$I = \sum_{i=1}^n \lambda_i \times R_i \quad (1)$$

де λ_i – коефіцієнт, що відображає значущість функціонального складника економічної безпеки;

– величина часткового критерія за i -тим функціональним складником;

n – кількість функціональних складників економічної безпеки підприємства.

У той же час через високий ступінь узагальнення, показників, що використовуються, застосовувати отримані результати в практичній діяльності виявляється важко, тому що неможливо розмежувати напрямки діяльності. Крім того, як зауважує сам автор ідеї, рішення завдання оцінки стабільності сукупного інтегрального показника в умовах заданих параметрів його модифікації є досить складним. Тому описуваний метод дозволяє оцінити рівень економічної безпеки скоріше з погляду математики, аніж призводить до рішення проблеми забезпечення безпеки з погляду менеджера підприємства.

Четвертий підхід – вузько функціональний. У даному контексті економічна безпека підприємства досліджується з позиції окремого аспекту діяльності. Так, існує думка, що найважливішою складовою економічної безпеки є фінансова [10]. Розробка вузькофункціональних напрямків забезпечення економічної безпеки підприємства представляється необхідною, адже дозволяє провести всебічні й глибокі дослідження обраного аспекту діяльності підприємства і визначити конкретні шляхи та способи забезпечення економічної безпеки підприємства в тій або іншій сфері його діяльності.

Так, С. Ільшенко [6] у межах вузько функціонального підходу пропонує здійснювати оцінку економічної безпеки підприємства шляхом визначення достатності оборотних коштів для здійснення виробничо-господарської діяльності. Як оціночні показники науковець про-

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

понує надлишок (нестачу) власних оборотних коштів, необхідних для формування запасів і покриття витрат господарської діяльності, а також довго-, середньо- і короткострокових кредитів і позик. Ці показники характеризують п'ять рівнів фінансової безпеки: абсолютний (для функціонування підприємства достатньо власних оборотних коштів); нормальний (достатньо власних джерел формування запасів і покриття витрат); хиткий (власних оборотних коштів є недостатньо і залучаються середньо- і довгострокові позики та кредити); критичний (залучаються короткострокові кредити); кризовий (підприємства не можуть забезпечити фінансування діяльності ні власними, ні залученими коштами).

Незважаючи на розповсюдженість такого підходу обмеження використання запропонованої методики оцінки рівня фінансової безпеки підприємства (як провідної складової економічної безпеки), що ґрунтується на абсолютних показниках, є сутнісні особливості останніх, головна з яких – їх непридатність для просторово-часових порівнянь.

До того ж відсутність єдиного розуміння економічної безпеки підприємства значно знижує результативність проведення її оцінки за іншими складовими.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, проведений аналіз методичного забезпечення оцінки рівня економічної безпеки суб'єктів підприємництва виявив існування значної кількості методичних розробок, пов'язаних з формуванням комплексу моделей, підходів та методів. Серед основних підходів до оцінки рівня економічної безпеки підприємства нами виокремлено індикаторний, ресурсно-функціональний, програмно-цільовий та вузько функціональний.

Виявлені у процесі дослідження вади, що обмежують застосування існуючого методичного забезпечення оцінки економічної безпеки, полягають у неможливості врахувати одночасно внутрішні та зовнішні загрози (що є об'єктивною необхідністю відповідно до запропонованого розуміння сутності досліджуваного поняття); необґрунтованості вибору найбільш значущих показників економічної безпеки; дискусійності нормативних та еталонних значень як взагалі, так і відповідно до галузевої специфіки; відсутності прогностичних функцій в існуючих моделях. Підвищенню об'єктивності отримуваних висновків сприятиме одночасне застосування кількох методичних підходів, що нівелюватиме недоліки кожного з них.

Отже, перспективним напрямком подальших розробок у даному напрямку є обґрунтування як універсальної методики, так і галузевих методичних підходів до оцінки економічної безпеки підприємства з високою точністю результатів та прогностичними функціями як основи розробки відповідних управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ареф'єва О. В. Планування економічної безпеки підприємств / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 170 с.

2. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т.Г. Васильків. – Львів: Арал, 2008. – 384с.

3. Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.

4. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / З.С. Варналій, Д.Д. Буркальцева, О.С. Сасенко. – К. : Знання України, 2011. – 299 с.

5. Єрмошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М. М. Єрмошенко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 309 с.

6. Ільяшенко С.Н. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия / С.Н. Ильяшенко // Научные труды ДонНТУ. – Донецк, 2002. – №48. – с.16–22.

7. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія / Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко. – К.: Лібра, 2003. – 280с.

8. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія / О. М. Ляшенко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2011. – 399 с.

9. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М.: Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова, 1999. – 944 с.

10. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства / С. Ф. Покропивний / [2-е вид., перероб. та доп.]. – К.: КНЕУ. – 2001. – 528 с.

УДК 657(477)(045)

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВАЖЛИВА СКЛADOVA УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Шурпенкова Руслана Казимирівна

доцент кафедри обліку і аудиту

Львівського інституту банківської справи

Університету банківської справ НБУ

Анотація. Визначено особливості раціональної організації аналізу господарської діяльності підприємства та обґрунтовано необхідність узагальнення результатів проведеного аналізу. Розглянуто суть та значення аналізу господарської діяльності в процесі управління підприємством. Наведено етапи здійснення аналізу на підприємстві, наведено їх методичне забезпечення.

Ключові слова: аналіз, організація, управління підприємством, аналітичне дослідження, показники, управлінські рішення.

Summary. The features of the rational organization of the analysis of economic activity of the enterprise and the necessity of generalizing the results of the analysis. The essence and meaning of the analysis of economic activity in the management of the enterprise. The stages of an analysis at the company, given their methodological support.

Keywords: analysis, organization, business management, analytical study, performance, management decisions.

Постановка проблеми. Для управління виробництвом потрібно мати повну і правдиву інформацію про хід виробничого процесу, про хід виконання планів. Тому однією із важливих складових управління виробництвом є аналіз господарської діяльності підприємства. Він забезпечує постійний збір, систематизацію і узагальнення даних, необхідних для управління виробництвом і контролю за ходом виконання планів і виробничих процесів.

Однак для управління виробництвом потрібно мати уявлення не тільки про хід виконання плану, результати господарської діяльності, але і про тенденції і характер змін, що відбуваються в економіці підприємства. Осмислення, розуміння інформації досягаються за допомогою аналізу господарської діяльності підприємства. У процесі аналізу первинна інформація проходить аналітичну обробку: проводиться порівняння досягнутих результатів виробництва з даними за минулі відрізки часу, з показниками інших підприємств і середньогалузевими; визначається вплив різних факторів на величину результативних показників; виявляються недоліки, помилки, невикористані можливості, перспективи і т.д.

Ефективність управління у великій мірі залежить від організації аналітичної роботи на підприємстві, глибини аналізу його виробничої, фінансової та маркетингової діяльності. Аналіз як особлива складова управління являє собою процес збору, опрацювання, осмислення та інтерпретації одержаних даних для підготовки і прийняття управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема адаптації організації та методики аналізу госпо-

дарської діяльності підприємства до сучасних умов господарювання присвятили свої праці Барабаш Н.С. [1], Бутинець Ф.Ф. [2], Житна І. П. [3], Ковальов В. В. [4], Мних Є.В. [5], Савицька Г.В. [6] та інші.

Останнім часом зростають вимоги до обґрунтованості рішень щодо управління персоналом, виробничою, фінансовою діяльністю підприємств та організацій, вироблених на основі точної і достовірної інформації. Тому необхідна якісна та кваліфікована діагностика, оцінка та прогнозування даних про потенціал і результати діяльності суб'єктів господарювання, що забезпечується системою аналізу господарської діяльності підприємства.

Метою статті є дослідження організаційних форм та етапів проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. До найважливіших завдань організації аналізу діяльності підприємств відноситься оцінка їх роботи з позицій виконання планових показників, дотримання договірних зобов'язань і встановлених нормативів, рівня використання виробничого потенціалу і соціального розвитку колективу. Аналіз господарської діяльності має вирішальне значення у виборі цілей і конкретних стратегій діяльності; у відшуканні і мобілізації внутрішніх резервів для збільшення обсягу виробництва і скорочення витрат, покращення якості продукції на підставі переходу від екстенсивних до інтенсивних форм ведення виробництва, широкого впровадження досягнень науки і передового досвіду.

Основними вимогами до організації аналізу господарської діяльності підприємства є:

Секція 2. Менеджмент економічних процесів

- відповідність аналізу поставленим цілям;
- комплексний, науковий підхід до аналізу;
- системність у вивченні фактів;
- використання достовірної інформації;
- репрезентативність при вибірковому обстеженні;

- оперативність (своєчасність) аналізу.

Аналіз господарської діяльності підприємства повинен на кожному із них стати складовою економічних методів управління. Роль аналізу господарської діяльності помітно підвищується у вивченні факторів, що впливають на кінцеві результати господарювання, в обґрунтуванні управлінських рішень, в контролі за здійсненням запланованих заходів щодо подальшого вдосконалення важелів управління виробництвом і забезпечення росту його ефективності.

У сучасних умовах особливу актуальність і значущість набув вибір організаційної форми проведення аналізу господарської діяльності індивідуально для кожного підприємства. [5, с.34]

Організація аналізу в системі управління підприємством – процес, який передбачає застосування комплексу заходів, які дозволятимуть через покращення рівня виконання аналізу на підприємстві підвищувати ефективність виробництва та управління. Організація аналізу передбачає організацію постановки аналітичних завдань; організацію інформаційного забезпечення аналізу; організацію послідовності розв'язку аналітичних завдань; організацію роботи виконавців аналітичного процесу; організацію впровадження досягнутих результатів аналізу.

Для здійснення управління потрібно скласти чітке уявлення про характерні особливості процесу виробництва та виробничих відносин. Процес господарювання є рухомим. Щоб відстежувати зміни, що відбуваються, процес слід подати у динаміці. [6, 65]

Специфіка організації аналітичного процесу потребує жорсткої регламентації, що має бути відображено в регламентаційних документах. До них належать: положення про відділ, управління, посадові інструкції, стандарти, графіки, інструкції, програми, регламенти робочого дня. Поряд з положеннями, посадовими інструкціями широко використовуються графіки. У них визначаються види аналітичних робіт, конкретних виконавців, заплановані та фактичні терміни виконання. [7, с. 164]

Структура апарату аналітичної служби повинна відповідати таким вимогам: бути максимально простою; відповідати досягненням наукової організації праці; враховувати досягнення науки і техніки; виключати елементи дублювання; забезпечувати самостійність та повноцінність кожного підрозділу. [8, 13]

При проведенні аналізу господарської діяльності виділяють наступні етапи:

- I. Попередній (підготовчий).
- II. Основний (аналітична обробка даних).
- III. Заключний (узагальнення аналітичної інформації).

Розглянемо детальніше змістовне наповнення даних трьох етапів аналітичної роботи у таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи організації аналітичної роботи на підприємстві

Етапи аналітичної роботи	Характеристика етапів
I. Попередній (підготовчий).	Вибір об'єкту дослідження та визначення завдань. Дослідження матеріалів попередніх аналітичних досліджень та інших перевірок. Визначення мети і напрямку використання результатів аналізу. Складання календарного плану, програми проведення аналізу. Розподіл обов'язків серед виконавців. Визначення джерел інформації. Розроблення макетів аналітичних таблиць, графіків, схем і методичних вказівок для їх складання, для розрахунку впливу окремих факторів та ін.
II. Основний етап (аналітична обробка даних).	Збір, відбір, класифікація джерел інформації, перевірка їх доброякісності, створення допоміжної інформації. Попереднє ознайомлення з показниками, складання аналітичних таблиць та аналітичних їх обробка. Розрахунок впливу факторів, визначення кола взаємодіючих факторів, їх взаємозв'язку та взаємозалежності. Встановлення та розрахунок резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.
III. Заключний етап (узагальнення аналітичної інформації).	Узагальнююча оцінка діяльності підприємства. Оформлення результатів аналізу. Підрахунок зведених резервів виробництва, розроблення пропозицій щодо їх використання. Видача розпорядчих актів за результатами аналізу, проведення обговорень їх у колективі та здійснення контролю за виконанням вимог розпорядчих документів.

Визначені етапи аналітичної роботи є досить умовними. Перехід від попереднього етапу до наступного відбувається досить еластично. Процедури першого етапу можуть повторюватись або уточнюватись на другому та третьому.

Проте, виділення окремих етапів проведення аналізу допомагає не лише організувати та якісно провести аналіз господарської діяльності, а й сприяє контролю над якістю та ефективністю виконання аналітичних процедур. [9, с. 43]

Організація аналізу господарської діяльності має бути такою, щоб забезпечувала ефективність усіх стадій аналітичної роботи, врахувала всі можливі зміни, що можуть відбутися, й сприяла у виборі найефективнішого, найпріоритетнішого рішення, який відповідав би цілям і стратегії розвитку підприємства.

Організація аналізу господарської діяльності передбачає оптимальний вибір і використання великої кількості різних показників діяльності будь-якого колективу, чого, у свою чергу, можна досягти тільки глибоким вивченням технології, економіки й організації виробництва, стану обліку і звітності, особливостей взаємозв'язків об'єктів аналізу.

Створення таких умов як на мікро-, так і на макрорівні забезпечить повну реалізацію аналізом господарської діяльності своєї практичної функції, дасть можливість скоротити розрив у часі між демонтажем адміністративних методів управління економікою та становленням (формуванням) ринкових інструментів регулювання.

Роль аналізу господарської діяльності як засобу управління виробництвом з кожним роком зростає. Це обумовлено різними обставинами. По-перше, необхідністю неухильного підвищення ефективності виробництва у зв'язку із зростанням дефіциту і вартості сировини, підвищенням науко- і капіталомісткості виробництва. По-друге, відходом від командно-адміністративної системи управління і поступовим переходом до ринкових

відносин. По-третє, створенням нових форм господарювання у зв'язку з роздержавленням економіки, приватизацією підприємств та іншими заходами економічної реформи.

Висновки. Від організації аналізу на підприємстві залежить його ефективність та дієвість. Від якості аналітичного дослідження залежить ефективність прийняття управлінських рішень та визначення стратегії розвитку підприємства в складних і нестабільних умовах становлення ринкової економіки.

Отже, організація аналізу господарської діяльності на підприємстві має бути такою, щоб забезпечувала ефективність усіх стадій аналітичної роботи, врахувала всі можливі зміни, що можуть відбутися, й сприяла у виборі найефективніших, найпріоритетніших рішень, які відповідали б цілям і стратегії розвитку підприємства в цілому.

Означені шляхи вирішення проблемних питань з організації аналізу господарської діяльності підприємства є підґрунтям для подальших наукових досліджень з удосконалення управлінського механізму діяльності підприємств, впровадження якого підвищить конкурентоспроможність персоналу не тільки на виробничих підприємствах зокрема, але й загалом по Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барабаш Н. С. Аналіз господарської діяльності : Навч. посіб. / Н. С. Барабаш. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. : КНТЕУ, 2005. - - 394 с.

2. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»/ Бутинець Ф.Ф. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 680 с.

3. Житна І.П. Економічний аналіз:[навчальний посібник]/ І.П. Житна, І.В. Тацій, П.Є. Житний. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. – 296 с

4. Ковальов В.В., Волкова О.Н. Аналіз господарської діяльності підприємства/ Ковальов В.В., Волкова О.Н. – М.: ПБОЮЛ, 2000. – 355 с.

5. Мних Є.В. Економічний аналіз/ Мних Є.В.: Підручник: Вид.2-ге, перероб. та доп. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 472с.

6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия/ Савицкая Г.В. Учеб. пособие. – 7-е изд., перераб.и доп. – Минск: ООО “Новое знание”, 2002. –704 с.

7. Шурпенкова Р.К., Демко І.І. Основи організації економічного аналізу в системі управління підприємством // Регіональна економіка. - №3.- 2008. – С. 161-166.

8. Лазаришина І.Д. Економічний аналіз: історія та тенденції розвитку/ Лазаришина І.Д.: Монографія. – Рівне: УДУВГП, 2002. – 182с.

9. Шурпенкова Р.К., Демко І.І. Організація і методика економічного аналізу: навч. Посібник / Р.К.Шурпенкова, І.І. Демко. - К.: УБС НБУ, 2011. - 287 с.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВІДОБРАЖЕННЯ У ЗВІТНОСТІ

Бражна Лілія Вікторівна, к. е. н., доцент кафедри економіки,

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

У статті досліджено категорію інтелектуальний капітал та можливість його відображення у фінансовій та статистичній звітності підприємства. Автором визначено переваги розкриття інформації у звітності про нематеріальні складові капіталу підприємства – нематеріальні об'єкти, також їх вплив на ринкову вартість підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, нематеріальні об'єкти, підприємство, фінансова звітність

The investigation deals with the category an intellectual capital and as far as possible its disclosure in financial statements and statistical reports of enterprise. The author tried to formulate the advantage disclosure of information in enterprise about intangible components capital of enterprise - intangible objects, and their influences on market cost of enterprise.

Keywords: intellectual capital, intangible objects, enterprise, financial statements

Постановка проблеми.

Більша частина ринкової вартості підприємства в сучасній економіці створюється саме завдяки ефективному використанню інтелектуального капіталу. Вітчизняними науковцями проведено багато досліджень щодо відображення активів з нематеріальною природою, як складової частини інтелектуального капіталу в обліку і звітності, проте до впровадження справа так і не дійшла.

Незважаючи на багаторічну полеміку економістів, як і раніше фінансова звітність не відображає реальних масштабів інвестицій в нематеріальні об'єкти обліку в сучасній економіці. Хоча сьогодні світова спільнота прикладає зусилля для того, щоб краще зрозуміти рушійні сили економічного зростання. Особливо значний внесок нематеріальними інвестиціями в свою конкурентоздатність та продуктивність мають високотехнологічні підприємства, кількість яких в Україні непинно зростає. Отже, сьогодні внутрішньо створений інтелектуальний капітал стає домінуючим чинником, який покладено в основу ринкової вартості (ціни) компанії.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми відображення інтелектуального капіталу досліджувались у працях зарубіжних вчених: Р. Ентоні, Л. Едвінссона, Р. Каплана, Ван Бреда, Т. Стюарта, І. Нонака, Л.Прусака, Дж. Ріса, Б. Нідлза та інших. Тривають дискусії щодо формату звітності про інтелектуальний капітал у вітчизняній науковій літературі, який активно ведуть О.Б. Бутнік-Сіверський, С.Ф. Голов, С.Я. Зубілевич, М.Я. Дем'яненко, В.М. Жук, І.В. Журавська, Г.Г. Кирейцев, В.Б. Моссаковський, М.Ф. Огійчук, В.М., Н.В. Парашутин, М.С. Пушкар, Г.В. Савицька, В.В. Сопко, Р.С. Сауфулін, О.Д. Святоцький, Н.М. Ткаченко, Г. Уманців та інші автори. Однак слід констатувати той факт, що немає єдиного підходу розкриття та методів оприлюднення інформації про складові інтелектуального капіталу

та його відображення у звітності в рамках чинного законодавства. Складнощі відображення в обліку повної та правдивої інформації про наявні на підприємстві нематеріальні об'єкти та порядок їх використання зумовлено такими проблемами, як: відсутність розробленої технології обліку цих об'єктів, єдиних обґрунтованих підходів до організації обліку – аналітичного процесу щодо них. Для цього слід визначити значення і склад показників, які характеризують нематеріальні об'єкти обліку та обґрунтовують їх значення. Значні недоліки, що мають місце в практичній діяльності, є результатом невизначеності даних питань в теоретичному аспекті.

Постановка завдання. Метою статті є визначення методологічних засад формування та призначення інформації про інтелектуальний капітал у звітності підприємства.

Вклад основного матеріалу. У вітчизняній науці інтелектуальний капітал виникає з появою об'єктів інтелектуальної власності та інших інтелектуальних продуктів. Науковці П.Т.Саблук, В.М.Скупий, В.М.Жук та інші вважають, що інтелектуальний капітал набуває форми лише тоді, коли інтелектуальний продукт «здатний приносити користувачеві додатковий прибуток і позитивно оцінюється ринковим середовищем» [11].

Вважається, що термін «інтелектуальний капітал» в науку було введено Д.Гелбрейтом у 1969 р. Окремі аспекти інтелектуального капіталу уточнюють Т.Стюарт, Л. Едвінссон, І. Нонака, Л.Прусака, підкреслюючи взаємозв'язок нагромаджених фірмою знань та її майбутніх можливостей, втілюваних у ринковій вартості [8]. Таким чином, в ринкових умовах інтелектуальний капітал виступає об'єктом товарно-грошових відносин, який має такі ознаки:

- виступає генератором майбутніх економічних доходів підприємства та конкурентних переваг (реальне джерело прибутку);

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

- є невіддільним від підприємства, і не може бути проданий окремо;

- є «внутрішньогенерованим» згідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності [5, 12], що і зумовлює певні особливості обліку і звітності.

Відмічені ознаки характеризують інтелектуальний капітал, як категорію, що не має фізичного втілення, приносить своєму власнику дохід та підлягають моральному знеціненню. Джерелом її створення виступають інформаційні канали, досвід, організаційні можливості, тобто інтелект (інтелект – це здатність генерувати нову інформацію, тобто інформацію, що її ніколи не було в системі, до якої належить інтелект [7]). Дослідження показало, що на сьогодні в Україні не багато компаній реально оцінюють можливості, які відкриває інформація про інтелектуальний капітал, та ефективно її використання. Зарубіжні вчені обґрунтували цілі, які можуть бути досягнені підприємством, при розкритті і відображенні у фінансовій звітності інформації про інтелектуальний капітал підприємства [16], такі як:

- переваги у конкурентній позиції на ринку;
- розширення інформаційної бази про продукти та послуги компанії, для залучення нових та утримання існуючих клієнтів;
- реклама гнучкості позиції компанії при зміні ринкового середовища;
- залучення нових співробітників;
- обґрунтування для підприємства цінності і важливості людського ресурсу;
- визнання компанію інноваційною;
- доведення, що знання є найважливішим і найціннішим активом підприємства.

В світі існують різні методи вимірювання та обліку інтелектуального капіталу та окремих його складових. Спираючись на зарубіжний досвід можна стверджувати, що у звіті про інтелектуальний капітал розкривають інформацію про нематеріальні об'єкти, створені на конкретному окремому підприємстві (фірмі), які впливають на його вартість. Залежно від вимог користувачів фінансовою звітністю відповідні інформаційні показники згруповані і адаптовані належним чином. Виходячи із призначення облікової інформації будується і методологія її формування.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про об'єкти обліку та її розкриття у фінансовій звітності закріплено Законом «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» №996-XIV [1], а також іншими нормативно-правовими актами. Комплексність правового підходу до формування інформації, за допомогою якого норми бухгалтерського обліку інтерпретуються щодо кожного об'єкту на основі відповідних критеріїв.

Згідно до вітчизняного облікового законодавства для відображення показників в системі бухгалтерського обліку і звітності підставою можуть бути тільки правильно оформлені документи щодо наявності таких об'єктів. Отже, серйозну практичну і теоретичну проблему становить початкове визнання існування нематеріальних

об'єктів, їх вартісна оцінка та можливість відображення у звітності (рис. 1).

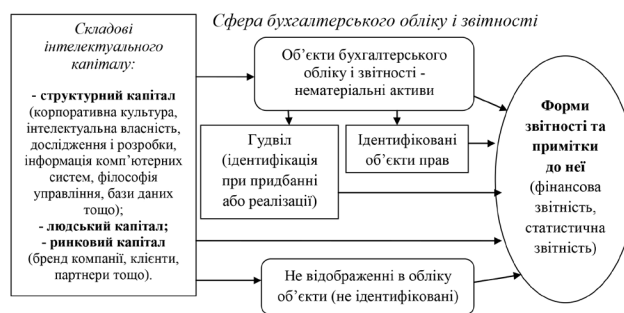


Рис. 1. Схема потоку інформації щодо відображення складових інтелектуального капіталу у звітності

Складові інтелектуального капіталу (як сукупність ідентифікованих та не ідентифікованих в обліку нематеріальних об'єктів) відображення у фінансовій звітності повинні ґрунтуватись на аналізі корисності або значенні нематеріальних об'єктів для підприємства, а також дослідження впливу умов використання або умов відчуження об'єктів, що впливають на вартість підприємства. Слід пам'ятати, що забезпеченість прав юридичного захисту не є необхідною умовою контролю за всіма нематеріальними ресурсами, оскільки підприємство можуть контролювати майбутні економічні вигоди іншим чином, хоча при відсутності таких прав складно (згідно з вітчизняним законодавством - неможливо) продемонструвати контроль над отриманим нематеріальним об'єктом і відобразити його у звітності.

Вітчизняні науковці пропонують характеризувати внутрішньостворений гудвіл, як елемент, що втілює в собі нематеріальні складові, цінність яких для підприємства дуже велика, незважаючи на те, що вони не визнаються активами в бухгалтерському обліку [17]. Так, вчена Галина Уманців наводить причини через які внутрішній гудвіл, не визнаються активами - об'єктами бухгалтерського обліку і звітності:

- витрати понесені на внутрішньостворені назви брендів і марок, клієнтів, баз даних не відрізняються від витрат на розвиток підприємства і оцінити їх неможливо;
- кваліфікація робітників, яка невіддільна від носіїв (людей), недостатній контроль за очікуваними економічними вигодами, тобто знання, не оформлені юридично, не можуть бути визнані активом;
- ділова репутація не є ідентифікованим і контрольованим активом і її вартість неможливо достовірно визначити.

Відображені і не відображені в обліку нематеріальні активи, ідентифікуються та оцінюються в процесі проведення незалежної оцінки, якій передують інвентаризація майна з урахуванням особливостей оцінки об'єктів у нематеріальній формі, визначених Методикою оцінки майнових прав інтелектуальної власності № 740 від 25 червня 2008 р. [10], розробленою відповідно до Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та

професійну оціночну діяльність в Україні» [2] та Національного стандарту №4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» [6]. Вибір підходу до оцінки здійснюють залежно від об'єкта оцінки – нематеріального активу, мети оцінки та обраного методу. І тут, справедливим є твердження науковця Н.М. Малюги [9] про неможливість виробітку універсальних методик вартісної оцінки об'єктів нематеріальних активів у зв'язку з різноманітністю об'єктів власності, цілей, областей та умов їх застосування. Пріоритетною є оцінка за справедливою вартістю на дату отримання. Професор Школи бізнесу Нью-йоркського університету підкреслює: «Потенціал бізнесу завжди більший за реалізовану дійсність. Розвиток та ріст супроводжує тільки такий бізнес, який систематично визначає та використовує весь свій потенціал» [19]. Таким потенціалом є нематеріальні ресурси або нематеріальні активи компанії.

Для інтегральної вартісної оцінки величини нематеріальних ресурсів в економічній літературі, а також в практиці діяльності зарубіжних фірм застосовується коефіцієнт Тобіна (на ім'я американського економіста). Коефіцієнт Тобіна - це відношення ринкової ціни компанії до ціни заміщення її реальних (матеріальних) активів (зданій, споруд, обладнання та запасів). Ринкова ціна компанії може бути визначена на підставі даних про капіталізацію фірми, які ґрунтуються на оцінках фондового ринку, однак найбільш правдиво з'ясовується лише при реальному придбанні її іншою компанією. Наприклад, компанія Philip Morris купила фірму Kraft за 12,9 млрд. дол. Вартість належних даній компанії зданій, споруд, та запасів при цьому складала лише 1,3 млрд. дол., а частина ціни – 11,6 млрд. дол. - це вартість торгової марки, зв'язків, маркетингових можливостей, кваліфікації робітників. Таким чином, нематеріальна частина у вартості компанії складала 90% [19]. Вважають, що близько 75% ринкової вартості компанії Coca-Cola визначається сукупною вартістю торговельних марок, які їй належать.

Не достатній розвиток вітчизняного фондового ринку та інші фактори призводять до того, що складові інтелектуального капіталу знаходяться поза оцінкою і не відображаються у звітності. Хоча окремі показники статистичного спостереження, затвержені Державною службою статистики, розкривають інформацію про складові інтелектуального капіталу у формах статистичної звітності в Україні. До таких можна віднести: по-перше, у Звіт про створення та використання передових технологій та об'єктів прав інтелектуальної власності (форма №1-технологія) [13] та Звіт про обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства (форма №1-інновація) [13], де наведено перелік показників, які характеризують, визначають та оцінюють окремі нематеріальні об'єкти, які є складовою внутрішнього (структурного) капіталу підприємства.

В Україні за останні десятиліття, найбільші вкладення в інноваційну діяльність (в інтелектуальний капітал) припадають на 2011 рік (14333,9 тис. грн.), з них 56,9 тис. грн., за рахунок іноземних інвесторів. При порівнянні з минулим (2010 рік), цей показник зменшив-

ся в 42 рази. Протягом 2009-2013рр. спостерігалась чітка тенденція щорічного зростання кількості підприємств, що впроваджували інновації, лише за 2013 рік освоєно виробництво 3138 інноваційних видів продукції, загальна сума витрат на інноваційну діяльність складала 9562,6 тис. грн. (із них 6973,4 тис. грн. або 72,9% за рахунок власних джерел фінансування) [13].

По-друге, Звіт з праці (форма 1-ПВ) [14] та Звіт про кількість працівників (форма 6-ПВ) [14] розкривають інформацію про якісний склад працівників підприємства, їх кваліфікацію, професійне навчання і заохочення, такі показники збільшують розмір складових інтелектуального капіталу, які можна віднести до людського капіталу невіддільного від носіїв (людей).

Щодо ринкового капіталу, то вітчизняна статистична звітність, не містить обов'язкових форм до подання із відповідними показниками. Дослідження показало, що єдиним користувачем інформації щодо наявності і ефективності використання інтелектуального капіталу є держава, а не кредитори, інвестори або навіть власники вітчизняних підприємств. А це безцінний інструмент для отримання інформації про діяльність підприємства та його реальну вартість, як на сьогодні, так і при прогнозуванні стратегії подальшого розвитку бізнесу. Ми приєднуємось до думки [15], що сьогодні створений на окремому підприємстві гудвіл стає домінуючим чинником, який покладено в основу ринкової ціни компанії і, не може бути визначений виключно калькуляцією об'єктивних вартісних показників.

Будь-які відомі методики вартісної окремих складових інтелектуального капіталу, придатні для різних об'єктів та цілей, не можна вважати універсальними завдяки різноманітності об'єктів оцінки та умов їх використання. На підставі аналізу інформації Державного реєстру суб'єктів оціночної діяльності встановлено, що оцінкою цілісних майнових комплексів, майнових прав та нематеріальних активів, у тому числі оцінка прав на об'єкти інтелектуальної власності в Україні займається 93,13 % із загальної кількості оцінювачів (станом на 1.01.2014 року – 3190 осіб). Слід відмітити, що виключно оцінкою прав на об'єкти інтелектуальної власності займаються лише 1,19 % із загальної кількості оцінювачів [13, 14]. Тут є причини, такі як складність об'єктів оцінки, відсутність практичного досвіду та недосконалість законодавчої бази щодо оцінки об'єктів інтелектуальної власності. Безперечно, потребує подальшого вдосконалення оцінка ефективності використання таких об'єктів заснована на збалансованій системі показників.

Висновки з даного дослідження. В ринковій економіці ефективність ведення господарської діяльності забезпечується можливістю отримати повну, точну, достовірну та оперативну інформацію про стан підприємства, що відображається у звітності. Проблемами відображення у звітності інтелектуального капіталу є: відсутність порівнянності або співставності інформації по нематеріальним об'єктам на конкретних підприємствах, складність ідентифікації та оцінки його складо-

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

вих, а також різні методики визначення майбутніх економічних вигод, які очікується отримати від складових інтелектуального капіталу та періоди їх отримання.

Автором обгрунтовано, відображення в обліковій системі інтелектуального капіталу, як об'єкту із визначеною структурою, складною до ідентифікації та оцінки. В Україні експертним шляхом можуть бути оцінені всі ідентифіковані нематеріальні об'єкти прав, і ті які були на балансі на дату інвентаризації, і які виявлено при інвентаризації. Визначення вартості не ідентифікованих нематеріальних об'єктів може бути прямо не пов'язана з витратами на їх придбання (створення), а визначається вигодою від їх застосування.

За результатами дослідження доведено необхідність розробки нового підходу до методичного забезпечення формування інформації про інтелектуальний капітал через зміну економічних відносин у суспільстві і розширення кола споживачів облікової інформації. А також, уточнення методологічних засад формування облікової інформації про нематеріальні об'єкти обліку для подальшого відображення у звітності з урахуванням специфіки досліджуваного об'єкта. Оцінка кожної складової інтелектуального капіталу потребує індивідуального розгляду та відповідних знань. На сьогодні, не існує єдиної концепції вартісної оцінки об'єктів інтелектуальної власності та інших нематеріальних активів для конкретних цілей. Але, надалі оцінка нематеріальних об'єктів для відображення у звітності в кожному конкретному випадку повинна здійснюватися на основі методик, які розробляються окремо для об'єкта оцінки і враховують загальноприйняті у світовій практиці методи, нормативи, показники і обмеження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999р. №996.- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» №2658.- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999р. №242 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zacon1.rada.gov.ua>.
4. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів від 16.11.2009 р. №1327 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zacon.rada.gov.ua>.
5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/dokument/92449/МСБО_38.pdf.
6. Національний стандарт №4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності», затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 03.10.2007р. № 1185.
7. Інтелектуальна власність в Україні: правові засади та практика. Том4. Оцінка інтелектуальної власності. Бухгалтерський облік та оподаткування / Під ре-

дакцією О.Б. Бутніка-Сіверського, О.Д. Святоцького. - К.: Вид. дім „Ін Юре”, 1999. – 348 с.

8. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: Учебное пособие. Под ред. Гапоненко А.Л. – М: Издательский дом «Социальные отношения», 2003. – 184 с.

9. Малюга Н.М. Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку: монографія/ Наталія Михайлівна Малюга. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 548 с.

10. Методика оцінки майнових прав інтелектуальної власності: наказ Фонду державного майна № 740 від 25.06.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zacon2.rada.gov.ua>.

11. Методичні підходи до оцінки вартості і використання об'єктів права інтелектуальної власності в наукових установах. - К.: ІАЕ УААН, 2003. – 30с.

12. Міжнародні стандарти фінансової звітності. – К.: ФПБАУ, 2004. Ч.2. – 1232 с.

13. Про затвердження форм державних статистичних спостережень зі статистики науки та інновацій: наказ Державної служби статистики України від 20.11.2011р. № 471 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

14. Про затвердження форм державних статистичних спостережень зі статистики праці: наказ Державної служби статистики України від 07.08.2013р. № 239 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

15. Ридзевська О.В., Сало А.В. Поняття гудвілу та характеристика його складових // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету Серія: Економічні науки. – 2012. - №22, ч. II.

16. Журавська І.В. Відображення складових інтелектуального капіталу у фінансовій звітності в Україні // Облік і фінанси. - 2014. - № 1(63), С. 14-19.

17. Уманців Г. Облікове відображення об'єктів інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів // Облік і фінанси АПК. – 2010. - №4, с. 11-13.

18. Bordenave Richard. Collection critiques dent reprise «Marque & con commuter. Le divorce?» – Edition EMS, 2004. - 492 p.

19. Ticha I. Intellectual capital reporting / Ticha I. // Agric. Econ. Czech, 2008. - № 54. – p. 57-62.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗМІН

Волковицька О.М., к.е.н., старший викладач,

Бузар О.О.,

Коливанов О.С.

У статті розглянуто особливості обліку та порядок відображення в звітності інформації про власний капітал підприємства в контексті національних та міжнародних стандартів. Обґрунтовані теоретичні положення і методичне забезпечення стандартизації обліку власного капіталу.

Ключові слова: власний капітал, облік, звітність, гармонізація, МСФЗ.

The article discusses the features of accounting and reporting in the display order information of changes in equity of the enterprise in the context of national and international standards. Theoretical positions and methodological support standardization of accounting equity.

Keywords: equity, accounting, reporting, harmonization, IFRS.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Власний капітал відіграє ведучу роль у створенні та розвитку підприємства. Для прийняття обґрунтованих та виважених управлінських рішень, керівникам потрібна повна та достовірна інформація про фінансово-майновий стан їх підприємства. Основним джерелом, де акумулюється та систематизується необхідна інформація, є бухгалтерський облік та фінансова звітність. Тому на сьогодні, для підприємств виняткове значення мають вдосконалення методики обліку власного капіталу та відображення цієї інформації у фінансовій звітності.

Враховуючи функції власного капіталу можна зазначити, що його розмір визначає ступінь незалежності та впливу його власників на підприємство, а для кредиторів є показником відповідальності і стабільності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У різні часи проблеми власного та інтелектуального капіталу досліджували багато вчених, зокрема, Г. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський, С.М. Ілляшенко, В. Зінов, С. Кокизюк, І.Й. Яремко та інші. Проте, існує ряд невирішених суперечностей як методології формування власного капіталу, так і доцільності застосування інтелектуального капіталу на підприємствах.

Ціль статті. Мета статті полягає у розкритті складових власного капіталу в обліку та звітності за вітчизняними та міжнародними стандартами, провести порівняльний аналіз та розглянути реформування системи бухгалтерського обліку, щодо власного капіталу в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У вітчизняному бухгалтерському обліку методологічною основою формування інформації про капітал є НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової

звітності», у якому власний капітал визначається як частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

В процесі управління підприємством окреме місце займає походження власного капіталу. Світова практика використовує наступний поділ власного капіталу за джерелами утворення (рис. 1).

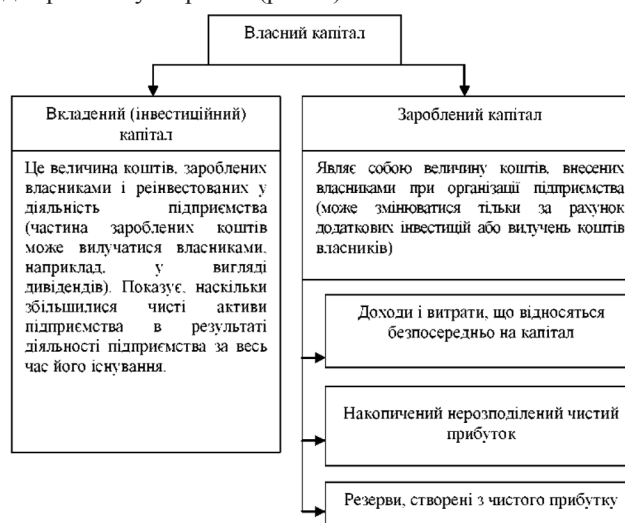


Рис. 1. Складові власного капіталу за міжнародними стандартами

У вітчизняній практиці власний капітал підприємства, залежно від джерела формування, також поділяється на дві групи (рис. 2).

Міжнародні стандарти не надають однозначного трактування власного капіталу. Деякі згадки щодо цього поняття містяться у МСФЗ № 1 - про розкриття інформації у звітності, у МСФЗ № 39 наведена класифікація фінансових інструментів, що інтерпретуються як капітал й зобов'язання, (МСФЗ 10) - надає інформацію щодо дивідендів, викуплених акцій тощо[2].

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки



Рис. 2. Складові власного капіталу за національними стандартами

Класифікація власного капіталу за джерелами його утворення є досить важливою при визнанні його елементів, тому враховуючи різницю у джерелах формування у міжнародній та вітчизняній практиці, також існують відмінності у компонентах фінансової звітності за МСФЗ та ПСБО (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння фінансової звітності за МСФЗ та ПСБО

МСФЗ	ПСБО
Звіт про фінансовий стан	Баланс (Звіт про фінансовий стан) (форма №1)
Звіт про сукупні доходи за період	Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (форма № 2)
Звіт про рух грошових коштів	Звіт про рух грошових коштів (форма №3)
Звіт про зміни у власному	Звіт про власний капітал (форма № 4)
Примітки, що містять стислий виклад суттєвих облікових політик та інші пояснення	Примітки до фінансової звітності (форма 5)

Здійснивши аналіз таблиці 2, можна сказати, що істотних різниць між компонентами фінансової звітності немає. Однак не дивлячись на це, порядок її складання та зміст статей, що відображені в цих двох пакетах звітності, різні. Це можна пояснити тим, що поняття власного капіталу в зарубіжній практиці розглядається в основному стосовно акціонерних компаній. Тому міжнародні стандарти містять детальні вимоги щодо обліку випуску акцій, операцій з власними викупленими акціями, опціонів на акції та ін. Така інформація відображається в спеціальному звіті про зміни у власному капіталі (Statement of changes in shareholders' equity), який є важливою частиною фінансової звітності компанії.

Найбільш суттєві різниці є в методичній частині звітності, зокрема вони стосуються економічних факторів, таких як оподаткування, соціальних відрахувань, більш обмежених можливостей і вимог щодо створення резервів на гарантійне обслуговування, ремонт, податкових резервів, майбутніх доходів за відсотками або дивідендами.

Щодо реформування системи бухгалтерського обліку в Україні, то в 2013 році до НП(С)БО 1 були внесені зміни у структури та назви форм фінансової звітності у відповідності до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. Введено такі статті балансу (табл. 4), як «зареєстрований капітал» і «капітал в дооцінках», введено поняття сукупного доходу і визначено його складові, які відображаються в розділі II звіту про фінансові результати. Це дооцінка (уцінка) необоротних активів, дооцінка (уцінка) фінансових інструментів, накопичені курсові різниці, частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств, інший сукупний дохід[3].

Власний капітал є складним й багатограним об'єктом, облік якого у вітчизняних реаліях потребує чіткої регламентації з врахуванням організаційно-правових форм власності, інших особливостей ведення фінансово-господарської діяльності, які витікають з тих чи інших інституційних особливостей та їх змінах в процесі реформ.

Перш за все необхідно визначити, які фактори впливатимуть на побудову обліку капіталу та його регулювання. Серед них основними, на нашу думку, є:

- стан та перспективи змін інститутів та інституційних середовищ;
- стратегії розвитку економічної системи та форм власності;
- види підприємницької діяльності (організаційна складова);
- вплив сучасних економічних теорій на побудову понятійно-категоріального апарату і концепцій бухгалтерського обліку тощо.

Враховуючи перелічені чинники впливу, важливим є розробка алгоритму гармонізації національної та міжнародної системи регулювання обліку капіталу підприємства (рис. 3). Для успішного виконання дій, наведених в алгоритмі, необхідним стає виконання певних умов у процесі запровадження МСФЗ в Україні, а саме:

- забезпечення вільного доступу до змісту МСФЗ, формування інформаційно-аналітичної бази з перспектив застосування МСФЗ (через наповнення веб-сайту Міністерства фінансів України рекомендаційними навчальними матеріалами, науковими статтями, інформацією з поширення кращої практики їх застосування, тощо);
- призначення відповідальних суб'єктів методологічного впливу за адаптацію та впровадження стандартів;
- здійснення заходів, за координації Методологічної Ради з бухгалтерського обліку при Мінфіні України, координації наукових досліджень з проблем адаптування МСФЗ з проведення консультацій та навчання бухгалтерів принципам й особливостям веденню обліку[1];
- законодавче уточнення кола суб'єктів, що зобов'язані вести облік за міжнародними стандартами;
- постійний моніторинг застосування міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та міжнародних стандартів фінансової звітності.



Рис.3 Алгоритм гармонійної розбудови вітчизняного обліку власного капіталу

Відбулись зміни й у відображенні інформації щодо власного капіталу у фінансовій звітності. У власному капіталі підприємства, згідно зі змінами, виділяють нові складові: зареєстрований капітал й капітал в дооцінках. Тобто відбувається гармонізація класифікації власного капіталу відповідно до міжнародної практики, що виділяє вкладений й нагромаджений капітал.

З одного боку, гармонізація вимагає чіткого трактування нових статей, а також доповнення плану рахунків для їх обліку. Нині існує проект наказу Міністерства фінансів України “Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку”, де запропоновані зміни Плану рахунків класу 4. Згідно з проектом, за кредитом рахунку 40 “Зареєстрований капітал” відображається збільшення зареєстрованого капіталу, за дебетом - його зменшення (вилучення).

Рахунок 40 “Зареєстрований капітал” має такі субрахунки:

- 401 “Статутний капітал”;
- 402 “Пайовий капітал”;
- 403 “Інший зареєстрований капітал”.

З іншого, для врахування національного інституційного середовища доцільним є адаптування МСФЗ. Вітчизняний облік капіталу доцільніше більш деталізувати. Першочергово, потрібно деталізувати склад субрахунків, з метою систематизації складових зареєстрованого та нагромадженого капіталу. Наприклад, з використанням аналітичних рахунків, для акціонерних товариств доречним буде розмежовувати акції, з яких складається статутний капітал, припустимо так: 4011 “Прості акції”, 4012 “Привілейовані акції”. Чіткої деталізації потребують субрахунки 402 “Пайовий капітал” (за вкладками й паями) 403 “Інший зареєстрований капітал” (за капіталами дочірніх та ін. підприємств).

Це все сприятиме гармонізації вітчизняних стандартів з міжнародними в національних інтересах.

Перспективною є розробка і окремого стандарту обліку “Власний капітал” як на національному так і на міжнародному рівні.

Вважаємо, що такий стандарт повинен містити такі обов’язкові параграфи:

1. Загальні положення - сфера дії стандарту, тощо.
2. Поняття, склад та класифікація власного капіталу - трактування понять, що використовуються в стандарті, опис формування його складових, класифікація відповідно до різних організаційно-правових форм власності та виду підприємницької діяльності тощо.
3. Оцінка капіталу - правила оцінки та дооцінки.
4. Принципи, правила та методичні підходи до обліку власного капіталу.
5. Розкриття інформації - інформація, що підлягає відображенню у фінансовій звітності.
6. Заключні положення.

Розробка й введення у національну та міжнародну практику запропонованого стандарту обліку сприятиме удосконаленню процесу бухгалтерського обліку, що призведе до уникнення неузгодженостей та існуючих проблем відображення об’єктивної інформації про власний капітал із врахуванням інституційних змін в глобальному та національному вимірах.

Висновки. Отже, існують відмінності в складі та структурі власного капіталу за національними стандартами обліку та міжнародними стандартами. Зокрема, на нашу думку, тому що поняття власного капіталу в міжнародній практиці розглядається в основному стосовно акціонерних компаній та акціонери є найбільш зацікавленими особами у повній інформації про капітал.

Підприємства повинні чітко визначати цілі, порядок та умови збільшення (зменшення) власного капіталу, порядок формування резервного капіталу, порядок формування та використання додаткового капіталу, методичку здійснення реінвестицій у корпоративні права, чітко визначати порядок оподаткування операцій, які пов’язані із збільшенням (зменшенням) статутного капіталу тощо.

Реформування системи бухгалтерського обліку в Україні вже почалося і це складний, неоднозначний процес, який повинен співвідноситися з готовністю системи бухгалтерського обліку, до відповідних новацій. Впровадження міжнародних стандартів обліку і звітності в Україні полегшить співпрацю вітчизняних підприємств зі світовими торговельними партнерами, і цим самим надасть можливість залучити додаткові іноземні інвестиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.МСБО 1 “Подання фінансових звітів” [Електронний ресурс]. - Режим доступу: buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO1.
- 2.Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг:

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

видання 2010 року, частина 2 / Пер. з англ.: Ольховікова О.Л., Селезньов О.В., Зєніна О.О., Гик О.В., Біндер С.Г. – Київ: МФБ і АПУ, 2010. – 841 с.

3. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://рю-и4от.іпfo>.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів

України 07.02.2013 р. № 73 та зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28.02.2013 р. за № 336/22868.

5. Голов С. Міжнародні стандарти фінансової звітності: зміни та поширення / С.Голов // Бухгалтерський облік і аудит. - 2010.

6. Діділовський О.М. Проблеми та перспективи застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні / О.М. Діділовський // Міжнар. зб. наук. пр. – 2011

7. Картузова Т.В. Необхідність переходу України на міжнародні стандарти фінансової звітності / Т.В. Картузова, О.М. Яворська // Національний лісотехнічний університет України. - 2012.

8. Ловінська Л.Г. Державне регулювання бухгалтерського обліку в Україні // Баланс. Спец. Випуск «Матеріали конференції.», березень 2014р.

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗМІНИ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ В ІНОЗЕМНІЙ ВАЛЮТІ

Волковицька Ольга Миколаївна,

к.е.н., старший викладач

Живилова Юлія Сергіївна, студентка

МНУ імені В.О. Сухомлинського

Збільшення статутного капіталу в іноземній валюті є важливим питанням у зв'язку із залученням іноземних інвесторів на сучасні підприємства.

Процес збільшення статутного капіталу товариства з обмеженою відповідальністю (далі — ТОВ) включає такі основні етапи:

- прийняття учасниками рішення про зміну розміру статутного капіталу;
- внесення змін до статуту;
- державна реєстрація змін;
- формування збільшеного розміру статутного капіталу шляхом внесення вкладів учасників;
- відображення в обліку збільшеного розміру статутного капіталу, заборгованості по внесках учасників та її погашення.

Учасники товариства вправі вирішувати, яким джерелом для поповнення статутного капіталу скористатися. Але перш ніж приймати рішення, слід врахувати обов'язкову вимогу: збільшення статутного капіталу товариства допускається лише після внесення його учасниками вкладів у повному обсязі.

Право прийняття рішення про зміну розміру статутного капіталу віднесено до компетенції загальних зборів учасників. Рішення зборів вважатиметься прийнятим, якщо за нього проголосують учасники, які володіють у сукупності більш як 50% загальної кількості голосів (учасники ТОВ мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у статутному капіталі). Водночас загальні збори вважаються повноважними за умови присутності учасників, що володіють у сукупності більш як 60% голосів. Рішення про збільшення статутного капіталу та склад і розмір вкладів оформляється протоколом загальних зборів учасників або одноосібним рішенням, якщо учасник один. Одночасно із цим затверджуються зміни до статуту, пов'язані зі збільшенням статутного капіталу та зміною розмірів часток учасників.

Зміни слід відобразити в статуті, під час оформлення змін до статуту слід врахувати певні вимоги, а саме:

- зміни викладаються письмово, прошиваються, пронумеровуються та підписуються учасниками або уповноваженими особами; підписи фізичних осіб тепер не підлягають нотаріальному посвідченню;
- внесення змін може оформлятися окремим до-

датком до статуту або викладенням статуту в новій редакції; на титульній сторінці додатка робиться відмітка про те, що зазначений документ вважається невід'ємною частиною статуту.

Якщо ТОВ створене й діє на підставі модельного статуту, тобто відомості учасників, розмір та склад часток і розмір статутного капіталу деталізуються в рішенні про його створення, то збільшення розміру статутного капіталу та можливий перерозподіл часток учасників слід оформити в такій самій формі. Тобто у протоколі загальних зборів учасників відображається нове рішення — про збільшення статутного капіталу. Адже зміни безпосередньо до модельного статуту не вносяться.

Рішення учасників товариства про зміну розміру статутного капіталу набуває чинності з моменту держреєстрації змін [1].

Звернутися за нею до держреєстратора потрібно протягом трьох робочих днів із дати прийняття рішення про внесення змін до статуту [3] (хоча санкцій за недотримання цього строку законодавством не передбачено). Для проведення державної реєстрації змін до статуту ТОВ держреєстратору треба подати (або надіслати поштою) відправленням з описом вкладення) такі документи [4]:

- заповнену реєстраційну картку на проведення держреєстрації змін до установчих документів (форма 3, затверджена Наказом № 3178). Якщо документи надсилають поштою, підпис заявника на картці повинен бути нотаріально посвідчений [4];
 - примірник оригіналу (ксерокопію, нотаріально засвідчену копію) протоколу загальних зборів учасників з рішенням про внесення змін до статуту;
 - документ, що підтверджує правомочність прийняття рішення про внесення змін до статуту;
 - оригінал статуту з відміткою про його державну реєстрацію з усіма змінами, чинними на дату подачі документів;
 - два примірники змін до статуту у вигляді окремих додатків або два примірники статуту у новій редакції;
 - документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору в розмірі 51 грн (копія квитанції, виданої банком, або копія платіжного доручення з відміткою банку).
- Інші документи для проведення державної

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

реєстрації змін до статуту, окрім перелічених вище, держреєстратор вимагати не має права.

Строк в який має бути сформований збільшений розмір статутний капітал і застосовані санкції до недобросовісних учасників, аналогічні до тих, що передбачені під час формування статутного капіталу протягом першого року із дня держреєстрації товариства. Але спеціальних вимог щодо строку внесення та наслідків за невнесення вкладів у разі збільшення статутного капіталу законодавство не містить. Відповідно, ці умови можна врегулювати в статуті.

Органи Державної фіскальної служби схильні розглядати суми внесків, одержаних до моменту держреєстрації збільшення статутного капіталу, як безповоротну фінансову допомогу із включенням їх до складу доходу платника податку на прибуток.

Існують протиріччя стосовно заборгованості учасників-нерезидентів в іноземній валюті по вкладах до статутного капіталу, визнання заборгованості монетарної чи немонетарною статтею балансу. Адже від цього критерію в першу чергу залежить порядок обліку та перерахунку курсових різниць.

Прихильники «теорії немонетарності» заборгованості учасників-нерезидентів керуються буквальною тлумаченням поняття «монетарні статті» із п. 4 П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів». Стверджують, що монетарними будуть лише статті балансу про грошові кошти, а також про такі активи й зобов'язання, які будуть отримані або сплачені у фіксованій (або визначеній) сумі грошей або їх еквівалентів. У той час як заборгованість учасників («неоплачений капітал») належить до статті балансу про власний капітал (не є ані активом, ані зобов'язанням), тобто вважається немонетарною [8].

Натомість прихильники «теорії монетарності» також враховують поняття «монетарні статті» із п. 4 П(С)БО 21, але в частині того, що монетарними будуть статті балансу про зобов'язання, які будуть отримані або сплачені у фіксованій (або визначеній) сумі грошей або їх еквівалентів. На їхній погляд, монетарними слід визнавати будь-які статті балансу (навіть статті власного капіталу), за якими передбачено отримання грошових коштів. За пошуком додаткових аргументів звертаються до МСБО 21 «Вплив змін валютних курсів», у якому міститься норма про те, що контракт на отримання (або надання) змінної кількості власних інструментів капіталу суб'єкта господарювання, у якому справедлива вартість, що має бути отримана (чи надана), дорівнює фіксованій кількості або кількості одиниць валюти, яку можна визначити, є монетарною статтею [5].

Поряд із тим в українській практиці сформувався навіть не два, а три різні варіанти обліку курсових різниць із заборгованості за вкладами учасників-нерезидентів до статутного капіталу:

1) заборгованість учасника-нерезидента визнають монетарною статтею балансу;

— під час первісного визнання (на дату держреєстрації збільшення статутного капіталу) відображають в обліку шляхом перерахунку суми в іноземній

валюті із застосуванням валютного курсу на дату здійснення операції;

— у подальшому визначення курсових різниць проводиться на кожен дату балансу та на дату здійснення розрахунків, тобто внесення вкладу;

— курсові різниці обліковуються в складі інших доходів (субрахунок 744), або інших витрат (субрахунок 974) у кореспонденції з рахунком 46; підприємствам, що керуються МСФЗ, аудитори рекомендують застосовувати натомість рахунок 77 «Доходи (втрати) від курсової різниці»; адже за МСФЗ курсові різниці визнають у прибутку або збитку в тому періоді, коли вони виникають; у звітності розкривається згорнута сума курсових різниць, або прибутки та збитки подаються окремо, якщо вони — суттєві, тобто можуть впливати на економічні рішення, які приймають користувачі на основі фінансової звітності [8];

2) заборгованість учасника-нерезидента визнають немонетарною статтею балансу;

— під час первісного визнання відображають в обліку шляхом перерахунку суми в іноземній валюті із застосуванням валютного курсу на дату здійснення операції;

— курсові різниці на кожен дату балансу не перераховуються; на дату здійснення розрахунків (внесення вкладу) визначається різниця між курсом на момент виникнення заборгованості та курсом на дату її погашення;

— таку різницю обліковують у складі інших доходів від звичайної діяльності (субрахунок 746) або інших витрат звичайної діяльності (субрахунок 977) у кореспонденції з рахунком 46 [7];

3) заборгованість учасника-нерезидента визнають монетарною статтею балансу, але курсова різниця на дату балансу та під час погашення заборгованості визнається прибутком (збитком) від випуску інструментів власного капіталу;

— під час первісного визнання власного капіталу (збільшення розміру статутного капіталу) заборгованість учасника-нерезидента відображають в обліку шляхом перерахунку суми в іноземній валюті із застосуванням валютного курсу на дату здійснення операції;

— визначення курсових різниць проводять на кожен дату балансу та на дату здійснення розрахунків, тобто внесення вкладу;

— курсову різницю визнають прибутком (збитком) від випуску інструментів власного капіталу та відображають як збільшення (зменшення) додаткового вкладеного капіталу. Якщо, у випадку зменшення, останнього недостатньо, зменшують нерозподілений прибуток чи збільшують непокритий збиток [8];

— курсові різниці обліковують у складі додаткового капіталу (рахунок 42 «Додатковий капітал») або як зменшення нерозподіленого прибутку/ збільшення непокритого збитку (рахунок 44) у кореспонденції з рахунком 46 [7].

Необхідно відзначити, що перший із наведених варіантів обліку підкріплений нормами МСБО та є більш обґрунтованим.

Стосовно відображення у податковому обліку курсових різниць, у підкатегорії 110.13 Єдиної бази податкових знань (далі – ЄБПЗ) міститься роз’яснення стосовно того, що: не внесена до статутного капіталу іноземна валюта як монетарна стаття балансу підлягає перерахунку; позитивне або від’ємне значення курсових різниць розраховують на дату звітного балансу або на дату погашення такої заборгованості залежно від події, що сталася раніше; прибуток (позитивне значення курсових різниць) враховують у складі доходів, а збиток (від’ємне значення курсових різниць) — у складі витрат [2].

Згідно із ПКУ платники податку на прибуток визначають курсові різниці від перерахунку операцій, виражених в іноземній валюті, заборгованості та іноземної валюти відповідно до П(С)БО (або згідно із МСФЗ). Тобто в загальному випадку курсові різниці в податковому обліку повинні визначатися за даними бухгалтерського обліку й впливати на об’єкт оподаткування.

Але в ЄБПЗ курсові різниці за вкладками учасників-нерезидентів із метою оподаткування податком на прибуток не враховують за будь-якого з обраних підходів їх бухгалтерського обліку. Адже незалежно від форми обліку сутність залишається незмінною: з податковою метою ми маємо справу з коштами, що надходять у вигляді прямих інвестицій у корпоративні права, емітовані платником податку, та водночас — із сумами отриманого емісійного доходу. А ці надходження в складі доходів платників податку на прибуток не враховують.

В загальному в роботі розглянута податково-бухгалтерська ситуація зі збільшенням статутного капіталу внесками в іноземній валюті: оглянуто установлені аспекти та роз’яснено дискусійні та нові питання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТІВ:

1. Господарський кодекс України - за станом на 24.07.2014 р / Відомості Верховної Ради України- Офіц. видання від 16.01.2003 № 436-IV.
2. Податковий кодекс України : за станом на 01.10.2014р./Верховна Рада України - Офіц. видання - Уклад. В. Кузцов. Х.: Фактор,2014 - 496 с.
3. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.91 р. № 1576-ХІІ-[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» від 15.05.03 р. № 755-IV -[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. МСФЗ 21 «Вплив змін валютних курсів» — від 01.01.2012.
- 6.Наказ Міністерства юстиції України «Про затвердження форм реєстраційних карток» від 14.10.11 р. № 3178/5- [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. План рахунків бухгалтерського обліку та Інструкція про його застосування/ Уклад. В. Кузнецов. - Х.: Фактор, 2009. - 192 с.

8. П(с)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» — положення від 10.08.2000 № 193.

ОСОБЛИВІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО АУДИТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

П.В. Іванюта

д. держ. упр., доцент,

професор кафедри обліку, аудиту та інформаційних технологій

Вінницький кооперативний інститут

Анотація: В статті обґрунтований процес екологічного аудиту і екологічної оцінки як його важливої складової для забезпечення процесу виконання екологічних вимог при реалізації інвестиційних проектів і прогнозування розрахунку викидів шкідливих речовин на навколишнє середовище.

Ключові слова: екологічний аудит, екологічна оцінка, гранично допустима концентрація, гранично допустимі викиди, гранично допустимі скиди

Annotation: In this article the process of environmental audits and environmental assessment substantiating as it is essential for ensuring the implementation process of environmental requirements in the implementation of investment projects and forecasting calculation of emissions of harmful substances into the environment.

Key words: environmental auditing, environmental assessment, maximum permissible concentration, maximum permissible emission, maximum allowable discharges

Постановка проблеми. В останнє десятиліття ХІ століття значно погіршилась екологічна ситуація у країнах які розвиваються в результаті нерозумної діяльності людини. Процес трансформації біосфери в ноосферу – реальний факт, що триває не одне тисячоріччя з наростаючою силою, і тягне за собою не тільки творчий початок установа розумної гармонії еволюції природи і людини, але і руйнівний початок – коли людина порушує рівновагу в біосферних процесах, винищує біологічні види, забруднює навколишнє середовище, породжує екологічні катастрофи.

Передбачення саме цих негативних явищ можливе за умови прогнозування, як головного чинника формування стратегії та тактики подальшого розвитку національної економіки. Охорона навколишнього середовища є одним з головних пріоритетів кожної держави світу, зокрема, це питання стосується і України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробками методів та методик екологічного аудиту на підставі оцінки та аналізу стану навколишнього середовища та впливу людської діяльності належить вітчизняним вченим: Н.В. Вишневській, Л.М. Горбачу, С.І. Дорогунцову, П.П. Пастушенку, М.А. Хвесику та Ю.М. Хвесик. Але виникає необхідність у більш достовірному обґрунтуванні екологічного аудиту на прикладі окремих видів екологічної оцінки.

Постановка завдання: обґрунтувати процес екологічного аудиту для врахування та підтримки екологічного рівня діяльності підприємств при реалізації інвестиційних проектів і прогнозування розрахунку викидів шкідливих речовин на навколишнє середовище.

Виклад основного матеріалу: Загальна екологічна ситуація, що склалася в Україні, визначається як напружена і дуже складна. Тому необхідно застосовува-

ти комплексний (системний) підхід, пов'язаних у здійсненні або підсиленні участі державних механізмів у вигляді екологічного аудиту, та існуючих методів і методик, розроблених провідними вітчизняними і іноземними науковцями, а також громадськими організаціями і установами з питань екології, спрямованого на врегулювання впливу господарської та суспільної діяльності на складові біосфери – ґрунту, повітря, води. Щоб знизити ці наслідки, доцільно частіше проводити екологічний аудит.

Екологічний аудит – це документально оформлений системний незалежний процес оцінювання об'єкта екологічного аудиту, що включає збирання і об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації з цих питань вимогам законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту. Еколого-аудиторська діяльність включає проведення екологічного аудиту, а також його організаційне, правове, методичне, консультативне та інші види забезпечення [1 – 3].

Важливішою складовою екологічного аудиту є екологічна оцінка. Проведення екологічної оцінки є обов'язковим процесом для більшості інвестиційних проектів – як в Україні, так і в інших країнах. Під час цієї процедури досліджується потенційний вплив майбутньої діяльності на природне і соціально-економічне середовище, і в подальшому складається висновок щодо екологічної, суспільної та економічної придатності проекту.

Екологічна оцінка виконується за вимогою як державних установ, так і міжнародних фінансових організацій (таких, як Світовий Банк або Європейський банк ре-

конструкції та розвитку) згідно із затвердженими ними процедурами [4, с. 9 – 11].

Основні етапи екологічної оцінки відображені на рис. 1. Процес екологічної оцінки починається з прийняття рішення про його необхідність. При цьому за увагу можуть прийматися обов'язкові списки об'єктів виробництва або інші критерії, які регламентовані національними або міжнародними вимогами. Необхідно також достовірніше визначити ціль проекту і часові рамки його реалізації [5; 6].

Згідно зарубіжного досвіду, основну роботу по плануванню екологічної оцінки виконує інвестор або відповідний проектний інститут чи консалтингова компанія при участі уповноважених державних установ і суспільства. Програма робіт по екологічній оцінці може вимагати затвердження державною установою.

Під екологічною оцінкою слід розуміти також національну процедуру оцінки можливого впливу на навколишнє середовище, де «вплив» означає будь-які наслідки планованої діяльності для середовища, включаючи здоров'я і безпеку людей, флору, фауну, ґрунт, повітря, воду, клімат, ландшафт, історичні пам'ятники та інші матеріальні об'єкти; поняття впливу охоплює також наслідки для культурного спадку або соціально-економічних умов.

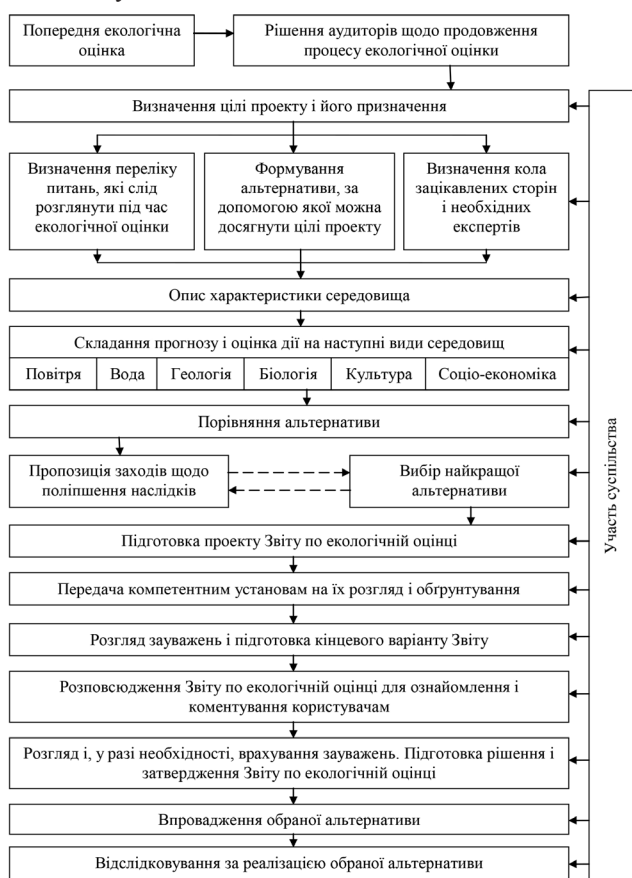


Рис. 1. Процес екологічної оцінки

Найпоширенішим видом екологічної оцінки є визначення гранично допустимої концентрації (ГДК) – така маса шкідливої речовини в одиниці об'єму (в мг на

1 м³ повітря, 1 л рідини чи 1 кг твердої речовини) окремих компонентів біосфери, періодичний чи постійний, цілодобовий вплив якої на організм людини, тварин і рослин не викликає відхилень у нормальному їх функціонуванні протягом усього життя нинішнього та майбутніх поколінь.

При визначенні гранично-допустимої концентрації на прикладі наявних у повітрі, воді чи ґрунті шкідливих домішок у певний час на певній території, де розташований об'єкт для вкладання інвестицій, називається фоновією концентрацією (C_{ϕ}) [7, с. 27-36]. Контроль за якістю біосфери здійснюється шляхом зіставлення фоновією концентрації з гранично допустимою:

$$\frac{C_{\phi}}{ГДК} \leq 1. \quad (1.1)$$

Усі шкідливі речовини за ступенем небезпечності дії на людину поділяються на чотири класи: I – надзвичайно небезпечні (нікель, ртуть); II – високонебезпечні (сірководень, діоксид азоту); III – помірно небезпечні (сажа, цемент); IV – малонебезпечні (бензин, фенол).

Зазначимо, що чим шкідливіша речовина, тим нижча її ГДК і тим складніше здійснити захист атмосферного повітря. Для кожної речовини встановлюються два нормативи: максимальна разова і середньодобова.

З метою недопущення викиду в атмосферу понаднормативних обсягів шкідливих твердих речовин розроблено нормативи гранично допустимих концентрацій шкідливих речовин у атмосфері населених пунктів (табл. 1.1).

Нормування викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище виконується шляхом встановлення гранично допустимих викидів цих речовин в атмосферу (ГДВ). ГДВ – це маса викидів шкідливих речовин за одиницю часу від одного або сумності джерел забруднення атмосфери міста чи іншого населеного пункту з урахуванням перспективи розвитку промислових підприємств і розсіювання шкідливих речовин в атмосфері, що створює приземну концентрацію, яка не перевищує гранично допустимі концентрації їх для населення, рослинного і тваринного світу, якщо немає більш жорстких екологічних вимог [8, с. 45].

Одиниця виміру ГДВ – грам на секунду (г/с), встановлюється для кожного джерела забруднення атмосфери за умови, що викиди шкідливих речовин від цього джерела і від сукупності інших джерел з урахуванням розсіювання їх в атмосфері не створять приземної концентрації шкідливих речовин, яка перевищить ГДК. За наявності в атмосфері домішок, за якими визначена необхідність урахування сумісної шкідливої дії, критерієм для встановлення ГДК використовуються вимоги про виконання співвідношення:

$$\frac{C_{\phi_1}}{ГДК_1} + \frac{C_{\phi_2}}{ГДК_2} + \frac{C_{\phi_3}}{ГДК_3} + \dots + \frac{C_{\phi_n}}{ГДК_n} \leq 1. \quad (1.2)$$

Нормування скидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище виконується шляхом встановлення гранично допустимих скидів речовин із стічними

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

водами у водні об'єкти (ГДС). ГДС – це маса речовин у стічних водах, максимально допустима до відведення з установленим режимом у певному пункті водного об'єкта за одиницю часу з метою забезпечення норм якості води у контрольованому пункті. ГДС встановлюється з урахуванням ГДК у місцях водоспоживання, асиміляційних властивостей водного об'єкта й оптимального розподілу маси речовин, що скидаються, між водокористувачами, які скидають стічні води. Гранично допустима концентрація домішок у воді водного об'єкта – це такий нормативний показник, який включає несприятливий вплив на організм людини і можливість обмеження чи порушення нормальних умов господарсько-питного, побутового та інших видів водокористування.

Таблиця 1.1

Гранично допустимі концентрації шкідливих речовин у атмосфері населених пунктів

Речовина	ГДК (максимальна разова), мг/м ³	ГДК (середньодобова), мг/м ³
Нітробензол	0,008	0,008
Сірчистий газ	0,5	0,05
Сірководень	0,008	0,008
Хром (шестивалентний)	0,0015	0,0015
Фосфорний ангідрид	0,15	0,05
Оксиди азоту	-	0,04
Пил бавовни	0,5	0,04
Пил нетоксичний	0,5	0,15
Оксиди міді (хлориди міді)	-	0,002
Формальдегід	-	0,003
Фенол	-	0,003
Пари свинцю	0,0003	0,0003
Пари ртуті	-	0,0003
Гексахлоран	0,03	0,003
Кіптява (сажа)	0,15	0,05
Метафос	0,001	-
Солі нікелю	-	0,0002
Двоокис телуру	-	0,00001
Трихлорметан (хлороформ)	-	0,03
Пари сірчаної кислоти	0,3	0,1
Хлор	0,1	0,03
Хлорид заліза	-	0,004
Чадний газ	3,0	1,0
Пари оцтової кислоти	0,2	0,06
Ацетон	0,35	0,35
Нафталін	0,003	0,003
Пеніцилін	0,05	0,002
Аміак	0,2	0,004
Пари фтороводню	0,02	0,005

Як і для атмосферного повітря, встановлено окреме нормування якості води, хоча принцип тут інший, пов'язаний із категорією водокористування: господарсько-питного водопостачання населення і підприємств харчової промисловості; культурно-побутового призначення (для купання, спорту, відпочинку населення); рибогосподарського призначення (для збереження і відтворення цінних видів риб, які мають високу чутливість до кисню); рибогосподарського призначення для інших видів риб.

Для кожної з цих категорій встановлено нормативи на якість води у місцях водокористування (табл. 1.2).

Важливими заходами щодо збереження ґрунтів є гігієнічне регламентування їхнього забруднення.

Розроблено методичні рекомендації щодо встановлення ГДК хімічних речовин у ґрунтах.

Гранично допустима кількість речовин, що забруднюють ґрунти – частка Аміачної речовини, що забруднює ґрунти (мг/м³), не має прямої або опосередкованої дії, включаючи віддалені наслідки для навколишнього середовища та здоров'я людини. Значення ГДК деяких хімічних речовин у ґрунтах наведено в табл. 1.3.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Таблиця 1.2

Гранично допустимі концентрації шкідливих речовин у воді водних об'єктів господарсько-питного та культурно-побутового водокористування

Речовина	Гранично допустима концентрація, мг/л
Аміак (за азотом)	2,0
Амонію сульфат (за азотом)	1,0
Активний хлор	Відсутня
Ацетон	2,2
Бензол	0,5
Дихлоретан	ОДР 0,02
Залізо	0,3
Кадмій	0,001
Капролактам	1,0
Кобальт	0,1
Кремній	10,0
Марганець	0,1
Мідь	1,0
Натрій	200,0
Нафтопродукти	0,1
Нікель	0,1
Нітрати (NO)	45,0
Нітриди NO ₂	3,0
Ртуть	0,0005
Свинець	0,03
Селен	0,01
Скипидар	0,2
Фенол	0,001
Хром (С ₂ ³⁺)	0,5
Хром (С ₂ ⁶⁺)	0,05
Цинк	1,0
Етиленгліколь	1,0

ГДВ встановлюються для кожного джерела забруднення атмосфери на діючому підприємстві за умови, що викиди шкідливих речовин від одного або сукупності джерел населеного пункту з урахуванням перспективи промислового розвитку і розсіювання забруднюючих речовин в атмосфері не створять приземну концентрацію, що перевищує ГДК.

Таблиця 1.3

Гранично допустимі концентрації хімічних речовин у ґрунтах

Речовина	ГДК, мг/м ³
Метали	
Ванадій	150
Кобальт (рухлива форма)	5,0
Марганець, вилучений з: • чорнозему	700
• дерново-підзолистого ґрунту: pH=4	300
pH= 5,1-5,9	400
pH=6	500
Мідь (рухлива форма)	3,0
Нікель	4,0
Ртуть	2,1
Свинець	32
Свинець (рухлива форма)	6,0
Хром	6,0
Цинк	23
Неорганічні сполуки	
Нітрати	130
Миш'як	20
Сірководень	0,4
Фосфор (суперфосфат)	200
Фториди – водорозчинна форма	10
Ароматичні вуглеводні	
Бензол	0,3
Ізопропилбензол	0,5
Ксилоли	0,3
Стирол	0,1
Толуол	0,3
Добрива та ПАР	
Рідкі комплексні добрива з домішками марганцю	80
Азотно-калійні добрива	120
Поверхнево активні речовини	0,2

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

У разі, коли значення ГДВ з об'єктивних причин на підприємстві не можуть бути забезпечені, виконується поетапне скорочення викидів забруднюючих речовин до значень, які забезпечують додержання ГДВ.

Висновки. Екологічна оцінка є складовою екологічного аудиту, що визначає потенційний вплив майбутньої діяльності на природне і соціально-економічне середовище шляхом розрахунку і прогнозування гранично допустимих концентрацій (ГДК).

Проведення достовірної екологічної оцінки об'єктів не лише сприятиме зниженню викидів у навколишнє середовище при веденні підприємницької діяльності, але й забезпечуватиме привабливість інвестиційних проєктів, які впроваджуватимуться у підприємство, забезпечить їх конкурентоспроможність і удосконалюватиме процес виробництва.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про екологічний аудит: Закон України від 24 червня 2004 р. № 1862-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1862-15>
2. Про екологічну експертизу: Закон України від 9 лютого 1995 р. № 45/95-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/45/95>
3. Укрэкоаудит [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrecoaudit.com/index.php?pageid=10>
4. Экологическая оценка: Международный проект в Ивано-Франковской области. – Б.М.: Б.и., 2000. – 18 с.
5. Директива Комиссии Европейского Сообщества 85/337/ЕЕС от 27 июня 1985 г. «Об экологической оценке некоторых государственных и частных проєктов» (в редакции Директивы 97/11/ЕЕС)
6. ДСТУ ISO 14001:2006 «Системи екологічного керування. Вимоги та настанови щодо застосування» (ISO 14001:2004, IDT). - К.: Держспоживстандарт України, 2006. - 23 с.
7. Хвесик М.А., Горбач Л.М., Вишневська Н.В., Хвесик Ю.М. Стратегія соціально-економічного розвитку регіону (на прикладі Волинської області): Монографія. – К.: Кондор, 2004. – 376 с.
8. Екосередовище і сучасність: [монографія] Т.5. Управління екосередовищем в умовах регіоналізації/ С.І. Дорогунцов, М.А. Хвесик, Л.М. Горбач, П.П. Пастушенко. – К.: Кондор, 2006. – 446 с.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ

Кубік В. Д.,

ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

Одеський національний економічний університет,

м.Одеса, Україна

Досліджено теоретичні питання формування облікової політики підприємства, її роль в організації системи обліку, а також розглянуто чинники, які зумовлюють різні аспекти регламентації облікової політики.

Ключові слова: облікова політика, П(с)БО, система обліку, організація обліку

Investigational theoretical questions of forming of registration policy of enterprise, its role in organization of the system of account, and also factors which predetermine the different aspects of regulation of registration policy are considered.

Keywords: registration policy, Position (standard) Accounting, system of account, organization of account

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Облікова політика – одне з важливих питань організації бухгалтерського обліку, правильне вирішення якого сприяє достовірному визначенню фінансового результату і повного розкриття у фінансовій звітності. Розробляючи методи і принципи облікової політики, підприємства повинні враховувати її вплив на суми визнаних витрат або доходів, фінансові результати. Як правило, облікова політика, сформована підприємством, уточнює моменти визнання витрат та сприяє поданню достовірної фінансової інформації.

Побудова та функціонування бухгалтерського обліку на кожному підприємстві здійснюється на підставі нормативно-правових документів, розроблених органами, на які покладається керівництво обліком. Це забезпечує порівнянність облікової та звітної інформації, її єдність не лише за формою, а й за змістом.

В основі облікової політики лежить сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського та податкового обліку, складання та подання фінансової звітності. Тому вивчення діючих та дослідження нових підходів до формування і дотримання облікової політики відіграє значну роль в покращенні організації бухгалтерського обліку, внутрішньогосподарського контролю та економічного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню щодо вирішення проблемних питань та різних аспектів в організації обліку та обліковій політиці підприємств присвячено праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема: Л.Л. Баєвською, Т.В. Барановською, П.Є. Житним, Л.Б. Пантелійчук та іншими, а також зарубіжних вчених, а саме: Р. А. Алборова, П. С. Безруких, Н. П. Кондракова, С.Л. Коротаєва, М. І. Кутера, Е. С. Хендрик-

сена. Проте, питання щодо вимог, які пред'являються до формування облікової політики на даний час висвітлено на недостатньому рівні, що і зумовлює актуальність даного дослідження.

Облікова політика, вказує Л.Л. Баєвська, передбачає побудову інформаційної системи, при якій управлінські рішення, прийняті на основі інформації показників звітності, є обґрунтованими і ефективними. Більшість підприємств в Україні визначили облікову політику при переході на П(С)БО в 2000 році, враховуючи галузеві особливості, організаційно-правову форму, забезпеченість оргтехнікою та інші умови [2].

З розвитком ринкових відносин в Україні суттєво збільшився рівень ризиковості господарської діяльності, зазначають П. Житний та В. Тищенко. І тому господарюючим суб'єктам доводиться функціонувати в умовах все більшої невизначеності, при цьому облікова політика цих суб'єктів сприяє формуванню системи інформаційного забезпечення управлінських рішень. Для того, щоб господарюючий суб'єкт мав фінансові можливості своєчасно і ефективно реагувати на численні загрози та негативні чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, необхідно зосередити увагу на організаційних аспектах облікової політики щодо використання методів управлінського обліку [7]. Житний П., зазначає, що облікова політика визначає ідеологію економіки підприємства на тривалий період, сприяє посиленню обліково-аналітичних функцій в управлінні підприємством, дає змогу оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у виробничому процесі, ефективно пристосовувати виробничу систему до умов зовнішнього середовища, знизити економічний ризик і добитися успіхів в конкурентній боротьбі [9].

Постановка завдання. Розглядаючи облікову політику в контексті організації обліку, необхідно визначити яка роль їй відведена в цьому процесі. Формування

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

облікової політики є досить складний та трудомісткий процес, на який впливає ряд факторів. Це вимагає ретельного вибору того чи іншого, запропонованого в законодавстві способу відображення в обліку операцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи облікову політику, в контексті організації обліку, необхідно визначити яка роль їй відведена в цьому процесі. Переважна більшість вчених в цьому питанні мають спільну точку зору. При цьому виділяють три етапи організації облікового процесу: методичний, технологічний і організаційний. В даному випадку вона відноситься до методичного рівня. Зауважимо, що саме методичний рівень формує подальший напрям розробки на технологічному та організаційному етапах. Це обумовлено тим, що на методичному рівні обираються методи відображення господарських процесів і операцій відповідно до П (с) БО та враховуються вимоги відповідних законів України. [10] Формування облікової політики - це непростий процес, який вимагає наявності організаційних, технічних, кадрових можливостей. При визначенні ролі облікової політики виділяють три етапи організації облікового процесу: методичний, технологічний та організаційний. Зауважимо, що саме методичний рівень формує подальший напрям розробки на технологічному та організаційному етапах. Це обумовлено тим, що на методичному рівні обираються методи відображення господарських процесів та операцій відповідно до П(С)БО та враховуються вимоги відповідних законів України.

На жаль, безліч підприємств складають облікову політику лише для того, щоб дотримати букву закону.

В той же час, необхідно погодитись з думкою авторів, що облікова політика, крім ведення обліку, включає досить широке поняття його організації. При формуванні облікової політики, на думку Ю.А. Вериги та А. М. Волошина, недоцільно включати вимоги, які чітко встановлені законодавством, а зазначати тільки ті моменти, за якими підприємству надано право вибору. Окрім цього, існують більш широкі погляди на значення та застосування облікової політики. Облікова політика підприємства має бути спрямована на розкриття творчих здібностей підприємців у підвищенні ефективності господарювання, впровадженні нових технологій для задоволення власних потреб і виконання зобов'язань перед державою [5].

Беззаперечно, загальні правила побудови та ведення бухгалтерського обліку встановлюються централізовано – на державному рівні, проте, на підприємстві вони конкретизуються залежно від умов діяльності, кваліфікації персоналу, технічного забезпечення, галузі господарювання тощо. Облікова політика є інструментом який поєднує державне регулювання та певну самостійність підприємства у питаннях ведення бухгалтерського обліку, формування та застосування якої ґрунтується на тому, що законодавством передбачається використання альтернативних варіантів обліку, а роль бухгалтера на підприємстві змінюється від простого реєстратора господарських операцій до активного учасника їх здійс-

нення. Досвід країн з розвинутою економікою свідчить, що уміло сформована облікова політика є важливою складовою загального механізму управління господарською діяльністю підприємств.

Формування та застосування облікової політики відбувається на п'яти рівнях, до яких відносяться: міжнародна облікова політика, міждержавна облікова політика, державна облікова політика, галузева облікова політика, облікова політика підприємства [11] Її формування як на державному рівні так і на рівні підприємства здійснюється під впливом багатьох чинників (рис. 1.1), що зумовлює різні аспекти регламентації на кожному з ієрархічних рівнів.



Рис. 1.1. Вплив чинників на формування облікової політики [6; 15]

Кожен рівень облікової політики передбачає наявність нормативно-правового забезпечення, спрямованого на регламентацію різних аспектів облікової політики.

Система бухгалтерського обліку - це своєрідний механізм підготовки та відображення інформації про майнове та фінансове становище підприємства. Завдяки цій інформації внутрішні та зовнішні її користувачі мають уявлення про реальний стан справ на підприємстві.

Як відомо, методична база ведення бухгалтерського обліку складається з використання первинних облікових документів, інвентаризації, оцінки, калькулювання, організації обліку (управлінського, бухгалтерського та податкового), виконання розрахунків та проведення, контролю, підготовки звітності. Створення цілісної системи обліку передбачає активне застосування специфічного елемента регулювання бухгалтерського обліку та звітності - облікової політики підприємства.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Поміж фахівців з обліку буває помилкова думка про те, що розробка облікової політики цілком і повністю покладається на головного бухгалтера підприємства або особу, яка здійснює бухгалтерський облік на підприємстві. Можна навести безліч аргументів, які доводять хибність такого твердження, - зупинимося на лише одному. Так, наприклад, нарахування амортизації за основними засобами. Серед п'яти методів нарахування є надто складні, для виконання яких лише економічних знань замало, щоб із найменшим ризиком упроваджувати їх у практику. Для таких розрахунків потрібно знати технічні особливості того чи іншого об'єкта амортизації, технологічні умови його експлуатації, вивчити процеси морального старіння та ринок продажів на такі або подібні засоби тощо. Усе це може безпосередньо впливати на строк корисної експлуатації того чи іншого об'єкта основних засобів. Вимагати таких знань від однієї людини (головного бухгалтера) або однієї служби підприємства (бухгалтерії) принаймні нерозумно!

Тож можна погодитися на варіант, коли головбух ініціює питання до розгляду і разом зі своєю службою бере у ньому активну участь. Розроблення пропозицій, особливо щодо питань, які безпосередньо не стосуються бухгалтерського обліку та прийняття конкретних рішень, доречно покласти на спеціально створену комісію.

Оскільки ведення бухгалтерських операцій та складання фінансової звітності підприємства повинні базуватись на єдиних та незмінних методичних засадах, розроблення облікової політики слід розпочати до нового звітного року і завершити до 31 грудня, щоб з нового фінансового року працювати за новими параметрами.

Тому до формування облікової політики слід підходити досить серйозно, оскільки вона встановлюється не на один рік.

При підготовці положення (наказу) про облікову політику підприємства потрібно забезпечити вимоги Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, незмінність прийнятої методології відображення окремих господарських операцій і оцінки активів, повноту відображення в обліку за звітний період всіх господарських операцій, повноту і правильність визначення доходів і витрат у відповідних звітних періодах, відповідність даних аналітичного обліку даним синтетичного обліку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Формуючи облікову політику виходять з того, що підприємство функціонує безстроково, а всі господарські операції відносять до того звітного періоду, що в ньому вони відбувалися. Вибрана облікова політика, як правило, застосовується підприємством з року в рік. У будь-якому разі вона має залишатись незмінною принаймні протягом календарного року. Наступні її зміни можуть спричинятися змінами в законодавстві (відповідних нормативних актах), розробкою та застосуванням нових методів ведення обліку або суттєвими змінами в умовах роботи чи в структурі підприємства. Про зміни в обліковій політиці

з їх ретельним обґрунтуванням підприємство повідомляє в пояснювальній записці до річного звіту.

Досвід країн з розвиненими ринковими відносинами свідчить про те, що важливою складовою загального механізму управління господарською діяльністю підприємств є уміло сформована облікова політика. Облікова політика визначає ідеологію господарювання підприємства на тривалий період, сприяє посиленню обліково-аналітичних функцій в управлінні підприємством, дає змогу оперативно реагувати на зміни, які відбуваються у виробничому процесі, ефективно пристосовувати виробничу систему до умов зовнішнього середовища, знизити економічний ризик і добитися успіхів в конкурентній боротьбі.

Розробка та прийняття облікової політики кожним підприємством сприяє поліпшенню бухгалтерського обліку, зміцненню його правової основи і забезпечує належну ефективність роботи відповідної господарської одиниці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 №996- XIV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon1.rada.gov.ua
2. Баєвська Л.Л. Особливості облікової політики та її вплив на фінансову звітність інтегрованих підприємств / Л.Л. Баєвська // Облік і фінанси АПК. – 2005. – № 5. – С. 16-21.
3. Барановська Т.В. Облікова політика підприємства в Україні: теорія і практика / Т.В. Барановська. – [Автореф. дис. канд. екон. наук.] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/36209.html>
4. Бухгалтерський облік. Частина 1: навчальний посібник / за ред. В. Ф. Максимової. - Одеса: ОНЕУ, 2013. - 462 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/507>
5. Васільєва Л. М. Принципи формування облікової політики / Васільєва Л. М., Бондарчук Н. В., Павлова Г. Є. // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2013. - № 2. – С. 322-324.
6. Водоп'янова О. Облікова політика: починаємо новий рік / О. Водоп'янова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dtkk.com.ua/show/1cid04362.html>
7. Житний П. Вплив організаційних аспектів облікової політики на фінансову стійкість банку / П. Житний, В. Тищенко // Економіст. – 2007. – № 8. – С. 56-59.
8. Житний П. Організаційно-методологічні засади формування облікової політики підприємства / П. Житний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №3. – С. 3-10.
9. Житний П. Проблеми формування облікової політики та шляхи їх вирішення / П. Житний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – №3. – С. 19-22.
10. Кубік В.Д. Основы учетной политики в информационном обеспечении учета, контроля и управления предприятием / В. Д. Кубик // Матеріали 1 Всеукраїнсь-

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

кої науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасна економічна наука: нові гіпотези, тенденції та перспективи розвитку. – Луганськ: Ноулідж, 2013. – С. 241-244. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2078>

11. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку: Монографія. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. – 373 с.

12. Крупка Я.Д. Користувачі облікової інформації та проблеми задоволення їх потреб / Я.Д. Крупка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_2/31.pdf

13. Пантелійчук Л. Облікова політика підприємства / Л. Пантелійчук // Праця і зарплата. – 2002. – № 3. – С. 20.

14. Пантелійчук Л. Формування облікової політики – важливий етап роботи підприємства / Л. Пантелійчук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2002. – № 9. – С. 3-11.

15. Пушкар М.С. Теорія і практика формування облікової політики: монографія / М.С. Пушкар, М.Т. Щирба. – Тернопіль: Карт-бланш, 2010. – 260 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ

Кущинська Марія Володимирівна, к.е.н., доцент кафедри

економіки промисловості та організації виробництва,

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Проаналізовано та систематизовано існуючі проблемні питання з обліку та аудиту складових інноваційного процесу та діяльності підприємств. Запропонована шляхи їх вирішення.

Ключові слова: інноваційна діяльність, складові інноваційного процесу, облікові аспекти, витрати, аудит інноваційної діяльності.

The existing problematic issues in accounting and audit of components of the innovation process and the activities of enterprises were analyzed and systematized. The ways to solve problems were proposed.

Key words: innovation, the components of the innovation process, accounting aspects, costs, audit of the innovation.

Постановка проблеми. Провідними галузями економіки України, які інтенсивно здійснюють інноваційну діяльність протягом останніх десяти років, є машинобудування, хімічна, нафтохімічна, металургійна, легка та харчова галузі [7, с. 177].

Оскільки безпосередньо інноваційний процес є досить складним, має велику кількість структурних елементів (новації, інновації, дифузія інновацій та ін.) та залежить від особливостей галузі, в якій він здійснюється, інформація щодо інноваційної діяльності має бути ретельним чином зібрана, накопичена, оброблена, узагальнена, систематизована та інтерпретована. Формування такої інформації надасть можливість створити інформаційну базу для прийняття керівництвом підприємств зважених та обґрунтованих управлінських рішень щодо доцільності використання результатів інноваційного процесу у практичній діяльності підприємства та впливу її результатів на основні показники діяльності суб'єкта господарювання.

Важливим аспектом формування облікової інформації щодо інноваційної діяльності є виявлення основних підходів з урахуванням особливостей діяльності підприємства до відображення в системі обліку складових інноваційного характеру. Крім того, облікові дані щодо діяльності інноваційного характеру, як і будь-яка інформація стосовно інших об'єктів обліку, ретельним чином мають бути перевірені. Отже, потребують систематизації існуючі підходи до обліку і аудиту інноваційної діяльності, узагальнення яких дозволить виявити проблемні аспекти щодо обліку і аудиту складових інноваційного процесу та окреслити напрями їх вирішення.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. На сьогоднішній день питанням вирішення проблем та створення наукової бази для обліку і аудиту інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки України, враховуючи їх особливості, в спеціальній літературі приділяється увага, однак досить тезисно. Так, в деяких працях наводяться підходи до створення інформаційного забезпечення обліку витрат та доходів інно-

ваційної діяльності [4, с. 58-60], до формування моделі облікового відображення господарських операцій, пов'язаних з виникненням витрат на інновації, й відповідних показників у фінансовій звітності [1, с. 73; 3, с. 209-210; 8, с. 303; 6, с. 152-153] та пропонуються напрями щодо розробки обліково-аналітичного забезпечення створення даних щодо інновацій конкретних галузей економіки України, зокрема сільського господарства [2, с. 78-79] та фармацевтичних підприємств [9, с. 78-79].

Постановка завдання. Отже, метою дослідження є виявлення актуальних проблем обліку та аудиту інноваційної діяльності, що потребують нагального вирішення, а також окреслення напрямків їх вирішення.

Вклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи норми чинного в Україні законодавства щодо бухгалтерського обліку, зокрема Положення (стандарту) бухгалтерського обліку, можна зазначити, що їх норми не регламентують особливостей формування інформації стосовно складових інноваційного процесу, тобто на сьогоднішній день наявна відсутність єдиної системи реєстрів і рахунків для відображення витрат, доходів і результатів інноваційної діяльності.

Крім того, погоджуючись з думкою Кантаєвої О.В. та Казьміна Є.В. [4, с. 58], слід зазначити, що існуючі облікові моделі не відповідають розмаїттю інноваційних процесів і використання таких моделей не створює інформаційну базу для здійснення аналізу та регулювання окремих складових інноваційного процесу (новації, інновації, дифузія інновацій та ін.).

Це обумовлено тим, що існуючі моделі витрат не відображають реального складу витрат інноваційного характеру за їх цільовим призначенням та змістом, а також конкретними напрямами, котрі характеризують окремі етапи інноваційного процесу.

Існування такої облікової проблеми ускладнює не лише процес відображення інформації щодо інноваційної діяльності підприємства, а ще й ускладнює процес здійснення аудиторських процедур при проведенні перевірки інноваційної діяльності.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Отже, потребують розробки методичні підходи до обліку та аудиту витрат, доходів та результатів інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки України з урахуванням специфіки функціонування таких підприємств та їх інноваційної діяльності [5, с. 292-293].

Одним з найважливіших етапів облікового процесу щодо інноваційної діяльності підприємств є формування підходів до відображення інформації щодо витрат на розробку нових (інноваційних) видів продукції.

На сьогоднішній день Положення (стандарт) бухгалтерського обліку не регламентують особливостей відображення інформації щодо витрат на розробку нових видів продукції. Виходячи з цього, кожному підприємству, яке займається такими розробками, доцільно сформулювати, враховуючи вимоги норм діючого в Україні законодавства, власний підхід і відобразити його особливості в наказі про облікову політику. При цьому підприємство також має враховувати, що розробка нового (інноваційного) виду продукції охоплює певні етапи, облікові аспекти яких теж різняться між собою.

Так, до основних етапів розробки нової (інноваційної) продукції відносять такі:

- створення нового виду продукції, котрий зазвичай проводиться у конструкторсько-технічних бюро;
- виготовлення дослідницького зразка, що виконується у допоміжних цехах;
- виготовлення партії нової продукції, тобто організація серійного виробництва, яка, частіш за все, проводиться у основних виробничих цехах.

Крім того, для першого з наведених етапів можливо виокремити підетапи, а саме:

- розробку технічної документації;
- безпосередньо створення інноваційного продукту.

Для відображення інформації щодо витрат на розробку інноваційних видів продукції, виходячи з результатів проведеного аналізу нормативної літератури, існують два підходи.

Так, за першим підходом слушним є відкриття субрахунків до рахунку 23 у розрізі підрозділів, які приймають участь у розробці нових видів продукції. При цьому необхідним також є деталізація обліку накладних витрат, що відображаються на рахунку 91, з подальшою конкретизацією за відповідними підрозділами.

Оскільки процес розробки, як правило, досить тривалий, собівартість результатів розробок має калькулюватися за позамовним методом.

На етапі розробки прямі витрати, понесені для виконання робіт у конструкторсько-технічних бюро, доцільно відображати на конкретному субрахунку рахунку 23, накладні витрати – на відповідному субрахунку рахунку 91.

По завершенню кожного місяця протягом виконання відповідного етапу суму витрат, відображену на субрахунку рахунку 91, необхідно розподілити між субрахунком рахунку 23, що відображає витрати конструкторського бюро, та рахунком 90.

Для відображення витрат етапу виготовлення до-

слідного зразка також доцільно відкрити відповідні субрахунки до рахунків 23 та 91. Крім того, суми витрат, що відображалися на субрахунку рахунку 23, які характеризують проектно-конструкторські роботи, перейдуть до складу витрат, котрі формуються на етапі виготовлення дослідного зразка.

Надалі всі накопичені витрати мають списуватися на конкретні рахунки в залежності від того, як підприємство планує використовувати дослідний зразок (рахунки 10, 11, 12, 22, 26 та ін.).

У разі, коли проведені розробки не приносять бажаного результату і проект закрито, накопичені витрати мають списуватися на субрахунок рахунку 94, що відповідає іншим витратам операційної діяльності.

Облік витрат на виготовлення партії нової продукції має вестися за загальними правилами. Що ж стосується дослідного зразка, то на етапі виготовлення партії, а також при організації серійного виробництва його вартість доцільно включати до вартості серійного виробу шляхом нарахування амортизації і відображати за статтею «Амортизація дослідного зразка» або «Витрати на освоєння та підготовку нової продукції». Суму амортизації, що припадає на певний звітний період, слушно віднести до фактичної собівартості серійного випуску нового виду продукції.

Іноді витрати, пов'язані з освоєнням нових видів продукції, можна розглядати і як витрати майбутніх періодів (другий підхід). Тоді їх аналітичний облік слушно вести на відповідному субрахунку рахунку 39 зростаючим підсумком з моменту підготовки конструкторської документації і до початку виробництва партії продукції у розрізі номенклатурних статей витрат по кожному етапу. Після початку виробництва партії продукції відповідний субрахунок рахунку 39 закривають, списуючи накопичену суму на конкретні рахунки в залежності від того, як підприємство планує використовувати дослідний зразок (рахунки 10, 11, 12, 22, 26 та ін.).

Не менш актуальною з проблем обліку витрат інноваційного характеру є відсутність типових форм калькуляцій, пов'язаних із здійсненням інноваційної діяльності, та загалом звітності щодо інноваційної діяльності, які мають бути розроблені відповідно до потреб підприємств різних галузей економіки України, враховуючи особливості їх діяльності.

Відсутність зазначених форм документів ускладнює також роботу аудитора під час проведення перевірки інноваційної діяльності, оскільки всі дані щодо витрат інноваційного характеру та джерел їх фінансування в інших типових формах бухгалтерського обліку наводяться узагальнено, без деталізації за напрямками такого виду діяльності підприємства.

Крім того, підприємства, що займаються інноваційною діяльністю, відповідно до норм чинного законодавства мають складати специфічні форми статистичної звітності, зокрема форму №1-інновація (річна), дані якої мають надавати відомості щодо складу інноваційної продукції конкретного підприємства, обсягів реалізації інноваційної продукції, витрат, понесених для отриман-

ня нового виду продукції або для удосконалення технології процесу виробництва підприємства та ін. Іноді для заповнення зазначеної форми статистичної звітності досить складно виокремити із загального обсягу облікової інформації дані щодо доходів, витрат та результатів, котрі безпосередньо пов'язані з інноваційною діяльністю.

Загалом у формах фінансової звітності, що складаються підприємства на сьогодні, також досить складно визначити інформацію, що характеризує облікові аспекти безпосередньо інноваційної діяльності підприємства.

Що стосується аудиту інноваційної діяльності, то більшість проблем, які притаманні сьогоденному етапу розвитку економіки України, пов'язані з відсутністю достатнього державного регулювання у вигляді норм чинного законодавства щодо обліку інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки, а також пов'язані з відсутністю окремих стандартів аудиту щодо такого специфічного напрямку діяльності сучасних підприємств як інноваційна діяльність.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок. Отже, найбільш актуальними проблемами обліку інноваційної діяльності підприємств усіх галузей економіки України на сьогоднішній день є:

- відсутність нормативного регламентування особливостей формування інформації щодо складових інноваційного процесу та єдиної системи реєстрів і рахунків для відображення витрат, доходів і результатів інноваційної діяльності;
- невідповідність існуючих облікових моделей розмаїттю інноваційних процесів;
- відсутність типових форм калькуляцій витрат, пов'язаних із здійсненням інноваційної діяльності, та загалом звітності щодо інноваційної діяльності та ін.

Крім того, вирішення актуальних проблем обліку і аудиту інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки України взаємопов'язане, чому безпосередньо має сприяти формування нормативно-законодавчої бази, яка регулюватиме питання обліку і аудиту усіх складових інноваційного процесу.

Напрямок подальших досліджень у цій науковій царині має стати розробка методичних підходів до відображення даних щодо витрат та доходів інноваційного характеру у системі обліку підприємства та формах фінансової звітності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гик В.В. Узагальнення інформації про витрати на інновації у звітності підприємства / В.В. Гик // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток бухгалтерського обліку, контролю та аналізу у сучасних концепціях управління». – Сімферополь: ДІАЙПІ, 2012. – С. 72-73.
2. Дідух Д.М. Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств / Д.М. Дідух // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток бухгалтерсь-

кого обліку, контролю та аналізу у сучасних концепціях управління». – Сімферополь: ДІАЙПІ, 2012. – С. 77-79.

3. Иваншина Г.Ю. Учетно-аналитическое управление инвестиционно-инновационной деятельностью предприятия / Г.Ю. Иваншина // Збірка тез доповідей учасників I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю суб'єктів господарювання». – Макіївка: МЕРІ, 2012. – С.208-210.

4. Кантаєва О.В., Казьмин Є.В. Проблеми аудиту діяльності підприємств та напрямки їх вирішення / О.В. Кантаєва, Є.В. Казьмин // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2011. - № 3(57). – С. 58-61.

5. Куцинська М.В. Облік і аудит інноваційної діяльності: актуальні проблеми та перспективи розвитку / М.В. Куцинська // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет – конференції «Актуальні проблеми економіки і управління в сучасних соціально-економічних умовах». – Дніпропетровськ: Герда, 2012. – С. 292-294.

6. Ліба Н.С. Формування бухгалтерської моделі інноваційних витрат / Н.С. Ліба // Матеріали першої міжнародної науково-практичної конференції «Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності в сучасних умовах глобалізаційних процесів в світовій економіці». – Ужгород: УжНУ, 2010. – С. 152-154.

7. Польова Н.М. Сучасний стан та проблеми стратегічного розвитку інноваційної діяльності в Україні / Н.М. Польова // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю». – Черкаси: ЧДТУ, 2008. – С. 177-179.

8. Ткачук А.О., Пронь В.К. Облік інноваційної діяльності / А.О. Ткачук, В.К. Пронь // Матеріали першої міжнародної науково-практичної конференції «Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності в сучасних умовах глобалізаційних процесів в світовій економіці». – Ужгород: УжНУ, 2010. – С. 303-304.

9. Юрченко О.А. Проблеми обліку витрат на дослідження і розробку на фармацевтичних підприємствах / О.А. Юрченко // Збірник праць Всеукраїнської науково-практичної конференції «Досвід роботи підприємств при фінансовій кризі». – Миколаїв: Ділова інформація, 2012. – С. 78-79.

РАЗВИТИЕ ПРАКТИКИ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЕСУРСЫ БАНКОВСКИХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ

Ландина Т.В., д.э.н., проф.,

Хмельницкий кооперативный торгово-экономический институт

В статье проанализированы различные подходы к трансфертному ценообразованию на покупку и продажу ресурсов, используемые во внутри банковской практике, представлены методы трансфертного ценообразования и их выбор с учетом особенностей функционирования крупных банков.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование на ресурсы, эффективность управления ресурсам, банки.

Вступление. Повышение эффективности работы кредитно-финансовых учреждений во многом определяется уровнем управления внутри таких компаний, ориентацией их структурных подразделений на конечные результаты и использованием мотивационных механизмов их достижения. Если инвестиционная привлекательность крупных компаний, их рыночная стоимость является своего рода синергической производной от стоимости активов компании и определяется их качеством и доходностью, а также эффективным управлением затратами, то эта синергическая величина зависит во многом от эффективности работы внутрибанковских подразделений как по горизонтали (бизнес-подразделения), так и по вертикали (региональные департаменты, управления, отделения или торговые точки). Зависит от того, насколько адекватно построены механизмы рыночного внутри банковского взаимодействия подразделений, т.е. насколько эти механизмы нацеливают на выполнение конечных целей бизнеса – рост прибыли, стабильность деятельности и повышение рыночной стоимости.

Одним из важных и обязательных элементов создания рыночного взаимодействия внутри крупных банков является построение системы трансфертного ценообразования в части продажи и покупки ресурсов между бизнес-направлениями (розничный, корпоративный, инвестиционный бизнес, казначейство) и структурными подразделениями внутри каждого бизнес-направления. Особенно актуальными эти вопросы являются для практического применения, поскольку от их решения напрямую зависит эффективность управления банком и его структурными единицами.

Анализ литературы. Исследование литературных источников показали, что теме трансфертного ценообразования в различных аспектах посвящено достаточное количество работ. В литературе достаточно подробно освещаются вопросы, относящиеся к трансфертному ценообразованию, включая ресурсы (см., например, 1-4). При этом, прежде всего, выделяются цели трансфертного ценообразования.

В исследованиях практического характера упор делается на функционал трансфертной цены. В частности, можно согласиться с R. Anthony и J. Dearden [

Anthony, Dearden, 1984, p. 235] в том, что:

1) «Система трансфертного ценообразования должна мотивировать менеджеров подразделений к принятию эффективных решений и предоставлять информацию для их обоснованности. Это возможно тогда и только тогда, когда менеджеры, стремясь увеличить прибыль своего подразделения, также увеличивают и прибыль всей компании».

2) «Решения о величине трансфертных цен должны отражаться на прибыльности подразделений и представлять собой обоснованный критерий измерения деятельности подразделения».

Так, при продаже ресурсов расходы продающего подразделения (например, розничного бизнеса) превращаются в доходы, соответственно при покупке ресурсов покупающее подразделение (к примеру, корпоративное подразделение) несет расходы, которые должны покрываться будущими доходами от размещения ресурсов в кредиты.

Что касается третьей постулируемой цели, то ее определение достаточно спорное.

Если «система трансфертного ценообразования не должна нарушать автономию подразделений», то в современных компаниях это неприемлемо.

Что касается «недопустимости наделять менеджеров дополнительной ответственностью и в то же время централизованно назначать внутренние цены», то опять же речь может идти о границах ответственности при централизованно назначаемых трансфертных ценах.

Другими словами - автономия структурных подразделений возможна в определенных пределах при покупке ресурсов на рынке, при этом банк как правило централизованно выставляет цены на ресурсы (либо жестко, либо индикативно), также централизованно устанавливаются внутрибанковские трансфертные цены. Иначе подразделения действительно должны быть автономными в принятии решений: как при покупке ресурсов, так и при их продаже, т.е. выдаче кредитов на рынке или внутри банка другим подразделениям. И тогда, если кредитно-депозитный портфель подразделения сбалансирован, что бывает крайне редко на практике, то такая автономия может иметь место. Если же кредитно-депозитный порт-

фель подразделения несбалансированный, покупка и продажа ресурсов внутри системы неизбежна, следовательно, необходимость централизованного управления ресурсами безальтернативна.

В исследованиях методологического характера отмечается, что система трансфертного ценообразования должна соответствовать бизнес-стратегии и организационной структуре компании. Так, Л. Мак Аулей и К. Томкинс [McAulay, Tomkins, 1992, p. 121] выделили четыре взаимосвязанных группы целей трансфертного ценообразования:

- 1) функциональная необходимость;
- 2) экономическая необходимость;
- 3) организационные причины;
- 4) стратегические соображения.

Функциональная необходимость относится к разделению фирмы на центры ответственности (особенно, центры прибыли). Это влечет за собой измерение и оценку их деятельности, а также мотивацию их руководителей.

Экономическая причина заключается в необходимости эффективного распределения среди центров ответственности ограниченных ресурсов для достижения целей организации, выраженных в ее стратегических и оперативных планах.

Организационная составляющая вызвана тем, что в компании с дивизиональной структурой система трансфертного ценообразования является инструментом интеграции и дифференциации.

И, наконец, система трансфертного ценообразования нужна для выработки оптимальных стратегических решений. Традиционный подход к трансфертному ценообразованию сфокусирован на оперативных решениях без их стратегической составляющей.

В литературе освещаются также различные подходы к трансфертному ценообразованию.

В частности, вполне прагматичным является бухгалтерский или расчетный подход к трансфертному ценообразованию [2,3]. Согласно этому подходу, трансфертная цена определяется на основе внутрифирменной информации об издержках (расходах). Предпринимается попытка вывода единой формулы для определения значения трансфертной цены исходя из того, что эта цена есть доход продающего подразделения и издержки получающего. В случае взаимозависимости подразделений (как, например, при вертикальной интеграции), каждое из них вносит свой вклад в общий доход от реализации конечного продукта. Тогда роль цены состоит в распределении этого дохода и вычислении вклада каждого подразделения.

Поведенческий или договорный подход. Первой работой в этой области можно назвать классическое исследование по теории организации Р. Куэрта и Дж. Марча [Cuert, March, 1963], где отрицалась максимизация прибыли как единственная цель существования фирмы. Компания рассматривалась как коалиция, участники которой имеют различные, а порой даже противоположные интересы, поэтому величина трансфертной цены

определялась как результат длительных (но не бесконечных) переговоров.

Способ определения трансфертных цен путем переговоров имеет как своих сторонников [Fremgen, 1970; Watson, Baumler, 1975] так и оппонентов [Ferguson, 1981; Dovich, Drake, 1964]. Д. Ватсон и Дж. Баумлер утверждали, что трансфертные цены, достигнутые в результате переговоров, будут способствовать мотивации менеджеров. Исследования Р. Акельсберга и Ж. Юкла [Ackelsberg, Yukl, 1979] показали, что определение трансфертных цен путем переговоров способствует интеграционному, направленному на решение проблем и менее агрессивному поведению менеджеров подразделений.

Анализ различных подходов к трансфертному ценообразованию на покупку и продажу ресурсов, используемых в банковской практике, рассмотрение методов трансфертного ценообразования с учетом особенностей функционирования крупных банков, в том числе с иностранными инвестициями чрезвычайно актуально, поскольку позволяет существенно повысить эффективность работы внутри компаний, создать мотивацию всех подразделений на повышение требуемых конечных результатов путем рационального использования финансовых ресурсов, обеспечить их эффективное привлечение и размещение.

В целом анализ литературы позволил сделать следующие выводы: теоретические вопросы трансфертного ценообразования на ресурсы достаточно разработаны, особенно в зарубежной литературе, что вполне естественно, поскольку отечественные коммерческие банки появились чуть более двух десятилетий назад, соответственно потребность и первый опыт трансфертного ценообразования возникли в крупных банках десятилетием назад.

Именно поэтому целью статьи является освещение опыта отечественных банков в области трансфертного ценообразования на привлекаемые и размещаемые денежные ресурсы, применение различных подходов в зависимости от структуры управления банком, его автономности или интегрированности в международную банковскую компанию.

Постановка задачи. Исходя из понимания актуальности трансфертного ценообразования в деле повышения эффективности работы банков, особенно универсальных с разветвленной торговой сетью, необходимости решения практических вопросов в этой области поставлена задача достаточно подробного и вместе с тем доступного изложения практического опыта и конкретных решений с целью их повсеместного использования.

Результаты исследования и реализации опыта трансфертного ценообразования. В развитии практики трансфертного ценообразования в отечественных банках можно выделить несколько этапов.

На первоначальном этапе использовались наиболее простые системы трансфертного ценообразования на ресурсы. Банки представляли собой по сути ассоциации филиалов, которые имели отдельные балансы и доста-

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

точно высокий уровень автономности. В этих условиях трансфертными сделками являлись реальные сделки по покупке и продаже ресурсов, которые проходили между филиалами банка с использованием либо без использования Казначейства банка. Такие системы применялись на достаточно ранних этапах развития банковской системы, когда филиалы имели большую степень автономности, отдельные балансы и могли торговать между собой излишками ресурсов либо привлекать недостающие ресурсы для целей кредитования.

С развитием банковской системы возрастала централизация функции управления ресурсами внутри банков, сделки по покупке-продаже ресурсов стали проходить только через Казначейство банка. Это повысило эффективность работы по привлечению и размещению ресурсов, однако не могло ликвидировать субъективизм Казначейства по отношению к тем или иным филиалам, требовало опять же проведения реальных сделок по покупке-продаже ресурсов внутри системы и, соответственно, необходимых трудозатрат.

Дальнейшей предпосылкой в развитии системы трансфертного ценообразования на ресурсы стало выделение финансового и управленческого учета внутри банков, закрепление функций управления ликвидностью за Казначейством, а управления конечными результатами банка и его подразделений (планирование, отчетность, стимулирование) - за Финансовым блоком. Такое разделение функций позволило отказаться от проведения реальных сделок по покупке и продаже ресурсов, дало возможность создать виртуальное подразделение money-desk внутри Финансового блока. Использование такого подразделения позволило не только отказаться от проведения реальных сделок между филиалами, но обеспечило виртуальную покупку-продажу ресурсов как между бизнес-направлениями, так и между вертикальными структурными единицами – региональными департаментами, региональными управлениями, отделениями банка. Это позволило снизить трудозатраты на осуществление функции трансфертного ценообразования, повысить объективность установления цены, отказаться от какого-либо вознаграждения или маржи Казначейства, а также обеспечило единство подходов в планировании и отчетности подразделений и банка в целом.

Рассмотрим более подробно организацию системы трансфертного ценообразования с помощью виртуальной (расчетной) системы money-desk.

В основу организации такой системы внутренне-го перераспределения ресурсов заложены следующие подходы:

- интеграция с системой бизнес-планирования и отчетности;
- виртуальное или расчетное движение денежных средств между всеми подразделениями банка;
- реализация системы бизнес-планирования и отчетности в управленческом учете, что предполагает расчет соответствующих трансфертных доходов и расходов подразделений и учет их в финансовом результате подразделений;

- установление трансфертных ставок по сделкам с учетом даты их проведения;

- дифференциация трансфертных ставок по валютам – гривна, доллар, евро (UAH, USD, EUR) и, как исключение, в прочих валютах. Список валют, в которых осуществляется перераспределение ресурсов, может дополняться на основании решения Комитета по управлению активами и пассивами (КУАП). Предложения по расширению списка валют готовит Казначейство Головного Банка;

- дифференциация трансфертных ставок по срочности для сделок, которые заключены в одном периоде (месяце);

- отсутствие маржи на money-desk или тождество трансфертных ставок на привлечение и размещение ресурсов в одной валюте и одинаковой срочности;

- использование данных баланса о среднесуточных остатках по лицевым счетам с учетом валюты, срочности, даты начала операции по счету.

В результате применения вышеизложенных подходов, расчеты трансфертных доходов и расходов проводятся по управленческому балансу подразделения с учетом управленческих корректировок и соответствующих трансформаций баланса.

Объектами трансфертного ценообразования являются активы и пассивы подразделения, при этом активы покрываются привлеченными ресурсами money-desk соответствующей валюты и срочности за исключением основных средств и нематериальных активов, обеспеченных собственными средствами банка.

Пассивы подразделения за вычетом их части, направляемой на формирование обязательных резервов, размещаются на money-desk в соответствующей валюте и срочности их привлечения у клиентов или по их фактической срочности (кредиторской задолженности, неснижаемого остатка текущих депозитов клиентов). При этом под срочностью понимается количество дней между датой начала и окончания операций по счету, а не срок действия договора.

Рассмотрим активы подразделения и условия их покрытия ресурсами money-desk:

- a) *касса* формируется подразделением самостоятельно, при этом 50% средств кассы учитываются в расчете обязательного резервирования по привлеченным средствам клиентов в соответствии с нормативами НБУ, остальные 50% кассы покрываются привлеченными ресурсами money-desk на платной основе; контроль за объемами денежных средств, находящихся в кассе, возлагается на Казначейство Головного Банка;

- b) *корсчет подразделения в Головном Банке* формируется подразделением самостоятельно в соответствии с нормативами НБУ и внутренними нормативами Банка;

- c) *кредиты клиентам, брутто* покрываются ресурсами money-desk соответствующей валюты и срочности на платной основе (срочность ресурсов под кредиты-овердрафт определяется отдельно);

- d) *ценные бумаги, брутто* покрываются ресурсами

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

ми money-desk соответствующей валюты и срочности на платной основе;

е) *основные средства и нематериальные активы, нетто*, необеспеченные собственными средствами подразделения, покрываются ресурсами money-desk по дате их отражения на соответствующем балансе. При этом по вновь вводимым основным средствам и нематериальным активам могут выделяться бесплатные ресурсы money-desk до даты плановой окупаемости в соответствии с утвержденным Паспортом филиала (торговой точки). По истечении срока окупаемости, необеспеченная собственными средствами часть этих активов до их полной окупаемости покрывается на платной основе ресурсами money-desk срочностью свыше 1-го года;

ф) *прочие активы* (дебиторская задолженность) покрываются ресурсами money-desk соответствующей срочности на платной основе.

Пассивы подразделения и условия их размещения на money-desk:

а) *средства клиентов* за вычетом части, направляемой на формирование обязательного резервирования, размещаются в соответствующей валюте и срочности на платной основе (срочность пассивов до востребования определяется ежемесячно на основе соответствующего анализа);

б) *прочие пассивы* (кредиторская задолженность) размещаются на money-desk в соответствующей валюте и срочности на платной основе;

с) *собственные средства (нетто позиция, включающая прибыль (убытки) прошлых лет, финансовый результат текущего года, начисленные неполученные доходы и страховые резервы)* уменьшенные на размер основных средств и нематериальных активов, т.е. свободные собственные средства подразделения, размещаются на money-desk срочностью свыше 1-го года. Дефицит собственных средств покрывается ресурсами money-desk срочностью свыше 1-го года на платной основе. Расчет свободных собственных средств подразделения проводится ежемесячно.

Порядок и периодичность расчетов трансфертных ставок по объектам трансфертного ценообразования

На этапе мониторинга Бизнес-плана расчет трансфертных доходов и расходов производится ежемесячно по ставкам, утвержденным Комитетом по управлению активами и пассивами (КУАП).

Трансфертные ставки рассчитываются ежемесячно исходя из процентной политики Банка, затрат на проведение операций (формирование обязательных резервов, накладные расходы на привлечение и размещение ресурсов, риски по активным операциям), а также с учетом обеспечения структурным подразделениям Банка уровня дохода, стимулирующего проведение активно-пассивных операций. При этом применяется следующий подход:

– на ресурсы срочностью до 1 месяца трансфертные ставки определяются исходя из ставок на межбанковском рынке, краткосрочных депозитов юридических

лиц, базовых процентных ставок, утвержденных КУАП, и состояния текущей ликвидности Банка;

– по ресурсам срочностью до 1-го месяца трансфертные ставки устанавливаются Казначейством Головного Банка еженедельно и доводятся им до подразделений как действующие на текущую неделю;

– эти трансфертные ставки устанавливаются по валютам на следующие временные интервалы: овернайт; от 2 до 7 дней и от 8 до 31 дня;

– на ресурсы сроком свыше 1 месяца трансфертные ставки определяются ежемесячно исходя из базовых ставок по кредитам и депозитам, утвержденных КУАП, и доводятся до подразделений секретарем КУАП.

По срочным кредитам и депозитам юридических и физических лиц устанавливаются трансфертные ставки, утвержденные КУАП на момент заключения сделок. Эти ставки действуют до закрытия сделок при условии сохранения ставок по действующим портфелям. Например: в январе 2014 г. был привлечен депозит клиента на 6 месяцев. Для расчета трансфертных доходов на всем периоде действия этого договора к данным ресурсам будет применяться трансфертная ставка, утвержденная КУАП на январь 2014 г.

К срочному портфелю кредитов и депозитов юридических и физических лиц, привлеченных (размещенных) в предыдущем плановом году, при расчете трансфертных доходов и расходов на всем периоде их действия будут применяться трансфертные ставки, утвержденные КУАП на этот год.

При санкционированном КУАП изменении ставок по действующему портфелю кредитов и депозитов трансфертные ставки приравниваются утвержденным трансфертным ставкам КУАП текущего месяца.

По остальным объектам трансфертного ценообразования применяются трансфертные ставки текущего месяца.

Трансфертные ставки по привлечению и размещению ресурсов определяются следующим образом:

– Рассчитывается маржа между базовыми ставками по кредитам и депозитам в соответствующих валютах и срочности;

– Расчетная маржа распределяется между привлекающими и размещающими подразделениями в соответствии со структурой распределения маржи, заложенной в Бизнес-плане;

– Маржа на привлечение и размещение ресурсов рассчитывается с учетом накладных расходов по привлечению и размещению, рисков проведения активных операций.

Для активизации процессов привлечения или размещения ресурсов структура маржи может быть изменена, но, как правило, не более, чем на 15% от заложенной в Бизнес-плане.

Для расчета срочности остатков по счетам активно-пассивных операций используются данные, которые заносятся в учетные системы банка подразделениями бэк-офиса при совершении активно-пассивных операций. Учет даты заключения сделок по срочным активам

и пассивам осуществляется путем определения даты проведения первой операции по дебету счета (возникновение задолженности на ссудных счетах клиентов) или кредиту счета (возникновение остатков на депозитных счетах клиентов).

Даты вынесения ссудной задолженности на счета пролонгации или просрочки учитываются как даты заключения новых сделок.

Организация работы системы внутреннего перераспределения ресурсов (системы money-desk)

При необходимости управления ликвидностью банка на уровне структурных подразделений, осуществляется управление корсчетами подразделений (филиалов) путем перераспределения ресурсов Казначейством на бесплатной основе. В этом случае результаты операций, проводимых с филиалами по счетам 3-го, 6-го и 7-го классов, не используются в управленческом учете при расчетах трансфертных доходов и расходов филиалов.

Функции по организации работы системы money-desk осуществляются и распределяются между следующими подразделениями:

Финансовый блок – расчет трансфертных ставок на основе ставок привлечения и размещения ресурсов, утвержденных КУАП; трансфертных доходов и расходов для определения управленческого финансового результата подразделений;

Казначейство – расчет трансфертных ставок на ресурсы срочностью до 1-го месяца.

Бесплатные ресурсы предоставляются подразделениям из money-desk для инвестиций в развитие торговой сети. Условия привлечения филиалами таких ресурсов регламентируются отдельными положениями. Казначейство Банка реализует функции по управлению рисками ликвидности, валютным и процентным. Результаты управления этими рисками относятся на управленческий финансовый результат Казначейства.

Выводы.

Основной функцией трансфертного ценообразования является повышение прибыльности работы банка путем стимулирования роста эффективности работы его бизнес-направлений и торговой сети, включая отделения.

Трансфертное ценообразование позволяет внедрять управленческий учет в практику бизнес-планирования и отчетности, измерять и контролировать результативность работы внутренних подразделений компании.

Для коммерческого банка трансфертное ценообразование является наиболее эффективной формой внутреннего управления банковскими ресурсами и их размещением, позволяет перераспределять банковские ресурсы между подразделениями в зависимости от реально существующего спроса, обеспечивать синергический эффект объединения в универсальном банке различных бизнес-направлений с разветвленной торговой сетью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Базюкина О.А. Система трансфертного ценообразования как инструмент управления эффективностью работы банка // Креативная экономика. — 2011. — № 11 (59). — с. 51-55.

2. Пашкус В.Ю. Системы трансфертного ценообразования: подходы, модели, применение в общественном секторе экономики // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. - 2011. – Вып.3. – С.28-35.

3. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А. Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы // <http://cased.ru>

4. Семенюта О.Г., Шевцова О.В. Трансфертное ценообразование как элемент оперативного управления процентной политикой многофилиального банка // Финансовые исследования. – 2003. - №6. – С.29-34.

5. Ackelsberg R., Yukt G. Negotiated transfer pricing and conflict resolution in organizations // Decision Sciences. 1979. №10. pp. 387-398.

6. Anthony R.N., Dearden J. Management Control Systems. R.D. Irwin, 1984. p. 235.

7. Dopuch N., Drake D.F. Accounting implications of a mathematical programming approach to the transfer price problem // Journal of Accounting Research. 1964. №2 (1). p p. 10-24.

8. Cyert R.M., March J.G. A behavioral Theory of the Firm. Hemel Hempstead: Prentice – Hall, 1963.

9. McAulay L., Tomkins C.R. A Review of the contemporary transfer pricing literature with recommendations for future research // British Journal of Management. 1992. №3. p. 101.

10. Ferguson R.C. Transfer pricing: selecting suitable methods // Journal of General Management. 1981. №55 (2). p p. 53-57.

11. Fremgen J. Transfer Pricing and management goals // Management Accounting. 1970. №52. p p. 25-31.

12. Watson D.J.H., Baumler J.V. Transfer pricing: a behavioral context // The Accounting Review. 1975. №50 (3). p p. 466-474.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ТОВАРІВ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Липская Алеся Олеговна,

аспирант кафедры банковского дела, анализа и аудита,

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Аннотация. В статье обоснованы методические подходы к анализу расходов на реализацию товаров в многоотраслевых организациях сферы обращения; предложена модель факторного анализа расходов на реализацию товаров с учётом влияния диверсификации структуры продаж в разрезе отраслевых бизнес-сегментов; представлены алгоритмы расчёта оптимальных значений уровня условно-переменных расходов на реализацию товаров и суммы условно-постоянных расходов.

Abstract. In article methodical approaches to the analysis of expenses on realization of goods in the diversified organizations of the sphere of the circulation are proved; the model of the factorial analysis of expenses on realization of goods taking into account influence of diversification of structure of sales in a section of branch business segments is offered; algorithms of calculation of optimum values of level of conditional and variable expenses on realization of goods and the sum of conditional and constant expenses are presented.

Ключевые слова: расходы на реализацию, финансовые результаты, организации сферы обращения, отраслевые бизнес-сегменты, диверсификация структуры продаж.

Key words: expenses, financial results, organizations of the sphere of the circulation, branch business segments, diversification of structure of sales.

Укрепление рыночных, финансовых и экономических позиций любого хозяйствующего субъекта неразрывно связано со способностью эффективно управлять его доходами и расходами с целью наращивания прибыли. В свою очередь, нацеленность организации на сбалансированный и устойчивый рост прибыли послужило причиной широкого распространения диверсификации бизнеса, которая обеспечивает стабильность в получении доходов за счет снижения влияния рисков, присутствующих каждой отдельно взятой отрасли деятельности, на общие финансовые результаты. Однако следует отметить, что стремление субъектов хозяйствования к дифференциации основной текущей деятельности не всегда оправданный шаг, так как приводит к «распылению» финансовых ресурсов и не позволяет компенсировать понесенные расходы полученными доходами. Это особенно актуально для организаций потребительской кооперации, которые, не смотря на многоотраслевую направленность основной текущей деятельности, теряют свои рыночные позиции и конкурентные преимущества на потребительской рынке страны.

В связи с этим возникает потребность в полной и своевременной информации для принятия грамотных и обоснованных решений по управлению расходами в организациях сферы обращения в условиях многоотраслевого характера ведения бизнеса, что приводит к увеличению требований к аналитическому инструментарию и обуславливает направления его развития.

Объективная необходимость в обосновании методических подходов к анализу расходов на реализацию товаров для многоотраслевых организаций вызвана тем,

что в экономической литературе наибольшее внимание уделяется отраслевым методикам анализа. В частности, вопросам разработки и совершенствования методик анализа расходов на реализацию посвящены публикации ведущих отечественных и зарубежных экономистов, а именно: Абрютиной М.С. [1], Баканова М.И. [8], Вальевич Р.П. [7], Емельяновой Т.В. [2], Когденко В.Г. [3], Толкачёвой Е.Г. [5], Чернова В.А. [6], Шелега Н.С. [7].

В то же время нерешёнными остаются вопросы комплексной оценки расходов на реализацию товаров в условиях диверсификации основной текущей деятельности в разрезе отраслевых бизнес-сегментов.

В связи с этим цель статьи заключается в обосновании методических подходов к анализу расходов на реализацию товаров организаций сферы обращения в условиях многоотраслевого характера ведения бизнеса с учётом современного экономического инструментарию и информационного обеспечения. Исходя из целевого характера статьи, задачами работы являются:

обосновать направления исследования расходов на реализацию товаров по отраслевым бизнес-сегментам, позволяющие определить закономерности их развития и степень их контролируемости;

разработать модель факторного анализа влияния диверсификации экономической деятельности по отраслевым бизнес-сегментам на изменение расходов на реализацию товаров и финансовых результатов организации;

обосновать порядок расчёта оптимального размера расходов на реализацию для обеспечения безубыточной деятельности субъектов хозяйствования.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Изучение расходов на реализацию товаров начинают с оценки изменения их доли в составе общей суммы расходов организации и в составе расходов по текущей деятельности. Сопоставление доли расходов на реализацию товаров со значениями данного показателя организаций-конкурентов и средним значением по отрасли и по региону позволяет определить конкурентные преимущества и обозначить направления оптимизации расходов на реализацию с учётом исходных условий функционирования хозяйствующих субъектов.

Кроме того в ходе проведения структурно-динамического анализа расходов на реализацию товаров оценивают их состав и общие закономерности изменения в разрезе отчетных периодов и отраслевых бизнес-сегментов (розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание), что даёт общее представление об имевших место качественных изменениях расходов на реализацию и определяет направления их исследования.

Для выявления тех статей расходов на реализацию товаров, которые оказывают существенное влияние на формирование прибыли организации и носят стабильный характер образования важно оценить их структуру по элементам затрат и статьям расходов. При этом, считаем необходимым обратить внимание на долю «налогоёмких» затрат, которые влияют на изменение налогов и социальных отчислений (расходы на оплату труда приводят к отчислением на социальные нужды, амортизационные отчисления влияют на платежи по налогу на недвижимость). С целью налоговой оптимизации расходов организация должна стремиться к уменьшению данных элементов затрат.

Для исследования уровня рискованности организации с точки зрения недополучения прибыли необходимо проанализировать структуру расходов на реализацию товаров в разрезе условно-постоянных и условно-переменных. С увеличением доли условно-постоянных расходов возрастает риск уменьшения прибыли (в случае падения объема продаж), но в тоже время значительные условно-постоянные расходы позволяют резко увеличить прибыль в условиях роста объема продаж. В связи с этим предлагаем рассчитывать уровень операционного рычага (соотношение суммы условно-постоянных расходов и управленческих расходов к условно-переменным расходам). Чем выше значение коэффициента операционного рычага, тем более высокими темпами увеличивается прибыль от реализации по сравнению с темпами роста объема реализации товаров и наоборот. Следовательно, при положительной динамике и благоприятном прогнозе изменения конъюнктуры рынка эффективнее иметь большой удельный вес условно-постоянных расходов и, следовательно, значительную величину операционного рычага и, наоборот, в условиях ухудшающейся конъюнктуры рационально иметь значительный удельный вес условно-переменных расходов.

При изучении динамики расходов на реализацию товаров считаем необходимым определить степень их контролируемости, что даст возможность оценить эффективность менеджмента организации по управлению

расходами и экономическими ресурсами. С этой целью предлагаем определять издержкоёмкость (отношение расходов на реализацию товаров к выручке от реализации товаров) в разрезе отраслевых бизнес-сегментов, что позволяет выявить наиболее затратную отрасль деятельности. Если изменение в динамике издержкоёмкости по модулю превышает 10%, то это свидетельствует о неконтролируемости расходов [3].

На следующем этапе анализа необходимо оценить зависимость расходов от основной текущей деятельности от влияния структуры реализации товаров, маркетинговой и ценовой политики; соотношения условно-переменных и условно-постоянных расходов на реализацию. Факторная модель для расчёта влияния диверсифицированности основной текущей деятельности на изменение суммы расходов на реализацию товаров в многоотраслевых организациях представлена формулой 1:

$$PP = \frac{\sum B \cdot d_i \cdot Ynep_i}{100} + Pnocm \quad (1)$$

где PP – сумма расходов на реализацию товаров, млн р.;

B – выручка от реализации товаров в целом по организации, млн р.;

d_i – удельный вес i -отрасли в выручке от реализации товаров, коэф-т;

$Ynep_i$ – уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров i -отрасли, %;

$Pnocm$ – сумма условно-постоянных расходов на реализацию товаров, млн р.

Использование факторной модели дает возможность оценить влияние диверсификации основной текущей деятельности и издержкоёмкости отдельных отраслевых бизнес-сегментов на изменение общей суммы расходов на реализацию товаров, обосновать резервы их оптимизации и управлять факторами, оказывающими влияние на изменение расходов.

Рассмотрим применение данной факторной модели на примере ЧУП «Гомельская УТБ» за 2012-2013гг., используя данные, приведенные в таблице 1.

В таблице 2 представлен расчёт условных значений расходов на реализацию товаров ЧУП «Гомельская УТБ» за исследуемые периоды методом элиминирования.

На основании условных значений расходов на реализацию товаров и ЧУП «Гомельская УТБ», оценим влияние факторов на их изменение (таблица 3).

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что расходы на реализацию товаров ЧУП «Гомельская УТБ» за исследуемые периоды увеличились на 17599 млн р. В том числе за счёт роста выручки от реализации товаров на 178198 млн р. расходы на реализацию увеличились на 9290 млн р. Изменение структуры продаж (увеличение доли выручки от реализации товаров в розничной торговле на 1,96% и общественном питании на 0,11% при одновременном снижении доли оптовой торговли на

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

2,07%) привело к росту расходов на реализацию на 893 млн р. За счёт повышения суммы условно-постоянных расходов на реализацию товаров на 5424 млн р. и среднего уровня условно-переменных расходов на реализацию товаров на 0,32% расходы на реализацию возросли на 7416 млн р.

Таблица 1
Исходные данные для факторного анализа расходов на реализацию товаров ЧУП «Гомельская УТБ» за 2012-2013гг.

Показатели	Отраслевые бизнес-сегменты											
	Розничная торговля			Оптовая торговля			Общественное питание			Итого		
	2012 год	2013 год	Отклонение (+/-)	2012 год	2013 год	Отклонение (+/-)	2012 год	2013 год	Отклонение (+/-)	2012 год	2013 год	
1. Выручка от реализации товаров, млн р.	305313	397767	92454	395198	473126	77928	27839	35655	7816	728350	906548	178198
1.1. Выручка от реализации товаров в 2013 году в пересчете на структуру продаж 2012 года	-	380011	-	-	491887	-	-	34650	-	-	906548	-
2. Условный вес отрасли в выручке от реализации товаров, %	41,92	43,88	1,96	54,26	52,19	-2,07	3,82	3,93	0,11	100,00	100,00	-
3. Уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров, %	7,22	7,60	0,38	2,92	2,93	0,01	15,85	17,01	1,17	5,21	5,53	0,32
4. Условно-постоянные расходы на реализацию товаров, млн р.	19201	23945	4744	8405	8428	22	3041	3698	658	30647	36071	5424
5. Расходы на реализацию товаров, млн р.	41232	54157	12925	19934	22296	2362	7452	9764	2312	68618	86217	17599

Примечание – Источник: собственная разработка

Таблица 2
Расчёта условных значений расходов на реализацию товаров ЧУП «Гомельская УТБ» за 2012-2013гг. методом элиминирования

Факторы, влияющие на расходы на реализацию товаров	Методика расчёта	Условные значения расходов, млн р.
1. Выручка от реализации товаров	$(380011 \times 7,22 + 491887 \times 2,92 + 34650 \times 15,85) \div 100 + 30647 =$	77908
2. Структура выручки от реализации товаров	$(397767 \times 7,22 + 473126 \times 2,92 + 35655 \times 15,85) \div 100 + 30647 =$	78801
3. Условно-постоянные расходы на реализацию товаров	$(397767 \times 7,22 + 473126 \times 2,92 + 35655 \times 15,85) \div 100 + 36071 =$	84225
4. Уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров	$(397767 \times 7,60 + 473126 \times 2,93 + 35655 \times 17,01) \div 100 + 36071 =$	86217

Примечание – Источник: собственная разработка

Таблица 3
Расчёта влияния факторов на изменение расходов на реализацию товаров ЧУП «Гомельская УТБ» за 2012-2013гг.

Факторы, влияющие на расходы на реализацию товаров	Расчёт влияния факторов
1. Выручка от реализации товаров	$77908 - 68618 = 9290$
2. Структура выручки от реализации товаров	$78801 - 77908 = 893$
3. Условно-постоянные расходы на реализацию товаров	$84225 - 78801 = 5424$
4. Уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров	$86217 - 84225 = 1992$
Итого совокупное влияние	$9290 + 893 + 5424 + 1992 = 17599$

Примечание – Источник: собственная разработка

В процессе анализа влияния расходов на реализацию товаров на изменение прибыли организации предлагаем оценивать воздействие дифференциации хозяйственной деятельности и издержкоёмкости в разрезе отраслевых бизнес-сегментов, что позволяет обосновать стратегию развития многоотраслевого бизнеса и определить экономический эффект от диверсификации основной текущей деятельности. С этой целью предлагаем

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

использовать следующую факторную модель, представленную формулой 2:

$$Pr = \frac{\sum B \cdot d_i \cdot (Y_{ВПi} - Y_{перi})}{100} - P_{пост} - UP, \quad (2)$$

где Pr – прибыль от реализации товаров, млн р.;

$Y_{ВП}$ – уровень валовой прибыли, %;

UP – сумма управленческих расходов, млн р.

Использование данной факторной модели даёт возможность оценить причины изменения прибыли и позволяет прогнозировать её размер с учетом управленческой структурой выручки от реализации товаров и условно-переменными расходами на реализацию в разрезе отраслевых бизнес-сегментов.

Для обеспечения прибыльности основной текущей деятельности целесообразно разработать механизм контроля за оптимизацией расходов на реализацию товаров в отраслях сферы обращения. С этой целью предлагаем использовать алгоритмы расчета оптимального уровня условно-переменных расходов на реализацию товаров и суммы условно-постоянных расходов при условии, что прибыль от реализации товаров равна нулю, представленные в таблице 4.

Таблица 4

Алгоритм расчёта оптимальных значений уровня условно-переменных расходов на реализацию товаров и суммы условно-постоянных расходов в многоотраслевых организациях сферы обращения

Показатели	Алгоритм расчёта
1. Оптимальное значение уровня условно-переменных расходов на реализацию товаров ($Y_{пер_{opt}}$)	$Y_{пер_{opt}} = Y_{ВП} - \frac{P_{пост} + UP}{B} \times 100$
2. Оптимальное значение условно-постоянных расходов на реализацию товаров ($Y_{пост_{opt}}$)	$Y_{пост_{opt}} = \frac{(Y_{ВП} - Y_{пер}) \times B}{100} - UP$

Примечание – Источник: собственная разработка

Расчёт оптимальных значений можно осуществлять как в целом по расходам на реализацию товаров, так и в разрезе отраслей экономической деятельности.

Таким образом, применение рекомендуемых методических подходов анализа расходов на реализацию товаров в многоотраслевых организациях позволяет оценить:

издержкоёмкость отдельных отраслевых бизнес-сегментов, оптимальный уровень и сумму расходов на реализацию товаров, обеспечивающие безубыточность торговой деятельности;

резервы минимизации рискованности экономической деятельности организации вследствие дифференциации её бизнес-сегментов;

влияние диверсифицированности основной текущей деятельности на расходы на реализацию товаров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютин М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности : учеб. пособие / М.С. Абрютин. - М. : Дело и Сервис, 2010. - 464 с.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

2. Емельянова Т.В. Экономика общественного питания : учеб. для вузов / Т.В. Емельянова, В.П. Кравченко. - Мн. : Выш. шк., 2008. - 383 с.

3. Когденко В.Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией : монография / В.Г. Когденко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 543 с.

4. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности : метод. аспекты / Г.В. Савицкая. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 272 с.

5. Толкачёва Е.Г. Методика анализа формирования прибыли в условиях реформирования бухгалтерской отчётности в соответствии с требованиями МСФО / Е.Г. Толкачёва // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2014.

6. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес / В.А. Чернов ; под ред. М.И. Баканова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 639 с.

7. Экономика торговли : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Н.С. Шелега, Р.П. Валевич. - Минск : Выш. шк., 2012. - 559 с.

8. Экономический анализ в торговле : учеб. пособие для вузов / под ред. М.И. Баканова. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 400 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И СПОСОБОВ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ФГУП ФСИН РОССИИ

МАЛЕНКОВА Любовь Анатольевна,

кандидат экономических наук, доцент,

начальник кафедры бухгалтерского учета, анализа, финансов и налогообложения

Академии ФСИН России

Аннотация: в статье изложены действующий порядок учета затрат и управления производством на предприятиях УИС, отмечены недостатки, рассмотрены особенности применения методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции относительно специфических особенностей деятельности ФГУП ФСИН России, предложены «новые» подходы управления себестоимостью и финансовыми результатами.

Ключевые слова: учет затрат, расходы, себестоимость, управление, методы калькулирования, позаказный метод, попроцесный метод, попередельный метод, ФГУП ФСИН России.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ І СПОСОБІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ФДУП ФСВП РОСІЇ

Анотація: у статті викладені діючий порядок обліку витрат і управління виробництвом на підприємствах КВС, наведені недоліки, розглянуті особливості застосування методів обліку витрат та калькулювання собівартості продукції відносно специфічних особливостей діяльності ФДУП ФСВП Росії, запропоновані «нові» підходи управління собівартістю й фінансовими результатами.

Ключові слова: облік витрат, собівартість, управління, методи калькулювання, позаказний метод, попроцесний метод, попередельний метод, ФДУП ФСВП Росії.

FEATURES OF COST ACCOUNTING AND METHODS OF COSTING OF THE FEDERAL STATE UNITARY ENTERPRISE RUSSIAN FEDERAL PENITENTIARY SERVICE

Abstract: the article describes the current order cost accounting and production management at PS enterprises, the deficiencies noted, the peculiarities of application of the methods of cost accounting and calculation of production costs relative to the specific features of the activities Federal State Unitary Enterprise Russian Federal Penitentiary Service, proposed «new» approaches to the management cost and financial results.

Keywords: cost accounting, expense, cost, management, methods of calculation, ordering method, process method, poperedelnogo method, Federal State Unitary Enterprise Russian Federal Penitentiary Service.

Постановка проблемы. В последние годы устойчиво наблюдается тенденция роста издержек производства в связи с удорожанием стоимости всех видов ресурсов, что требует внесения изменений в сложившуюся практику управления производством в целом и использованию способов учета затрат и калькулирования себестоимости в частности.

Не исключением являются федеральные государственные унитарные предприятия Федеральной службы исполнения наказаний (далее – ФГУП ФСИН России), одной из главных целей создания которых является получение прибыли за счет производства продукции (товаров), выполнения работ или оказания услуг для уголовно-исполнительной системы. [1].

Для ФГУП ФСИН России, как и для других учреждений уголовно-исполнительной системы (далее –

УИС), остается актуальной задача создания интегрированной системы формирования информации о затратах на производство, включающей в себя идентификацию, измерение, накопление, подготовку и обработку экономической информации для выработки новых подходов к управлению затратами и повышению ценности получаемой информации. [6].

В действительности руководство предприятий и ФСИН России не имеет возможности детального описания затрат с целью управления ими по причине слабого аналитического учета. Зачастую им просто трудно разобраться в запутанной структуре издержек, их взаимозависимости и зависимости от внутриведомственных факторов уголовно-исполнительной системы. На этой стадии принципиальным является принятие решения о том, что необходимо потратить время и деньги для того, чтобы научиться управлять расходами.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Анализ последних публикаций, выполненных по результатам проведенных исследований деятельности ФГУП ФСИН России, позволяет оценить действующий порядок ведения бухгалтерского учета, элементы внутреннего контроля и составления отчетности в условиях изменения законодательства и требований реформирования уголовно-исполнительной системы, а также определить наиболее приемлемые варианты учета затрат, калькулирования себестоимости и составления внутренней отчетности.

Постановка задачи. Совершенствование всесторонней практики управления себестоимостью предприятий УИС в части применения методов калькулирования себестоимости с учетом специфических особенностей их производственной деятельности, становления рыночной экономики и международного опыта.

Основная часть. На современном этапе проведения целого ряда экономических реформ особое внимание уделяется не только вопросам учета и контроля затрат, но и формированию себестоимости и цены, как важнейших объектов бухгалтерского учета деятельности любого предприятия от сложившегося порядка оценки и учета которых непосредственно зависит формирование финансового результата, рост финансового благосостояния и стратегического развития.

Не исключением является и деятельность ФГУП ФСИН России, которые в настоящее время находятся не только под воздействием рыночных процессов, но и под влиянием реализации Концепции развития уголовно-исполнительной системы до 2020 года, призванной обеспечить основу дальнейшего развития пенитенциарной системы Российской Федерации, приближения ее деятельности к международным стандартам и потребностям общественного развития, что также требует новых механизмов управленческого воздействия и влечет за собой необходимость совершенствования бухгалтерского учета. [2].

Главной целью ФГУП ФСИН России является получение прибыли за счет реализации произведенной продукции (работ, услуг) в первую очередь для уголовно-исполнительной системы. [4].

Одной из важнейших задач развития, становления и совершенствования учета в унитарных предприятиях УИС является правильный выбор методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, т.е. соизмерение затрат на производство продукции с количеством выпущенной продукции. [5]

В зависимости от сложившейся структуры производственной деятельности предприятий следует применять следующие способы учета затрат и расчета себестоимости: позаказный, попроцессный, попередельный и нормативный. [3].

Позаказный метод используется при изготовлении уникального либо выполняемого по специальному заказу изделия. Сферой применения являются единичные и мелкосерийные производства. Для ФГУП ФСИН России успешной сферой применения позаказного метода могут быть строительные предприятия, промышленные (изго-

товление мебели, пошив одежды, обуви по индивидуальным заказам и т. п.) и вспомогательные производства (изготовление специальных инструментов, проведение ремонтных работ и т.п.).

Следует отметить, что указанный метод может найти самое широкое применение в деятельности исследуемых предприятий по причине большого количества внутрисистемных заказов на осуществление строительства, пошив изделий и обеспечение учреждений УИС продовольствием.

Сущность позаказного метода заключается в том, что все прямые затраты учитываются в разрезе установленных статей калькуляции по отдельным производственным заказам, накладные затраты учитываются по местам их возникновения и включаются в себестоимость отдельных заказов в соответствии с установленной в учетной политике предприятия базой их распределения.

В условиях применения позаказного метода себестоимость рассчитывается простым способом путем суммирования всех затрат, учтенных за период выполнения заказа.

Залогом успешного применения позаказного метода калькулирования себестоимости в деятельности ФГУП ФСИН России должно стать составление плановой (предварительной) калькуляции, определение сметной себестоимости и ориентировочной цены заказа, что особенно необходимо в условиях применения контрактной системы государственных закупок.

Схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при позаказном калькулировании представлена на рис. 1.

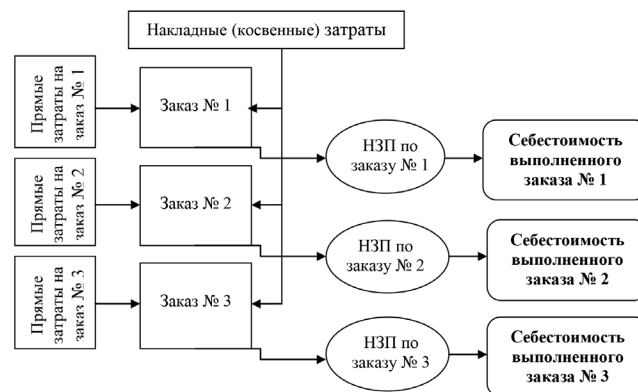


Рис. 1. Схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при позаказном калькулировании

Попроцессный метод применяют на предприятиях с массовым характером производства, ограниченной номенклатурой продукции, кратким периодом технологического процесса, и в большинстве случаев отсутствием незавершенного производства. Для предприятий ФСИН России применение попроцессного метода возможно во вспомогательном производстве и в непроизводственной сфере, где выполняются вышеперечисленные условия.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Сущность его заключается в том, что прямые и косвенные затраты учитываются по статьям калькуляции на весь выпуск продукции относительно всего производственного процесса или, кроме того, отдельных стадий процесса производства. Соответственно, средняя себестоимость единицы определяется делением суммы всех произведенных за отчетный период затрат на количество выпущенных за указанный срок изделий.

Попередельный метод представляет собой систему, при которой затраты распределяются между однородной продукцией, проходящей последовательно несколько стадий обработки, то есть переделов как законченных стадий технологического процесса.

Каждый передел, за исключением последнего, представляет собой фазу обработки сырья, в результате которой предприятие получает промежуточный (полуфабрикат) или законченный продукт (готовое изделие). Выделение каждого промежуточного продукта осуществляется при условии, что он имеет собственное направление использования, а значит, может быть реализован на сторону.

Таким образом, объектом учета затрат является передел, а объектом калькулирования – полуфабрикат, как продукт каждого законченного передела.

В связи с чем, данный метод калькулирования используется в отраслях с массовым и крупносерийным типом производства, имеющим несколько стадий переработки (переделов). При этом продукция одного цеха является затратами на основные материалы другого цеха.

Классическими примерами применения попередельного калькулирования в ФГУП ФСИН России являются производства металлургической, цементной, текстильной и других отраслей промышленности.

Организация движения продукции, связанной с попередельной калькуляцией затрат, происходит следующим образом. Каждое производственное подразделение осуществляет какую-либо часть общего процесса производства и передает изделие в следующее подразделение, где производится следующая операция. После завершения производства изделие (полуфабрикат) отправляется на склад готовой продукции.

Порядок учета затрат и калькулирования себестоимости продукции при попередельном методе не одинаков, но себестоимость конечного продукта определяется как сумма затрат всех переделов.

Возможны два варианта попередельного метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции: полуфабрикатный и бесполуфабрикатный.

При бесполуфабрикатном варианте контроль за движением полуфабрикатов внутри цехов (переделов) и между ними осуществляется по данным оперативно-количественного в натуральном выражении, без записей на счетах бухгалтерского учета. В соответствии с таким порядком учета затрат себестоимость полуфабрикатов после каждого передела не определяется, а исчисляется лишь себестоимость готового продукта как сумма затрат всех переделов с учетом незавершенного производства.

При полуфабрикатном варианте попередельного метода осуществляется исчисление себестоимости не только конечной продукции, но и полуфабрикатов каждого передела в отдельности. При этом движение полуфабрикатов из цеха в цех оформляется бухгалтерскими записями и калькулируется себестоимость полуфабрикатов после каждого передела, что позволяет выявлять себестоимость полуфабрикатов на различных стадиях его обработки и тем самым обеспечивать более действенный контроль за себестоимостью продукции. Таким образом, себестоимость готовой продукции складывается из себестоимости полуфабрикатов предшествующих стадий обработки и затрат последнего передела.

Типовая схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при попередельном (по-процессном) калькулировании представлена на рис. 2.



Рис. 2. Схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при попередельном (по-процессном) калькулировании.

Таким образом, одни и те же затраты повторяются в себестоимости полуфабрикатов и готовой продукции несколько раз. Эти суммы называются внутривзаводским оборотом и подлежат исключению при суммировании затрат по организации в целом.

При применении попередельного метода может быть использован учет выпуска продукции по нормативной себестоимости. При этом должно осуществляться обязательное для нормативного учета систематическое выявление отклонений фактических расходов от текущих норм, а также выявление изменений этих норм.

В первичной документации и в оперативной отчетности должен отражаться не только фактический расход материальных ресурсов, но и расход их по нормам или составленным на них производственным заданиям. [7].

Схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при нормативном методе учета затрат представлена на рис. 3.

Использование элементов нормативного метода является основой для надлежащего контроля и анализа затрат на производство, обоснованного калькулирования фактической себестоимости продукции, контроля за соблюдением и совершенствованием норм.

При выборе методов учета затрат для калькулирования себестоимости огромное значение имеет специфика деятельности предприятий, требующая группировки затрат по объектам аналитического учета: заказам,

процессам, переделам, а также группам однородных изделий (продукции) и оперативности их учета.



Рис. 3. Схема формирования себестоимости готовой продукции (работ, услуг) при нормативном методе учета затрат.

Выводы. Правильный выбор калькулирования должен не просто предоставить ФГУП ФСИН России возможность определения фактической себестоимости изделия, но и позволить управлять затратами для расчета «нужной» себестоимости, которая в современных условиях обеспечит предприятию определенную прибыль.

Проведенные исследования показали, что систему управления деятельности ФГУП ФСИН России следует рассматривать в единстве вопросов учета затрат, калькулирования себестоимости, составления отчетности, их анализа и контроля в зависимости от реализуемых целей и задач.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1.О государственных и муниципальных унитарных предприятиях : федер. закон : [от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ] // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 43. – Ст. 4746.

2.Концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 года : распоряжение Правительства Рос. Федерации : [от 14 октября 2010 г. № 1772-р] // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2010. – № 43. – Ст. 5544.

3.Ахмадеева М.М. Методологические основы учета затрат и калькулирования себестоимости в организациях деревообрабатывающей промышленности / М.М. Ахмадеева // Инновационное развитие экономики, 2012, № 8. – С. 117-123.

4.Маленкова Л.А. Особенности формирования расходов ФГУП ФСИН России / Л.А. Маленкова // Вестник Самарского государственного экономического университета, 2013, № 101. – С. 46-50.

5.Маленкова Л.А. Роль управленческого учета и анализа в управлении ФГУП ФСИН России / Л.А. Маленкова // Экономика и предпринимательство, 2014, № 9. – С. 762-765.

6.Маленкова Л.А. Практические рекомендации по оценке эффективности финансово-хозяйственной деятельности учреждений УИС / Л.А. Маленкова. – Киров: Кировский институт повышения квалификации работников Федеральной службы исполнения наказаний, 2014. – 61 с.

7.Пискунов В.А. Учет и контроль расходов коммерческой организации / В.А. Пискунов // Проблемы теории и практики. – СПб. – 44 с.

ПЕРЕДУМОВИ ДОСТОВІРНОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Нашкерська Г.В., к. е. н., доцент

Львівського національного університету ім. І. Франка

Мелех Я.Р., аспірант

Львівського національного університету ім. І. Франка

У статті розглядається достовірність як одна із якісних характеристик фінансової звітності, що є передумовою реального відображення об'єктів бухгалтерського обліку й елементів фінансової звітності і забезпечується відповідним застосуванням процедур оцінювання для забезпечення надійності формування та узагальнення інформації в системі бухгалтерського обліку, визначено чинники адекватності оцінювання.

Ключові слова: достовірність, надійність облікової інформації, об'єкти бухгалтерського обліку, елементи фінансової звітності, оцінювання, активи, зобов'язання.

ABSTRACT

The article deals with the reliability as one of the qualitative characteristics of financial statements that are a prerequisite for a real display of objects of accounting and financial reporting elements and ensures appropriate use of assessment procedures to ensure the reliability of the formulation and synthesis of information in the accounting system, also defined factors adequacy assessment.

Keywords: reliability, correctness of accounting information, the objects of accounting, items of financial statements, measurement, assets, liabilities.

Постановка проблеми. Оцінювання об'єктів бухгалтерського обліку здійснюється для формування інформації про вартість та обсяг активів, зобов'язань, доходів і витрат підприємства, елементів фінансової звітності.

Статті активу відображаються в балансі за умови, що їхня оцінка може бути достовірно визначена і очікується отримання в майбутньому економічних вигод, пов'язаних з використанням; зобов'язання визнається за умови достовірної оцінки та ймовірності зменшення економічних вигод у майбутньому.

З наведених тверджень слідує, що актив або зобов'язання спочатку підлягають вимірюванню, після чого визначається їхня здатність продукувати або втратити майбутню економічну вигоду. Отже, передумовою визнання статті звітності є ймовірність отримання або втрати майбутньої економічної вигоди, але розмір цієї вигоди нині не є предметом визначення у фінансовому обліку.

У зв'язку з цим виникає закономірне запитання: коли ж оцінка вважається достовірною? Чи можливо досягти абсолютно реальної оцінки об'єктів обліку, яка забезпечить їхнє відповідне відображення у фінансовій звітності та чи існують межі для встановлення рівня достовірності облікової інформації?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження оцінки об'єктів бухгалтерського обліку здійснювати такі вітчизняні науковці: В.Г. Лінник [1], Л.Г. Ловінська [2], М.В. Кужельний [1], В.Г. Швець [3], І.Й. Яремко [4, 5] та зарубіжні дослідники: Э.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда [6]. Проте у працях зазначених

науковців недостатньо уваги приділено такому аспекту оцінювання, як його достовірність, яка законодавством визначається як одна із якісних характеристик фінансової звітності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення впливу на достовірність облікової інформації процедур оцінювання об'єктів бухгалтерського обліку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» поняття достовірності визначено як відсутність «помилки і перекручень, які здатні вплинути на рішення користувачів звітності» [7].

Обґрунтування понять «помилки» і «перекручення» (викривлення) наведено в «Міжнародних стандартах контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг» [8]. Помилкою вважається «ненавмисне викривлення інформації у фінансових звітах», перекрученням (викривленням) – «неточність у фінансовій інформації, яка виникла внаслідок помилки або шахрайства» [8].

За концептуальною основою складання та подання фінансових звітів достовірність облікової інформації вважається досягнутою, якщо «вона вільна від суттєвих помилок та упередженості і користувачі можуть покластися на неї тією мірою, якою вона відображає, або, як очікується, відобразатиме дійсний стан справ» [9].

У вказаних нормативних документах визначено лише поняття достовірності відображення статті, для досягнення якої достатньо використати технічні прийоми. Без уваги залишається достовірність або реальність оцінки, яка є передумовою відображення її у звітності.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

При дотриманні реальності оцінювання виникає ряд проблем, зумовлених неможливістю досягнення достатньої (абсолютної) достовірності грошової оцінки об'єктів через її умовний (розрахунковий) характер, невизначеність майбутніх подій та явищ, нестабільність грошової одиниці та ринкового середовища, технічні вдосконалення та ін.

Проблема полягає в тому, що будь-які грошові оцінки об'єктів у фінансовому обліку не можна вважати абсолютними величинами. Щодо їхньої вартості на момент визнання, то вона залежить від ціни продажу конкретного постачальника, обізнаності покупців, економічного потенціалу підприємства, собівартості виготовлення, рівня цін на об'єкт у країні, загальноринкової ситуації. Вартість низки об'єктів фінансового обліку визначають, виходячи з суми здійснених витрат або їхніх фізичних характеристик і суб'єктивних суджень працівників бухгалтерії за обліковими оцінками. На рис. 1 визначено об'єкти, вимірювання яких є виключно питанням суджень бухгалтера і не залежить від зовнішніх чинників. Найважливішими з них є:

- вимірювання вартості активів, виходячи з їхньої здатності приносити в майбутньому економічні вигоди для підприємства;
- оцінювання суми забезпечень, які доцільно сформулювати для погашення майбутніх зобов'язань;
- визначення вартості нематеріальних активів, отриманих у результаті розробки;
- встановлення строків використання необоротних активів і вибір методів амортизації.

З плином часу вартість активів та зобов'язань може змінюватись через вплив зовнішніх чинників та можливу зміну призначення використання активу. Окремі об'єкти мають більшу вартість, якщо використовуються відокремлено, інші – в складі окремої групи або цілісного майнового комплексу, що породжує ефект взаємодії. Відмінну оцінку мають об'єкти, що використовуються для забезпечення діяльності та для продажу.

Зміна вартості активів і зобов'язань у фінансовому обліку призводить до зміни його фінансового стану, внаслідок чого на дату їхнього проведення фінансовий стан підприємства може покращитись, що створить ілюзію зростання ефективності діяльності, або погіршитись, що може мати негативні наслідки для основних груп користувачів облікової інформації.

Проте нині не визначено жодних підходів, методів або критеріїв, які дозволяють з достатньою мірою достовірності встановити реальні внутрішні облікові оцінки об'єктів, наведених на рис. 1. Їхнє вимірювання здійснюється на інтуїтивному рівні, з використанням наявного практичного досвіду, а при його відсутності – шляхом суджень, не підкріплених відповідними розрахунками або знаннями. Єдиним теоретичним підґрунтям, яке пропонує сучасна теорія фінансового обліку при їхньому відображенні – принцип обачності, послідовне застосування якого дозволяє приховати негативні наслідки такого підходу до оцінювання.

Отже, характерним для облікових оцінок є те, що вони не завжди мають реальне вираження, визначаються за суб'єктивними судженнями працівників підприємства (найчастіше бухгалтерської служби), які ґрунтуються на останній наявній інформації і, в більшості випадків, змінюються в результаті появи нової інформації чи подальших подій. При їхньому проведенні треба використовувати методи, які забезпечать достовірне визначення вартості об'єктів з урахуванням їхнього призначення та майбутньої вигідності для підприємства.

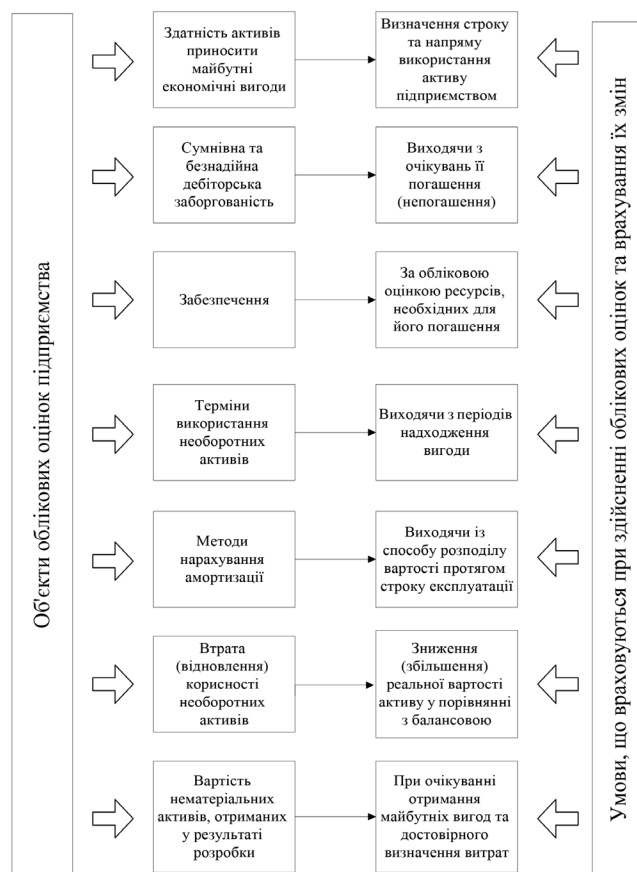


Рис. 1. Об'єкти облікових оцінок підприємства

Реальність оцінювання забезпечується економічним характером відображення подій та явищ господарської діяльності. У концептуальній основі МСФЗ зазначено: “щоб бути достовірною, інформація має правдиво відображати операції й інші події, які вона розкриває” [9]. Правдивість подання у даному контексті передбачає відповідність між економічним змістом явища чи події, які вплинули на фінансовий стан підприємства, її оцінкою та порядком відображенням в обліку.

Відповідність подання інформації передбачає її відображення, виходячи з економічного змісту явищ та подій, які відбулись, а не тільки їхньої юридичної форми, що повністю підтримується визначенням Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» принципом превалювання змісту над формою.

У результаті виникає суперечність між принципами й національними стандартами обліку. Принципи

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

визначають відображення операції виходячи з її економічного змісту (принцип превалювання змісту над формою), а визнання, якому передують оцінювання передбачає спершу визначення вартості об'єктів з використанням технічних прийомів (головне - достовірно, без помилок), а вже потім визначення ймовірності отримання чи втрати майбутньої економічної вигоди. Вимірювання розміру цієї вигоди, її оцінка жодним зі стандартів не передбачена, що зумовлює декларативний характер критеріїв визнання статей звітності. Не можна ідентифікувати наявність майбутньої вигоди (втрати вигоди) не розраховуючи її вартість.

Оцінюючи об'єкти фінансового обліку, необхідно враховувати обсяг вже здійсненого ними впливу на діяльність підприємства та її результати, що є абсолютно реальним, – а також врахувати очікуваний вплив, який визначається розміром майбутньої економічної вигоди. Визначення розміру цієї вигоди є надскладним питанням теорії бухгалтерського обліку, яке вирішується нині на формальному (принцип історичної собівартості, поточна вартість) або інтуїтивному рівні через повну відсутність наукових розробок у вказаному напрямі.

Вважаємо, що дотримання адекватності оцінювання (що підтримує поняття достовірності) повинно забезпечуватись системним характером проведення вимірювальних процедур, врахуванням низки чинників та передбачає:

- попередню оцінку об'єкта, виходячи з його фізичних характеристик, рівня ринкових цін та вартості грошової одиниці;
- визначення розміру прибутку або чистого грошового доходу, вже який був отриманий від використання об'єктів або їхніх груп за призначенням;
- розрахунок розміру прибутку або чистого грошового доходу, який можна буде отримати в майбутньому від подальшого використання окремих об'єктів або їх груп за призначенням;
- визначення майбутнього синергічного ефекту від взаємодії активів (що реально при визнанні внутрішньогенерованого гудвілу);
- врахування змін очікуваного економічного ефекту внаслідок іншого використання активів;
- аналіз впливу ринкового середовища на зміни вартості об'єкта.

Висновки. Оцінювання об'єктів фінансового обліку нині має об'єктивно-суб'єктивний та умовний характер, що є свідченням відходу від простого елементарного вимірювання до складного, системно-диференційного і повинно забезпечити урахування міри впливу об'єкта на складну економічну систему – підприємство та оцінити синергічний ефект від взаємодії факторів виробництва.

Вважаємо, що достовірність оцінки у фінансовому обліку повинна свідченням її надійності. Надійність повинна надавати користувачам обґрунтовану впевненість про фактичний та очікуваний розмір майбутньої економічної вигоди від утримання чи використання активів, її втрати від погашення зобов'язань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кужельний М.В., Лінник В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. / М.В. Кужельний, В.Г. Лінник. – К.: КНЕУ, 2001. – 334 с.
2. Ловінська Л.Г. Оцінка в бухгалтерському обліку: Монографія / Л.Г. Ловінська. – К.: КНЕУ, 2006. – 256 с.
3. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник / В.Г. Швець – К.: Знання, 2008. – 535 с.
4. Хендриксен Э.С., Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета / Э.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда // пер. с англ. под. ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 576 с.
5. Яремко І.Й. Оцінка капіталу підприємства: інформаційне забезпечення вартісно-орієнтованої концепції управління підприємством: Монографія / І.Й. Яремко. – Львів: Новий світ – 2000, 2005. – 324 с.
6. Яремко І.Й. теоретичні і прикладні засади формування вартості машинобудівних підприємств: Монографія / І.Й. Яремко. – Львів: В-во національного університету «Львівська політехніка», 2008. – 260 с.
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
8. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (видання 2012 року) : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://apu.com.ua/msa>.
9. Міжнародні стандарти фінансової звітності. Концептуальна основа: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408.
10. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 «Оцінка справедливої вартості»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПОЗИКОВИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нестеренко Ірина Володимирівна, канд. екон. наук, доц.

Харківський державний університет харчування і торгівлі

Стрибуль Олена Вікторівна, викл.

Харківський інститут фінансів УДУФМТ

Розглянуто теоретичні підходи до організації обліку позикових джерел та наведено практичні рекомендації щодо вдосконалення інвестиційної діяльності.

Theoretical approaches to organization of account of loan sources and practical recommendations on the improvement of investment activity are represented.

Ключові слова: інвестиції, позиковий капітал, облік, джерела фінансування, оренда.

Keywords: investment, loan capital, accounting, funding, rent.

Постанова проблеми у загальному вигляді.

В сучасних умовах, у комплексі проблем, пов'язаних із визнанням ролі інвестицій підприємства, великого значення набуває процес управління інвестиціями підприємства, що визначає збільшення уваги до інформаційного забезпечення керівництва відповідними даними про капітальні інвестиції. При цьому, ефективна фінансова діяльність підприємства не можлива без постійного залучення позикових коштів. Використання позикового капіталу дозволяє суттєво розширити об'єм господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фінансових напрямів, а в кінцевому рахунку — підвищити ринкову вартість підприємства. Здійснення інвестицій в обліку не слід розглядати виключно як витрати, тому що вони являють собою, за своїм економічним змістом, певний процес, діяльність. Щоб не звужувати коло об'єктів обліку та показників інформаційного забезпечення капітальних інвестицій слід також виділяти об'єкти бухгалтерського спостереження частини інвестиційної діяльності підприємства зі здійснення капітальних інвестицій. Тому управління діяльністю підприємства, із залученням і ефективним використанням позикових коштів, є однією з найважливіших функцій фінансового менеджменту, яка спрямована на забезпечення досягнення високих кінцевих результатів господарської діяльності підприємства, що вимагає удосконалення теорії та практики ведення обліку позикових та інших джерел фінансування інвестиційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні розробки, у галузі інвестиційної діяльності, представлено у працях таких вітчизняних вчених, як В.В. Бабич, І.О. Бланк, Б.І. Валусев, С.Ф. Голов, В.І. Єфіменко, М.В. Кужельний, Б.М. Литвин, В.Г. Швець, С.І. Шкарабан, І.Г. Яремчук, а також таких зарубіжних вчених як Х. Андерсон, Дж. Блейк, В.В. Боча-

ров, Глен А. Велш, М.Ф. Ван Бреда, Д. Колдуелл, О.В. Соловійова, Е. Хелферт, Е.С. Хендріксен, У.Ф. Шарп, та інших. Проте сучасні умови ставлять нові завдання, вимагають комплексного підходу до вирішення проблем, пов'язаних із зміною інвестиційної політики в Україні, реформуванням національної системи обліку і звітності.

Мета та завдання статті. Метою статті є висвітлення теоретичних аспектів та практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку позикових та інших джерел фінансування інвестиційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

При структуризації залучених джерел фінансування у вітчизняній і світовій практиці бухгалтерського обліку за основу беруть термін, на який залучається капітал. У зв'язку з цим в обліку і балансі розрізняють довгострокові та короткострокові зобов'язання. Межею для розподілу цих двох складових фінансування діяльності є один рік. Цей критерій покладено в основу у разі розрахунків показників ліквідності, платоспроможності, покриття інвестицій, що характеризують фінансовий стан та інвестиційну привабливість підприємств. Дослідження показало, що така методика оцінки залучених джерел капіталу, в основу якої покладено принцип «тимчасовості», недосить розкриває його інвестиційні властивості. Розмежування наявних пасивів за строками погашення на основі принципу «тимчасовості» не може бути критерієм для визначення ступеня їх участі в інвестуванні підприємства [5, с. 12]. Тимчасово залучені кошти на незначний строк можуть бути джерелом для фінансування великих інвестиційних проектів. Водночас поточні зобов'язання через неплатежі, фінансову скруту можуть затягуватися на рік і більше. Тому у разі розмежування залучених коштів на інвестиційні та поточні доцільно було б врахувати ще й принципи «добровільності» і «платності». У зв'язку з цим в обліку і звітності слід розрізняти кошти, що залучаються на добровільних засадах за відповідну платню чи без неї, і ті,

що виникають за об'єктивних обставин в результаті господарської діяльності.

До добровільно залучених коштів належать кредити банків, інші позикові кошти (у т.ч. і від розповсюдження випущених облігацій), одержані на платній чи безоплатній основі. До другої групи залучених зі сторони джерел відноситься кредиторська заборгованість щодо розрахунків з постачальниками, бюджетом, працівниками, іншими кредиторами. Якщо друга група залучених джерел зумовлена умовами розрахунків або об'єктивними умовами перерозподілу національного доходу, то залучення коштів і майна на добровільних засадах має суто інвестиційний характер. Тому кошти, залучені на добровільних засадах, слід обліковувати і відображати в балансі відокремлено від тимчасово залучених коштів для поточної виробничо-комерційної діяльності. На нашу думку, їх доцільно об'єднати в окремому розділі пасиву балансу - «Джерела залучених зі сторони інвестиційних ресурсів».

Також змін потребує структура і сутність рахунків, на яких обліковуються кредити банків та інші позикові кошти. Доцільно, замість субрахунків для обліку довгострокових і короткострокових кредитів банку чи інших позикових коштів встановити відповідно рахунки «Кредити банку для фінансування інвестицій» і «Кредити банку для поточної діяльності». Цього вимагає також логіка покриття витрат на сплату відсотків за користування тими чи іншими кредитами. До витрат операційної діяльності, слід включати відсотки за кредити, використані для фінансування поточної виробничо-комерційної діяльності. Відсотки за одержані інвестиційні позики доцільно погашати за рахунок відповідних інвестиційних джерел або зараховувати на збільшення вартості інвестиційних проектів.

Важливим джерелом інвестиційної діяльності в ринкових умовах є кошти, одержані від випуску і розповсюдження цінних паперів у вигляді облігацій та інших цінних паперів, що формують, з одного боку, залучення додаткового капіталу для інвестування діяльності, з іншого – довгострокові зобов'язання перед покупцями таких цінних паперів щодо повернення одержаних від них коштів і сплаті відповідних відсотків. Широкий спектр використання у світовій практиці облігаційних позик для фінансування інвестицій можна пояснити низкою переваг випуску облігацій порівняно з випуском акцій [4, с. 23]. Основні з них:

1. Випуск і придбання облігацій не впливає на розподіл прав власності на майно підприємства і на участь в управлінні ним. На відміну від акціонерів, власники облігацій не беруть участі в управлінні акціонерним товариством і розподілі прибутків.

2. Грошові виплати власникам облігацій обмежені чітко визначеними сумами відсотків і основною сумою боргу, яка підлягає сплаті при погашенні облігацій.

3. Чиста (реальна) вартість користування отриманими у борг коштами часто є меншою порівняно з акціонерним капіталом, бо відсотки по облігаціях входять у витрати підприємства, тоді як дивіденди виплачуються

з чистого прибутку.

4. Випуск облігацій може мати позитивний вплив на фінансовий леверідж підприємства. Це відбувається тоді, коли, наприклад, підприємство бере у борг кошти під чисту ставку відсотків (після оподаткування), яка є нижчою, ніж загальний коефіцієнт віддачі її активів. Позитивним в даному випадку вважається леверідж, коли за рахунок низьких відсоткових ставок за облігації зростає коефіцієнт віддачі на акціонерний капітал порівняно з коефіцієнтом віддачі на активи.

Незважаючи на значні переваги облігаційного інвестування і широке його розповсюдження у країнах з ринковою економікою, у вітчизняній практиці дана форма фінансового інвестування практично не використовується. Аналіз результатів дослідження показав, що негативний вплив здійснюють значні обмеження, встановлені українським законодавством щодо емісії облігацій. Складною є процедура реєстрації емісії облігацій в Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку, що призводить до значних затрат часу і коштів на випуск вказаних цінних паперів.

Однією з форм залучення капіталу, що визнається у світовій практиці є, так зване, забалансове фінансування [8, с. 49]. Класичним його прикладом є операційна оренда, коли підприємство замість придбання основних засобів і відображення відповідним чином кредиторської заборгованості по оплаті орендує їх. У даному випадку взяті в оренду об'єкти не відображаються в балансі орендаря, а кредиторська заборгованість орендодавцю, залишається прихованою.

У вітчизняній і зарубіжній практиці таку оренду основних засобів ще називають операційним лізингом, що передбачає передачу орендареві права користування основними засобами на строк, що не перевищує строку повної їх амортизації, з обов'язковим поверненням таких основних засобів їх власнику після закінчення строку дії лізингової угоди [2]. Операційна оренда, як одна з форм інвестування, дає можливість здійснювати виробничо-комерційну діяльність з меншими капітальними витратами. Вона дозволяє фірмам за рахунок невідображення в пасиві балансу тимчасово залученого капіталу поліпшувати фінансовий леверідж, тобто інвестиційний імідж.

У практиці інвестування як зарубіжних, так і вітчизняних підприємств широкого розповсюдження набуває фінансовий лізинг. Законодавством різних країн по-різному трактується поняття фінансового лізингу. Спільним для всіх країн, в тому числі й для України, є перехід права власності на орендоване майно до орендаря після закінчення строку оренди, обов'язкове відображення в балансі орендаря взятого на лізинговій основі майна з нарахуванням амортизації по ньому. Законодавство більшості країн передбачає обов'язковий викуп майна орендарем після завершення строку оренди за договірними цінами на момент укладання договору, за договірними цінами у разі передачі власності, за дисконтованими цінами, доведеними до теперішньої вартості.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Досить актуальним питанням, яке виникає в сучасному обліку, це облік капітальних інвестицій в орендовані основні засоби, оскільки передача та отримання об'єктів основних засобів в фінансову та оперативну оренду сьогодні є досить розповсюдженими операціями. Прийнято розрізняти віддільні та невіддільні поліпшення орендованого майна. Поліпшення, які не віддільні від об'єкту без завдання йому шкоди, є невіддільними. Вони нерозривно пов'язані з об'єктом оренди, тому після припинення строку договору оренди належать передачі орендодавцю разом з орендованим майном. До невіддільних поліпшень відносяться: реконструкція приміщення (перепланування), добудова тощо. Віддільними поліпшеннями являються: встановлення додаткового устаткування (наприклад, системи кондиціонування) на орендованому автомобілі; розширення оперативної пам'яті на комп'ютері тощо. Віддільні поліпшення орендованого майна, що здійснені орендаром, є його власністю (якщо інше не передбачено договором оренди).

Методика відображення в обліку віддільних та невіддільних поліпшень в орендовані основні засоби до кінця не врегульована та не деталізована діючим законодавством. Так, відповідно до п. 6 П(С)БО 14 "Оренда" витрати орендаря на поліпшення об'єкта фінансової оренди (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що призводять до збільшення майбутніх економічних вигод, які первинно очікувалися від його використання, відображаються як капітальні інвестиції, що включаються до вартості об'єкта фінансової оренди [1]. Якщо ситуація з відображення в обліку поліпшень об'єктів фінансової оренди роз'яснена та не викликає питань, то ситуація з відображення на рахунках бухгалтерського обліку віддільних та невіддільних поліпшень в об'єкти операційної оренди на сьогодні залишається не з'ясованою.

Відповідно до п. 8 П(С)БО 14 "Оренда" об'єкт операційної оренди відображається орендарем на позабалансовому рахунку бухгалтерського обліку за вартістю, вказаною в угоді про оренду. Витрати орендаря на поліпшення об'єкта операційної оренди (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що приводять до збільшення майбутніх економічних вигод, які первинно очікувалися від його використання, відображаються орендарем як капітальні інвестиції у створення (будівництво) інших необоротних матеріальних активів [1]. Так, рекомендована методика з відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій з обліку витрат, пов'язаних з невіддільними та віддільними поліпшеннями, базується на основі того, проведені вони за згодою з орендодавцем або без неї (рисунок 1).

Для бухгалтерського оформлення залучених для інвестування коштів, повинно бути визначено відповідними угодами такі параметри як сума коштів, строк, відсоток за надання позикових коштів. Виходячи із структури нового балансу, не входять до власного капіталу, а, отже, належать до залучених зі сторони джерел: за-

безпечення наступних витрат і платежів; довгострокові зобов'язання; поточні зобов'язання; доходи майбутніх періодів. При цьому, деякі з них не відповідають вимогам, не мають ознак, властивих зобов'язанням. Наприклад, забезпечення наступних витрат і платежів буде здійснюватися за прогнозними розрахунками; деякі з них можуть виникати, а можуть і не виникати, – витрати з гарантійного обслуговування, виплата заохочень; в момент нарахування ще не визначено, кому будуть здійснюватися платежі. Також, не відповідають названим вище ознакам й джерела, об'єднані у розділі "Доходи майбутніх періодів".



Рисунок 1 - Капітальні інвестиції в орендовані основні засоби

Висновки. Таким чином, неврегульованим залишається питання щодо визначення джерела списання (фінансових ресурсів) у випадках, коли:

- а) строк операційної оренди завершився і об'єкт оренди разом із проведеними поліпшеннями повертається орендодавцю;
- б) зроблені поліпшення, що включені як окремі об'єкти до складу власних основних засобів, повністю не відамортизовано;
- в) орендодавець не погоджується повертати орендареві кошти з частині проведених поліпшень.

Подальша розробка та впровадження рекомендацій з удосконалення обліку інвестицій дозволить підвищити аналітичність, точність та достовірність облікових даних сучасних підприємств, підвищить ефективність управління інвестиційним процесом в сучасних умовах господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Задорожній З. Проблеми обліку основних засобів і капітальних інвестицій // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 7. – С. 18-22.
2. Закон України «Про фінансовий лізинг» в редакції Закону № 1381-IV (1381-15) від 11.12.2003, ВВР, 2004, № 15, ст. 231.
3. Зеленкова Н.М. Финансирование и кредитование капитальных вложений: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 222 с.
4. Крупка Я.Д. Облік інвестицій. Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2010. – 302 с.
5. Матвеева В. Облік орендних операцій // Податки та бухгалтерський облік. – 2012. – № 12 (60). – С. 9-52.

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

6.П (С)БО № 14 «Оренда», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 28 липня 2000 р. № 181 зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс], режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>

7.Петрик, О. Облік, аналіз і аудит капітальних інвестицій відповідно до міжнародних і національних стандартів [Текст] / О. Петрик, І. Чумакова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 9. – С. 24–34.

8.Татаренко, Н. О. Теорія інвестицій [Текст] : навч. посібник / Н. О. Татаренко, А. М. Поручник. – К. : КНЕУ, 2011. – 160 с.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ

Палій Л.В.,

студентка четвертого курсу, обліково-економічного факультету

Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: Волчек Р.М.

к.е.н., доцент кафедри економічного аналізу

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

У статті досліджені особливості аналізу впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників. В ході аналізу особливу увагу приділено таким факторам, як середньорічний виробіток та середня заробітна плата одного робітника.

Ключові слова: фонд заробітної плати, виробіток, заробітна плата, робітники, персонал, аналіз.

In this paper the features analysis of the impact factors on the change in the wage bill of workers. When analyzing particular attention to factors such as productivity and the average wage one worker.

Keywords: wage bill, productivity, wages, production workers, staff, analysis.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкових відносин кожне підприємство в своїй діяльності використовує робочу силу. Оплата праці робітникам у вигляді заробітної плати складає фонд оплати праці [4, с. 174], що є однією з найбільших частин витрат підприємства. А при умові, що всі підприємства ставлять собі за мету отримати максимальний прибуток за мінімальних витрат, постає проблема в необхідності визначення оптимального розміру затрат на оплату праці при певному запланованому обсязі виробництва продукції. Таку змогу може надати лише аналіз впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників, адже його результати свідчать про те, чи виплата заробітної плати на підприємстві була здійснена в межах нормативного рівня, або була надлишково виплачена чи навпаки відбулась виплата не в повному, необхідному обсязі, і за рахунок яких показників. З огляду на сказане, аналіз впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників є актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням проблематики формування фонду оплати праці, а також його дослідження з погляду економічного аналізу господарської діяльності підприємства у теоретичному та практичному аспектах займалися такі науковці, як А. В. Базиліук, І. В. Барановська, С. М. Білик, Ф. Ф. Бутинець, А. Г. Загородній, В. М. Івахненко, А. М. Колот, Т. В. Кулинич, Г. І. Кіндрацька, Є. В. Мних, О. П. Савченко, М. Т. Чумаченко, Серед зарубіжних вчених: Г. П. Герасименко, Е. А. Маркар'ян, С. Е. Маркар'н.

Метою цієї статті є розкриття особливостей аналізу витрат на оплату праці, пошук оптимального її розміру. Завданнями аналізу фонду оплати праці є визначення правильності витрачання коштів на оплату праці, виявлення впливу факторів, встановлення правильності

співвідношення темпів зростання продуктивності праці й середньої заробітної плати.

Виклад основного матеріалу. При аналізі фонду оплати праці необхідно дослідити зміну показника в динаміці та рівень виконання плану, визначити фактори, що спричинили його зміну.

При вивченні структури фонду оплати праці слід приділити увагу питомій вазі окремих елементів у загальній сумі та дослідити їхню зміну в динаміці й оцінити виконання завдання. При визначенні рейтингової оцінки підприємства важливо дослідити співвідношення трудових показників і середньої заробітної плати по підприємству з відповідними показниками підприємств галузі, а середню заробітну плату по підприємству порівняти також з прожитковим мінімумом, мінімальною заробітною платою та іншими показниками, що діють на момент дослідження.

При проведенні факторного аналізу фонду оплати праці оцінюється вплив на його абсолютне та відносне відхилення таких факторів, як середньорічний виробіток та середня заробітна плата одного робітника, та виявляються причини виявлених відхилень:

Аналізу впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників приведу на прикладі даних підприємства ТОВ «Троянда вітрів» за 2012-2013 роки. Для цього необхідно поетапно проаналізувати:

1. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами (табл. 1).
2. Використання коштів на оплату праці (табл. 2).
3. Вплив факторів на зміну фонду заробітної плати робітників (табл. 3).

Отже, першим етапом буде аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами, визначення абсолютного та відносного відхилення робочої сили.

Таблиця 1
Аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами

Категорії персоналу	Середньоспискова чисельність			Відхилення	
	2012 рік	за 2013 рік в оцінці 2012 року	2013 період	абсолютне	Відносне
1. Працівники основної діяльності	112	X	104	-8	X
з них:					
- робітники	92	75	80	-12	-5

Розрахунок середньоспискової чисельності фактично за 2013 рік в оцінці 2012 року шляхом множення середньоспискової чисельності за попередній рік на темп росту обсягу виробництва:

$$92 * 81,5 / 100 = 75 \text{ робітників.}$$

Аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами дав змогу визначити, що в 2013 році порівняно з 2012 роком число працюючих на підприємстві знизилось з 112 осіб до 104 осіб, а саме на 8 осіб. Таке скорочення зайнятих відбулося за рахунок зменшення числа робітників. Зниження за даною категорією складає 12 осіб. Однак абсолютне відхилення не дає можливості визначити значний надлишок чи нестачу робочої сили на підприємстві в залежності від обсягу виробництва продукції. Для цього розраховується відносне відхилення. На аналізованому підприємстві відсоток виконання завдання з виробництва продукції складає 81,50%. Коригуючи даний відсоток на кількість робітників 2012 року визначаємо кількість робітників, необхідних для виробництва обсягу продукції 2013 року. Для нашого підприємства це складає 75 осіб.

Тобто, якщо для виробництва продукції в 2013 році в обсязі 1,7 млн. грн. необхідно було 75 робітників, то фактично було залучено 80 робітників. Це означає, що на підприємстві існує перевитрата робочої сили на 5 осіб, що свідчить про неефективне використання трудових показників в 2013 році.

Вважаю необхідним, порекомендувати управлінському персоналу підприємства, з метою мінімізації витрат на оплату праці, забезпечити такі умови, за яких темпи росту продуктивності праці будуть значно випереджати темпи росту заробітної плати. Для цього, можна почати випуск нових видів продукції, щоб задіяти надлишкову робочу силу; зменшити тарифи на виконання певних видів робіт, приймати до уваги можливість використання системи суміщення професій. Також необхідно збільшити питому вагу активної частини основних засобів, з метою скорочення потреби в живій робочій силі.

Таблиця 2
Аналіз використання коштів на оплату праці

Категорії персоналу	Фонд заробітної плати			Відхилення	
	2012 рік	за 2013 рік в оцінці 2012 року	2013 рік	абсолютне	Відносне
1. Працівники основної діяльності	341	x	354	13	x
з них:					
- робітники	296	241,24	300	4	58,76

Наступним етапом є проведення аналізу використання коштів на оплату праці, виявлення абсолютного

та відносного відхилення фонду заробітної плати робітників підприємства.

Розрахунок фонду заробітної плати робітників фактично за 2013 рік в оцінці 2012 року шляхом множення фонду заробітної плати робітників за попередній рік на темп росту обсягу виробництва:

$$296 * 81,5 / 100 = 241,24 \text{ тис. грн...}$$

З проведених розрахунків видно, що фонд заробітної плати працівників в 2013 році порівняно з 2012 роком збільшується на 13 тис грн., в тому числі робітників – на 4 тис. грн. в абсолютному вираженні.

Але підприємству, згідно обсягу виробленої ним продукції необхідно було виплатити робітникам заробітну плату в обсязі 241,24 тис. грн., фактично ж виплата здійснилась в розмірі 300 тис. грн..

Тобто підприємство надмірно виплатило заробітну плату робітникам і понесло втрати в розмірі 58,76 тис. грн..

Підприємству необхідно переглянути рівень та обсяги оплати праці робітникам, враховуючи закономірність випередження росту продуктивності праці над ростом заробітної плати [1, с. 149]. Такі дії призведуть до економії ресурсів на підприємстві.

Заключним етапом виступає аналіз впливу факторів на зміну фонду оплати праці робітників підприємства.

Таблиця 3
Аналіз впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників

Показники	Середньоспискова чисельність робітників, люд.			Середня зарплата, грн.		Фонд оплати праці робітників, тис. грн.			Відносне відхилення		
	2012 рік	за 2013 рік в оцінці 2012 року	2013 рік	2012 рік	2013 рік	2012 рік	за 2013 рік в оцінці 2012 року	2013 рік	всього	у т.ч. за рахунок	
										середньорічного виробітку	середньої заробітної плати
Робітники	92	75	80	3217,39	3750,00	296	241,24	300	58,76	16,09	42,61

1) Вплив середньорічного виробітку одного робітника на зміну фонду оплати праці робітників = (середньоспискова чисельність робітників за 2013 рік - середньоспискова чисельність робітників фактично за 2013 рік в оцінці 2012 року) * середня зарплата за 2012 рік / 1000 = (80-75) * 3217,39 / 1000 = 16,09 тис. грн..

2) Вплив середньої заробітної плати на зміну фонду оплати праці робітників = (середня зарплата за 2013 рік - середня зарплата за 2012 рік) * середньоспискову чисельність робітників за 2013 рік / 1000 = (3750,00 - 3217,39) * 80 / 1000 = 42,61 тис. грн..

Аналіз впливу факторів на зміну фонду заробітної плати свідчить про те, що по категорії «робітники» існує перевиплата в розмірі 58,76 тис. грн.. Допущені перевитрати були обумовлені негативною дією такого фактору, як середньорічний виробіток одного робітника. Його зниження призвело до збільшення фонду заробітної плати на 16,09 тис. грн.. Відносно впливу такого фактору, як середня заробітна плата, необхідно зауважити, що її ріст з 3,2 тис. грн. в 2012 році до 3,8 тис. грн. в 2013 році

зумовив перевитрати фонду заробітної плати в розмірі 42, 61 тис. грн..

З метою усунення непродуктивних витрат фонду оплати праці робітників, необхідно оптимізувати тарифи заробітної плати, щоб темпи росту продуктивності праці випереджали темпи росту оплати праці. Також необхідно усунути цілодобові простої та внутрішньо змінні витрати робочого часу.

Таким чином бачимо, що найбільш доцільно визначати оптимальний рівень витрат на оплату праці, через проведення аналізу впливу факторів на зміну фонду заробітної плати робітників, через такі показники, як середньорічний виробіток та середня заробітна плата одного робітника. Адже відносне відхилення фонду оплати праці за їх рахунок, вказує на надмірно виплачену заробітну плату чи навпаки здійснення виплати не в повному обсязі, що дає можливість управляти витратами на оплату праці, виходячи з даних аналізу і забезпечувати випередження темпів росту продуктивності праці над темпами росту заробітної плати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барановська І. В. Сучасна податкова система України з точки зору підприємця // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8(86). – С. 172-182.

2. Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2013. – Вип. 12. – Частина 3. – 344 с. – ISSN 1993-0259. – ISSN 2219-4649.

3. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навчальний посібник / Т. Д. Костенко [и др.]. – 2-е изд., Перераб. і доп. – М.: Навчальної літератури, 2007 – 400 с.

4. Економічний аналіз: теорія і практика: Підручник / За ред. А. Г. Загороднього. – Львів: Магнолія плюс, 2006. – 428 с.

5. Ковальчук М. І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК: Підручник. — К.: КНЕУ, 2004.

6. Маркарян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарян С. Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 560с.

7. Н. А. Волкова, Л. В. Чернишова. Аналіз господарської діяльності у галузях народного господарства. Опорний конспект лекцій для бакалаврів денної форми навчання спеціальності “Облік та аудит” (спеціалізація “Облік і аудит”)– Одеса: ОДЕУ, ротапринт, 2004 р.

8. Організація і методика економічного аналізу» Н.А. Волкова, Р.М. Волчек - Одеса: ОНЕУ, 2012

9. Савицька Г.В. Економічний аналіз.- М: ТОВ Нове знання, 2004.

ФУНКЦІЇ ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сльозко Т.М., к.е.н., доц., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Київського національного торговельно-економічного університету

Загородня Н.П., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту Інститут підготовки кадрів

Державної служби зайнятості України

Сенченко В.Б., викладач бухгалтерського обліку

Чернігівського кооперативного технікуму

Анотація

Розглянуто місце функції обліку у системі управління підприємством. Дана характеристика функцій управління та функцій обліку, показана їх відмінність та тісний взаємозв'язок. На прикладах доведена ключова роль функції обліку у системі управління підприємством, а також визначено, що без даних обліку неможливе нормальне функціонування системи управління.

Ключові слова: управління, менеджмент, функція, облік, контроль, аналіз, планування, система.

Annotation

The place of function of accounting in the system of management of enterprise or “steering wheel of management” has been considered. Description of functions of management and functions of accounting has been given and shown their difference and their close intercommunication. Using examples, the key role of function of accounting in the system of management of enterprise has been proved, and also it has been definite, that without data of accounting of management can not to function normally.

Keywords: management, function, consideration, control, analysis, planning, system.

Постановка проблеми. Досліджуючи місце обліку у системі управління ми часто бачимо, що багато фахівців з економіки та менеджменту навіть не згадують функцію обліку у системі управління, зокрема яскравим прикладом цього є праці [3], [4], [2]. Однак це зовсім не так, оскільки облік відіграє чи не найважливішу роль в управлінні підприємством. Саме необхідність аргументувати цю думку і спонукала авторів до написання цієї статті.

Аналіз останніх досліджень свідчить про те, що питанням ролі обліку у системі управління підприємством надається увага, зокрема: Б.І.Валуєвим, С.Ф.Головим, В.О. Ластовецьким, М.С.Пушкарем, Л.В. Нападовською та багатьма іншими авторами. Акцентуючи увагу на функції обліку у системі управління Б.І.Валуєв вказує на існуючі недоліки, зокрема: облік не звернений у бік системи управління, коли у полі наукових досліджень переважно знаходяться звичні, багаторазово “перезовані” питання обліку, пророблення яких закінчується зовсім неістотними уточненнями дефініцій і наповнення усілякою схоластикою; не визначені можливості взаємодії облікового персоналу з персоналом іншої функціональної спеціалізації в організаційних структурах, де безпосередньо відбувається господарська діяльність; немає пошуку рішень, що роблять адекватними планові і облікові моделі; не визначене місце планової та інших економічних служб в умовах передачі у бухгалтерію

функцій планування, контролю, аналізу, регулювання [1].

Мета статті. Показати важливу роль функції обліку в управлінні підприємством, визначити функції самого бухгалтерського обліку у цій системі.

Вклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Щоб показати місце обліку в системі управління підприємством, почнемо з його організаційної структури, яка, зазвичай, представляє собою піраміду, де нижні рівні менеджменту підпорядковані верхнім рівням, ці підпорядкування залежать від діяльності підприємства і його системи управління. Основними елементами організаційної структури управління є: склад та структура функцій управління; кількість працівників для реалізації кожної управлінської функції; професійно-кваліфікаційний склад працівників апарату управління; склад самостійних структурних підрозділів; кількість рівнів управління та розподіл працівників між ними; порядок інформаційних зв'язків (прямих та зворотних). Всі ці елементи реалізуються через функції управління. Основними, зазвичай, вважають облік, контроль, аналіз, планування, регулювання, які разом утворюють загальну систему управління будь-якого підприємства, що показано на рис. 1.

Наведемо коротку характеристику функцій. Функція обліку – це система безперервного спостере-

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

ження, вимірювання, фіксації та реєстрації даних про той чи інший об'єкт управління, їх систематизація та узагальнення з метою отримання всеохоплюючої інформації, необхідної для внутрішніх та зовнішніх користувачів, яка їм надається у вигляді різних форм бухгалтерської звітності.



Рис. 1. Взаємозв'язок функцій у системі управління підприємством

Функція аналізу полягає в комплексному вивченні діяльності підприємства за допомогою аналітичних і економіко-математичних методів для її об'єктивної оцінки; виявленні причин наявного стану, динаміки і закономірностей розвитку об'єкта управління; виявленні взаємозв'язків цього об'єкта з різними факторами; кількісній оцінці ефективності діяльності; визначенні вузьких місць у розвитку об'єкта управління і можливих шляхів поліпшення його стану та ін. Для цього функція аналізу використовує інформацію, яку отримує із бухгалтерського обліку.

На думку В.В.Ковальова, саме в процесі аналізу виробляється управлінське знання, коли від простої констатації факту господарського життя (є факт, він зафіксований) переходять до розуміння його ества, осмислення супутніх його проявів, оцінки бажаних/небажаних наслідків формулювання варіантів поведінки у зв'язку з появою цього факту. Формування знання в ході аналізу є одним з вирішальних елементів процесу управління [5, с. 69].

Функція планування передбачає процес формування порядку дій, який включає постановку цілей, пошук шляхів їх досягнення і вибір найкращої альтернативи. Метою цієї функції є координація окремих виробничих планів по відношенню до загального плану, у межах як короткострокового, так і довгострокового планування, складання бюджету та розробки планової й цільової програми діяльності. Здійснення цієї функції також можливе тільки за наявності інформації, частина якої – це аналітична інформація, друга ж частина надходить із бухгалтерського обліку.

Функція контролю являє собою систему спостереження і перевірки процесу функціонування і фактичного стану об'єкту, що управляється, з метою оцінки обґрунтованості і ефективності прийнятих управлінських рішень і результатів їх виконання щодо цього об'єкту. Здійснення цієї функції можливе за наявності не лише аналітичної та планової, а й облікової інформації.

Функція регулювання – це певна діяльність, на-

правлена на підтримку в динамічній системі управління підприємством (фірмою чи компанією) заданих параметрів з метою збереження стану упорядкованості, котрий визначається системою управління. Саме функція регулювання забезпечує виконання поточних заходів, пов'язаних з усуненням відхилень від заданого режиму функціонування організаційної структури виробництва чи будь-якої іншої діяльності.

Є й інші функції управління, наприклад, організація, мотивація, координація тощо, однак вони є нічим іншим як проявом основної функції – регулювання. Усі функції діють у взаємозв'язку і взаємозалежності на будь-якому підприємстві, у створеній ним організаційній структурі, яку також можна назвати системою управління.

Здійснюватися функції можуть тільки на основі інформації, лівову частку якої, зазвичай, надає цій системі функція бухгалтерського обліку. А.Кузьмінський визначає її як систему нагляду, вимірювання, реєстрації, обробки і передачі апарату управління інформації про господарську діяльність підприємства (об'єднання), тобто як інформаційну функцію [6]. Інші дослідники наділяють облік не лише інформаційною, а й контрольною та аналітичною функціями, функцією зворотного зв'язку та функцією збереження майна. Так, у Н.Правдюк виокремлені наступні: спостереження, вимірювання, мотивації, реєстраційна, результативна, прогнозна, контрольна, інформаційна, правозахисна, оцінки, регулювання, задоволення потреб, пізнавальна, зворотного зв'язку, наукова, аналітична, відтворювальна, сигнальна [9, с.37]. Ю. Ночовна виділяє функції: облікова, планова, контрольна, аналітична, комунікативна [7]. Зазначимо, що у літературі більшість фахівців схиляється до трьох функцій обліку: інформаційної, контрольної та аналітичної.

Інформаційна функція вважається головною функцією бухгалтерського обліку, через яку проводиться забезпечення керівників усіх рівнів і рангів необхідними даними про діяльність підприємства. Оскільки облікова інформація створюється згідно із чинним законодавством, то вона є об'єктивною та правдивою, щоправда настільки, наскільки є правдивими первинні документи, що потрапили у систему бухгалтерського обліку.

Облікова функція контролю – це система спостереження і перевірки процесу функціонування і фактичного стану керованого об'єкта з метою обґрунтованості і ефективності прийнятих управлінських рішень і результатів їх виконання, виявлення відхилень від вимог цих рішень, прийняття заходів щодо усунення негативних явищ і процесів або для повідомлення про порушення компетентним органам.

Існує дві точки зору на облікову функцію контролю. Прихильники першої переконані, що контроль за ходом господарського процесу – це пряме призначення обліку. Якщо система обліку не містить у собі елементів контролю за ходом господарського процесу, то в цьому випадку вона забезпечує тільки необхідну для контролю інформацію. Друга точка зору полягає в тому, що функцію контролю не можна вважати функцією обліку,

оскільки, на думку авторів, елементи методу бухгалтерського обліку, якщо їх розглядати під кутом зору власне бухгалтерського обліку, не мають у собі контрольних функцій. За допомогою документації, - вказують вони, - навряд чи можна вести попередній контроль господарських операцій, оскільки він здійснюється переважно на стадіях, що передують складанню первинних документів [8, с.31].

З цією думкою можна погодитися, але тільки частково. Якщо бухгалтер не пропустить господарську операцію, що порушує законодавство, то він проведе так званий попередній контроль. Він також здійснить поточний контроль, провівши цю операцію через подвійний запис. Останній і є одним із методів, через який проводиться контрольна функція обліку: не буде рівності дебетових і кредитових записів – не буде рівності балансу, а в методології обліку це неприпустимо, оскільки ще ніхто не довів, що бухгалтерський баланс може мати один бік більший за другий. Тому контрольна функція обліку у подвійному записі, безперечно, зберігається.

Щодо аналітичної функції обліку, то вона реалізується через інформаційну, оскільки деталізація кожного об'єкту відбувається на аналітичних рахунках бухгалтерського обліку, які є частиною загальної інформаційної системи підприємства. Функція зворотного зв'язку виконується не обліковцями, а представниками управлінського апарату, який для цього користується обліковими даними; мотиваційна та регулююча – це функції суто системи управління, яка задає напрямки обліку; те ж саме стосується прогнозової, планової, правозахисної, сигнальної, регулювальної та пізнавальної функцій. Функція збереження майна реалізується за допомогою контрольної функції. Таким чином, усі надані обліку функції реально виконуються через дві основні – інформаційну та контрольну. З усього викладеного можна зробити висновок, що бухгалтерський облік реально виконує лише дві основні функції: інформаційну та контрольну (рис. 2).

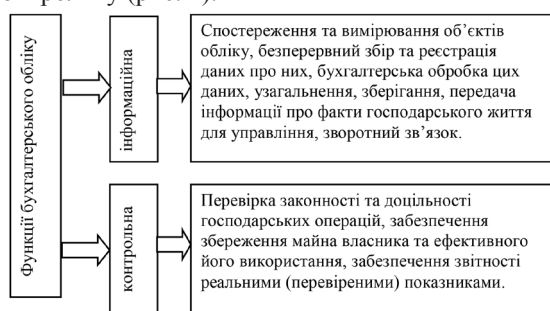


Рис. 2. Дві основні функції бухгалтерського обліку

Інформаційна функція бухгалтерського обліку полягає у безперервному та суцільному зборі і реєстрації, обробці й узагальненні, зберіганні й передачі інформації про факти господарського життя для управління підприємством чи організацією, фірмою чи компанією та надання її зовнішнім користувачам. Контрольна функція бухгалтерського обліку – це перевірка законності та доцільності господарських операцій, забезпечення збере-

ження майна власника та ефективного його використання у процесі господарської діяльності.

Висновки і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Висловлені міркування підводять нас до наступних висновків. По-перше, функція обліку є важливою функцією загальної системи управління, без якої цикл управління – аналіз, планування, облік, контроль, регулювання – здійснюватися не може. По-друге, функція обліку має свої функції, які можна об'єднати у дві основні – інформаційну та контрольну. По-третє, функції обліку та управління мають знаходитися у постійному взаємозв'язку та взаємозалежності, оскільки тільки в такому єднанні найбільш раціонально та ефективно можна управляти окремим підприємством (організацією, фірмою чи компанією).

Процес дослідження функцій бухгалтерського обліку, що є одним із напрямків розвитку його теорії, дуже складний. Він включає багато дискусійних питань і проблем, які потребують пошуку різних шляхів для їх вирішення. Тому виникає необхідність подальшого глибокого дослідження цих питань нашими послідовниками

ЛІТЕРАТУРА:

- 1.Валуев Б.І. Проблемні питання розвитку науки про бухгалтерський облік // Вісник нац. ун-ту "Львівська політехніка", "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку", 36. наук. пр. Випуск № 577. – Львів: "Львівська політехніка", 2007. – С. 40-46.
- 2.Воронкова А.Э., Калюжная Н.Г. Моделирование задачи совершенствования организационной структуры управления предприятием // Економіка промисловості. – 2006. – №1(32). – С. 3 – 8.
- 3.Гончаров В.Н., Николаенко И.С. Функции управления интегрированными предприятиями и закрепление их за уровнями и фазами процесса управления// Економіка, менеджмент, підприємництво: Збірник наукових праць. Випуск 16. – Луганськ: Видавництво СНУ ім. В. Даля. – 2006. – С.3-8.
- 4.Дікань Л.В., Вороніна О.О. Складові та основні функції управління фінансовим результатом підприємства // Економіка розвитку. №1(45). – Харків: ХНЕУ. – 2008. – С. 64 – 66.
- 5.Ковалев В.В. Финансовый учет и анализ: концептуальные основы. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 720с.: ил.
- 6.Кузьмінський А.М., Кузьмінський Ю.А. Теорія бухгалтерського обліку: Підручн. – К.: "Все про бухгалтерський облік", 1999. – 288с.
- 7.Ночовна Ю.О. Управлінський облік: його сутність та перспективи розвитку // Економіка і регіон. – № 3(10). – Полтава: ПолтНТУ. – 2006. – С.67-71.
- 8.Оперативный контроль экономической деятельности предприятия/ Б.И.Валуев, Л.П. Горлова, Е.Л. Зернов и др. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 224 с.: ил.
- 9.Правдюк Н.Л. Фінансовий облік в агропромисловому виробництві: теорія, методологія, практика: Дис... д. е. н.: 08.06.04. – К., 2006. – 390с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ШЛЯХОМ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНІХ РЕГЛАМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Яцко Максим Вікторович, к.е.н. доцент кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Анотація. У статті досліджуються система внутрішніх регламентів підприємства в частині організації розкриття інформації, що формується в системі бухгалтерського обліку. Запропоновано до використання суб'єктами господарювання Положення про розкриття інформації, яке зосереджено на задоволення інтересів зовнішніх користувачів.

Ключові слова: внутрішні регламенти, фінансова звітність, організація бухгалтерського обліку, подання, оприлюднення, розкриття інформації.

Abstract. This article explores the system of internal company regulations regarding disclosure of information emerging in the accounting system. Proposed to use entities Regulations on Disclosure, which is focused on meeting the interests of external users.

Keywords: internal regulations, financial reporting, accounting organization, presentation, publication, disclosure.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Підприємство, як відкрита система зумовлює постійний рух матеріальних цінностей, що в свою чергу спричиняє відповідний рух інформації, які в кінцевому етапі накопичується на рахунках бухгалтерського обліку та відображається у звітності. Такий рух інформації не є хаотичним. А відбувається по чіткій схемі, що дозволяє отримати стійкі характеристики до якості інформації, її своєчасності та достовірності.

Диспропорції в економічному розвитку суб'єктів як на макро-, так і на макрорівні, зумовлені не тільки ринковими законами та економічними умовами, але й не ефективністю прийнятих рішень, що зазвичай зумовлено браком інформації, зокрема фінансової. Тому актуальним є питання удосконалення організації розкриття фінансової інформації, адже це призведе до підвищення якості рішень.

Окремого дослідження потребують питання розкриття інформації на рівні суб'єктів господарювання не тільки у сфері нормативно-правового регламентування на рівні законів та підзаконних актів, але й внутрішніх, локальних документах підприємств, що стосуються цього питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, де вказати започаткування розв'язання даної проблеми та на які опирається автор, а також обов'язково виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, яким присвячена стаття. Проблемними питаннями пов'язаним з розкриттям інформації в бухгалтерському обліку, присвячено багато праць відомих вчених. Зокрема, серед них Н.С. Брохун, Ф.Ф. Бутинець, Ю.А. Верига, С.Ф. Голов, Й.Я. Даньків, С.В. Івахненко, В.М. Костюченко, Я.Д. Крупка, С.А. Кузнецова, Т.Є. Кучеренко, В.К. Орлова, Л.М. Пилипенко, Н.І. Пилипів, М.С. Пушкар, В.В. Сопко, Л.В. Чижевська, П.Я.

Хомин, І.Й. Яремко. Дослідники в основному звертали увагу на методи формування інформації, особливостях її розкриття та способах узагальнення, недостатньо приділяючи уваги наявному стану формування внутрішніх регламентів підприємства, що регулюють питання розкриття інформації.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Метою статті є дослідження особливостей регламентування системи розкриття інформації зовнішнім користувачам на рівні суб'єкта господарювання в частині формування внутрішніх регламентів, а також надання пропозицій щодо їх удосконалення.

Вклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Формування інформації про діяльність підприємства, зокрема її фінансовий бік, відбувається за допомогою методів та інструментарію бухгалтерського обліку, ведення якого на вітчизняних підприємствах в основному здійснюється бухгалтерською службою, яка формує інформацію для системи управління. Інформаційне забезпечення управління впливає на діяльність підприємства, оскільки саме інформація здатна впорядкувати господарські операції та процеси, забезпечити відносну рівновагу між внутрішніми та зовнішніми потребами підприємства, а відтак стати основою його фінансово-економічного процвітання.

Організація бухгалтерського обліку є невід'ємним елементом у процесі створення, обробки та використання облікових даних, що характерно для всіх підприємств, незалежно від форми власності. Для якісного здійснення процесу організації бухгалтерського обліку підприємства розробляють та впроваджують у практику систему внутрішніх регламентів.

В умовах тенденції розширення кола користувачів фінансової звітності остання повинна змінити вектор у напрямі приватного сектору економіки, що, на

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

нашу думку, неодмінно забезпечить публічний доступ до фінансової інформації, а відтак надасть додаткового імпульсу економічному зростанню.

Недооцінка інформації на рівні управління економічною системою та невикористання потенційно можливого впливу всіх груп користувачів не дозволяє покращити рівень економічної та фінансової стабільності бізнес-одиниць. Підвищення ефективності подання та оприлюднення (розкриття інформації) фінансової звітності в системі організації бухгалтерського обліку забезпечить комплексне інформування користувачів про діяльність підприємства.

Організація бухгалтерського обліку – це сукупність дій зі створення цілісної системи бухгалтерського обліку, підтримання і підвищення рівня її організованості, функціонування якої спрямоване на забезпечення інформаційних потреб користувачів облікової інформації, включаючи вибір форм організації та формування матеріального й інформаційного забезпечення облікового процесу [4, с. 6].

Організація обліку сьогодні – пошук раціональної системи відображення операцій і результатів діяльності з урахуванням економіко-організаційних особливостей підприємства, результати впровадження якої гарантують достовірність інформації, її повноцінність для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень [2, с. 17].

Організація бухгалтерського обліку – це цілеспрямована діяльність керівників підприємства зі створення, постійного впорядкування та удосконалення системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів [3, с. 41].

Більшість вчених зазначають, що організація бухгалтерського обліку та його вектор на забезпечення інформаційних потреб користувачів для прийняття ними управлінських рішень та вдосконалення цієї компоненти є обов'язковою ознакою такої системи. Тому доцільним є виокремлення в цій системі етап організації подання та оприлюднення фінансової звітності (розкриття інформації).

Варто погодитись із думкою, що «підготовка даних для звітності та сам процес складання звітності – це два самостійних етапи» [9, с. 288], тому заключним етапом у досягненні мети фінансової звітності є процеси її подання та оприлюднення, що, на нашу думку, становить окремий етап, відносно відокремлений від інших.

Свірко С.В. зазначає, що предмет організації бухгалтерського обліку являє собою систему бухгалтерського обліку, що розглядається як обліковий процес та вид відповідної людської діяльності, які, у свою чергу, потребують забезпечення і перебувають у постійному розвитку [7, с. 296]. Тобто компонента «постійний розвиток» є невід'ємною частиною предмету організації бухгалтерського обліку, а відтак перебуває у постійному русі, доповнюючись новими елементами або модернізуючись існуючими. Зв'язок між організацією бухгалтерського обліку і процесами подання та оприлюднення фінансової звітності є логічним розвитком облікової нау-

ки, спроможним забезпечити і підвищити рівень доступності до інформації для користувачів. Це наступний етап розвитку системи організації бухгалтерського обліку, що формує систему представлення інформації не тільки для внутрішніх, а й зовнішніх користувачів.

Від рівня організації бухгалтерського обліку залежить ефективність забезпечення всієї системи інтересів користувачів фінансової звітності та функціонування бухгалтерського обліку на підприємстві в цілому.

Організація обліку – це прерогатива засновника (керівника), організація ведення обліку – виключно обов'язок головного бухгалтера [8, с. 10].

Крім того, згідно з ст. 8 п.7 абз. 1 Закону [6], головний бухгалтер або особа, на яку покладено ведення бухгалтерського обліку підприємства забезпечує дотримання на підприємстві встановлених єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку, складання і подання у встановлені строки фінансової звітності. Законодавець вказує на обов'язок головного бухгалтера подати фінансову звітність, тому даний аспект стосується організації бухгалтерського обліку.

Річний звіт головний бухгалтер подає особисто в передбачені законодавством інстанції та строки [9, с. 294]. Головний бухгалтер має можливість надіслати фінансову звітність рекомендованим листом з описом вкладення та повідомленням про вручення або використати електронні методи подачі фінансової звітності за допомогою мережі інтернет. Отже, існує ряд повноважень, якими наділені відповідні працівники, що забезпечують практичну реалізацію процесів подання та оприлюднення фінансової звітності. Такі повноваження повинні виконувати працівники, що схематично ілюструє рис. 1.

Рис. 1 ілюструє взаємовплив обов'язків адміністрації підприємства та бухгалтерії, причому останні повинні забезпечити процеси подання фінансової звітності під контролем перших і навпаки. Тільки за таких умов можливо забезпечити систему противаг у реалізації процесів подання та оприлюднення фінансової звітності. Така система противаг підсилить контрольні функції та зменшить ймовірність ненадання фінансової звітності.

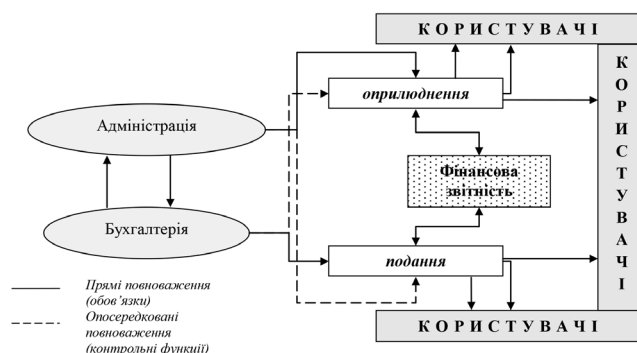


Рис. 1. Схема розподілу повноважень при розкритті інформації про підприємство з метою формування внутрішніх регламентів

Секція 3. Облік і аудит у галузях економіки

Стосовно подання фінансової звітності адміністрація виконує контрольні функції, і навпаки, щодо її оприлюднення – контрольні функції виконує бухгалтерія.

За допомогою схеми встановлення відповідальності та розподілу обов'язків щодо практичної реалізації подання та оприлюднення фінансової звітності досягається належний рівень їх організації.

У сучасних умовах система менеджменту і методологія бухгалтерського обліку зорієнтовані на забезпечення збереження капіталу, отримання максимальних прибутків та відображення їх показників у стандартизованій фінансовій звітності [1, с. 13]. Тому необхідним є розширення меж впливу організації бухгалтерського обліку на рішення користувачів.

Бутинець Ф.Ф. підкреслює, що «головний бухгалтер повинен заздалегідь визначити коло користувачів, яким подаватиметься звітність» [3, с. 483]. Це потрібно робити з метою контролю над процесами подання та оприлюднення фінансової звітності. Не зайвим, на нашу думку, буде також погодити такий список із керівником підприємства. Контрольні функції також відіграють важливу роль в ефективній організації процесів подання та оприлюднення фінансової звітності.

Лень В.С. пропонує скласти план підготовки звітності, в якому зазначати перелік встановлених форм звітності, строки їх складання і подання [4, с. 13]. Основною проблемою в реалізації таких пропозицій є відсутність повного списку користувачів фінансової звітності, який уточнюється за результатами звітної господарської діяльності. Список користувачів завжди є змінним компонентом і залежить від значної кількості внутрішніх та зовнішніх факторів.

Для найбільш ефективної регламентації розкриття інформації та встановлення єдиної методики їх здійснення необхідне відповідне документальне забезпечення.

Однією з фундаментальних основ бухгалтерського обліку є документ, що служить доказом у фіксації фактів господарського життя, що виникають у підприємства. Тому такий елемент методу бухгалтерського обліку, як документування, повинен фігурувати і в практичному руслі розкриття інформації про діяльність підприємства. Тим більше, враховуючи те, що «категорія фінансової звітності фігурує в багатьох імперативних нормах» [5, с. 507], необхідний внутрішній регламент у забезпеченні таких процесів.

Документальне забезпечення процесів подання та оприлюднення фінансової звітності ілюструє рис. 2, з якого випливає, що Положення про подання та оприлюднення фінансової звітності (розкриття інформації) покладає забезпечення процесу її подання на працівників бухгалтерії, а оприлюднення – на адміністрацію підприємства. Це дозволить захистити інтереси користувачів фінансової звітності та уникнути небажаних рішень через нерозкриття інформації.

Таке Положення організує регулювання процесів подання та оприлюднення фінансової звітності на

мікрорівні та є легітимним (вводиться в дію) наказом керівника. Воно показує, яким чином необхідно організувати внутрішню роботу на підприємстві, щоб досягти максимального результату у площині розкриття інформації про діяльність підприємства.

Така організація є методикою регулювання подання та оприлюднення, як сукупність взаємозв'язаних способів і прийомів доцільного проведення роботи.

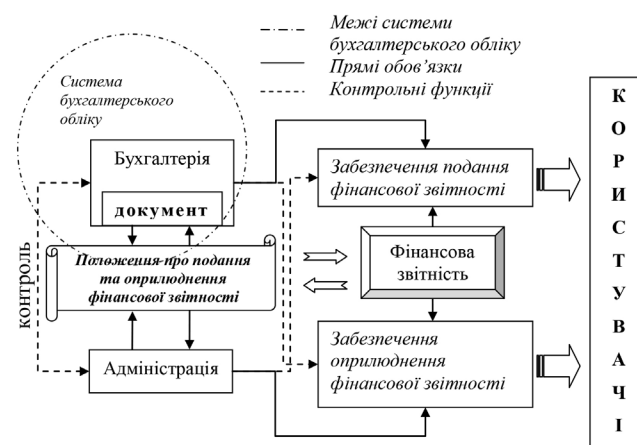


Рис. 2. Узагальнена схема реалізації розкриття інформації на основі формування внутрішніх регламентів

Вважаємо, що внутрішній організаційно-розпорядчий документ, що регулює подання та оприлюднення найбільш значущого виду звітності – фінансової, повинен відповідати ряду вимог:

1. Містити обґрунтовані тлумачення процесів подання та оприлюднення фінансової звітності, що дозволить внести чіткість і зрозумілість в реалізацію цих процесів.
2. Забезпечувати науково обґрунтований підхід до організації процесів подання та оприлюднення фінансової звітності в системі організації бухгалтерського обліку.
3. Захищати приватні інтереси дійсних та потенційних користувачів фінансової звітності.
4. Встановлювати коло осіб, відповідальних за забезпечення реалізації процесів подання та оприлюднення фінансової звітності та порядок дисциплінарних та адміністративних стягнень за невиконання вказаних обов'язків.
5. Містити вичерпний перелік прав та обов'язків особи, що розглядає запити потенційних користувачів фінансової звітності до підприємства.
6. Детально описувати процес оприлюднення фінансової звітності, в т.ч. за допомогою мережі Інтернет, інше.

Отже, система організації бухгалтерського обліку спроможна забезпечити ефективну організацію процесів подання та оприлюднення фінансової звітності користувачам, спираючись на всю різноманітність їх інтересів через документальну основу – Положення про подання та оприлюднення фінансової звітності, яке встановлює чіткі і прозорі правила та обов'язки для працівників, на-

дає діяльності підприємства гласності і допомагає зрозуміти та виявити вплив кожного окремого підприємства на загальний соціально-економічний розвиток регіону та країни в цілому.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Отже, проведене дослідження дало змогу встановити наявність логічного зв'язку між організацією бухгалтерського обліку та фінансовою звітністю, який проявляється у практичних аспектах реалізації системи розкриття інформації через внутрішні регламенти підприємства. Одним із важливих елементів системи організації бухгалтерського обліку, що забезпечує систему розкриття інформації, є Положення про подання та оприлюднення фінансової звітності, яке сприяє ефективному функціонуванню та надання фінансової звітності користувачам, захищаючи їх приватні та суспільний (публічний) інтерес. Таке Положення може бути впроваджене як доповнення до облікової політики підприємства, так і окремим документом, що забезпечить належну організацію процесів подання та оприлюднення фінансової звітності та вдосконалить систему розкриття інформації на рівні підприємства для широкого кола користувачів.

Найбільш ефективними з точки зору реалізації процесів подання та оприлюднення фінансової звітності є використання розгалуженої бази даних, зокрема документально регламентованого порядку розподілу повноважень: для бухгалтерського підрозділу – подання фінансової звітності, для адміністрації – її оприлюднення. Крім того, ці підрозділи повинні виконувати перехресні контрольні функції. Впровадження такого порядку (алгоритму) підвищить відповідальність працівників за результати надання інформації та посприє у задоволенні системи інтересів користувачів. Подальших досліджень потребує аналіз дії внутрішніх регламентів підприємства на інформаційне забезпечення користувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Кирейцев Г.Г. Глобализация экономики и унификация методологии бухгалтерского учета: научный доклад на 6-й Международной научной конференции «Научные исследования в сфере бухгалтерского учета, контроля и анализа: теоретико-практическое значение и направления дальнейшего развития», г. Житомир, 18-19 октября 2007 г. – Житомир: ЖГТУ, 2007. – 68с.

2.Кужельний М.В. Організація обліку: підруч. // М.В. Кужельний, С.О. Левицька. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.

3.Організація бухгалтерського обліку: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 3-тє вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 592с.

4.Організація бухгалтерського обліку: навч. посіб. / за ред. В.С. Леся – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 696 с.

5.Пилипенко Л.М. Роль фінансової звітності в управлінні ринковою економікою/ Л.М. Пилипенко // Вісник Національного університету «Львівська політех-

ніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів: Видав-во «Львівської політехніки», 2011. – № 713. С.505-509.

6.Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

7.Свірко С. В. Проблеми ідентифікації змістовного наповнення відправних положень бухгалтерського обліку в дисертаційних роботах вчених України / С.В. Свірко// Фінанси, облік і аудит: зб. наук. пр. — К., 2009. — Вип. 13. — С.289-297.

8.Сльозко Т.М. Організація обліку: навч. пос. / Т.М. Сльозко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.

9.Сопко В.В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підруч. / В.В. Сопко, В.П. Завгородній. – К.: КНЕУ, 2004. – 412 с.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТУ БАНКРУТСТВА УКРАЇНИ

Агрес О. Г., к.е.н., старший викладач

Львівський національний аграрний університет

У процесі становлення ринкової економіки в Україні багато підприємств опинилось в кризовому стані. Причиною цього є вплив нестабільного навколишнього середовища та неадекватні дії самих суб'єктів господарювання, що, зрештою, і приводить до банкрутства. У статті розглянуто економічну сутність поняття банкрутства підприємств. Виявлено причини досить високої кількості збиткових суб'єктів господарювання, що функціонують в економіці України. Запропоновано показники за допомогою яких можна відобразити інтенсивність і масштаб протікання процесів банкрутства. За розрахунком цих показників і проведено аналіз діяльності інституту банкрутства в економіці України, здійснено оцінку його функціонування. Запропоновано напрями підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Ключові слова: банкрутство, неплатоспроможність, ліквідність, інститут банкрутства, реструктуризація, ефективність.

Agres O. Directions of increase of efficiency of activity of nstitutu bankruptcy of Ukraine

In the making of market economy in Ukraine many enterprises appeared in the crisis state. Reason of it is influence of unstable environment and inadequate actions of subjects of menage, that, in the end, and results in bankruptcy. Economic essence of concept of bankruptcy of enterprises is considered in the article. Found out reasons enough high amount of unprofitable subjects of menage, which function in the economy of Ukraine. Indexes are offered by which it is possible to represent intensity and scale of flowing of processes of bankruptcy. Upon settlement of these indexes the analysis of activity of institute of bankruptcy is conducted in the economy of Ukraine, the estimation of his functioning is carried out. Directions of increase of efficiency of activity of subjects of menage are offered.

Keywords: bankruptcy, insolvency, liquidity, institute of bankruptcy, restructuring, efficiency.

Постановка проблеми. Макроекономічна нестабільність та відсутність досвіду роботи обумовили виникнення і поглиблення кризових явищ багатьох вітчизняних підприємств, зокрема і сектору АПК. Тому гостро постала проблема банкрутства суб'єктів господарювання, а також виникла необхідність його регулювання на державному рівні. Саме інститут банкрутства виступає традиційним інструментом державного регулювання функціонування збиткових і фінансово неспроможних підприємств. Слід звернути увагу на той факт, що банкрутство та ліквідація підприємств характеризується не лише збитками власників, постачальників, кредиторів, а й збільшенням кількості безробітних, падінням рівня життя населення, зменшенням податкових надходжень до бюджету. За таких обставин існує велика імовірність виникнення макроекономічної нестабільності. Серед підприємств, справи про банкрутство яких перебувають на розгляді, значний відсоток становлять такі, вартість активів яких набагато вища за кредиторську заборгованість. А це означає, що за умови проведення санації чи реструктуризації ці підприємства можуть розрахуватися з боргами і продовжити діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем антикризового управління та банкрутства підприємств зробили такі закордонні та вітчизняні вчені, як Е. Альтман, В. Бівер,

І. Баланюк [8], В. Баринів, І. Бланк, А. Градов, Ф. Грязнова, М. Кизим, Т. Клебанова, Е. Коротков, Л. Лігоненко, О. Пушкар, Л. Ситник, Д. Соболев [6], О. Терещенко, М. Титов, Л. Шавалюк [7] та ін. Незважаючи на досить широкий спектр наукових розробок у даній сфері, на сучасному етапі не всі аспекти цієї багатогранної і складної проблеми з'ясовано та обгрунтовано.

Постановка завдання. Основними цілями статті є визначення напрямів підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу. У практиці розвитку країн з ринковою економікою банкрутство виступає як механізм регулювання та саморегулювання економіки або, передусім, дотримання виконання зобов'язань [6, с.41]. З 1 січня 2000 року вступив в дію Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» згідно з яким банкрутство – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури [4].

Як економічне явище банкрутство підприємства безпосередньо пов'язане зі зниженням ефективності його діяльності. У 2013 р. значно збільшилась кількість збиткових підприємств, що призвело до зросту офіційного та прихованого безробіття.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Справдилися слова економіста Любомира Шавалюка: «2013 року найбільше постраждає середній бізнес, зорієнтований на внутрішній ринок і зосереджений здебільшого у торгівлі, операціях із нерухомим майном у сільському господарстві», що прозвучали у спецпроекті «Світ у 2013» [7]. Поєднання таких негативних чинників, як податковий та адміністративний тиск з об'єктивними економічними обставинами, змусили підприємців іти в тінь або масово припиняти діяльність, заморожувати бізнес до кращих часів.

Можемо відзначити, що за останні 14 років частка збиткових господарюючих суб'єктів в економіці становила не менш третини. Така висока їх кількість знижує ефективність всієї економічної системи держави й, безумовно, гальмує процес загального економічного зростання. Це і підтверджує висновок про те, що однією з найважливіших проблем в економіці України є низька ефективність функціонування значної кількості господарюючих суб'єктів, що, у свою чергу, спричиняє їх низьку фінансову стійкість і неплатоспроможність, а, отже, потребує удосконалення інституту банкрутства як інструмента антикризового управління і правового механізму регулювання відносин боржника та кредитора.

Аналіз якісних характеристик механізму банкрутства в Україні, представлених у рейтингу Світового банку «Doing Business 2014» [8], дає можливість відзначити, що Україна у розділі «Припинення діяльності» посідає 140 місце з-поміж 181 держав, при цьому за останні два роки її рейтинг за даним показником зріс на 16 пунктів. Процедура банкрутства в Україні в середньому триває 2,9 рока, що на 1,2 більше, ніж у країн – членів Євросоюзу. Також у процесі банкрутства в середньому вдається відшкодувати лише близько 9 % вимог кредиторів, у той час як цей середній показник у розвинутих європейських країнах становить 67 %, у державах Східної Європи та Азії – 28 %. Крім того, в основному реалізація процедури банкрутства призводить до ліквідації компаній-боржників, а не до відновлення їх платоспроможності – менше 10 % справ закінчуються відновленням (в інших державах цей показник становить у середньому складає 60-85 %). В Україні 42% від загальної вартості бізнесу витрачається на процедури, пов'язані з банкрутством, європейські підприємства втрачають 8%, а бізнес Східної Європи та Азії – 13 %. Такий причинно-наслідковий зв'язок показує що ефективність механізму банкрутства в Україні у порівнянні з іншими країнами є дуже низьким.

Одним із важливих чинників, за допомогою якого можна зменшити кількість підприємств-банкрутів є дотримання належного виконання своїх завдань службою контролінгу. Контролінг – це система підтримки оперативних і стратегічних управлінських рішень, спрямованих на забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємства, яка ґрунтується на інформаційній базі бухгалтерського обліку та інших даних, у тому числі зовнішніх; використовує методи економічного аналізу, математичного програмування, моделювання тощо [2, с.72].

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Потребують удосконалення заходи щодо застосування механізму попередження банкрутства. Для цього варто більше уваги приділити прогнозуванню та діагностиці стану підприємств, проводити постійний моніторинг їх фінансово-економічного стану з метою раннього виявлення ознак неплатоспроможності. В умовах дефіциту власних фінансових ресурсів особливої уваги набувають заходи, спрямовані на підвищення економічної ефективності, раціональності та економічності їх використання.

Слід зазначити, що в 2011 р. в Україні вже було реалізовано певні кроки, спрямовані на удосконалення механізму банкрутства, а саме покладення повноважень по формуванню та забезпеченню реалізації держаної політики з питань банкрутства на Міністерство юстиції (з 21 листопада 2011 р.), прийняття у грудні 2011 р. нової редакції Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», яка має принципово покращити процедуру банкрутства. Реалізація даних заходів покликана забезпечити підвищення ефективності інституту банкрутства як правового та економічного інструменту оздоровлення функціонування підприємств України.

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків. У результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки, що законодавство України щодо відновлення платоспроможності та банкрутства підприємств демонструє вкрай низьку ефективність та результативність відповідно до цілої низки об'єктивних показників. Щоб процедура банкрутства в Україні відповідала досягненням світової практики в цій сфері, потрібно скоротити її тривалість і вартість, покращити відсоток повернення вимог кредиторів, а також максимально забезпечити реальну направленість на відновлення платоспроможності суб'єктів господарювання.

В сучасних умовах господарювання аграрні підприємства України з метою ефективного господарювання та розвитку змушені будуть впроваджувати сучасні системи забезпечення ефективного управління. Найбільш ефективною серед таких систем є контролінг.

Вкрай важливо удосконалити понятійний апарат інституту банкрутства, активізувати роботу щодо сприйняття банкрутства не як фінансового краху, а невід'ємного інституту ринкової економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Аналіз стану здійснення судочинства судами загальної юрисдикції [Електронний ресурс] // Верховний суд України. – Режим доступу : www.scourt.gov.ua
2. Баланюк І. Контролінг як інтегрована система забезпечення ефективного управління аграрним підприємством / І. Баланюк, М. Смушак // Аграрна економіка. – 2011. – Т.4, № 1-4. – С. 70-74.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

4. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 30.06.99 № 784-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http / www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

5. Звіт про результати управління корпоративними правами держави в господарських товариствах [Електронний ресурс] // Фонд державного майна України. – Режим доступу : www.spfu.gov.ua

6. Соболев Д. В. Еволюція механізмів інституту банкрутства: світовий досвід для України: дис. канд. екон. наук: 08.00.02 / Соболев Дмитро Володимирович: Національна академія наук. Інститут світової економіки і міжнародних відносин. – Київ, 2012. – С.41-44.

7. Шавалюк Л. Кількість збиткових підприємств у 2013-му році зростає [Електронний ресурс] / Л. Шавалюк. – Режим доступу: // http://www.newsru.ua/finance/30dec2012/president_familia.html

8. «Doing Business 2014». A copublication of The World Bank and the International Finance Corporation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/~media/FPDKM/Doing%20Business/DocumentsAnnual-Reports/English/DB12-FullReport.pdf>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Антонюк О.І.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

PROVIDING LIQUIDITY TO COMMERCIAL BANKS IN TERMS OF FINANCIAL AND ECONOMIC TRANSFORMATION

Анотація. Охарактеризовано сутність ліквідності банківської установи, наведено її основні характеристики та визначено підходи до її забезпечення в умовах фінансово-економічних трансформацій.

Ключові слова. Ліквідність, банк, управління, забезпечення

Abstract. Characterized the essence of the liquidity of the banking institutions and its main characteristics. Defined approaches to the ensuring of the financial and economic transformations.

Keywords. Liquidity, bank, management, ensuring

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Умови, в яких проходило становлення та продовжується розвиток банківської системи України, привели до суттєвого зростання значення банківської ліквідності. не зважаючи на позитивні зрушення в економіці країни, що спостерігаються протягом останніх років, існуючий стан речей не можна вважати сприятливим для банківської діяльності. Такі фактори, як відсутність достатньої кількості платоспроможних позичальників, альтернативних кредитуванню напрямків інвестування коштів, недостатній рівень довіри населення до банківської системи, ставлять перед українськими банками надзвичайно складні завдання. В цій ситуації питання управління ліквідністю є життєво важливим для ефективної діяльності банку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Широке коло питань, пов'язаних з дослідженням ліквідності та платоспроможності комерційних банків, висвітлено в роботах зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: Ачкасова О. І., Бизької Н. З., Васюренко О. В., Глуценка В. В., Дзюблюка О. В., Долана Е. Дж., Дьюзера Т., Заруби О. Д., Ковальчук Т. Т., Коха Т. У., Кочеткова В. М., Кемпбелла Р. Дж., Лаврушина О. І., Масленченкова Ю. С., Матука Ж., Міллера Р. Л., Мороза А. М., Раєвської Т. О., Роуза П. С., Сало І. В., Сінкі Дж. Ф., Усоскіна В. М., Шиманської О. Б., Шіллера Р. І. та ін. Однак, багато задач стосовно забезпечення ліквідності банківських установ в умовах фінансово-економічних трансформацій залишаються недостатньо розробленими.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Для вирішення піднятих проблем необхідним є дослідження можливостей забезпечення ліквідності банківських установ в умовах фінансово-економічних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Ліквідність комерційного банку базується на постійній підтримці об'єктивно необхідного співвідношення між трьома її складовими – власним капіталом банку, залученими і розміщеними ним засобами шляхом оперативного управління їх структурними елементами. Ліквідність банку постійно змінюється під впливом попиту і пропозиції на грошові ресурси.

У міжнародній банківській практиці під ліквідністю банку розуміють його здатність швидко і в повному обсязі задовольняти невідкладні потреби у грошових коштах, тому одним із найважливіших завдань управління банком є забезпечення відповідного рівня його ліквідності [4, с. 7].

Основними характеристика ліквідності банківської установи можемо назвати наступні:

- спроможність банку своєчасно відповідати за своїми зобов'язаннями;
- можливості щодо використання активу як засобу платежу з огляду на його здатність зберігати свою номінальну вартість незмінною;
- здатність банку забезпечувати вчасне та повне виконання грошових зобов'язань;
- спроможність банку проводити активні операції.

Таким чином, ліквідність банку являє собою динамічний стан, який складається поступово і характеризується впливом різноманітних факторів і тенденцій.

Сучасна практика функціонування банків свідчить, що в період нестабільності фінансових ринків та загальноекономічної кризи управління кардинально змінюється відповідно до вимог внутрішнього та зовнішнього середовища.

Оскільки ефективне управління ліквідністю банку базується на оптимальному балансуванні ліквідності та рентабельності, то перед банківськими установами стоїть завдання максимізації прибутковості операцій при необхідності забезпечити потрібний рівень ліквідності,

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

і навпаки – забезпечення необхідного рівня ліквідності при максимізації своєї рентабельності.

Управління ліквідністю характеризується наявністю фактора невизначеності, адже досить складно спрогнозувати, коли та й у якому масштабі виникне проблема ліквідності, а коли вона виникне, можна тільки вживати заходи на основі заздалегідь створених резервів, особливої структури активів і пасивів або напрацьованих операцій [6, с. 24 – 27].

Отже, управління ліквідністю банку можна визначити як постійну та цілеспрямовану діяльність щодо забезпечення необхідного рівня ліквідності банківської установи за нормальних умов та швидко й ефективно реагування на кризи ліквідності, обумовлені непрогнозованою шоковою дією зовнішніх факторів.

Управлінський вплив на ліквідність банку має бути в першу чергу спрямований на управління такими факторами, як попит на ліквідні засоби та доступність джерел ліквідних коштів. Цілком природно, що ці два фактора мають в свою чергу інші, менш комплексні та більш вузькі чинники, які на них впливають.

Завданням банку в процесі управління ліквідністю є створення та удосконалення механізму забезпечення необхідного рівня ліквідності, впровадження якого дає можливість вирішити наступні стратегічні завдання:

- дотримуватись нормативних вимог ліквідності та не допускати як надлишкового запасу, так і дефіциту ліквідності;

- підтримувати оптимальне співвідношення між ліквідністю та прибутковістю активних операцій;

- звести до мінімуму рівень ризику ліквідності.

Суб'єктом управління виступає менеджмент банку (керівництво, апарат управління, персонал банку), який за допомогою різноманітних форм управлінського впливу здійснює цілеспрямоване функціонування об'єкта [7, с. 522].

Суб'єкти управління ліквідністю банку можна розділити на дві великі групи: внутрішні по відношенню до банку та зовнішні (рис. 1).

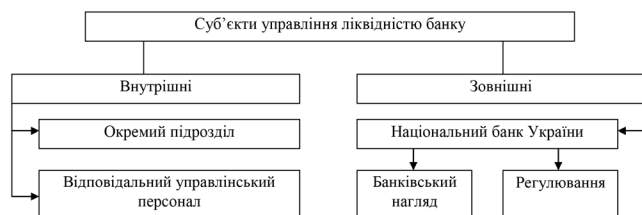


Рис. 1. Суб'єкти управління ліквідністю комерційного банку [7, с. 522]

Об'єктами управління ліквідністю банку виступають обсяг ліквідних коштів, структуру активів і пасивів банку, що визначає ліквідну позицію та ризик ліквідності.

Світова практика банківської діяльності виробила кілька теорій управління ліквідністю банківських установ, основними з яких є наступні [8]:

1. Теорія комерційних позичок;

2. Теорія переміщення (shift ability theory);

3. Теорія очікуваного доходу;

4. Теорія управління пасивами.

Перші три теорії, в загальному випадку, передбачають управління активними статтями балансу (стратегія управління активами); четверта ж стосується управління пасивами комерційного банку.

Варто відзначити, що менеджери, відповідальні за контроль ліквідності в сучасних комерційних банках, не демонструють прихильності до якоїсь певної з 4-х теорій. Навпаки, вони охоче комбінують їх, або іншими словами дотримуються принципу збалансованого управління ліквідністю (стратегія збалансованого управління ліквідністю).

Ефективна система управління повинна постійно забезпечувати достатній рівень ліквідності при мінімальних витратах, а тому важливе значення має інструментарій, який застосовується банком для управління ліквідністю, зокрема, методи визначення потреби в ліквідних коштах, доступність джерел їх поповнення для кожного банку, стратегії управління ліквідною позицією.

Функціональні підсистеми системи управління ліквідністю банківської установи реалізують фінансові методи управління, застосування яких сприяє досягненню поставлених цілей. Спираючись на дослідження переліку фінансових методів, що розглядаються різними науковцями, можемо відзначити, що основними методами в системі управління ліквідністю банківської установи є наступні:

- прогнозування;

- планування;

- аналіз;

- контроль.

Основою системи управління банківською ліквідністю є планування, адже саме за допомогою даного методу визначаються пріоритетні напрямки подальшого розвитку банку. Планування неможливе без прогнозування і аналізу ліквідності банку. Прогнозування здійснюється з урахуванням зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на ліквідність банку.

Невід'ємними методами системи управління ліквідністю є контроль і моніторинг ліквідності банку. Система контролю і моніторингу ліквідності банку є засобом мінімізації ризику ліквідності, що набуває особливої актуальності з огляду на загострення фінансової кризи.

Слід зауважити, що використання зазначених методів неможливе без відповідної підсистеми забезпечення. З точки зору багатьох вчених, до складу елементів забезпечення включаються: правове, нормативне та інформаційне забезпечення [1, 2, 5].

Економічні умови, що склалися, вимагають від банків розробки нової моделі стратегії бізнесу з метою формування життєздатних банківських установ, діяльність яких відповідає світовим стандартам, вимогам до сучасних ринкових інститутів й потребам клієнтської бази.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

При цьому доцільно використовувати комплексну стратегію, оскільки вона дозволить одночасно врахувати сильні сторони стратегій управління активами і управління пасивами, корегуючи їх негативні наслідки, наприклад, знижуючи рівень доходності при створенні надмірних резервів ліквідності, високий рівень відсоткового ризику і ризику неплатоспроможності при орієнтації на підтримання ліквідності шляхом купівлі активів на грошовому ринку в моменти утворення «розривів ліквідності».

Слід відзначити, що управління ліквідністю банку значною мірою залежить від інформаційного та організаційного забезпечення. Однак, саме в цьому аспекті найчастіше існують проблеми у вітчизняних банківських установах. Серед основних із них можемо виділити наступні:

– неналежна взаємодія між функціональними підрозділами центрального офісу (дублювання інформації, сповільнення термінів прийняття управлінських рішень);

– розподіл функцій управління ризиком ліквідності між різними функціональними підрозділами, що ускладнює процес управління ліквідністю.

Саме тому, вважаємо за необхідне удосконалити систему організаційної підтримки забезпечення ліквідності вітчизняних банківських установ посередництвом розмежування функцій і відповідальності підрозділів казначейства, фінансового аналізу і прогнозування та відділу ризиків, а також створення спеціального відділу з управління ліквідністю банківської установи в системі його ризик-менеджменту.

Суттєвий вплив на ліквідність банку має оптимальне співвідношення активів та пасивів за строками і сумами. Існує так зване золоте банківське правило, яке полягає в тому, що розмір і строки фінансових вимог банку повинні порівнюватись із сумами та строками банківських зобов'язань. Дотримання «золотого банківського правила» може забезпечуватися шляхом підтримання динамічної рівноваги активів і пасивів із постійним заміщенням коштів, які вибувають зі складу ресурсів, новими [3].

Таким чином, в умовах сучасних фінансово-економічних трансформацій забезпечення ліквідності банківської установи залежить від професійно налагодженої аналітичної роботи, передбачення зміни співвідношення обсягу залучених вкладів та виданих кредитів з урахуванням макро- і мікроекономічних факторів та оцінки можливостей використання зовнішніх джерел поповнення ліквідних коштів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Банківська ліквідність відіграє важливу роль в економіці країни, а тому потребує постійного пошуку шляхів та вдосконалення підходів до її забезпечення. В сучасних умовах фінансово-економічних трансформацій в Україні питання забезпечення ліквідності банківських установ набувають надзвичайної актуальності, а тому банкам необхідно

особливу увагу звертати на організаційне та інформаційне забезпечення системи управління ліквідністю, що дозволить підвищити якість управління і, як наслідок, підвищити рівень ліквідності банківської установи.

Зокрема, удосконалення системи організаційної підтримки забезпечення ліквідності банків можливо досягти шляхом розмежування функцій і відповідальності підрозділів банківської установи, створення спеціального відділу з управління ліквідністю та ін.

Подальші дослідження в даному напрямі мають напрацювати практичний механізм реалізації удосконаленої системи організаційної підтримки забезпечення ліквідності банківських установ та розробити ряд методичних рекомендацій щодо вдосконалення управління ліквідністю банку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента : учеб. пособие / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 477 с.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – изд. 2-е, перераб. и доп. – К. : Эльга, Ника-центр, 2006. – 653 с.
3. Вовчак О. Д. Інноваційне забезпечення розвитку економіки регіону: сучасний стан та перспективи : монографія / О. Д. Вовчак, З. Р. Костак; УКООПСПІЛКА, Львів. комерц. акад. – Л. : Вид-во ЛКА, 2011. – 220 с.
4. Ковальчук Т. Т. Ліквідність комерційних банків / Т. Т. Ковальчук, М. М. Коваль. – К.: Знання, 1996 – 120 с.
5. Криклій О. А. Система комплексного управління ліквідністю банку / О. А. Криклій, Ю. С. Ребрик // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – Харків : ХІБС УБС НБУ, 2010. – Випуск 1 (8), частина 2. – С. 9 – 17.
6. Савостьянов В. А. Управление ликвидностью коммерческих банков // Аудит и финансовый анализ. – 2001. – № 2. – С. 24 – 27.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / под ред. Е. С. Стояновой. – изд. 5-е, перераб. и доп. – М. : Перспектива, 2000. – 655 с.
8. Фінансово-кредитний словник. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 462 с.

УДК 339.137.2

ЗАСТОСУВАННЯ SPACE-АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЛОЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Бродюк І. В., здобувач

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. У статті вирішується питання щодо застосування методу SPACE-аналізу в якості початкового етапу процесу управління формуванням стратегії інвестиційної діяльності.

Ключові слова: оцінка, SPACE-аналіз, показники, критерії, етапи.

In the article a task decides in relation to application of method of SPACE - analysis as the initial stage of process of management forming of strategy of investment activity.

Keywords: estimation, SPACE- analysis, indexes, criteria, stages.

В статті решається вопрос относительно применения метода SPACE - анализа в качестве начального этапа процесса управления формированием стратегии инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: оценка, SPACE- анализ, показатели, критерии, этапы.

У результаті стрімких ринкових перетворень одним з ефективних інструментів перспективного управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах нестабільної державної інвестиційної політики та значних змін макроекономічних показників постає інвестиційна стратегія, яка є ключовою ланкою загальної економічної стратегії розвитку підприємства.

Будь-яка система, в тому числі й економічна стратегія перебуває під впливом ендогенних і екзогенних факторів, різного роду чинників та закономірностей її функціонування. Ефективність стратегії може бути визначена за результатами комплексного аналізу, а отже розробка стратегії починається з проведення стратегічного аналізу.

Стратегічний аналіз - це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на економічне становище підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства. На основі результатів стратегічного аналізу розробляється комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийнятих стратегічних управлінських рішень.

Постановка завдання. Оскільки стратегічний аналіз використовує інформацію, яка характеризується високим рівнем невизначеності, його проведення вимагає глибокого системного дослідження фактів та явищ із метою формулювання правил і критеріїв (індукція) для проведення досліджень та оцінки стратегій діяльності на їх основі (дедукція) [6].

На етапі стратегічного аналізу значна роль приділяється аналізу інвестиційних проектів, який тісно пов'язаний не тільки з визначенням чистої приведеної вартості, дисконтуванням грошових потоків та калькуванням EVA, але і з розрахунком імовірності отримання очікуваного результату від інвестування коштів.

Визнання як оптимального того проекту, який має найбільше значення чистої приведеної вартості або найменший термін окупності - це більшою мірою підхід фінансового аналізу, а не стратегічного.

З погляду менеджера чи аналітика, який проводить стратегічний аналіз інвестиційних проектів, головним критерієм є ринковий, а не фінансовий результат. Це протиріччя пояснюється просто - горизонт фінансового і стратегічного планування суттєво відрізняється. Якщо для фінансового планування основний часовий період - один рік, то стратегічне планування може визначати цілі на декілька років вперед.

Отже, для стратегічного аналізу найважливіших інвестиційних проектів необхідно застосовувати підходи, відмінні від методу чистої приведеної вартості чи терміну окупності. До них належать реальні опціони, методи формування господарського портфеля, методи варіантного аналізу, аналіз ризиків.

Одним з альтернативних методів стратегічного аналізу є оцінка ринкового (або іншого) результату інвестиційного проекту за допомогою імовірнісних підходів, зокрема, ланцюгів Маркова і матриць переходу системи.

Для оцінки доцільності інвестицій у розвиток стратегічних господарських підрозділів використовується імовірнісний підхід ланцюгів Маркова і матриць переходу системи.

Ланцюги Маркова дозволяють розглядати зміну структури сукупності як імовірнісний процес: імовірність знаходження одиниці в тому чи іншому становищі на даний час визначається характером розподілу ймовірностей знаходження її в окремих становищах протягом минулих періодів та ймовірностей зміни цих становищ до теперішнього моменту часу або етапу розвитку [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Для оцінки позицій підприємств, що функціонують у конкурентному середовищі, можуть використовуватися різні

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

методи, але особливий інтерес представляють якісні методи оцінки, а зокрема матричні методи.

В економічній літературі описано велику кількість методів стратегічного аналізу, які стали об'єктами вивчення таких науковців як: Грант Р. М., Боумен Ю. К., Томпсон А. А., Стрікланд А. Дж., Ансофф І. Х., Градов А. П., Редченка К.І., Гордієнко П.Л., Шершньова З. Є., Бородулін А. Н., Акаєва Р. І., Илишев А. М., Альтшулер І. Г., Азоев Г. А., Герасимчук В. Г., Віханский О. С., Володькіна М. В., Осовська Г. В. та інших.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із важливих етапів формування інвестиційної стратегії є визначення стратегічного положення підприємства. Під стратегічним положенням прийнято розуміти місце підприємства на певному сегменті ринку, його потенційні можливості по покращанню, або підтримці на сталому рівні свого положення в конкурентній боротьбі.

Оцінка стратегічного положення - це загально-методологічна проблема, оскільки будь-яка стратегія ефективна тільки при умові визначення стратегічної сили (можливостей) та стратегічної слабкості (небезпек, загроз) підприємства. Крім того, в його процесі визначаються внутрішні можливості підприємства, що сприяє більш раціональному використанню ресурсів.

В стратегічному аналізі застосовують різні методи оцінки [4], проте все більше набирає популярності SPACE-аналіз (Strategic Position and Action Evaluation). Це комплексний метод, призначений для оцінювання ситуації та вибору стратегій. Його перевагами є те, що метод надає можливість проаналізувати наявну стратегію підприємства навіть тоді, коли вона існує у неявному вигляді.

Матриця SPACE може бути використана самостійно або як основа для SWOT-аналізу, галузевого аналізу або оцінки стратегічних альтернатив [2].

Метод SPACE-аналізу є похідним від SWOT-аналізу та застосовується для оцінки сильних та слабких сторін діяльності підприємств [3].

Щоб отримати обґрунтовані результати за допомогою SPACE-аналізу, необхідно здійснити такі етапи:

- підготовчий етап, на якому формується відповідна група фахівців для проведення досліджень;
- розробка критеріїв оцінювання та проведення відповідних розрахунків;
- узгодження стратегій розвитку. На цьому етапі проводиться аналіз отриманих результатів, формуються пропозиції щодо змісту стратегій та оцінюються можливості вибору більш привабливих конкурентних стратегій [8].

Автори методу SPACE-аналізу пропонують застосовувати багатокритеріальний підхід, який дозволяє здійснювати ідентифікацію, пошук репрезентативної вибірки характеристик, їх об'єднання у групи, присвоєння їм конкретних оцінок (вагових коефіцієнтів) у межах шкали [7].

У процесі SPACE-аналізу підприємство оцінюють за чотирма групами системних критеріїв: економічний потенціал, конкурентні переваги, привабливість

галузі та стабільність середовища [5]. На рис.1 відображено відношення кожної з груп критеріїв до середовища, в якому функціонує підприємство.



Рис.1. Групування системних критеріїв оцінювання стратегічного

положення підприємства

До показників, якими оцінюється економічний потенціал відносять:

- показники майнового стану (коефіцієнти зносу, оновлення та вибуття основних засобів);
- динаміку виробничих витрат;
- показники ліквідності (коефіцієнти абсолютної, швидкої та поточної ліквідності, чистий оборотний капітал);
- показники платоспроможності (коефіцієнти платоспроможності (автономії), фінансування, забезпеченості власними оборотними запасами, маневреності власного капіталу);
- показники ділової активності (коефіцієнт оборотності активів; строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованості, коефіцієнт оборотності матеріальних запасів, коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача), коефіцієнт оборотності оборотного капіталу);
- показники рентабельності (коефіцієнти рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності діяльності, рентабельності продукції).

Конкурентні переваги вимірюються за показниками, що характеризують:

- динаміку змін частки ринку;
- динаміку випуску продукції;
- рівень розвитку маркетингу;
- рівень якості продукції;
- еластичність попиту.

Стабільність середовища вимірюється за показниками, що характеризують:

- темпи зростання економіки галузі;
- забезпеченість перспектив зростання виробництва галузі;
- вплив іноземного капіталу на розвиток галузі;
- ступінь залежності галузі від іноземних ринків сировини;
- частку експорту продукції галузі;
- рівень впливу підприємств галузі на природне середовище.

Привабливість галузі вимірюється за показниками, що характеризують:

- динаміку кількості суб'єктів господарювання галузі;

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

- соціально-політичний клімат в галузі;
- відносини власності в галузі;
- стадію «життєвого циклу» галузі;
- прибутковість діяльності галузі;
- динаміку інвестицій в галузь.

Під час формування критеріїв оцінювання необхідно враховувати специфічні особливості конкретного підприємства, його цілі та стратегії, наявний виробничий потенціал, досвід роботи тощо. Кожному з обраних критеріїв у межах однієї групи виставляється експертом оцінка за 5-бальною шкалою. «Вага» визначає значущість кожного критерію щодо всієї сукупності критеріїв та міститься в діапазоні від 0 до 1, сума значень при цьому має становити 1. Після обчислення значень оцінок за кожним критерієм (оцінка перемножується на «вагу»), визначається сумарна оцінка за кожною групою.

Отримані результати розрахунків наносяться на прямокутну систему координат (рис.2), де кожна піввісь є поданням загального критерію за групою. Кожний із вихідних критеріїв зображується як точка на відповідній півосі матриці SPACE-аналізу.

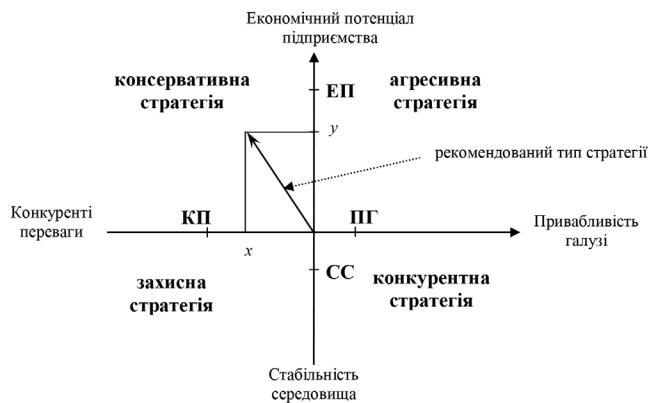


Рис.2. Матриця SPACE-аналізу

Після цього утворюється точка з координатами $P(x, y)$ в одному з квадрантів вибраної системи координат. У результаті сполучення цієї точки з початком координат утворюється вектор, що вказує на наявний чи доступний у перспективі тип стратегії.

Початок вектора знаходиться в точці початку координат, кінець вектора знаходиться в точці A з координатами:

$$x = ПГ - КП; y = ЕП - СС \quad (1)$$

Рекомендований тип стратегії повинен уточнюватися конкретними рішеннями, тобто уточнюючими стратегіями, тобто наборами типових стратегічних рішень, які конкретизують рух підприємства у даній стратегічній зоні господарювання відповідно до конкретних умов ринку та стану підприємства.

Стратегічний аналіз виявляє тісний взаємозв'язок між стратегічним вибором, який може зробити підприємство щодо небезпек інвестиційного ринку, можливостями конкурентного середовища та власними інвестиційними ресурсами, оперативними можливостями і минулими рішеннями, прийнятими для вибору май-

бутньої інвестиційної стратегії.

Висновки. SPACE-аналіз - комплексний метод, що призначений для оцінювання ситуації та вибору стратегії. Він дає можливість проаналізувати наявну стратегію підприємства навіть тоді, коли вона існує у неявному вигляді. Підприємство завжди має певну стратегію, яка складається несвідомо, а тому, як правило не обгрунтовано належним чином. Більш того, керівники іноді приймають рішення, що суперечать їй, витрачаючи час та гроші, тоді як потрібно скористатися прийомами й методами стратегічного аналізу та управління [8].

Розглянутий підхід до оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на основі застосування SPACE-аналізу дозволяє сформулювати цілісне бачення про діяльність підприємства, виявити існуючі загрози та можливості, визначити конкуренту позицію та стратегічні цілі, які є базою для визначення та розробки стратегії його подальшого розвитку та вибору інвестиційної стратегії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вагнер І.М. Стратегічний аналіз доцільності інвестицій у розвиток стратегічних господарських підрозділів : (матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Альянс наук: учений – ученому»(20 березня 2009 р.) [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek8_vagner.php — Назва з екрану.

2. Загидулліна Г.М., Шагіяхметова Э.И. Стратегический менеджмент: учеб. пособ./ Г.М. Загидулліна., Э.И. Шагіяхметова. Казань: Издательство Казанского государственного архитектурно-строительного университета, 2013. — 127 с

3. Клименко С. М. Управление конкурентоспособностью предприятия / С. М. Клименко, О.С.Дуброва, Д.О.Барабась. — К. : КНЕУ, 2006. — 527 с.

4. Мармуль Л.О. Роль стратегічного аналізу в управлінні виробничою діяльністю сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/prpdaa/2011/01/152.pdf> — Назва з екрану.

5. Мусина Д.Р. Применение SPACE-метода для оценки стратегии нефтегазовой компании [Електронний ресурс] // Вестник ВГЭУ. — 2013. — №1(63) . — с.49-55. — Режим доступу : http://www.work.vegu.ru/vegu/vestnik/DocLib/49-55_%D0%9C%D1%83%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf — Назва з екрану.

6. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навч. посібник. Вид. 2-ге, доповнене. — Львів: «Новий світ – 2000», 2003. — 272 с.

7. Стратегічний менеджмент: Підручник / І.М. Писаревський, О.М.Тищенко, М.М. Поколюдна, Н.Б. Петрова; ред. Аляб'єв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х.: ХНАМГ, 2009. — 287 с.

8. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.

УДК 338

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПОХІДНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Георгіаді Неллі Георгіївна, д.е.н.,

професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва

Національного університету «Львівська політехніка»

Лучко Галина Йосипівна, к.е.н.,

асистент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту

Національного університету «Львівська політехніка»

У статті розглянуто сутність факторів впливу на ефективність реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами вітчизняного ринку похідних цінних паперів, запропоновано їх класифікацію. На засадах методу експертних оцінок встановлено силу впливу вказаних факторів на ефективність реалізації інвестиційних стратегій на ринку деривативів.

Ключові слова: фактори впливу, інвестиційна діяльність, інвестиційні стратегії, похідні цінні папери.

The influence on the effectiveness of implementing the investment strategies of the derivative market entities

In the paper the nature of the influence on the effectiveness of implementing the investment strategies of the national derivative market entities is considered, its classification is suggested. Based on the expert estimation method, the power of the influence on the effectiveness of implementing the investment strategies on the derivative market is determined.

Keywords: impact factors, investment, investment strategy, derivatives.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.

В умовах ринку практично всі суб'єкти підприємництва у тій чи іншій формі здійснюють інвестиційну діяльність (ІД) з метою отримання економічних, соціальних або інших ефектів. Активізувати інвестиційну діяльність підприємства можуть шляхом просторового та часового диверсифікування об'єктів інвестування, джерел та методів залучення інвестиційних ресурсів. Хоча диверсифікація, з одного боку, є одним із перспективних сучасних методів оптимізування результатів інвестиційної діяльності, однак, з іншого боку, вона стає причиною виникнення різноманітних ризиків. З метою зведення цих ризиків до мінімуму підприємці можуть використовувати різноманітні стратегії застосування похідних цінних паперів (деривативів). Реалізація інвестиційних операцій із деривативами у довгостроковій перспективі вимагає від підприємців розроблення і реалізації певних інвестиційних стратегій, які дозволять за допомогою позиціонування деривативів страхувати інвестиційні ризики, зберігати вартість вкладених в активи коштів і отримувати очікуваний прибуток. Вибір стратегії активізування ІД на засадах застосування деривативів слід здійснювати на етапі планування ІД, а також унаслідок моніторингу використовуваних стратегій.

Під час формування інвестиційних стратегій керівникам підприємств необхідно враховувати рівень впливу окремих факторів. Мінімізація дії факторів, які здійснюють негативний вплив, і врахування позитивних чинників на перших етапах стратегічного планування дозволять здійснити заходи щодо підвищення ефективності реалізації інвестиційних стратегій.

Цілі статті. Метою статті є виявлення та оцінювання факторів, які впливають на ефективність реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами вітчизняного ринку похідних цінних паперів.

Аналіз останніх публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми.

Одним із важливих етапів стратегічного планування є виявлення та оцінювання факторів, які впливають на ефективність реалізації інвестиційних стратегій. Узагальнення огляду літературних джерел [1; 2; 5; 7] показало, що, незалежно від об'єкта дослідження, фактори здебільшого розглядають із позицій характеру (прямий чи опосередкований вплив), постійності (фактори, які діють на результативну ознаку постійно, періодично) і сили їх впливу на результативну ознаку.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Виявлення того, який характер носять фактори, а також того, діють ці фактори постійно чи періодично здійснюють за допомогою емпіричних методів, зокрема методу спостереження. Ефективність його застосування значною мірою залежить від людського фактора, а саме від того, наскільки чітко визначено умови спостереження і наскільки ретельно вони дотримуються суб'єктами ринку похідних цінних паперів.

Аналіз сили впливу факторів на ефективність реалізації інвестиційної стратегії доцільно здійснювати для формування алгоритму регулювання значень показників, які характеризують ефективність реалізації інвестиційної стратегії, для виявлення спільних факторів, що впливають на ці показники, їх систематизації, для пояснення виявлених явищ і процесів, для прогнозування зміни рівня розвитку інвестиційної діяльності у майбутньому [6].

Виклад основного матеріалу дослідження.

З метою аналізування та оцінювання стану реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку похідних цінних паперів проводилось експертне опитування серед професійних учасників фондового ринку.

Ознайомлення із літературними джерелами та експертною інформацією дозволило виділити фактори, які впливають на рівень ефективності реалізації інвестиційних стратегій суб'єктів ринку деривативів (рис.1). Фактори, які виділено за змістом, за усіма іншими ознаками поділяються на групи, що додатково їх характеризують.

На ефективність реалізації інвестиційних стратегій на ринку похідних цінних паперів прямо (безпосередньо) впливає правове забезпечення операцій із деривативами, оскільки Законами Верховної Ради України, Постановами Кабінету Міністрів України, Указами Президента України укладені строкові угоди можуть бути скасовані, визнані недійсними або стати недоцільними до виконання. Правовими актами або поправками до них можуть вводитись нові або коригуватись діючі ставки податків на дохід від операцій із деривативами. Правове забезпечення операцій із деривативами є фактором зовнішнього середовища суб'єктів ринку похідних цінних паперів. Учасники ринку не здатні обмежити їх дію, а можуть лише пристосовуватись до них.

З правовим забезпеченням операцій із деривативами тісно пов'язаний такий фактор прямої дії на ефективність побудови і реалізації інвестиційних стратегій, як рівень оподаткування суб'єктів, що реалізують операції із похідними цінними паперами. Ключовими аспектами даного фактора є об'єкт, ставка і одиниця оподаткування. Саме ці параметри вітчизняним законодавством про цінні папери, зокрема похідні, на сьогодні не визначені. Досі залишається незрозумілим, чи можна ототожнювати такі поняття, як «похідний цінний папір» і «строкові фінансові інструменти», відповідно невідомим є те, чи існують якісь особливості оподаткування прибутку від операцій з ними. Не зважаючи на це, фахівці практично одноставно стверджують, що цей фактор суттєво впливає на досліджуваний об'єкт і його слід враховувати при

ухваленні рішень щодо вибору конкретної стратегії, а також при формуванні системи заходів щодо її реалізації.

Класифікаційні ознаки і види факторів

За змістом:

- 1) рівень оподаткування суб'єктів, що реалізують операції із деривативами;
- 2) правове забезпечення реалізації операцій із деривативами;
- 3) величина сплачених премій посередникам і емітентам цінних паперів;
- 4) кадрове забезпечення реалізації інвестиційних стратегій;
- 5) інформаційне забезпечення реалізації інвестиційних стратегій;
- 6) легітимність і професійність діяльності організаторів торгівлі похідними цінними паперами;
- 7) рівень ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод.

За джерелом виникнення:

- фактори прямої дії;
- фактори опосередкованої дії.

За характером впливу:

- фактори, які позитивно впливають на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів;
- фактори, які негативно впливають на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів.

За силою впливу на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів:

- фактори, які сильно впливають на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів;
- фактори, які слабо впливають на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів

Рис. 1. Класифікація факторів, які впливають на ефективність реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку деривативів

Величина сплачених премій (комісійних) посередникам і емітентам цінних паперів також є фактором прямої дії на ефективність побудови і реалізації інвестиційних стратегій на ринку похідних цінних паперів. Ці витрати називають трансакційними. Вони виникають незалежно від того, купуються, продаються деривативи чи їх випуск здійснюється вперше. У залежності від кількості активів, охоплених деривативом, трансакційні витрати можуть бути низькими або високими.

До факторів, які впливають на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку похідних цінних паперів, доцільно віднести також рівень ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод. Оцінювання рівня ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод можливо здійснити на основі аналізу їх фінансової звітності, а також її співставлення із поточною управлінською документацією організацій, зокрема стратегічними і поточними планами розвитку, управлінською звітністю тощо[6]. Окрім фінансової звітності, вказані джерела інформації більшість суб'єктів ринку похідних цінних паперів вважають конфіденційними. Натомість потенційних контрагентів строкових угод цілеспрямовано інформують про процеси і явища, які засвідчують надійність сучасного фінансового стану емітента строкового контракту і перспективність сформованих ним планів економічного розвитку.

Вищевказаний фактор тісно пов'язаний з інформаційним та кадровим забезпеченням реалізації інве-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

стиційних стратегій на ринку похідних цінних паперів. Вказані види забезпечення варто розглядати з позиції достатності обсягу та параметрів ресурсів організації для реалізації обраної стратегії. Передумовою ухвалення раціональних інвестиційних рішень є наявність у суб'єкта ринку похідних цінних паперів доступу до різних джерел інформації та сучасних інформаційних автоматизованих технологій оброблення і передачі інформації. Сьогодні очевидним є те, що володіння інформаційними технологіями і певною управлінською інформацією є необхідною, але не достатньою умовою для забезпечення ефективної реалізації інвестиційних стратегій і виконання тактичних інвестиційних рішень. Ключовою залишається роль керівників усіх рівнів управління організацій, які є суб'єктами ринку похідних цінних паперів.

На ефективність реалізації інвестиційних стратегій на ринку похідних цінних паперів впливає також легітимність і професійність діяльності організаторів торгівлі. З огляду на те, що в Україні немає спеціального законодавства щодо випуску, обігу, погашення та реалізації операцій із деривативами, то узгодження внутрішнього біржового порядку їх використання із загальним законодавством про цінні папери в Україні фактично визначають засновники бірж, тобто організатори торгів. На них частково покладено відповідальність за правомірність укладення строкових угод і отримуваних прибутків. На сьогодні в Україні організатори торгівлі похідними цінними паперами, Національна комісія з цінних паперів і фондового ринку, Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України і господарські суди є суб'єктами, які мають повноваження трактувати легітимність реалізації операцій із деривативами.

Окрім виділених вище факторів, на ефективність формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку похідних цінних паперів впливають також фактори, які унеможливають нормальне функціонування як фінансового ринку загалом, так і ринку похідних цінних паперів, зокрема. Вітчизняні науковці відносять до них критичне зниження платоспроможності суб'єктів фінансового ринку; поширення товарообмінних (бартерних) операцій; нераціональність існуючої системи оподаткування; наявність суперечностей у біржовому законодавстві; необгрунтоване втручання місцевих органів влади у діяльність фінансових ринків; відсутність достатніх знань і навиків роботи в умовах ринкового середовища; відсутність достатнього рівня стандартизації умов строкових контрактів тощо. Особливості впливу цих факторів на розвиток вітчизняного фінансового ринку достатньо широко описано у науковій літературі [2; 6].

Формування ефективної моделі забезпечення формування і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку похідних цінних паперів доцільно здійснювати на засадах оцінювання сили впливу факторів на ефективність інвестиційних стратегій. Це завдання було виконане методом експертних оцінок. Експертами виступили суб'єкти, які дали згоду брати участь в експертному дослідженні – працівники 93 фінансових ор-

ганізацій. Серед них було сформовано експертну групу з числа тих, хто має повну вищу освіту за фахом, працює в організації не менше п'яти років і на момент проведення експертного дослідження обіймає керівну посаду. У результаті оцінювання 204 можливих претендентів на роль експертів виявилось, що усім трьом критеріям відповідають лише 73 претенденти. Було визначено обсяг простої неповторної вибірки і він становив 50 осіб (ймовірність 0,99, гранична похибка частки не більше 10%) [8]. Експертне опитування проводилось у формі анкетування респондентів. Експертам пропонувалось призначити бали факторам. При цьому мінімальна оцінка дорівнювала 10 балам, а максимальна - 100 балам. Оброблення експертної інформації показало, що найбільшу суму балів експерти призначили інформаційному забезпеченню реалізації стратегій – 3960, рівню оподаткування суб'єктів, що реалізують операції із деривативами, та величині сплачених премій посередникам і емітентам цінних паперів - по 3630, а рівню ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод – 3470.

При оцінюванні важливості окремих факторів доцільно розраховувати показник частоти максимально можливих оцінок. Він характеризує важливість впливу фактора з позиції кількості поставлених йому перших місць [3]. Значення наведеного вище показника може коливатись від 0 до 1. Розрахунок частоти максимально можливих оцінок показав, що найбільше значення цього показника отримало інформаційне забезпечення реалізації інвестиційних стратегій – 0,18. Для інших факторів значення цього показника становило: рівень оподаткування суб'єктів, що реалізують операції із деривативами та величина сплачених премій посередникам і емітентам цінних паперів – по 0,14; правове забезпечення операцій із деривативами – 0,12; легітимність і професійність діяльності організаторів торгівлі похідними цінними паперами та рівень ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод – по 0,08, а кадрове забезпечення реалізації стратегій – 0,04.

Деякі автори, крім абсолютних величин оцінювання важливості факторів при обробленні даних анкет, пропонують розраховувати відносні показники [3; 4]. Для цього індивідуальні показники нормують і обчислюють середньозважені величини. Результати проведених розрахунків загалом підтвердили попередньо сформульований висновок про те, що найвагомим є такі фактори: рівень оподаткування суб'єктів, що реалізують операції із деривативами; величина сплачених премій посередникам і емітентам цінних паперів; інформаційне забезпечення реалізації інвестиційних стратегій та рівень ліквідності і платоспроможності учасників строкових угод.

Результати аналізу сили впливу виділених факторів необхідно враховувати для формування системи способів посилення дії факторів, які позитивно впливають на ефективність реалізації інвестиційних стратегій та зниження сили впливу факторів, які носять негативний характер.

Висновки і напрями подальших досліджень.

Враховання виділених факторів у процесі стратегічного планування дозволить керівникам підприємств підвищити ефективність реалізації інвестиційних стратегій і, відповідно, результативність інвестиційної діяльності організації загалом.

Під час розроблення і реалізації інвестиційних стратегій суб'єктами ринку похідних цінних паперів врахування рівня впливу визначених факторів з позиції виділених ознак важливе для вибору виду інвестиційної стратегії, прийняття рішення про застосування тих чи інших тактичних фінансових інструментів, встановлення доцільності переформування побудованого інвестиційного портфеля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізації / А.Ф. Гойко. – К.: ВІРА – Р, 1999. – 320с.
2. Іващук Н.Л. Ринок деривативів: економіко-математичне моделювання процесів ціноутворення: монографія / Іващук Н.Л. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2008. – 472 с.
3. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування: Навчальний посібник. / Б.Є. Грабовецький – К.: ЦНЛ, 2003. – 188с.
4. Кігель В.Р. Математичні методи ринкової економіки: Навчальний посібник / В.Р. Кігель. – К.: Кондор, 2003. – 158 с.
5. Кіндрацька Г.С. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г.С. Кіндрацька. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
6. Князь С.В. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / С.В. Князь, Н.Г. Георгіаді, О.В. Князь. – Львів: В-во НУЛП. – 184 с.
7. Мойсеєнко І.П. Інвестування: навчальний посібник / І.П. Мойсеєнко. – К.: Знання, 2006. – 490 с.
8. Фещур Р.В. Статистика: навч. посібник / Р.В. Фещур, А.Ф. Барвінський, В.П. Кічор. – К.: Інтеллект-захід, 2006. – 256 с.

ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПРИКЛАДІ КП «ХМЕЛЬНИЦЬКБУДЗАМОВНИК»

К.В. Горбатюк, О.П. Шклярчук

Хмельницький національний університет

В даній статті аналізується діяльність КП «Хмельницькбудзамовник» на засадах фінансових індикаторів. Уточнивши попередньо перелік найбільш репрезентативних показників, що характеризують фінансовий стан та результати діяльності суб'єкта господарювання, ми сформуваємо модель для розрахунку інтегрального показника ймовірності банкрутства підприємства. Запропонована методика дасть змогу на основі фінансової звітності передбачити фінансову кризу.

Ключові слова: банкрутство, фінансова звітність, фінансовий стан, криза, інтегральні показники.

Purpose of this article is to analyze the activity of ME «Hmelnytskбудзамовник» on the basis of financial indicators. Adding a pre-list of the most representative indicators of the financial condition and results of operations of the entity, we have formed a model for calculating the integral index of probability of bankruptcy. The technique will help through financial statements provide the financial crisis.

Keywords: bankruptcy, financial statements, financial condition, crisis, integrated indicators.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного економічного середовища діяльність багатьох суб'єктів господарювання в Україні знаходяться на межі банкрутства. Відповідно до даних, які надходять до Державного департаменту з питань банкрутства, протягом 2012 р. порушено 14642 справ про банкрутство підприємств різної форми власності, тоді як у 2011 р. ця кількість становила 15642 справ, тобто відбулось певне зменшення. З них справ про банкрутство державних підприємств та підприємств з державною часткою понад 25 % порушено на 6 % більше, ніж за 2011 р. (204 та 217 відповідно). Станом на кінець 2013 р. загальна кількість підприємств, які перебували у процедурах банкрутства, становила 17178, що на 2536 більше, ніж у 2012 р., та на 1536 – ніж у 2011 р. [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зарубіжна та вітчизняна практика характеризується різноманітними підходами до діагностики банкрутства підприємства, формами та інструментами її реалізації. Найбільш поширеними для цілей прогнозування банкрутства є багатофакторні дискримінантні моделі. Найвідомішими серед яких є моделі Е. Альтмана, Таффлера і Тішоу, Р. Ліса, Р. Сайфуліна та Г. Кадикова, О. Терещенка та інші. Враховуючи те, що зарубіжні методики прогнозування ймовірності банкрутства не завжди можуть бути безпосередньо використані у національній економіці через особливості складання фінансової звітності, слабкого розвитку фінансового ринку та інших факторів, існує нагальна потреба розроблення власних вітчизняних методик, які б враховували національні особливості функціонування підприємств і базувались на фінансовій звітності [2].

Основним завданням статті полягає у формуванні переліку найбільш репрезентативних показників, що характеризують фінансовий стан та результати діяльності

КП «Хмельницькбудзамовник» і побудові моделі для розрахунку інтегрального показника ймовірності банкрутства підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно закону України «Про банкрутство» під банкрутством розуміється пов'язана з нестачею активів у ліквідній формі неспроможність юридичної особи суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити в установлений для цього термін пред'явлені до нього з боку кредиторів вимоги та виконати зобов'язання перед бюджетом [5].

Ефективність функціонування підприємств різних видів економічної діяльності оцінюють за допомогою індикаторів, що характеризують їх фінансовий стан та його окремі складові (платоспроможність, прибутковість, структуру капіталу, оборотність тощо) [4].

Діагностика діяльності підприємства на засадах фінансових індикаторів є найбільш показовою та найпростішою у плані доступу до інформації [1]. Уточнивши попередньо перелік найбільш репрезентативних показників, що характеризують фінансовий стан та результати діяльності суб'єктів господарювання, сформуємо модель для розрахунку інтегрального показника ймовірності банкрутства підприємства, яка включатиме основні етапи (рис. 1) [3].

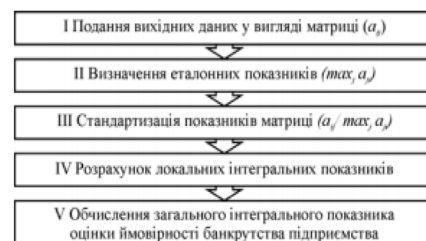


Рисунок 1. - Модель побудови інтегрального показника для оцінки ймовірності банкрутства підприємства

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Вихідні дані (фінансові індикатори) для побудови матриці (I етап) попередньо згрупуємо:

- 1 група – показники платоспроможності;
- 2 група – показники фінансової незалежності;
- 3 група – показники забезпеченості власним капіталом;
- 4 група – показники стану та джерел формування основних засобів;
- 5 група – показники ділової активності.

Відповідно до поданої вище моделі, представимо вихідні дані (коефіцієнти, що характеризують діяльність підприємства) у вигляді матриці (таблиця 1).

Таблиця 2

Стандартизація показників матриці

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.
1 група					
коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,000	0,148	0,068	0,069	0,066
коефіцієнт швидкої ліквідності	0,708	0,892	0,860	1,000	0,877
коефіцієнт поточної ліквідності	0,291	0,800	1,000	0,762	0,737
коефіцієнт ліквідності запасів	0,224	0,766	1,000	0,703	0,691
коефіцієнт ліквідності коштів у розрахунках	0,244	0,536	0,779	1,000	0,880
2 група					
коефіцієнт фінансової незалежності	0,947	1,000	0,805	0,862	0,855
коефіцієнт фінансової стійкості	0,409	0,335	1,000	0,633	0,663
3 група					
коефіцієнт маневрування власного капіталу	0,873	0,910	1,000	0,871	0,823
коефіцієнт забезпечення оборотних активів власним оборотним капіталом	0,773	0,977	1,000	0,971	0,967
коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів власними оборотними коштами	0,697	0,510	0,849	1,000	0,944
4 група					
коефіцієнт придатності	1,000	0,901	0,772	0,649	0,619
коефіцієнт реальної вартості основних засобів у активах	1,000	0,878	0,948	0,826	0,815
коефіцієнт інвестування	0,981	0,966	0,932	0,981	1,000
5 група					
коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,572	0,562	0,869	1,000	0,900
коефіцієнт оборотності запасів	1,000	0,411	0,499	0,759	0,985
коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,415	0,215	0,652	0,979	1,000
коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,000	0,576	0,773	0,813	0,878

Таблиця 1
Динаміка показників оцінки фінансового стану КП «Хмельницькбудзамовник» за 2009-2013рр.

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	макс
1 група						
коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,655	0,097	0,045	0,045	0,043	0,655
коефіцієнт швидкої ліквідності	1,244	1,567	1,511	1,756	1,540	1,756
коефіцієнт поточної ліквідності	3,412	9,388	11,736	8,949	8,646	11,736
коефіцієнт ліквідності запасів	2,283	7,817	10,206	7,172	7,051	10,206
коефіцієнт ліквідності коштів у розрахунках	0,302	0,662	0,962	1,235	1,086	1,235
2 група						
коефіцієнт фінансової незалежності	1,340	1,415	1,139	1,219	1,209	1,415
коефіцієнт фінансової стійкості	2,943	2,410	7,203	4,561	4,773	7,203
3 група						
коефіцієнт маневрування власного капіталу	0,254	0,265	0,291	0,253	0,239	0,291
коефіцієнт забезпечення оборотних активів власним оборотним капіталом	0,707	0,893	0,915	0,888	0,884	0,915
коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів власними оборотними коштами	0,639	0,468	0,778	0,917	0,866	0,917
4 група						
коефіцієнт придатності	0,435	0,392	0,336	0,282	0,269	0,435
коефіцієнт реальної вартості основних засобів у активах	0,048	0,042	0,045	0,039	0,039	0,048
коефіцієнт інвестування	0,746	0,735	0,709	0,747	0,761	0,761
5 група						
коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	11,639	11,435	17,694	20,356	18,315	20,356
коефіцієнт оборотності запасів	2,256	0,927	1,125	1,713	2,223	2,256
коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	9,882	5,125	15,531	23,346	23,836	23,836
коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,482	1,429	1,920	2,018	2,179	2,482

За еталонні показники (остання колонка таблиці) слугуватимуть максимальні значення відібраних коефіцієнтів з кожного рядка ($\max_j a_{ij}$).

Переходимо до третього етапу побудови інтегрального показника оцінки ймовірності банкрутства – стандартизації показників матриці шляхом ділення кожного показника матриці на еталонне значення. Для цього побудуємо допоміжну таблицю 2, кожен елемент якої визначають так:

$$\alpha_{ij} = a_{ij} / \max_j a_{ij} \quad (1)$$

- де α_{ij} – стандартизовані показники матриці;
 a_{ij} – елемент вихідної матриці;
 i – індекс порядкового номера коефіцієнтів ($i = 1, 2, 3, \dots, 18$);
 j – індекс року ($j = 1, 2, \dots, 5$).

Четвертий етап моделі – розрахунок локальних інтегральних показників за групами коефіцієнтів за формулами:

- 1 група: $p_1^j = \sum_{i=1}^5 (a_{ij}/5), j=1 \dots 5;$
- 2 група: $p_2^j = \sum_{i=6}^5 (a_{ij}/2), j=1 \dots 5;$
- 3 група: $p_3^j = \sum_{i=8}^5 (a_{ij}/3), j=1 \dots 5;$
- 4 група: $p_4^j = \sum_{i=12}^5 (a_{ij}/3), j=1 \dots 5;$
- 5 група: $p_5^j = \sum_{i=15}^5 (a_{ij}/4), j=1 \dots 5.$

Результати розрахунків наведені у таблиці 3.

Таблиця 3

Розрахунок локальних інтегральних показників оцінки ймовірності банкрутства КП «Хмельницькбудзамовник» за 2009-2013 р.р.

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.
Група1	0,493	0,628	0,741	0,707	0,650
Група2	0,678	0,667	0,902	0,747	0,759
Група3	0,781	0,799	0,950	0,947	0,911
Група4	0,994	0,915	0,884	0,819	0,811
Група5	0,597	0,353	0,559	0,710	0,753

Завершальним (п'ятим) етапом моделі з прогнозування ймовірності банкрутства є обчислення загального інтегрального показника на базі інтегральних групових показників, його обчислюють за формулою:

$$R = \sum_{k=1}^5 (p_k), j=1 \dots 5. \quad (3)$$

Якщо $R > 0$, то загроза банкрутства мінімальна, в іншому разі – висока. Для аналізованого підприємства матимемо (таблиця 4):

Таблиця 4

Динаміка інтегральних показників

$R_1(2009)$	$R_2(2012)$	$R_3(2011)$	$R_4(2012)$	$R_5(2013)$
3,543	3,363	4,036	3,931	3,884

Динаміка інтегральних показників, обчислених на базі найважливіших коефіцієнтів оцінки фінансового стану КП «Хмельницькбудзамовник», дає змогу зробити такі висновки:

- у 2009р. та 2010р. підприємство перебувало у задовільному стані;
- вжиті заходи дали змогу підприємству у 2010р. дещо покращити свій фінансовий стан;
- протягом 2012р. та 2013 р. фінансовий стан підприємства залишається стабільним.

Тобто можна з впевненістю стверджувати, що на сучасному етапі свого функціонування КП «Хмельницькбудзамовник» ймовірність банкрутства не загрожує. Утримуватись на цьому рівні, а також покращувати свій стан підприємство зможе за рахунок нарощування влас-

ного капіталу, зміцнення ділової активності, підвищення рівня платоспроможності та кредитоспроможності.

Висновки. Внаслідок інтегрального оцінювання ймовірності банкрутства зацікавлені особи отримують простий та ефективний інструмент, застосування якого дозволяє з певною ймовірністю стверджувати, чи збанкрутує підприємство протягом певного періоду часу, чи ні. Інтегральне оцінювання ймовірності банкрутства КП «Хмельницькбудзамовник» показує, що досліджуване підприємство має задовільний рівень платоспроможності і стійкий фінансовий стан.

Вчасне прогнозування кризових явищ на підприємстві дасть змогу встановити причини й чинники розвитку небажаних тенденцій, а також розробити систему заходів для покращення ситуації. Однак, зарубіжні методики прогнозування ймовірності банкрутства не завжди можуть бути безпосередньо використані у національній економіці через особливості складання фінансової звітності, слабкого розвитку фінансового ринку та інших факторів, тому існує нагальна потреба розроблення власних вітчизняних методик, які б враховували національні особливості функціонування підприємств і базувались на фінансовій звітності

ЛІТЕРАТУРА

1. Добровольська О.В. Класифікація факторів впливу на економічну стійкість підприємств / О.В. Добровольська // Фондовий ринок. – 2007. – №32. – с. 26-34.
2. Жалко О.В. Банкрутство як наслідок впливу фінансової кризи на господарську діяльність підприємств / О.В. Жалко // Університетські наукові записки. – Сер.: Економіка. – 2010. – №2. – с. 163-173
3. Квасницька Р.С. Етапність проведення діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства / Р.С. Квасницька, І.М. Кордонець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №2. – с. 130-135.
4. Лепейко Т.І. Аналіз сучасних методик прогнозування ймовірності банкрутства підприємства / Т.І. Лепейко, Т.О. Доценко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць, № 1(10). -2011.
5. Шиян Д.В., Строченко Н.І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Д.В. Шиян, Н.І.Строченко. – К.: А.С.К., 2003. – 240 с.
6. Державний департамент з питань банкрутства. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sdb.gov.ua>

ОСНОВНІ ТЕНДЕЦІЇ НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ ПРИРОДНО-КЛІМАТИЧНИХ РИЗИКІВ РОСЛИННИЦТВА

Грицина О.В., к.е.н, доцент кафедри фінансів і кредиту

Томашевський Ю. М., к.е.н., ст. викладач кафедри фінансів і кредиту

Львівський національний аграрний університет

Анотація. Статтю присвячено обґрунтуванню теоретико-методологічних пропозицій і практичних рекомендацій щодо удосконалення і підвищення ефективності страхування природно-кліматичних ризиків у рослинництві.

Ключові слова: природно-кліматичний ризик, страхова сума, страхове відшкодування, механізм, страховий платіж, страхування витрат, страхові резерви.

Annotation. Article is devoted ground of theory-methodological suggestions and practical recommendations in relation to an improvement and increase of efficiency of insurance at insurance of naturally-climatic risks in a plant-grower.

Keywords: naturally-climatic risk, amount covered, insurance compensation, mechanism, insurance payment, insurance of charges, insurance backlogs.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Страхування виступає як один з найдієвіших елементів фінансової системи, який має забезпечувати захист майнових прав та інтересів суб'єктів господарювання у сільському господарстві, а отже як важливий фінансовий інструмент, призначення якого полягає в акумулюванні коштів для подальшого інвестування в сільськогосподарське виробництво. Виробництво сільськогосподарської продукції найбільшою мірою залежне від погодних умов, які суттєво впливають на якість та обсяги одержаного врожаю. Тому зростає актуальність страхування сільськогосподарських культур від несприятливих погодно-кліматичних умов (заморозків, ураганів, злив, сильних дощів, повеней, граду тощо), через які зростає ймовірність нанесення шкоди сільськогосподарським культурам.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Окремі теоретичні та практичні аспекти досліджуваної проблеми висвітлено в працях вітчизняних та зарубіжних учених. Так, зокрема, питанням теорії і практики страхування присвятили свої праці українські вчені: В.Д. Базилевич, Н.М. Внукова, М.С. Клапків, А.В. Криворучко, С.А.Навроцький, С.С. Осадець, Д.В. Полозенко, Я.П. Шумелда, а також зарубіжні автори: І.Т. Балабанов, М.Ф.Галагуза, В.В. Глушенко, Ю.М. Журавльов, В.В. Шахов, Р.Т. Юлдашев. Однак поряд з існуючими науковими доробками залишаються недостатньо висвітленими питання щодо організації страхового захисту виробництва продукції рослинництва залежно від рівня прояву природно-кліматичних ризиків.

Постановка завдання. Віддаючи належне доробку учених у цій сфері, слід зауважити, що існує ряд питань, які потребують глибшого дослідження: так, не-

достатньо вивченими залишаються доцільність застосування різноманітних страхових продуктів та їх вплив на фінансовий стан аграрного підприємства; застосування диференційованих розрахунків страхових тарифів залежно від рівня ризикованості зони господарювання; доцільність і система підтримки страхування сільськогосподарських виробників за рахунок бюджетних субсидій; удосконалення нормативно-правової бази функціонування ринку страхових послуг при захисті від ризиків агровиробництва. Актуальність і необхідність вирішення окреслених питань обумовили проведення цього дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Особливістю страхування урожаю сільськогосподарських культур є високий рівень ризикованості, адже при настанні стихійного лиха втрати можуть зазнати не тільки окремі страхувальники, а й великі площі та території, а це робить страхування природно-кліматичних ризиків одним з найскладніших видів страхування, бо виплати по ньому часто перевищують зібрані премії.

Проаналізуємо стан страхування рослинницької галузі сільського господарства (табл. 1).

Аналізуючи дану таблицю, можемо побачити, що ринок агрострахування в Україні в 2012 році продовжував розвиватися. Незважаючи на відсутність державної підтримки, за основними технічними показниками результати отримані кращі, ніж у попередніх роках. Як і в попередньому 2011 році, на ринку переважало класичне страхування з незначними обсягами формального страхування аграрних ризиків, в основному по страхуванню банківських застав. Договори страхування посівів під заставою з низькими ставками премій (формальне страхування) в основному заключалися весною-літом на період до збирання врожаю. Слід відмітити, що деякі комерцій-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ні банки почали впроваджувати нові страхові продукти для реального страхування посівів під заставою, однак такі програми поки що незначні.

Таблиця 1

Стан страхування рослинницької галузі сільського господарства

Показник	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
К-сть договорів	910	1330	4397	1637	1980	1217	2710	3012
Площа, тис. га	390	670	2 360	1 171	510	553	786	883
Сума премій (млн.грн.)	12,8	28,5	116,7	155,4	42,0	72,1	136,3	218,6
Субсидія (млн.грн.)	5,8	12,5	47,8	72,8	-	-	-	-
Середня ставка премії	3,79 %	-	4,54 %	4,93 %	3,24 %	3,84 %	3,74 %	3,65 %
Рівень виплат	-	-	-	-	36,4 %	50,9 %	67,3 %	63,8 %

Джерело: розраховано автором за даними Міжнародної фінансової корпорації

На технічні результати діяльності страхових компаній в сегменті агрострахування продовжувало впливати зростання цін на матеріально-технічні ресурси і на сільськогосподарську продукцію. Через ріст цін збільшувались страхові суми і, відповідно, суми зібраних премій.

Неоднозначна ситуація складалася і зі ставками премій. Середня ставка премії в андеррайтинговому 2012 році склала 3,65%. В 2011 році середня ставка премії була дещо більшою і складала 3,74%. Крім того, на показник середньої ставки премії вплинуло впровадження нових страхових продуктів, для яких були проведени розрахунки ставок премій на основі нових актуарних принципів [2, 4]. Середня ставка премії у період весна-осінь 2012 року склала лише 3,38%; в 2011 році цей показник був зафіксований на трохи більшому рівні (3,59%). В 2010 році середня ставка премії по всім договорам страхування сільськогосподарських культур на весняно-осінній період складала 2,75%.

У 2012 андеррайтинговому році¹ аграрії найбільш активно страхували сільськогосподарські культури в Полтавській, Хмельницькій і Вінницькій областях (рис 1). Абсолютним лідером з агрострахування стала Полтавська область. У цій області було укладено 529 договорів (19,5% від загальної кількості в Україні). Всього посіви культур були застраховані на загальній площі 131 тис. гектарів (16,7%) (рис. 2). У цій області страхові компанії зібрали 44,2 мільйона премій (32,5%).

У Хмельницькій області аграрії уклали 198 договорів страхування, за якими посіви були застраховані на площі в 55 800 гектарів (7,1%). Сума премій, отриманих страховиками за послугу страхування, склала 15 мільйонів гривень або 11% від загальної суми премій в 2012 році.

¹ Розрахунок технічних показників по ринку агрострахування проводиться на основі даних за андеррайтинговий рік, тобто за договорами страхування посівів та врожаєм сільськогосподарських культур, урожай яких збирався влітку-восени. Цей принцип дозволяє коректно оцінити збитковість загального портфеля, так як відшкодування за договорами страхування озимих культур на період перезимівлі виплачується в наступному календарному році. Відповідно, аналіз результатів за андеррайтинговий рік є більш коректним.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

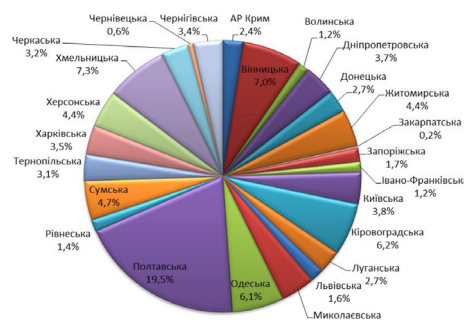


Рис. 1. Частка областей в загальній кількості договорів страхування. Джерело: [1, 8]

Третьою за обсягами агрострахування стала Вінницька область. Аграрії уклали 190 договорів страхування (7%), застрахувавши посіви на площі 59,5 тисячі гектарів (7,6%). Сума зібраних премій у цій області склала 8,6 млн. гривень (6,3%). Ще в шести регіонах було укладено понад 100 договорів. У Дніпропетровській області укладено 100 договорів, у Житомирській - 120, у Київській - 103, у Миколаївській - 108, в Сумській - 128 і в Херсонській - 119. Найбільша площа в цій групі регіонів була застрахована в Херсонській області - 73 тис. гектарів. У цій області також була зібрана найбільша сума премій в цій категорії регіонів - 6,5 млн. гривень.

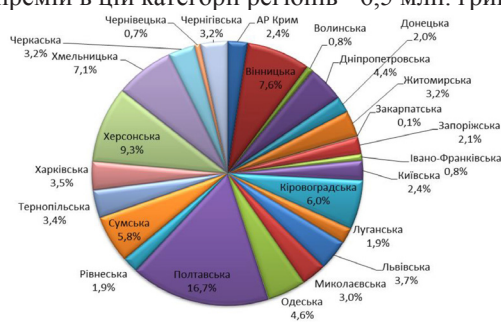


Рис. 2. Застрахована площа посівів по регіонах (у% від загальної застрахованої площі)

Джерело: [1, 8]

Незначні обсяги страхування зафіксовані в кількох сільськогосподарських регіонах, які традиційно виробляють велику кількість зернової продукції. В АР Крим було укладено 64 договори страхування, за якими посіви були застраховані на площі 18,5 тис. гектарів. Сума зібраних премій в Криму склала 2,3 млн. гривень. Ще більш низькі результати отримані в Донецькій області. У цьому регіоні укладено 72 договори, але посіви були застраховані на площі 15,8 тис. гектарів. Сума зібраних премій склала всього 1,7 млн. гривень. Подібні результати ми бачимо і в Луганській області - 73 договори страхування, 15,3 тисячі гектарів застрахованих посівів. Сума премії склала 1,2 млн. гривень.

Отже, спостерігається невідповідність між найбільшою застрахованою площею, розміром страхової суми та страхового платежу. Пояснити це можна тим, що у різних областях страховики використовують різні тарифні ставки, а також тим, що страхувальники вибирають різний рівень покриття, страховики ж, у свою

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

чергу, застосовують різний розмір страхової франшизи [5, 6, 9].

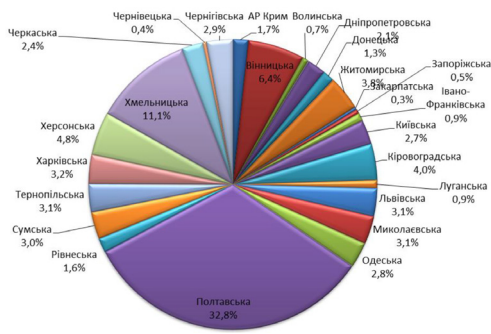


Рис. 3. Сума зібраних премій по регіонах (у % від загальної суми премій) Джерело: [1, 8]

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Отже, рівень страхування рослинницької галузі сільського господарства залишається досить низьким і є недостатнім для гарантування безпечної й безперервної господарської діяльності страхувальників. Нині здійснюється розробка законодавчо-нормативної бази, яка має забезпечити подальший розвиток страхування сільськогосподарських підприємств. Насамперед, розробляються проект Закону „Про аграрне страхування” та Концепція розвитку аграрного страхування в Україні. Розглядається можливість створення Агентства з управління ризиками аграрного сектору.

Узагальнюючи вищевикладений матеріал, можна констатувати, що обсяг страхування сільськогосподарських культур від негативного впливу природно-кліматичних явищ зростає. Важливу роль при цьому відіграє розвиток кредитування сільськогосподарських товаровиробників. Адже виникає тристороння зацікавленість: страхувальника – у кредиті, страховика – у своєчасності оплати страхової премії, банку – у фінансовій гарантії страховика.

Більшість великих комерційних банків розробили програми з кредитування аграріїв. Оскільки кредитування сільського господарства пов'язане із труднощами та значним ризиком, що призводить до збільшення процентних ставок, застосування спеціальних програм кредитування може стати реальним виходом із ситуації. Постановою Національного банку України № 584 від 24 грудня 2003р. “Про затвердження Положення про регулювання НБУ ліквідності банків шляхом рефінансування, депозитних та інших операцій” визначено, що в забезпечення застави може бути прийняте зерно, підтверджене подвійним складським свідоцтвом.

Проаналізувавши вищенаведений матеріал, можна виділити основні причини повільного розвитку та здійснення сільськогосподарського страхування:

- не враховуються особливості здійснення виробництва у сільському господарстві;
- недостатньо розвинена економічна та фінансова сфери в державі;
- недосконала страхова законодавча база;

- невідповідність законодавчо-нормативної бази економічним реаліям;

- несприятливий фінансовий стан більшості сільськогосподарських товаровиробників, їх неплатоспроможність;

- інфляційні процеси;

- не здійснюється компенсування витрат на страхування врожаїв;

- недотримання агротехнічних заходів і строків при вирощуванні сільськогосподарських культур (безгосподарність);

- незадовільна робота агрометеорологічних служб;

- недостатня підтримка сільського господарства з боку держави;

- застосування старих механізмів обчислення страхових платежів із високими тарифними ставками;

- недостатня поінформованість сільськогосподарських товаровиробників про страхування природно-кліматичних ризиків;

- непрозорий механізм відшкодування збитків;

- недосконала форма договору страхування сільськогосподарських культур.

Отже, до заходів підвищення ефективності страхової послуги із добровільного страхування сільськогосподарських культур від ризиків природно-кліматичного характеру можна віднести:

- удосконалення процедури страхування сільськогосподарських культур (зменшення кількості бланків, швидкість оформлення, доброзичливість працівників страхової компанії);

- зменшення витрат страховика на ведення справи в частині надання послуги із страхування сільськогосподарських культур;

- розробити широкий спектр додаткових послуг, які надаються разом із страхуванням урожаю сільськогосподарських культур;

- розробити страхові продукти, що включають кілька страхових ризиків з метою проведення комплексного страхування, та окремі ризики відповідно до агрокліматичних зон і районів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агрострахування в Україні: Аналіз роботи і перспективи розвитку – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL http://www.agroinsurance.com/ru/agribusiness_insurance/?pid=2496. – Назва з екрана.

2. Гудзь О. Є. Страхування агроризиків та напрями розвитку агрострахування в Україні / О. Є. Гудзь // Економіка АПК. – 2006. - № 8. – С. 72-76.

3. Дема Д.І. Аналіз та перспективи розвитку страхування природнокліматичних ризиків в рослинництві / Д.І. Дема // Вісник ЖНАЕУ, - №1(26), – 2010, С.285-293.

4. Лайко П. А. Страхування природно-кліматичних ризиків у рослинництві: монографія / П. А. Лайко, С.Д. Пушак // К. : ННЦ Інститут аграрної економіки, 2009. – 320 с.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

5.Матвієнко Г.А. Шляхи покращення використання резервів при страхуванні врожаїв аграрних підприємств // Агросвіт. Науково-практичний журнал. - №3. 2009. – С.36-40.

6.Навроцький С. А. Шляхи вдосконалення сільськогосподарського страхування / С. А. Навроцький // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т.Шевченка : Сер. Економіка. – 2002. - № 60-61. – С. 66-67.

7.Пушак С. Д. Індексне страхування сільськогосподарських культур / С. Д. Пушак // Наук. вісник Нац. аграр. ун-ту. – 2006. – Вип. 102. – С. 292 – 297.

8.Портал про сільськогосподарське страхування [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL <http://www.agroinsurance.com/ru/analytics?pid=11203>. Назва з екрана.

9.Смоленюк Р.П. Актуальні питання страхового захисту в сільському господарстві / Р. П. Смоленюк // Регіональні перспективи: наук.-практ. журнал. – Полтава. 2001. №2-3 (15-16), – С. 91 – 93.

10. Шолойко А.С. Класичні та індексні страхові продукти для галузі рослинництва / А.С. Шолойко // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 3. – С. 161 – 165.

СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ, ЯК ОСНОВНОГО КРЕДИТОРА ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ІСНУЮЧИХ РИЗИКІВ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Грубінка Ігор Іванович, асистент,

Львівський національний аграрний університет

Анотація. В статті проаналізовано кількісні і результативні показники сучасного стану банківської системи України. Показано основні проблемні моменти в функціонуванні банківських установ в сьогоденних умовах. Наведені можливі, на думку автора, заходи, реалізація яких зараз повинна внести позитивні якісні зміни у функціонування і розвиток банківських установ в Україні.

Ключові слова: банківська система, кредит, капітал, банк, економіка.

Annotation. The paper analyzes the quantitative performance indicators and the current state of the banking system of Ukraine. The basic problem points in the functioning of banks in today's environment. These are possible, according to the author, measures whose implementation is should make positive qualitative changes in the functioning and development banks in Ukraine.

Key words: banking system, credit, capital, bank, economic.

Постановка проблеми. Для розбудови ефективної економіки кожна країна повинна максимально ефективно і раціонально використовувати свої ресурси. Тому актуальним стає питання кредитного забезпечення економіки, особливо з Слід відзначити, що зараз потреби економіки в позикових коштів не задовольняються в повних обсягах, це пов'язано з одного боку із низьким рівнем фінансового стану більшості підприємств, високим рівнем їх дебіторської заборгованості. З іншої сторони потенційні кредитори – банки зараз відчувають гострий брак фінансових ресурсів і мають проблеми з власною ліквідністю, тому їхні можливості кредитування є обмеженими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вказана проблематика відображена в працях наступних вчених: М.Я. Дем'яненко[2], О.О. Непочатенко[6], І. Кушнір[5], О.В. Гривківська[1], С. Колотуха[4], П.Л. Пластун[8], А.В. Непран[7], О.А. Кириченко[3] та інші. Однак незважаючи на актуальність цих праць потребує подальшого дослідження проблема подолання тих викликів які постають перед банківською системою сьогодні, без чого неможливе ефективне функціонування економіки країни.

Постановка завдання. Завданням статті є дослідити деякі аспекти сучасного стану банківської системи України в контексті існуючих ризиків в її функціонуванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банківська система безумовно є «кровоносною» системою економіки. Від її функціонування залежить розвиток економіки країни, акумуляція і перерозподіл фінансових ресурсів, при чому не тільки не тільки внутрішніх, але і залучених із міжнародних фінансових ринків.

Драматичні події, які сьогодні відбуваються в Україні безумовно створюють умови, які напевно є найважчими з в тому числі і в економічному плані за весь період з часу набуття незалежності. Наслідком цих подій

не можуть не відобразитися на діяльності банківської системи. Розвиток цієї системи важко назвати позитивним і у всі попередні роки. Було ряд проблем, які активно обговорювались на рівні владних структур і експертних кругів, не залежали від політичної ситуації, але свого логічного вирішення так і не знаходили. Це зокрема: велика кількість дрібних банківських установ із невеликим рівнем капіталізації, нерозвиненість системи гарантування вкладів для фізичних осіб, потреба у врегулюванні надання валютних кредитів, особливо для позичальників-фізичних осіб, незахищеність прав банків-кредиторів при іпотечному кредитуванні, спекуляції банків із валютними операціями, недосконалість стрес-тестування зі сторони НБУ, як наслідок велика кількість банків із незадовільною структурою капіталу і ліквідністю тощо. Всі ці проблеми негативно впливали і продовжують впливати на показники діяльності банківської системи країни, деякі з них ми навели в таблиці 1.

Таблиця 1

Показники стану функціонування банківської системи України*

Показник	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	10.2014р.	Відхилення, +/-
Кількість зареєстрованих банків	198	197	194	198	176	180	167	-31
Банки на стадії ліквідації	13	14	18	20	23	22	21	8
з них: з іноз. капіталом	53	51	55	56	53	49	51	-2
100% іноз. капіталом	17	18	20	21	22	22	19	2
Частка іноз. капіталу в статутному капіталі банків, %	36,7	35,8	40,6	41,9	39,5	34	32,1	-4,6

*офіційний сайт НБУ[9].

Проводячи аналіз таблиці 1, можна зробити висновки про скорочення кількості зареєстрованих банків протягом досліджуваного періоду на 31 установу. Від-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

повідно кількість банків на стадії ліквідації зросли з 13 до 21, ще приблизно в такій же кількості банків діє тимчасова адміністрація. Частка іноземного капіталу зменшилася на 4,6%, що при значному зменшенні кількості банківських установ не є високим показником. На нашу думку, це зменшення вказує на дві взаємопов'язані тенденції – ліквідація невеликих банків із малим розміром капіталу і укрупнення банківської системи, виділення системоутворюючих банків, про що свідчить дані, згідно яких 65,99% активів банківської системи, це є активи банків I групи (банки активи яких складають більше 21 000 млн грн.). Тому, зараз НБУ повинен поряд із проведенням ліквідації малих, збанкрутілих банків, активно займатися діагностикою і стрес-тестуванням фінансового стану саме великих банків, оскільки криза в одному з них матиме значні негативні наслідки для всієї економіки (можемо згадати 2008 рік і «Промінвестбанк»).

Однак, можливо саме та ситуація, яка склалася сьогодні і дасть можливість на основі конкурентної боротьби і за підтримки центробанку здійснити «очищення» банківської системи, поліпшивши її якісні характеристики. Показники якісних результатів діяльності банківської системи наведені в таблиці 2.

Таблиця 2
Результативні показники діяльності банківської системи України*

Показник	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	10.2014р.	Відхилення, +/-
Вимоги банків за кредитами в Україні, млн грн.	792244	747348	755030	825320	815327	911402	965692	173448
Зобов'язання банків, млн грн.	806823	765127	804363	898793	957872	1085496	1110390	303567
Результат діяльності, млн грн.	7899	-38450	-13027	-7708	4899	1436	-13496	-21395
Рентабельність активів, %	1,03	-4,38	-1,45	-0,76	0,45	0,12	-1,25	-2,28
Рентабельність капіталу, %	8,51	-32,52	-10,19	-5,27	3,03	0,81	-9,12	-17,63

*те саме

Як бачимо з таблиці 2, простежуються два періоди, різкого погіршення результатів діяльності банківської системи це 2009 і 2014 рік. Однак, якщо у 2009 році причину слід шукати перш за все в наслідках світової фінансової кризи і їх впливу на банківську систему України, то в 2014 році на перший план виходять внутрішні чинники, пов'язані із соціальними і політичними явищами. На зростання вимог за кредитами і зобов'язань банків за перші 10 місяців 2014 року вплинула також і девальвація гривні та відтік депозитів (близько 250 млрд грн.), ці процеси є чи не головними факторами які зараз визначають стан банківської системи. Звідси і зростання проблемної заборгованості і відповідно негативний фінансовий результат (збиток), що спостерігається у розмірі 13496 млн грн., також до цього слід додати втрати від анексії Криму і нестабільності в Донецькій і Луганській областях. Особливе занепокоєння викликає різке зменшення рентабельності капіталу, що свідчить не тільки про зменшення прибутку, але і зменшення власних фінансових ресурсів банківських установ.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Очевидно, що подолання вказаних негативних процесів буде залежати від ситуації в країні, зокрема це стосується і повернення капіталу в банківські установи, рівня кредитних ставок через зменшення рівня інфляції та ряд інших чинників. Однак так само очевидним є те, що саме зараз можна провести ті зміни в банківській системі, які давно назріли, тому, що в умовах стабільного економічного зростання їх проведення є надто «болючим», а той взагалі неможливим. Треба відзначити, що деякі з таких змін ми спостерігаємо зараз, основна серед них це фактичний перехід до середньозваженого плаваючого валютного курсу про який говорили останні десятиліття, і який би дозволив заощадити сотні мільярдів гривень для країни. Також саме зараз є потреба в установленні жорсткіших вимог до банків в частині достатності капіталу, показників їх фінансового стану це дозволить значно покращити якість банківської системи в майбутньому і в першу чергу захищеність клієнтів, а отже і довіру до банків з їх боку.

Висновки. Отже банківська система України переживає сьогодні один з найскладніших періодів у своїй історії. Однак це, крім негативних наслідків, що проявляються в зменшенні прибутковості банків, загального погіршення їх фінансового стану, дозволяє провести ряд заходів щодо якісного поліпшення функціонування банківської системи України, це і збільшення вимог до нормативів фінансового стану банків, ліквідація банків з незадовільним фінансовим станом, фактичний перехід до плаваючого валютного курсу та ряд інших кроків, які безумовно потребують глибоких наукових досліджень, однак є неминучими для побудови ефективної економіки в Україні до якої всі ми прагнемо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гривківська О.В. Джерела фінансового забезпечення розвитку малих фермерських господарств / О.В.Гривківська, І.В.Хлівна // Актуальні проблеми економіки.- 2008р. - №7(85) –С. 154-163.
2. Дем'яненко М.Я. Проблемні питання державної політики фінансової підтримки сільського господарства / М.Я.Дем'яненко // Економіка АПК.- 2011р. - №7 –С. 67-88.
3. Кириченко О.А. Кредитування аграрного сектору економіки в умовах глобальної фінансової кризи / О.А.Кириченко, Т.В.Сусловська // Вісник СНАУ.- 2009р. - №4 –С. 30-43.
4. Колотуха С. Розвиток земельних відносин та їх фінансове забезпечення в аграрному секторі економіки / С.Колотуха, І.Коваленко // Банківська справа.- 2012р. - №2 –С. 19-27.
5. Кушнір І. Банки сільськогосподарського розвитку в системі фінансування агропромислового комплексу / І.Кушнір // Вісник НБУ.- 2011р. - №11 –С. 92-95. 3
6. Непочатенко О.О. Державна підтримка підприємств АПК через удосконалення системи кредитування / О.О.Непочатенко // Економіка АПК.- 2008р. - №8 –С. 95-100.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

7.Непран А.В. Роль кредиту в прискоренні процесів нагромадження капіталів в сільському господарстві / А.В.Непран // Економіка АПК.- 2010р. - №11 –С. 74-79.

8.Пластун В.Л. Пріоритети розвитку кредитних спілок в сучасних умовах / В.Л.Пластун // Актуальні проблеми економіки.- 2010р. - №10(112) –С. 131-137.

9.Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

АНАЛІЗ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Денисенко Вікторія Олександрівна, ст. викладач
кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
ЧНУ ім. Б.Хмельницького

Мельник Владислав Олександрович

студент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки ЧНУ ім.Б.Хмельницького

Анотація. В статті показана і проаналізована динаміка інфляційних процесів в Україні та запропоновані заходи виходу із кризи.

Ключові слова: інфляція, інфляційні процеси, індекс споживчих цін, антиінфляційна політика держави, інфляційне таргетування, валютний курс.

Abstract. In the paper the dynamics of inflationary processes in Ukraine is shown and analyzed. The actions to overcome the crisis are proposed.

Keywords: inflation, inflationary processes, consumer price index, anti-inflationary state policy, inflation targeting, exchange rate.

Постановка проблеми.

Одним із найважливіших макроекономічних чинників, які, з одного боку, мають надзвичайний вплив на стан економіки будь-якої країни, а з іншого – виступають своєрідним індикатором рівноважного стану економіки, є інфляція. Оскільки інфляційні процеси є складним багатofакторним явищем, доцільно досліджувати не тільки рівень та динаміку споживчих цін безпосередньо, а й інфляційні процеси загалом, урахуовуючи також час, вплив інших економічних факторів, інфляційні очікування тощо.

У перехідних економіках інфляційним процесам притаманні певні особливості їхнього протікання, тому вони потребують принципово нових підходів щодо управління ними у взаємозв'язку з факторами економічного зростання та рівнем зайнятості. Україна, набувши незалежності, проходить свій шлях у будівництві ринкової економіки, що, безперечно, викликає необхідність розгляду сукупності економічних параметрів, які обумовлюють специфічний характер протікання інфляційних процесів та можливість управління ними, пристосування до них та їхнього стримування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади інфляції, її динаміку досліджували такі вчені як: Кембелл Р. Макконнел, Стенлі Л.Брю, С.Фішер, Маркс К., Ф. Енгельс, Д. Дорнбуш, Р. Шмалензі, Дж. Кейнс, Ж.-Ж. Ламбен, С. Бриттам, Д. Ріккардо, М. Фрідмен, та інші. Фундаментальні теоретичні та методичні основи дослідження інфляційних процесів одержали подальший розвиток у дослідженнях багатьох видатних вітчизняних науковців, особливо слід відзначити таких як: А.Гальчинський, П. Єщенко, В. Прісняков, Ковальчук Т., Коваль М., Гайдуцький П., Кораблін С. та інші. Але незважаючи на велику кількість наукових публікацій і певні досягнення в теорії і прак-

тиці управління інфляційним процесом, дана проблема продовжує залишатися предметом наукових досліджень.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз причин інфляційних процесів в Україні, та способів їх подолання.

Вклад основного матеріалу. Проблема інфляції має для України не стільки теоретичне, скільки суто практичне значення. Уже в 1991 р. Україні проголосила себе незалежною і її охопила глибока інфляція (390% за рік), з якої вона остаточно не вийшла і в 2000 р. Українська дійсність дала багатий інфляційний матеріал, на базі якого можна перевірити та уточнити розглянуті вище теоретичні положення щодо сутності, форм прояву, причин та наслідків інфляції, а також виявити особливості перебігу інфляційного процесу в наших специфічних умовах [4].

Процес прогнозування інфляції, як відомо, спирається на детальний аналіз минулих тенденцій, оцінки поточної ситуації та майбутніх факторів впливу на цінові процеси. В статті буде проаналізовано розвиток інфляційних процесів в Україні за 2 періоди: з 1991 по 1999 роки та з 2000 по 2014 рр. За офіційними даними Державного комітету статистики України, в 1992-1993 рр. інфляція в Україні досягла найбільш високого рівня (2100,0% та 10256,0% відповідно), що є найбільш вражаючою особливістю інфляційного процесу в Україні (Рис. 1).

Лібералізація цін у 1992р. перетворила приховану інфляцію у відкриту. Остерігаючись соціального невдоволення, уряд підтримував досягнутий рівень доходів населення через механізм індексації. Для покриття дефіциту державного бюджету та поліпшення ліквідності підприємств, лєвова частка яких була державною, НБУ періодично здійснював емісію грошової маси. Знецінення національної валюти і зростання попиту на іноземну валюту підживлювало інфляцію витрат.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

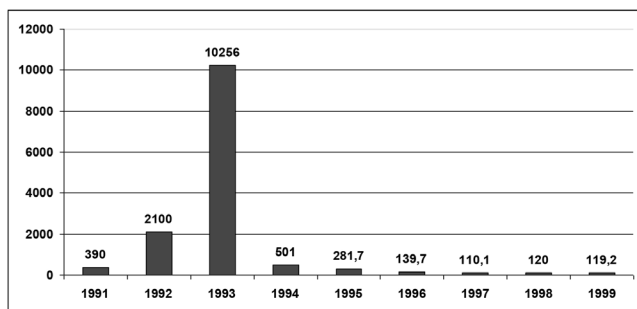


Рис. 1. Темпи зростання роздрібних цін (за рік),%1991-1999 рр. [8]

У 1992-1995 рр. спостерігалася гіперінфляція, яка призвела до значного поширення бартерних відносин та збільшення значення американського долара. За цей час інфляція досягла свого піку в 1993 році, і становила 10256%. Подальші зміни пов'язують перш за все із введенням нової грошової одиниці – гривні. Слід визнати, що найбільше падіння обсягу ВВП у 1994 р. є наслідком найвищої інфляції в 1993 р. [7].

Лише після того, як інфляційний процес у 1994 р. був переламаний завдяки переорієнтації монетарної політики і пішов на спад, почали поступово зменшуватися і темпи падіння ВВП: з 12,2% у 1995 р. до 3 у 1997 р. і 0,4% у 1999 р. [8].

Таку надто високу гіперінфляцію в Україні в 1991-1993 рр. можна пояснити двома групами причин [1]:

1) обвалом «інфляційного навісу», одержаного Україною в спадок з радянських часів унаслідок лібералізації цін в 1991-1992 рр., що спровокувало зростання платоспроможного попиту і цін за цей період більше ніж у 2 рази. Під впливом цього чинника роздрібні ціни в 1991-1992 рр. зростали значно швидше, ніж грошова маса – в 1,6 і 1,9 раз відповідно. Цей розрив був спровокований не тільки прямою трансформацією вимушених заощаджень у платоспроможний попит, а й генеруванням цією трансформацією інфляційних очікувань та прискоренням швидкості грошей, особливо в 1992 р., коли одержані доходи негайно витрачалися і купувалися товари не стільки для поточного споживання, скільки для зберігання, у тому числі для майбутнього перепродажу.

2) Надто ліберальною монетарною політикою, яку проводили уряд та центральний банк України. Досить сказати, що в 1991 р. дефіцит державного бюджету становив 14% від ВВП, у 1992 р. він зріс у двічі і становив 29% від ВВП. Органи монетарної політики, насамперед НБУ, без особливого супротиву монетизували цей величезний дефіцит шляхом прямого кредитування бюджетних потреб, оскільки інші джерела коштів у ті роки були для нього ще недоступними. Піти ж на скорочення бюджетних витрат заради оздоровлення грошей у владних структур не вистачило ні політичної волі, ні глибокого розуміння серйозної загрози майбутньому України від гіпервисокої інфляції.

З одного боку, високі темпи інфляції після 1994 р. є свідченням того, що економіка України все ще зали-

шається високозатратною, малоефективною і потребує істотної фінансової підтримки з боку держави, що неминуче штовхає вгору попит і ціни на товарних ринках. А з іншого боку, така тривала потреба економіки в інфляційній підтримці з боку держави свідчить про неспроможність існуючого виробничого потенціалу до функціонування на ринкових засадах самофінансування і вимагає додаткових фінансових вливань ззовні. Це пояснюється значною застарілістю основного капіталу, втратою внаслідок гіперінфляції обігового капіталу та неадекватністю ринковим умовам самої структури виробництва.

З 1998 по 2000 рік рівень інфляції в економіці України починає зростати, а в 2001 році спостерігається її уповільнення. Це є неодмінною заслугою уряду, який в 1999 році очолив В. Ющенко. За цей період в Україні зберігалася стабільність на валютному ринку, знижувалось коливання курсу гривні, збільшився рівень золотовалютних резервів НБУ. Рівень інфляції за цей час склав 4,3% замість прогнозованих 7,8%. Індекс споживчих цін становив усього 2,6%, що в 3 рази менше за відповідний показник 2000 року. Реальні доходи громадян за січень-квітень 2001 року виростили на 7,5%. Починаючи з травня 2001 року до листопада 2002 року, коли уряд України очолював А.Кінах, інфляція складала 6,1% [8].

Динаміка індексу споживчих цін з 2000 по 2014 рр. представлена на Рис. 2.:

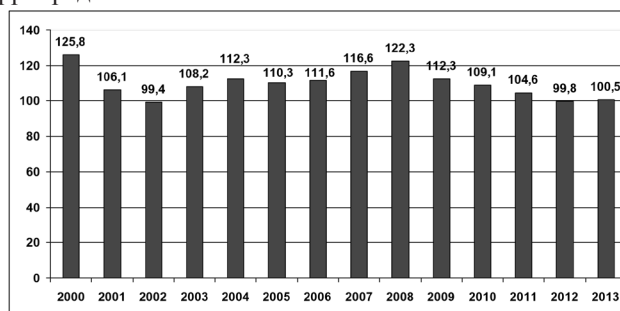


Рис.2. Динаміка зміни індексу споживчих цін з 2000 по 2013рр. [8]

В 2006 році споживчі ціни зросли на 11,6%, в 2007 – на 16,6%, у період кризи – на 14,9%. З червня 2007 по червень 2008 року споживчі ціни в ЄС зросли в середньому на 4%, тоді як в Україні – на 29,3%. До того за темпами інфляції у зазначений період Україна випередила майже всі країни СНД (за винятком Таджикистану) [8].

Проаналізуємо сучасний етап: в 2013 році індекс споживчих цін склав 100,5%. В 2012 році рівень інфляції знизився на 0,2 %, у порівнянні із 2011 роком. В 2010 р. він склав 109,1 %, у 2009 році індекс споживчих цін дійшов позначки 112,3% проти 122,3 % у 2008 році та 116,6% у – 2007 році. Інфляція була сформована за рахунок трьох основних складових. Це – продукти харчування, ціни на які зросли на 10,7%, що, за розрахунками, дало 5,4% до загального зростання індексу споживчих цін; житлово-комунальні послуги, де мало місце зростання на 13,8%, та – алкогольні напої і тютюнові вироби, де через підвищення акцизів був приріст цін – 22,1% [8].

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Рівень інфляції в Україні за підсумками 2013 року є одним з найнижчих у країнах колишнього СРСР. Про це свідчить аналіз даних національних органів статистики [8].

Стримуючими чинниками зростання споживчих цін були наступні [3]:

- зростання пропозиції товарів і послуг на споживчому ринку;
- зростання заощаджень домогосподарств. Депозити фізичних осіб у 2013 році за даними НБУ, зросли на 60,3 млрд. грн. або на 28,5%, у тому числі у національній валюті – на 41,1 млрд. грн. або на 41,6% [9].
- скорочення споживчого кредитування домашніх господарств (на 10,3%);
- стабільність валютного курсу (офіційний курс гривні до долара США у 2010 році ревальював на 0,3%) [1].

Кабінет міністрів в урядовому законопроекті «Про основні напрями бюджетної політики на 2014 рік» передбачив зростання ВВП України в 2014 році на рівні 3% і прискорення інфляції до 4,3%. При цьому індекс споживчих цін запланований на тому ж рівні – 4,3%. Однак, із такими планами уряду згодні не всі. Рейтингове агентство S&P погіршило прогноз зростання ВВП України до 1% з 1,5%. Також в 2014-му в S&P очікують дефляції в межах 5%. Так само до 1% зростання ВВП погіршили свої прогнози щодо нашої держави і в Міжнародному валютному фонді та Світовому банку [5].

За підсумками березня 2014 року була зафіксована інфляція 2,2% по відношенню до лютого поточного року. Що ж до даних з початку року, то інфляція в березні становила вже 3%. А за період січень-березень 2014 року 1,7% [8]. Востаннє така висока інфляція в Україні була в 2009-2010 роках. Як наслідок, за підсумками 2009 року отримали інфляцію 16%, а за результатами 2010 року 9%. Те саме чекає на Україну і зараз. Тому, коли говорять, що в Україні цього року інфляція буде 14%, то можна сказати, з упевненістю, що буде. Але це офіційна інфляція, а реальна буде близько 20-25%. Вона в Україні завжди вища [5].

Висновки. На розвиток інфляції в Україні різним чином впливають і впливали як внутрішні, так і зовнішні фактори. В до кризовий період простежувався відносно невеликий рівень інфляції, проте під впливом світової економічної кризи ситуація змінюється не в кращу сторону. Стимулююча монетарна політика, як виявилось, не принесла очікуваних результатів. Україні доцільно здійснювати поступовий перехід до інфляційного таргетування, що дозволить зосередитися на внутрішній стабільності економіки й відповідних діях щодо різноманітних шоків, які їй загрожують.

Перепонами для переходу до режиму інфляційно-таргетування в Україні є:

- низький ступінь прозорості трансмісійного механізму;
- деформовані канали емісії грошей через валютні інтервенції та рефінансування комерційних банків;

- недостатньо відкрита інформаційна політика органів влади, які проводять грошово-кредитну політику;
- неефективна процентна політика.

Потрібно вже зараз докласти багато зусиль для запобігання перевищення фактичного рівня над плановим, для того, щоб й справді перейти від таргетування обмінного курсу до більш дієвої монетарної політики – таргетування інфляції [6].

Підводячи підсумок, можна сказати, що наразі українська політика проти інфляції нарешті демонструє себе як доволі діюча система. В умовах чіткого дотримання планів уряду щодо регулювання інфляційних чинників економіка України зможе вийти на новий рівень. У найближчі роки, за умов подорожчання енергоносіїв і послуг, кількісні параметри оптимального рівня інфляції визначатимуться не лише майбутніми цінами імпортованого газу та нафти, але і дієвістю урядової стратегії з технологічного оновлення виробництва, якості його модернізації та швидкості зростання загальної економічної ефективності. Таким чином, ефективне зниження інфляції у наступні роки може визначатися не тільки монетарною політикою Національного банку, а й результативністю зусиль Уряду України щодо розвитку інфраструктури ринку, його конкурентних засад на основі нарощування інвестиційної активності та використання можливих фінансових важелів впливу для досягнення поставлених цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Варгас В. М. Індекс інфляції як показник розвитку економічної діяльності / В. М. Варгас // Науковий вісник Львівської комерційної академії. – 2008. – С. 97-103.
2. Варгас В. М. Таргетування інфляції в Україні / В. М. Варгас // Науковий вісник Львівської комерційної. – 2009. – С. 37-39.
3. Калюжний В. Механізми розвитку та протидії інфляції в Україні / В. Калюжний // Економіст. – 2009. – №6. – С.16-22.
4. Ковальчук Т. Основні чинники інфляції в Україні / Ковальчук Т., Коваль М. – Х.: Принт-інфо, 1999. – 253 с.
5. Марцин В. С. Деякі підходи до регулювання інфляційних процесів на сучасному етапі розвитку економіки / В. С. Марцин // Економіка розвитку № 1. – 2013. – С. 42-48.
6. Мельник А. Відновлення економічного зростання та необхідність зміни антиінфляційної політики в Україні / А. Мельник // Економіка України. – 2003. – № 9. – С. 12-21.
7. Римар Г. Аналіз наслідків інфляції, її вплив на перерозподіл фондів та на об'єм національного продукту / Г. Римар // Економічна думка. – 1999. – № 2. – С. 111-119.
8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
9. Офіційний сайт Національного банку України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.bank.gov.ua

УДК 37.014.543(476)

ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ

Измайлович С.В.

Кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры финансов,

Полоцкий государственный университет

Одважна К.П.

Магистрант кафедры финансов,

Полоцкий государственный университет

Аннотация

На основании исследования выявлено, что система высшего образования является наиболее перспективной для построения на ее базе белорусской инновационно-инвестиционной сети. Финансирование научных исследований и разработок финансируется, в основном, за счёт государственного бюджета, что даёт большие возможности для развития данного направления в высшей школе.

Ключевые слова

Высшее образование, высшие учебные заведения, научные исследования и разработки, научно-инновационная деятельность

Abstract

Based on the study revealed that the higher education system is the most promising for building on its base of Belarusian innovation and investment network. Funding for research and development is funded primarily by the state budget, which provides great opportunities for the development of this direction in high school.

Keywords

Higher education, higher educational establishments, research and development, science and innovation activities.

Постановка проблемы.

На современном этапе развития общества, высшее профессиональное образование в значительной степени стало определять уровень инновационного прогресса. В связи с этим, на первый план выходит проблема финансирования научно-инновационной деятельности высших учебных заведений.

Анализ основных результатов исследований и публикаций. Вопросам организации финансирования научно-инновационной деятельности в вузе посвящены работы Ильичева Е.В., Виноходова А.Ф., Теребова С.В., Вячеславов А.М., Губарьков С.В., Андреев Г.Г., Берестов А.В., Викторов А.Д., Кожитов Л.В., Златин П.А., Дёмин В.А., Буренок В.М., Лунев А.П., Пархоменко Ю.Н., Казначеев А.В., Райкова Т.В. Однако, исследования данного вопроса, в основном, не рассматривают ситуацию Республики Беларусь.

Постановка проблемы. Основной целью и проблематикой данной статьи является оценка значимости научно-инновационной деятельности вузов в Республике Беларусь и поиск источников их финансирования.

Содержание основного материала исследования.

Наряду с традиционными для высших учебных заведений функциями – обучающей, исследовательской, профессиональной и воспитательной, у университетов появились качественно новые: инновационная и предпринимательская. Практика показала, что новая модель университета как учебно-научно-инновационного комплекса, сочетающего фундаментальное образование, академическую науку с развитой сетью высокотехнологичных инновационных структур и малых предприятий, является одним из наиболее эффективных структурных элементов создаваемой национальной инновационной системы. С одной стороны, эти комплексы обладают значительным научно-техническим и инновационным потенциалом, который может быть реализован при создании новшеств и продвижении их на рынок. С другой стороны, они начинают готовить кадры для инновационной экономики [1, с. 42].

Система высшего образования обеспечивает главную составляющую развития инновационной экономики страны – кадровую – на основе сочетания фундаменталь-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ной подготовки с возможностями гибкого реагирования на потребности развития актуальных научных направлений и наукоемких технологий [2].

Политика Министерства образования Республики Беларусь в научно-инновационной сфере является составной частью государственной инновационной политики Республики Беларусь. В то же время научно-инновационной деятельности в вузах присущ ряд особенностей [2]:

- возможность осуществления полного инновационного цикла: от идеи до конечного результата инновационной деятельности и продвижения товара (услуги) на рынок за счет создания в своей организационной структуре учебно-научных и учебно-научно-инновационных (производственных) комплексов;

- высокая концентрация специалистов высшей квалификации (докторов и кандидатов наук), способных обеспечить реализацию всех стадий инновационного цикла;

- наличие учебно-научной и производственной базы, а также высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава, способных обеспечить подготовку кадров для инновационной деятельности в различных отраслях народного хозяйства;

- реализация исследовательского принципа обучения студентов и обеспечение во взаимодействии с научными организациями генерации знаний и расширенного воспроизводства научных идей как основы развития инновационного общества.

Из рисунка 1 видно, что 12 % учреждений высшего образования в 2012 году выполняли научные исследования и разработки в структуре организаций, выполнявших научные исследования и разработки.



Рисунок 1 – Структура организаций, выполняющих научные исследования и разработки в 2012 году (по типам организаций)

Примечание – авторская разработка на основе данных [3].

Научно-инновационную деятельность в высшей школе необходимо развивать на основе существующей системы организации научно-технической деятельности в университетах и научных организациях Министерства образования, основываясь на принципах преемственности. Это предполагает не ломку существующей системы управления этим сектором, а дополнение ее новыми элементами, призванными заполнить имеющийся вакуум между создателями и потребителями научно-технической продукции [2].

Научно-производственная и инновационная деятельность вузов должна осуществляться структурами самых разных масштабов и, соответственно, с различным правовым статусом. Структура управления инновационной деятельностью вуза должна включать в себя как управленческие подразделения, так и структуры методической, информационной и консультационной поддержки субъектов научно-инновационной деятельности вузов. Научно-инновационная сфера вузов в настоящее время характеризуется многообразием организационных структур, возникающих вследствие как многовариантности и неопределенности инновационных процессов, так и несовершенства форм коммерциализации и финансирования инноваций [4].

Главной целью научно-инновационной деятельности системы образования является обеспечение подготовки специалистов, научных и научно-педагогических кадров на уровне мировых квалификационных требований, эффективное использование образовательного, научно-технического и инновационного потенциала для развития экономики и решения социальных задач страны [2].

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих основных задач [4]:

- концентрация организационных мер и ресурсов на приоритетных направлениях развития инновационной сферы в целях повышения спроса реального сектора экономики на научно-технические достижения системы образования;

- обеспечение благоприятных экономических и финансовых условий для активизации научно-инновационной деятельности в вузах, совершенствование системы стимулирования;

- организация более тесного взаимодействия вузов с учреждениями НАН Беларуси, совместное участие в разработке плана мероприятий по модернизации научной сферы в рамках Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь;

- повышение эффективности трансфера технологий, привлечение дополнительных внебюджетных финансовых средств, создание банка данных инновационных разработок университетов и организация системы их мониторинга;

- обеспечение тесного научно-инновационного и образовательного партнерства вузов с отраслями, регионами, концернами, предприятиями и другими хозяйствующими субъектами;

- активизация участия региональных университетов в реализации научно-технической политики на региональном уровне;

- развитие малого инновационного предпринимательства в системе высшей школы путем формирования малых высокотехнологичных организаций и оказания им поддержки на начальном этапе деятельности, а также создание агентств инновационного предпринимательства;

- привлечение инвестиций, в т.ч. иностранных, в систему образования с целью использования результа-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

тов совместной деятельности на внутреннем и международном рынках наукоемкой продукции;

- развитие в ВУЗах научных исследований как основы фундаментализации образования, базы подготовки современного специалиста;

- обеспечение разработки и принятие системы мер по поддержке ведущих ученых, научных коллективов, педагогических школ, способных обеспечить высокий уровень образования, для эффективного ведения инновационной деятельности;

- создание системы подготовки и переподготовки кадров в области инновационного предпринимательства;

- расширение образовательных функций аспирантуры, совершенствование планирования и формирования контингента аспирантов и докторантов, повышение их академической мобильности, опережающее развитие послевузовского профессионального образования в высших учебных заведениях и научных организациях, имеющих авторитетные научные и научно-педагогические школы.

При выполнении поставленных целей, наиболее важным является вопрос финансирования научно-инновационной деятельности вузов. Основными источниками финансирования могут выступать [5]:

- a. средства республиканского бюджета, выделяемые на финансирование научной, научно-технической и инновационной деятельности вуза;

- b. средства инновационного фонда Министерства образования, фондов других республиканских органов государственного управления;

- c. средства Белорусского инновационного фонда;

- d. собственные средства университетов, в том числе полученные от ведения хозяйственных работ, внешнеторговых сделок;

- e. банковские кредиты, в том числе кредиты Европейского Банка реконструкции и развития;

- f. средства венчурных фондов и компаний, специализирующихся на венчурном финансировании;

- g. средства, полученные вузами по проектам международных фондов и программ, в том числе рамочных программ Европейского Союза, Центрально-Европейской инициативы и др.

Рассмотрим структуру внутренних затрат на научные исследования и разработки в вузах Республики Беларусь за 2010-2012 гг. в разрезе источников финансирования (таблица 1).

Сведения таблицы 1 указывают на высокую роль бюджетного финансирования научно-инновационной деятельности вуза. Это доказывается тем, что около 66 % финансирования, за период с 2010 года по 2012 год, осуществлялось за счёт средств бюджета. Следует также отметить, что немалая роль в финансировании внутренних затрат на научные исследования и разработки по сектору высшего образования отводится средствам организаций, однако в 2012 году произошло снижение их доли по сравнению с 2010 годом на 1,6 п.п. Наименьшее финансирование внутренних затрат на научные исследо-

вания и разработки в высших учебных заведениях страны происходит за счёт средств внебюджетных фондов (0,1 % в 2012 году).

Таблица 1

Структура внутренних затрат на научные исследования и разработки сектора высшего образования по источникам финансирования в 2010 – 2012 гг.

Источники финансирования затрат	2010 г.*	Уд. вес, %	2011 г.*	Уд. вес, %	2012 г.	Уд. вес, %	Структурные сдвиги, п.п.	
							2011/2010 гг.	2012/2011 гг.
Объём финансирования внутренних затрат на научные исследования и разработки, млн. руб.	366 277	100	243 063	100	354 107	100	-	-
Из них по источникам финансирования:								
собственные средства	7 392	2,0	3 778	1,6	4 549	1,3	-0,5	-0,3
средства бюджета	245 112	66,9	161 404	66,4	233 668	66,0	-0,5	-0,4
средства внебюджетных фондов	84	0,02	290	0,1	191	0,1	0,1	-0,1
средства иностранных инвесторов, включая иностранные кредиты и займы	19 273	5,3	18 544	7,6	29 919	8,4	2,4	0,8
средства других организаций	94 396	25,8	59 046	24,3	85 780	24,2	-1,5	-0,1

Примечание – авторская разработка на основе данных [6, с. 131].

Выводы данного исследования Вузам необходимо вести активную работу по диверсификации источников финансирования научно-инновационной деятельности, снижению доли бюджетного финансирования при увеличении внебюджетного.

Следует отметить, что система высшего образования является наиболее перспективной для построения на ее базе белорусской инновационно-инвестиционной сети, которая должна играть роль моста, соединяющего науку и производство во всех регионах и отраслях. Это определяется возможностями отечественной высшей школы: распределенностью вузов по всем регионам; высоким научно-техническим потенциалом; универсальностью системы высшего образования, ее межотраслевым характером: научные школы ВУЗов Беларуси перекрывают все области экономики страны; взаимодействием высшей школы через своих выпускников со всеми региональными и отраслевыми структурами; относительно высоким уровнем системы информационного обеспечения высшей школы, включая глобальные и локальные вычислительные информационные сети, соединенные в единую систему; высокой поддержкой высшей школы общественностью; гибкостью системы высшей школы [7, с. 111].

Целенаправленное и системное использование преимуществ системы высшего образования позволит эффективно интегрировать результаты вузовской, академической и отраслевой науки для развития инновационной деятельности, создания в стране эффективной инновационной экономики [8].

ЛІТЕРАТУРА

1. Ксенофонта, О.М. Специфика образовательных услуг: маркетинговый аспект / О.М. Ксенофонта // Современные наукоёмкие технологии. – 2006. – №2. – С. 47.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

2. Концепция развития науки в Республике Беларусь на период до 2015 года: Постановление Общего Собрания Национальной академии наук от 3 февраля 2005 г. №2 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2011. – Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21001174&p2=%7BНРРА%7D>. – Дата доступа: 03.06.2014.

3. Статистический ежегодник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский [и др.]. – Минск: ИВЦ, 2013. – 578 с.

4. Концепция развития научно-инновационной деятельности в системе Министерства образования Республики Беларусь на 2007 – 2010 годы: Постановление Коллегии Министерства образования Республики Беларусь от 26 января 2004 г. № 1 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=P31000575&p2={НРРА}>. – Дата доступа: 03.06.2014.

5. Инновационная деятельность // Главное управление науки Белорусского государственного университета [Электронный ресурс] – Минск, 2013. – Режим доступа: http://research.bsu.by/innovation_activity/. – Дата доступа: 03.06.2014.

6. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский [и др.]. – Минск: ИВЦ, 2013. – 159 с.

7. Финансирование образования в Республике Беларусь: монография / Т.В. Сорокина [и др.]; под общ. ред. Н.Н. Красницкой. – Гродно: Гродненский государственный университет, 2010. – 203 с.

8. Система образования Республики Беларусь // Центр проблем развития образования Белорусского государственного университета [Электронный ресурс] – Минск, 2010. – Режим доступа: <http://charko.narod.ru/tekst/an7/2.html>. – Дата доступа: 03.06.2014.

ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСНОЮ БАЗОЮ БАНКУ

Измайлович С.В.

Кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры финансов,

Полоцкий государственный университет

Климович Т.Т.

Магистрант кафедры финансов

Полоцкий государственный университет

Аннотация

На основании исследования ресурсной базы коммерческого банка автором предложены пути повышения ресурсной базы коммерческого банка с использованием прогрессивных инструментов финансового инжиниринга.

Ключевые слова

Ресурсная база, синдицированные кредиты, секьюритизация активов, структурированные депозиты.

Abstract

Based on the research of the resource base of commercial banks the author offers ways to increase the resource base of commercial banks using advanced tools of financial engineering.

Keywords

Resource base, syndicated loans, securitization of assets, structured deposits.

Постановка проблемы Изучение ресурсной базы банка и путей ее расширения является очень важной задачей для каждого государства. Актуальность данной темы очевидна, т.к. для осуществления деятельности в условиях рынка любому коммерческому банку необходимы ресурсы. От операций по привлечению средств зависит размер банковских ресурсов и, следовательно, масштабы деятельности коммерческих банков. Рост ресурсной базы банка необходим для удовлетворения спроса экономики на банковские кредиты, развитию финансового рынка и успешного социально – экономического развития страны.

Анализ основных результатов исследований и публикаций Проблемам управления ресурсной базой коммерческих банков посвящены труды отечественных ученых Ю. Алымова, Т. Бондарь, Г. Кравцовой, А. Ракова, С. Сплошнова, Ф. Чернявского, С. Пелиха, а также зарубежных исследователей А. Бергера, В.Вагнера, Е. Жукова, М. Гончарова, М. Костерина, О. Лаврушина, А. Тавасиева. Однако их исследования носят обобщающий характер и не связаны со спецификой деятельности конкретных банков.

Постановка проблемы Основной целью и проблематикой данной статьи является выявление проблем формирования банковских ресурсов в Республике Беларусь и определение путей повышения ресурсной базы

коммерческих банков с использованием прогрессивных инструментов финансового инжиниринга.

Содержание основного материала исследования Современное развитие банковских систем характеризуется взаимным проникновением капиталов банковской системы одной страны в другую. Во многом это обусловлено совершенствованием банковских технологий, улучшением качества предоставляемых банками услуг, развитием внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования. В этой связи в большинстве развивающихся стран наблюдается значительное усиление конкурентной борьбы не только между национальными, но и зарубежными финансово - банковскими институтами. Последствия глобального финансового кризиса 2008 г. выявили глубокую взаимосвязь реального и финансового секторов экономики, а также важную роль устойчивости национальных банковских систем к внешним и внутренним вызовам. В это время происходит снижение объемов кредитования в рамках государственных программ по поддержке развития экономики, многие белорусские компании и банки вынуждены корректировать планы развития собственного бизнеса и предусматривать в них использование иных альтернативных источников финансовых ресурсов для расширения деятельности и реализации инвестиционных проектов [1, с. 73].

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

В целях обеспечения устойчивой деятельности, а также эффективного оказания банковских услуг коммерческие банки нуждаются в постоянном увеличении объемов привлеченных ресурсов. В мировой и отечественной практике с этой целью применяются разнообразные способы, которые различаются в зависимости от причин и инициаторов их использования, методов осуществления и документального оформления [2, с. 63].

В последнее время белорусские банки наряду с кредитами (займами), депозитами, векселями начали привлекать средства от нерезидентов в иностранной валюте с помощью иных форм, например, синдицированных кредитов и кредитных нот. В перспективе – появление еврооблигаций [3, с. 39].

Международные синдицированные кредиты – кредиты, предоставляемые несколькими кредиторами одному заемщику. Они не требуют обязательного получения рейтинга, хотя наличие рейтинга желательно, поскольку способствует снижению процентной ставки и увеличению количества кредиторов. По сравнению с привлечением стандартного двустороннего кредита все условия синдицированного кредита единообразны для каждого кредитора и позволяют заемщику снизить трудозатраты на обслуживание долга.

Рассмотрим преимущества синдицированного кредита. Данные представим в таблице 1.

Таблица 1
Преимущества синдицированного кредита

ПРЕИМУЩЕСТВО	ПОЯСНЕНИЕ
Стоимость финансирования	При организации синдицированного кредита у компании - заемщика отсутствует необходимость в уплате целого ряда косвенных платежей (налога на операцию с ценными бумагами, комиссии биржи и депозитария, а также расходов информационного характера)
Условия финансирования	Привлечение синдицированного кредита позволяет заемщику согласовать с кредиторами все параметры обслуживания кредита (позапный порядок использования / погашения, возможность досрочного погашения)
Состав участников сделки	Заемщик может заранее по согласованию с организатором определить перечень потенциальных инвесторов
Получение среднесрочных ресурсов	Срок от 6 месяцев до 3 лет
Менее строгие формальные требования	Это относится к отчетности - меньше издержки на юристов и аудиторов
Сравнительно небольшой срок структурирования сделки и объем обрабатываемой документации	1,5 - 2 месяца для участников рынка и около 3 месяцев для новых участников

Примечание – разработка автора с использованием [3, с.38].

Синдицированный кредит применяется в случае, когда заемщик запрашивает слишком крупные суммы кредитов, а для одного банка нежелательна такая концентрация риска кредитного портфеля [4, с. 90].

Рассмотрим еще один способ повышения ресурсной базы - секьюритизация активов. Секьюритизация может стать выгодным инструментом расширения ресурсной базы белорусских банков, позволив существенно улучшить привлекательность их кредитных продуктов. Само понятие Asset Securitization (секью-

ритизация активов) означает технику финансирования, которая получила широкое признание первоначально в США, а затем в Европе. Механизм секьюритизации активов заключается в списании с баланса банка определенных активов, отделении их от остального имущества и передаче на баланс специально созданному финансовому посреднику (Special Purpose Vehicle - SPV) для рефинансирования таких активов на местном или международном фондовом рынке [5, с. 51].

Базовая структура сделки по секьюритизации активов представлена на рисунке 1:



Примечание – разработка автора с использованием [5, с.52].

Для клиентов (как физических, так и юридических лиц) при размещении их средств в банк необходима гарантия вложения (инвестирования) этих средств без риска их потери. В современном банковском бизнесе для решения подобной задачи существуют структурированные («гибридные») депозиты, которые позволяют предоставить клиенту психологический комфорт и уверенность в сохранении его первоначально вложенных средств, плюс вероятность получения доходности, превышающей уровень инфляции и средние ставки по обычным, классическим депозитам. Такой характер структурированного депозита создает объединение постоянного (стабильного) и переменного (изменчивого) денежных потоков [6, с. 13].

Структурированный депозит - это по существу продукт, который комбинирует в себе депозит и инвестицию, где доходность зависит от рыночной оценки базовых активов, которые лежат в основе данного продукта. Типичный финансовый инструмент, который может быть связан с такими депозитами, включает в себя рыночные индексы, акции, ставки процента, финансовые инструменты, приносящие фиксированный доход, валюту или их комбинацию.

В качестве примера возьмем структурированный продукт депозит + акции. Доходность по депозиту 32 % годовых. Сумма инвестиций – 200 млн. рублей. Риск по-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

тери по депозиту – 0% (то есть капитал должен быть сохранен в любом случае), риск потери по акциям – 100%. Какая доля должна быть размещена на депозите, чтобы гарантировать через год 100% возврат капитала. Доля рискованного капитала (S_p) рассчитывается по формуле 1:

$$S_p = \frac{(B+r)}{(B+R)} \times 100,$$

где B – гарантированная доходность по депозиту, R – максимально возможные потери по акциям (в %), r – допустимые для инвестора потери (в %).

Подставив значения в формулу получим $S_p \approx 24,2\%$. То есть при данных условиях, примерно 24,2% или 200 млн. руб * 24,2% = 48,4 млн. рублей можно вложить в акции (или в другой рискованный инструмент), чтобы в случае неудачи не потерять первоначальную сумму.

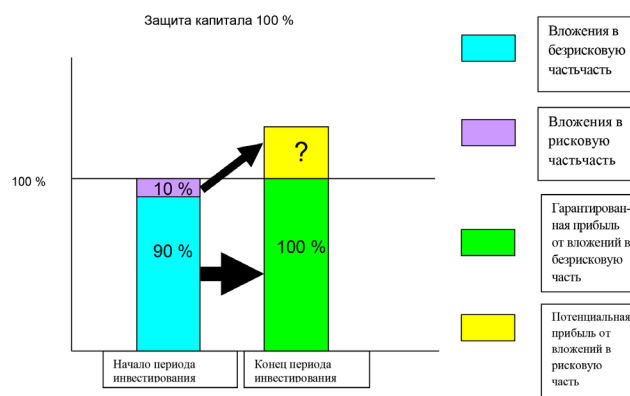
Безрисковая: часть средств вкладывается в максимально надежные финансовые инструменты с фиксированной доходностью, такие как банковские вклады и облигации. Эта часть инвестиций приносит стабильную прибыль, формируя «финансовую подушку», которая обеспечивает инвестору возврат всех его средств в конце инвестиционного периода независимо от результатов инвестирования во вторую - доходную - часть.

Доходная: часть средств вкладывается в более доходные, но, в то же время, и более рискованные инструменты, например, опционы - производные финансовые инструменты, позволяющие купить или продать выбранный актив и получить значительную прибыль при благоприятном стечении обстоятельств.

Практика конструирования структурированных депозитов позволяет банку существенно повысить уровень своего финансового инжиниринга, что естественным образом отразится на приобретении дополнительных конкурентных преимуществ. Наличие подобных продуктов в арсенале банка позволяет не только привлечь к себе внимание со стороны определенной группы вкладчиков, но и укрепить их лояльность в дальнейшем. Финансовая инновация как одна из движущих сил современного банковского дела прекрасно отражена в создании и работе структурированных депозитов даже с применением простейших технологий и опционных стратегий в настоящее время. Все это в совокупности и позволяет сделать вывод о том, что для банка развитие программ структурированных депозитов является в современных реалиях выгодным бизнесом [6, с. 17].

Структурированные депозиты в основном менее рискованы чем прямые инвестиции в другие финансовые инструменты, такие как акции или облигации, потому что банк обязан выплатить весь вложенный капитал инвестора обратно. Однако, они более рискованы чем обычные вклады, поскольку их доходность зависит от оценки других финансовых инструментов на рынке, с которыми структурированные депозиты связаны. В некоторых случаях, инвестор может получить просто вложенные средства назад, без всякого дополнительного дохода.

Рассмотрим более наглядно, каким образом работает структурированный продукт. Данные представим на рисунке 2:



Примечание – разработка автора с использованием [6, с.15].

Таким образом, применяя практику российских банков в области структурированных депозитов в Республике Беларусь и в частности ОАО «Белагропромбанк» позволит банку привлечь свободные денежные средства не только простого населения страны, но и создать базу VIP клиентов. Это повысит эффективность депозитных операций, т.к. повысится средний остаток денежных средств в банке и как следствие чистый доход по вкладным операциям.

Выводы данного исследования Реализация в практической деятельности банковских учреждений рассмотренных в статье мероприятий позволит не только расширить возможности коммерческих банков, но и даст мощный толчок развитию всего отечественного финансового рынка, его инструментам, инфраструктуре и институтам, что повысит эффективность распределения капитала и создаст благоприятные условия для модернизации и роста национальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ханкевич А.В. Формирование ресурсной базы коммерческих банков: от привлечения депозитов до IPO / А.В. Ханкевич // Экономика и управление. - 2013. - № 1 (33). - С. 73 - 77.
2. Костерина Т.М. Банковское дело: учеб. - практ. пособие / Т.М. Костерина. - М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. - 360 с.
3. Раков А. Новые источники расширения ресурсной базы банков / А. Раков // Банкаўскі веснік. – 2007. - №22. – С. 38 – 43.
4. Кадыко Н.М. Синдицированное кредитование как способ привлечения внешних ресурсов в экономику Республики Беларусь / Н.М. Кадыко // Актуальные проблемы экономики и управления. - 2013. - №7. - С. 89 - 92.
5. Емельянова Т. Секьюритизация активов: мировой опыт и перспективы применения в Республике Беларусь / Т. Емельянова // Банкаўскі веснік. – 2013. - №9. – С.51 – 53.
6. Витвицкий М. Структурированные депозиты и их роль в современном банковском деле / М. Витвицкий //

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Вестник ассоциации белорусских банков. - 2012. - №22.
- С.13 - 18.

7.Лаврушина О.И. Банковское дело: учебник / под ред. О.И. Лаврушина. – Москва: Финансы и статистика, 1998. – 576 с.

8.Климентьева С.В. Основы банковского дела: учеб.-метод. комплекс / С.В. Климентьева – Новопо-лоцк: ПГУ, 2007. – 300 с.

9.Ширинская Е.Б. Операции коммерческих бан-ков / Е.Б. Ширинская. – Москва: Финансы и статистика, 1995. – 160 с.

МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ПРИЙНЯТТЯ БАГАТОЦІЛЬОВОГО БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНОГО РІШЕННЯ ПРИ ВИБОРІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Іваненко Тетяна Вікторівна

канд. техн. наук, доцент кафедри

математичного аналізу та теорії ймовірностей

Національного технічного університету України «КПІ»

У статті розроблено математичну модель прийняття багатоцільового багатокритеріального рішення інвестором при виборі інвестиційного проекту. На підставі моделі проведено розрахунок, зроблено висновки із отриманих результатів та сформульовано рекомендації інвестору щодо прийняття оптимального рішення.

Ключові слова: інвестиційний проект, критерій прийняття рішення, функціонал оцінювання, множина стратегій інвестора, матриця часткових цілей.

In the article is shown a mathematical model of multipurpose decision solutions in case of selecting an investment project by an investor. On the basis of the model is made a calculation, conclusions are drawn from the results and recommendations for the investor are made for him to provide an optimal solution.

Keywords: investment project, criteria of making a decision, evaluation functional, strategies of the investor, matrix of partial goals.

Постановка проблеми. Інвестиційна діяльність підприємств завжди пов'язана з проблемою обмеженості інвестиційних ресурсів. Тому інвестор не може реалізувати усі можливі напрямки інвестиційної діяльності, а змушений приймати рішення, обираючи ту стратегію, яка найкраще відповідає його цілям й критеріям відбору. Багатоцільова задача – це задача прийняття рішення, при якому кожна поставлена інвестором ціль має бути досягнутою у максимально можливому ступені. Оцінка ступеня досягнення цілі здійснюється за певними критеріями, яких також може бути декілька при оцінці кожної цілі. Тому таку задачу називають багатоцільовою багатокритеріальною задачею прийняття рішення.

Задача прийняття багатоцільового рішення полягає у визначенні та одночасній оптимізації кількох параметрів, що впливають на кожен поставлену ціль. Такі параметри часто є не лише взаємопов'язаними, але й суперечливими. Це означає, що досягти найкращих для інвестора значень усіх параметрів одночасно неможливо, оскільки покращення одного з них призводить до погіршення іншого. Таким чином, інвестору доводиться приймати неочевидне рішення, доцільність та оптимальність якого має бути підтверджена певними розрахунками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемам прийняття оптимальних рішень в умовах невизначеності і ризику присвячено ряд робіт таких авторів, як В.В. Вітлінський, П.І. Верченко, А.В. Сігал, Я.С. Наконечний [1], Кігель В.Р. [5]. Особливості прийняття інвестиційних рішень досліджено у працях

А.А. Пересади, Ю.М. Коваленка, С.В. Онікієнка [7], І. В. Гончарова [3], [4]. Управління ризиком у підприємницькій діяльності проаналізовано в роботах А.В. Шегди, М.В. Голованенка [8].

Постановка завдання

Метою статті є розробка та застосування математичної моделі прийняття багатоцільового та багатокритеріального інвестиційного рішення з урахуванням як об'єктивних характеристик проекту, таких як прибуток, рентабельність, термін окупності вкладених коштів, так і суб'єктивних чинників, таких як схильність інвестора до ризику, оцінка важливості критеріїв відбору проекту тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження

Постановка задачі визначається трьома множинами:

1) Функціоналом оцінювання $F: F = (F_1, F_2, \dots, F_n)$, де n – кількість критеріїв, за якими здійснюється оцінка поставленої проблеми;

2) Множиною стратегій інвестора $S = (S_1, S_2, \dots, S_m)$, де m – кількість стратегій;

3) Множиною станів економічного середовища $P = (P_1, P_2, \dots, P_l)$, де l – кількість можливих станів зовнішнього середовища проекту [1].

Зрозуміло, що ця величина за своєю суттю є неперервною, тобто середовище плавно змінює свій стан, переходячи з одного в інший. Але для спрощення моделі інвестору слід розробити ознаки, за якими поточний стан економічного середовища можна було б віднести до P_t ($t = 1, \dots, l$).

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Позначимо D множину матриць, кожна з яких відповідає частковій цілі інвестора: $D = (D^{(1)}, D^{(2)}, \dots, D^{(k)})$, де k – кількість цілей. Елементами цих матриць $d_{ij}(r)$ є числа, що характеризують ступінь досягнення часткової r -ої цілі при застосуванні підприємством i -ої стратегії при j -му стані економічного середовища ($1 \leq r \leq k, 1 \leq i \leq m, 1 \leq j \leq l$). Задача полягає у складанні множини матриць D на підставі даних множин F, S , і P з подальшим її аналізом та прийняттям рішення про вибір стратегії інвестора для досягнення найкращого результату. Слід зазначити, що множини D і F взаємопов'язані: $D = f(F)$, або $d_{ij}(r) = f(F_{ij})$ ($1 \leq q \leq n$), тобто ступінь досягнення часткової цілі залежить від того, за яким критерієм його оцінювати.

Розглянемо задачу прийняття рішення з вибору інвестиційного проекту на виробничому підприємстві, яке працює у харчовій галузі виключно на внутрішньому ринку. Останні два роки діяльності підприємства показали, що його продукція користується попитом, причому існує можливість збільшення обсягів продажу як за рахунок збільшення обсягів існуючого виробництва, так і за рахунок розширення асортименту продукції, а також підвищення її якості. Однак інвестиційні можливості підприємства обмежені і воно може реалізувати лише один проект. Обрати шлях подальшого розвитку підприємства можна з наступних варіантів:

- будівництво філії підприємства в регіоні А, де є перспективний ринок збуту продукції;
- будівництво філії підприємства в регіоні Б, у якому є значний ресурс дешевої робочої сили;
- розширення наявного виробництва;
- технічне переобладнання наявного підприємства для підвищення якості продукції.

Кожний з варіантів розвитку є стратегією інвестора, тому множина S складається з чотирьох елементів: $S = (S_1, S_2, S_3, S_4)$ відповідно. Можливі стани економічного середовища охарактеризуємо так:

- несприятливий (передбачає підвищення темпу інфляції, зниження купівельної здатності населення, збільшення витрат підприємства та зменшення його прибутку);
- нейтральний (характеризується стабільною ситуацією на ринку);
- сприятливий (передбачає зниження темпу інфляції, подальше зростання попиту на продукцію підприємства, збільшення його прибутків).

Тому множина станів економічного середовища P складається з трьох елементів: $P = (P_1, P_2, P_3)$ відповідно.

Кожний проект характеризується різними обсягами очікуваного прибутку, а також різним ступенем невизначеності, а отже й ризику. Таким чином, інвестор має на меті досягнення двох цілей: максимізації прибутку та одночасної мінімізації ризику. Отже, $D = (D^{(1)}, D^{(2)})$ відповідно.

Для оцінки кожного проекту використовується чотири критерії: чиста приведена вартість проекту (NPV), дискontований період окупності інвестицій (DPP), гранична норма дохідності (IRR) та індекс прибутковості (PI) [7]. Тому функціонал оцінювання F виглядатиме так:

$$F = (F_{NPV}, F_{DPP}, F_{IRR}, F_{PI}).$$

Зв'язок між цілями і критеріями оцінювання проектів даної задачі наступний: NPV визначає прибуток проекту з урахуванням фактору часу його отримання в абсолютних одиницях виміру (тис. грн.). Тому цей критерій оцінює ступінь досягнення цілі $D^{(1)}$ – максимізації прибутку. Критерій індекс прибутковості PI характеризує ефективність роботи підприємства, є відносною безрозмірною величиною і також дає оцінку ступеня досягнення цілі $D^{(1)}$. При цьому обмежитись якимось одним критерієм з цих двох не можна, оскільки вони дають різну інформацію щодо проекту: велике значення NPV не завжди означає високу ефективність роботи і може досягатись лише за рахунок великого масштабу підприємства. Критерій граничної норми дохідності IRR вказує максимально можливу вартість інвестованого капіталу, перевищення якої призведе до збитковості проекту. Тому чим більше вартість капіталу відхиляється від критичної межі IRR у бік зменшення, тим більш безпечним є стан підприємства. Виходячи з цього ризик проекту (ступінь досягнення цілі $D^{(2)}$) можемо охарактеризувати показником IRR, який є відносним і вимірюється у відсотках. Критерій дискontованого періоду окупності DPP визначає термін повернення вкладених коштів і вимірюється періодами часу. Чим швидше інвестиції окупуються, тим більш передбачуваним, прогнозованим є процес реалізації проекту. Тому цей показник також можна прийняти в якості критерію для оцінки ризику проекту і досягнення цілі $D^{(2)}$.

Проведене техніко-економічне обґрунтування усіх проектів за умови різних станів економічного середовища надало дані для здійснення аналізу і прийняття рішення з вибору проекту, наведені в таблицях 1 - 4.

Таблиця 1

Чиста приведена вартість проектів NPV (тис. грн.)

S \ P	P ₁	P ₂	P ₃
S ₁	452	513	580
S ₂	391	485	552
S ₃	267	300	389
S ₄	258	275	311

Таблиця 2

Індекс прибутковості проектів PI

S \ P	P ₁	P ₂	P ₃
S ₁	0,95	1,25	1,38
S ₂	1,12	1,30	1,41
S ₃	1,32	1,43	1,49
S ₄	1,30	1,47	1,52

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Таблиця 3
Гранична норма дохідності проектів IRR (%)

	P	P ₁	P ₂	P ₃
S				
S ₁		22,05	20,15	19,20
S ₂		22,13	19,80	19,00
S ₃		19,07	18,90	18,50
S ₄		20,11	19,30	17,83

Таблиця 4
Дискontований період окупності проектів DPP (роки)

	P	P ₁	P ₂	P ₃
S				
S ₁		5,90	5,53	4,12
S ₂		6,24	5,07	4,55
S ₃		3,83	3,21	2,75
S ₄		3,50	3,20	2,75

На підставі цих даних запишемо матриці часткових цілей

$$D = (D_{NPV}^{(1)}, D_{PI}^{(1)}, D_{IRR}^{(2)}, D_{DPP}^{(2)}) :$$

$$D_{NPV}^{(1)} = \begin{pmatrix} 452 & 513 & 580 \\ 391 & 485 & 552 \\ 267 & 300 & 389 \\ 258 & 275 & 311 \end{pmatrix} \quad D_{PI}^{(1)} = \begin{pmatrix} 0,95 & 1,25 & 1,38 \\ 1,12 & 1,30 & 1,41 \\ 1,32 & 1,43 & 1,49 \\ 1,30 & 1,47 & 1,52 \end{pmatrix}$$

$$D_{IRR}^{(2)} = \begin{pmatrix} 22,05 & 20,15 & 19,20 \\ 22,13 & 19,80 & 19,00 \\ 19,07 & 18,19 & 18,50 \\ 20,11 & 19,30 & 17,83 \end{pmatrix} \quad D_{DPP}^{(2)} = \begin{pmatrix} 5,90 & 5,53 & 4,12 \\ 6,24 & 5,07 & 4,55 \\ 3,83 & 3,21 & 2,75 \\ 3,50 & 3,20 & 2,75 \end{pmatrix}$$

Для подальших дій з отриманими матрицями необхідно врахувати дві особливості. По-перше, узгодити інгредієнти матриць. Інгредієнтом матриці часткових цілей є правило оцінки зміни елементів матриці [2]. Якщо збільшення елементів матриці оцінюється інвестором як позитивна тенденція, матриця має додатний інгредієнт, у протилежному випадку – від’ємний. У задачі, що розглядається, матриці $D_{NPV}^{(1)}$ і $D_{PI}^{(1)}$ мають додатний інгредієнт, а матриці $D_{IRR}^{(2)}$ і $D_{DPP}^{(2)}$ - від’ємний. По-друге, слід узгодити одиниці виміру елементів матриць для забезпечення подальшої їх порівнюваності. Для цього слід провести нормалізацію матриць, яка полягає у перетворенні елементів матриці D за певним правилом і отриманні нової, нормалізованої матриці \bar{D} , елементи якої є відносними величинами, їх значення знаходяться в межах $[0; 1]$. Існує багато різних методів нормалізації матриць [8], до матриць $D_{NPV}^{(1)}$ і $D_{PI}^{(1)}$ застосуємо метод відносної нормалізації, який не змінює інгредієнту. Цей метод реалізується за формулою (1). До матриць $D_{IRR}^{(2)}$ і $D_{DPP}^{(2)}$ застосуємо заміну елементів матриці на обернені за формулою (2). Така нормалізація змінить інгредієнт на протилежний.

$$\tilde{d}_{ij}^{(r)} = \frac{d_{ij}^{(r)}}{\max_{1 \leq i \leq m} d_{ij}^{(r)}} \quad \tilde{d}_{ij}^{(r)} = \frac{1}{d_{ij}^{(r)}}$$

Після перетворень отримаємо нормалізовані матриці:

$$\tilde{D}_{NPV}^{(1)} = \begin{pmatrix} 1,000 & 1,000 & 1,000 \\ 0,865 & 0,945 & 0,952 \\ 0,591 & 0,585 & 0,671 \\ 0,571 & 0,536 & 0,536 \end{pmatrix} \quad \tilde{D}_{PI}^{(1)} = \begin{pmatrix} 0,720 & 0,850 & 0,908 \\ 0,848 & 0,884 & 0,928 \\ 1,000 & 0,973 & 0,980 \\ 0,985 & 1,000 & 1,000 \end{pmatrix}$$

$$\tilde{D}_{IRR}^{(2)} = \begin{pmatrix} 0,045 & 0,050 & 0,052 \\ 0,045 & 0,051 & 0,053 \\ 0,052 & 0,053 & 0,054 \\ 0,050 & 0,052 & 0,056 \end{pmatrix} \quad \tilde{D}_{DPP}^{(2)} = \begin{pmatrix} 0,169 & 0,181 & 0,243 \\ 0,160 & 0,197 & 0,220 \\ 0,261 & 0,312 & 0,364 \\ 0,286 & 0,313 & 0,364 \end{pmatrix}$$

На наступному етапі слід визначити та врахувати пріоритети часткових цілей, оскільки не завжди усі критерії однаково важливі для інвестора. Для цього інвестор повинен визначити вектор вагових коефіцієнтів

$\vec{\alpha} = (\alpha^{(1)}, \alpha^{(2)}, \dots, \alpha^{(k)})$, елементи якого відображують ступінь важливості відповідного критерію. Елементи цього вектора повинні відповідати наступним ви-

$$\text{могам: } 0 \leq \alpha^{(r)} \leq 1, \quad \forall 1 \leq r \leq k \quad \text{і} \quad \sum_{r=1}^k \alpha^{(r)} = 1$$

Нехай у задачі, що розглядається, найважливішим критерієм інвестор вважає NPV, другим за значущістю – DPP і менш важливими - PI та IRR. Вектор вагових

коефіцієнтів має вигляд: $\vec{\alpha} = (0,4; 0,2; 0,1; 0,3)$ Застосуємо лінійний метод врахування пріоритету за формулою (3):

$$\bar{d}_{ij}^{(r)} = \alpha^{(r)} \times d_{ij}^{(r)}$$

У результаті отримали новий набір матриць \bar{D} , елементи якого зважені так, що це відображає рівень значущості кожного критерію для інвестора:

$$\bar{D}_{NPV}^{(1)} = \begin{pmatrix} 0,400 & 0,400 & 0,400 \\ 0,346 & 0,378 & 0,381 \\ 0,236 & 0,234 & 0,268 \\ 0,228 & 0,214 & 0,214 \end{pmatrix} \quad \bar{D}_{PI}^{(1)} = \begin{pmatrix} 0,144 & 0,170 & 0,182 \\ 0,170 & 0,177 & 0,186 \\ 0,200 & 0,195 & 0,196 \\ 0,197 & 0,200 & 0,200 \end{pmatrix}$$

$$\bar{D}_{IRR}^{(2)} = \begin{pmatrix} 0,005 & 0,005 & 0,005 \\ 0,005 & 0,005 & 0,005 \\ 0,005 & 0,005 & 0,005 \\ 0,005 & 0,005 & 0,006 \end{pmatrix} \quad \bar{D}_{DPP}^{(2)} = \begin{pmatrix} 0,051 & 0,054 & 0,073 \\ 0,048 & 0,059 & 0,066 \\ 0,078 & 0,093 & 0,109 \\ 0,086 & 0,094 & 0,109 \end{pmatrix}$$

Тепер залишається з чотирьох матриць отримати одну шляхом їх згортання. Згорткою називають таку єдину матрицю D^* , елементи якої отримані за певною процедурою згортання на основі всього набору матриць D . Згортку матриць виконаємо методом сумарної ефек-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

тивності за формулою (4):

$$d^* = \sum_{r=1}^k d_{ij}^{(r)}$$

$$D^* = \begin{pmatrix} 0.5993 & 0.6293 & 0.6596 \\ 0.5683 & 0.6193 & 0.6374 \\ 0.5199 & 0.5272 & 0.5788 \\ 0.5160 & 0.5134 & 0.5292 \end{pmatrix}$$

За даними останньої матриці обираємо оптимальну стратегію інвестора. Результати розрахунків наведено в таблиці 5.

Таблиця 5

Оцінка стратегій інвестора та рекомендації щодо вибору альтернатив

стратегії	стани економічного середовища			Оцінки стратегій за різними критеріями					
	1	2	3						
1	0,5993	0,6293	0,6596	0,5993	0,6596	0,6355	0,6294	0,6264	0,6128
2	0,5683	0,6193	0,6374	0,5683	0,6374	0,6098	0,6083	0,6076	0,5880
3	0,5199	0,5272	0,5788	0,5199	0,5788	0,5552	0,5420	0,5353	0,5276
4	0,5160	0,5134	0,5292	0,5160	0,5292	0,5239	0,5195	0,5173	0,5166
Максимінний критерій Вальда									
Максимаксний критерій									
Критерій Гурвіца ($\beta = 0.4$)									
Критерій Лапласа									
Критерій Байеса – Лапласа ($p_1 = 0.3, p_2 = 0.5, p_3 = 0.2$)									
Критерій Ходжеса – Лемана ($\gamma = 0.5$)									

Висновки і пропозиції

На підставі проведених розрахунків надаються рекомендації інвестору щодо вибору стратегії. У задачі, що розглядається, усі критерії вказують на те, що оптимальним рішенням за даних умов є вибір першої стратегії, тобто інвестору слід розпочати будівництво філії підприємства в регіоні А, де є перспективний ринок збуту продукції. Слід зазначити, що цей проект, хоча і принесе найбільший за абсолютною величиною прибуток, порівняно з іншими, проте є найменш ефективним, має найбільший термін окупності та найбільшу граничну вартість капіталу. Значною мірою результат вибору залежить від особистих якостей інвестора, його ставлення до ризику, схильності до оптимізму. Разом з тим на результат вибору впливає і вибір критерію оцінювання. У даній задачі використано шість критеріїв, усі вони дали однаковий результат. Проте так буває не завжди, часто критерії дають суперечливі результати і не слід остаточно обирати стратегію, на яку вказує більшість критеріїв. Кожний з критеріїв має свої особливості застосування й іноді є взаємовиключними. Наприклад, критерій Вальда обирає обережний інвестор, це критерій гарантованого результату. Максимаксний критерій обирає оптимістичний інвестор, націлений на найкращий результат. Кри-

терій Гурвіца – для зваженого інвестора, показник β характеризує його схильність до песимізму. При застосуванні критерію Лапласа інвестор вважає, що усі стани економічного середовища рівноможливі, натомість критерій Байеса – Лапласа використовує певний ймовірнісний розподіл станів середовища ($p_1 = 0.3, p_2 = 0.5, p_3 = 0.2$). Критерій Ходжеса – Лемана враховує ступінь довіри до цього ймовірнісного розподілу (γ). Отже, насправді слід обрати один критерій, за яким оцінити альтернативні стратегії і надати рекомендації.

Література:

- Вітлінський В.В. Економічний ризик: ігрові моделі: Навч. посіб. / В.В. Вітлінський, П.І. Верченко, А.В. Сігал, Я.С. Наконечний; за ред. В.В. Вітлінського. – К: УКУКНЕУ, 2002.- 446 с.
- Волошин О.Ф., Мащенко С.О. Моделі та методи прийняття рішень: Навч. пос./ О.Ф. Волошин, С.О. Мащенко – К., Київський університет, 2006 – 336 с.
- Гончаров І.В. Оцінка ризику інвестиційного проекту методом імітаційного моделювання // Технический прогресс и эффективность производства: Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Сборник научных трудов. Выпуск 90: Харьков, ХДПУ.-2009. - 241с. - С. 36-40.
- Гончаров І.В.Ризик та прийняття управлінських рішень: Навч. посібник / І.В. Гончаров – Харків: НТУ “ХПІ”, 2002. - 160с.
- Кігель В.Р. Математичні методи прийняття рішень у ефективному підприємстві: Монографія / В.Р. Кігель. – К: ІЕУГП, 1999.- 270 с.
- Кини Р., Райфа Х. Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения./ Р. Кини, Х. Райфа - М.:Мир, 1991. 560 с.
- Пересада А.А., Коваленко Ю.М., Онікієнко С.В. Інвестиційний аналіз: підручник / А.А. Пересада, Ю.М. Коваленко, С.В.Онікієнко. – К: КНЕУ, 2003.- 485 с.
- Шегда А.В., Голованенко М.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: Навч. посіб. / А.В. Шегда, М.В. Голованенко; за ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2008.- 271 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ОBOB'ЯЗКОВИХ ПРОФЕСІЙНИХ ПЕНСІЙНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ

Колодій А.В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Львівський національний аграрний університет, м. Львів

У статті досліджено сучасний стан розвитку пенсійної системи України. Розглянуто інвестиційний потенціал накопичувальної пенсійної системи. Запропоновано запровадження обов'язкових професійних пенсійних систем після запровадження другого рівня пенсійної системи.

Ключові слова: пенсійна система, страхові внески, пенсійне страхування, накопичувальна пенсійна система, пенсійне забезпечення, обов'язкова професійна пенсійна система.

The current state of the pension system in Ukraine is explored in paper. The investment potential of funded pension system is considered. Implementation of mandatory occupational pension system after input of the second pillar is proposed.

Keywords: pension system, insurance contributions, pension insurance, funded pension system, pensions, mandatory occupational pension system.

Постановка проблеми. На сьогодні пенсійна система України є розбалансованою. Збалансувати її шляхом примітивного маніпулювання ззовні тарифами страхових внесків неможливо. З іншого боку, створити стабільну пенсійну систему лише реформою всередині неї самої також є важким завданням, оскільки всі резерви її стабільності і стійкості знаходяться поза межами самої системи.

Сприйняття пенсійної системи як певним чином ізольованої структури від усіх інших економічних складових держави (на мікро і макrorівні) є помилковим, оскільки пенсійна система априорі є абсолютною похідною як від економіки, так і від демографії і ринку праці.

Тому, пенсійна система, щоб стати ефективною, повинна взаємодіяти з економікою на паритетних умовах, а не, як це часто буває, діяти по залишковому принципу та не використовуватися як інструмент регулювання дефіциту державного бюджету. Через свою складність і багатофакторність вона не може регулюватися одним чи навіть декількома інструментами для пристосування до економічної чи політичної кон'юнктури. Соціально-економічні параметри розвитку країни повинні бути орієнтовані на створення об'єктивних економічних умов стійкого довгострокового виконання державою накопичених пенсійних зобов'язань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та постановка завдання. Питанням реформування пенсійної системи України, зокрема аналізу та ролі накопичувальної та недержавної складових в пенсійній системі країни присвячено праці таких авторів як А. Федоренко, Е. Лібанова, Н. Горюк, О. Коваль, В. Рудик, О. Ткач.

Зокрема, А. Федоренко зауважує, що «...Важливою темою, котра активно дискутується в контексті впровадження накопичувальної системи пенсійного страхування, є питання розробки напрямів інвестиційної

політики та визначення конкретних об'єктів для розміщення страхових внесків». На думку вченого, держава повинна, принаймні на початку функціонування другого рівня, гарантувати відшкодування його учасникам втрати, внаслідок інфляційного знецінення активів або неприйнятно низької дохідності, окремих фінансових інструментів. [8, с. 7-8]

В. Рудик наголошує, що при запровадженні другого рівня пенсійної системи пріоритетне значення має інституційний аспект згідно якого основними стратегічними завданнями держави у цьому є формування основних фінансових інститутів системи другого рівня, регламентування їх діяльності через пенсійне законодавство та створення механізму оптимальних відносин між його учасниками [7, с. 41-42].

Г. Назарова досліджуючи діяльність інституційних інвесторів, до складу яких вона відносить і недержавні пенсійні фонди, робить наголос на функціонуванні потужних професійних недержавних пенсійних фондів та визначення критеріїв надійності їх діяльності [3].

Дослідження цих та багатьох інших науковців підводять нас до припущення, що системні помилки та прорахунки в проведенні пенсійної реформи свідчать що цей процес перебуває на початковій стадії свого розвитку. Відповідно, завдання нашого дослідження – показати сучасний стан розвитку пенсійної системи України, окреслити шляхи підвищення ефективності її функціонування та розкрити важливість запровадження обов'язкових професійних пенсійних систем.

Вклад основного матеріалу. Перехід України до ринкової системи господарювання зумовив виникнення соціальних та економічних передумов щодо докорінних змін у системі пенсійного страхування. Базовим чинником, що повинен стати наріжним каменем реформування пенсійної системи є процес формування надійної фінан-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

сової системи, яка могла б гарантувати гідний рівень життя особам похилого віку. Першочерговим завданням тут має бути відновлення соціальної справедливості для нинішніх пенсіонерів, створення додаткових умов для розвитку економіки України, запровадження стимулюючих механізмів створення пенсійних заощаджень для майбутніх пенсіонерів.

Напрями реформування пенсійної системи в Україні закріплені у прийнятих Верховною Радою України у 2003 р. законах України “Про загально-обов’язкове державне пенсійне страхування” та “Про недержавне пенсійне забезпечення”. Згідно із затвердженою моделлю системи пенсійного забезпечення передбачалося створити 3-рівневу пенсійну систему: солідарну систему загальнообов’язкового державного пенсійного страхування (I рівень); накопичувальну систему загальнообов’язкового державного пенсійного страхування (II рівень); систему недержавного пенсійного забезпечення (III рівень). З 2004 року впроваджено солідарну систему загальнообов’язкового державного пенсійного страхування та систему недержавного пенсійного забезпечення.

Трирівнева модель пенсійного страхування відповідає широко розповсюдженій у світі багаторівневій моделі пенсійної системи. Однак, потрібно провести низку допоміжних заходів, які забезпечуватимуть застрахованим особам після виходу на пенсію мати гарантований рівень доходів.

Накопичувальну систему планувалося запровадити ще в 2007 р., потім терміни були перенесені на 2010-2011 рр., тепер відповідно до «Концепції подальшого проведення пенсійної реформи» [6] запровадження другого рівня відкладається до 2014-2017 рр., однак і досі конструктивних кроків в даному питанні не зроблено. Відтермінування пов’язано з багатьма причинами, оскільки запровадження другого рівня планується лише після формування необхідних економічних передумов та створення налагодженої й ефективної системи державного нагляду та регулювання у цій сфері, а також необхідної інфраструктури [2].

Оскільки метою запровадження другого рівня є посилення соціального захисту майбутніх пенсіонерів, то, з одного боку, це потребує необхідної інституційної, технічної та законодавчої підготовки, а з другого – найскорішого впровадження та ефективного функціонування накопичувальної складової пенсійної системи.

Як передбачено чинним вітчизняним законодавством, НПЗ здійснюють недержавні пенсійні фонди через підписання пенсійних контрактів між адміністраторами пенсійних фондів і вкладниками таких фондів; страхові організації через укладення договорів страхування довічної пенсії, страхування ризику настання інвалідності або смерті учасника фонду; банківські установи шляхом укладення договорів про відкриття пенсійних депозитних рахунків для накопичення пенсійних заощаджень у межах суми, визначеної для відшкодування вкладів Фондом гарантування вкладів фізичних осіб.

Система НПЗ протягом останніх років демонструє поступальний розвиток. Відповідно до даних Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України, станом на 31.12.2013 р. в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 81 недержавний пенсійний фонд та 28 адміністраторів НПФ.

Як альтернатива, або навіть доповнення до систем другого та третього рівнів уже понад 10 років ведуться дискусії щодо запровадження в Україні обов’язкових професійних пенсійних систем (ОППС) як форми накопичення, збереження та виплат застрахованим особам і учасникам, які працюють в особливих (шкідливих або важких) умовах. Як свідчить світова практика, ОППС створюється як компенсація за такі умови і зазвичай є складовою частиною системи накопичувального пенсійного страхування. Однак, на сьогодні більшість недержавних пенсійних фондів не забезпечують доходність пенсійних активів вище рівня інфляції. Запровадження обов’язкової професійної пенсійної системи передбачає додаткове навантаження на роботодавця, у тому числі на державний бюджет, пов’язане із сплатою обов’язкових професійних пенсійних внесків на користь учасників цієї системи.

Значення даної проблематики для України підтверджують розрахунки: за умови її існування в минулому вже у 2012 р. кількість потенційних учасників ОППС становила б 2578,6 тис. осіб, або 19,6% від загальної кількості нинішніх пенсіонерів [1, с.36].

Ще у 2007 році в парламенті було зареєстровано проект закону «Про обов’язкову професійну пенсійну систему» в якому визначено, що обов’язкова професійна пенсійна система – складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах обов’язкової участі роботодавців у формуванні пенсійних накопичень на користь окремих категорій осіб, які працюють на роботах із шкідливими та важкими умовами праці, або на посадах і в професіях, зайнятість на/в яких дає право на призначення пенсії на пільгових умовах чи за вислугу років, з метою отримання учасниками обов’язкової професійної пенсійної системи додаткових до загальнообов’язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат.

Аналізуючи погляди вітчизняної експертної спільноти на запровадження ОППС в Україні, варто зосередити увагу на двох основних підходах. Відповідно до першого вона має бути реалізована одночасно із системою II рівня, згідно з другим – після запровадження II рівня.

Прихильники першої точки зору відзначають, що за своїми економіко-адміністративними особливостями ОППС і система II рівня є подібними, а саме: мають обов’язковий характер; потребують наявності системи персоніфікованого обліку; кошти систем є власністю застрахованих осіб і підлягають інвестуванню; кошти не можуть бути вилучені із системи до набутої застрахованими особами права на отримання пенсії. Наявність цих та інших спільних рис обґрунтовує пропозицію щодо

синхронізації запровадження ОППС і системи II рівня [1, с.36].

Прихильники другої точки зору стверджують, що, попри сукупність спільних рис і менші масштаби, ОППС є значно складнішою, ніж система II рівня. Внаслідок цього вона є надзвичайно утрудненою для державного регулювання і нагляду. Отже, ОППС має бути запроваджена не до і не одночасно, а винятково після започаткування системи II рівня на підставі опрацювання хоча б кількарічного досвіду функціонування останньої.

Порівняна простота системи II рівня є наслідком її прозорості та моноваріантності. Взаємодія в ланцюгу «роботодавець – заробітна плата – сума ЄСВ – процент відрахування до II рівня» є універсальною і не прив'язана до умов праці. Ця ж простота обумовлює мінімум помилок і зловживань при функціонуванні системи, а отже, і порівняну простоту контролю та нагляду [1, с.37].

Висновки. Отже, можна цілком погодитися з думкою експертів, які вважають, що ОППС як компенсаційний механізм має бути запроваджена в Україні. Але таке запровадження повинно відбутися винятково після узагальнення і критичного осмислення кількарічного досвіду функціонування накопичувальної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Коваль О. ОППС: бути чи не бути ? / О. Коваль // Вісник Пенсійного фонду України. – 2014. – № 5(143). – С. 36-38.
2. Кравченко М.В. Накопичувальна пенсійна система як інструмент соціального захисту громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10kmvszg.pdf>.
3. Назарова Г.В. Аналіз інвестиційних можливостей інституційних інвесторів / Г.В. Назарова // Проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 124 – 130.
4. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення за перше півріччя 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/files/docs/zvit/npfza22013.pdf>.
5. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/-laws/show/1057-15>.
6. Про схвалення Концепції подальшого проведення пенсійної реформи : розпорядження Кабінету Міністрів України // Уряд. кур'єр. – 2009. – 28 жовт. – № 199.
7. Рудик В.К. Особливості формування інституціональної структури загальнообов'язкового накопичувального пенсійного страхування в Україні / В.К. Рудик // Бізнесінформ. – 2013. – № 4. – С. 38 – 43.
8. Федоренко А. В. Економічна складова накопичувальної пенсійної системи / А. В. Федоренко // Фінанси України. – 2011. – № 12. – С. 89 – 98.

УДК

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кравцова Людмила Леонідівна

Старший викладач кафедри економіки

Київського кооперативного інституту бізнесу і права

Анотація. В статті узагальнено теоретичні основи розробки та реалізації цінової політики сільськогосподарських підприємств в умовах ринку. Узагальнено визначення ціни сільськогосподарського товару. Наведені основні особливості формування ціни на сільськогосподарську продукцію.

Annotation.

The article are generalized theoretical framework for implementing the pricing policy of agricultural enterprises in the market. Overview pricing of agricultural goods. The basic features of the formation of prices for agricultural products.

Ключові слова: цінова політика сільськогосподарського підприємства, ціна, функції ціни.

Актуальність.

В умовах кризового стану сільського господарства, що супроводжуються стрімкими глобалізаційними процесами, питання пов'язане з розробкою та реалізацією цінової політики агропромислових підприємств мають важливе практичне значення. На сучасному етапі розвитку сільськогосподарських підприємств, незалежно від виду їх основної діяльності і форми власності, повинно реально оцінювати свої економічні можливості, відображення яких відбувається в задекларованих на ринку цінах.

Формування та встановлення ціни на продукцію, товари та послуги в умовах ринкової економіки відносяться до найважливіших управлінських рішень на рівні сільськогосподарських підприємств. Правильно сформована цінова політика, обґрунтовані та послідовно реалізовані цінова стратегія та тактика підприємства забезпечують успішну діяльність підприємств на ринку, впливають на обсяги реалізації, прибутковість, конкурентоспроможність підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Ціновій проблематиці присвятили значну увагу вітчизняні вчені М.І.Макаренко, Б.П.Чиркін, В.Є.Шуліпенко, зарубіжні – С.Пельтсман, П.Опітц, В.І.Едельман, Б.В.Папков та багато інших, які комплексно вивчали проблемні питання в цій сфері. Але питанню цінової політики підприємств сільського господарства не приділено достатньої уваги. Адже в практиці діяльності сільськогосподарських підприємств трапляються такі випадки, коли вартість одного сільськогосподарського товару (тобто затрати суспільно необхідного часу) перевищує вартість іншого, але ринкова ціна його менша. Це пояснюється співвідношенням попиту і пропозиції на товари. Існують ще й інші фактори, не пов'язані з вартістю, але впливають на ціну товару.

Отже, ціна є грошовим вираженням вартості сільськогосподарського товару лише в тому випадку, коли

існує рівновага між попитом і пропозицією. В інших випадках коливання цін спричиняється не вартістю, а іншими причинами. Тому потрібне більш універсальне визначення ціни: ціна - це грошова сума, яку одержують за конкретний товар. Величина ж грошової суми залежить від багатьох факторів, які частково будуть розглянуті в статті.

Об'єктом дослідження статті є економічні відносини, які виникають між сільськогосподарськими підприємствами та споживачами, а також державою.

Предметом дослідження є теоретичні і методичні засади вдосконалення механізму ціноутворення на підприємствах сільського господарства.

Основу ціни як економічної категорії становить вартість товару, величина якої визначається суспільне необхідними затратами праці. Як зазначав відомий український економіст М. І. Туган - Барановський, «ціна вільно виробленого товару визначається тими видатками на його виробництво, які дають змогу виробити товару стільки, скільки його потребує ринок». Разом з тим ціна є вираженням узгодженого продавцем і покупцем грошового або іншого майнового еквівалента, який покупець згоден заплатити за переданий йому товар (роботи, послуги).

Суб'єктивістські та волонтаристські уявлення щодо ціноутворення, які мали місце в нашій країні, коли ігнорувалися вимоги об'єктивних економічних законів (передусім закону вартості та закону розподілу за працею), зумовили те, що ціни лише фіксували рівень витрат того чи іншого виробництва, який склався. У багатьох випадках цей рівень був досить далеким від суспільно необхідних витрат. Відірвані від об'єктивної вартісної бази ціни, таким чином, перестали відповідати суспільне необхідним затратам праці і по суті перетворилися на планово-обліковий вимірник. Цілком зрозуміло, що така система цін не могла застосовуватися в умовах реформування економіки, фундаментальним моментом

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

якого у сфері ціноутворення є найповніше відображення у нових цінах суспільне необхідних затрат праці.

Головну роль у законодавстві, що регулює ціноутворення на території України належить Закону України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI, який визначає основні принципи встановлення та застосування цін і тарифів та організацію контролю за їх додержанням на території України. Закон поширюється на всі підприємства та організації незалежно від форм власності, підпорядкованості й методів організації праці та виробництва.

Як відомо, ціна являє собою економічну категорію, яка означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити сільськогосподарський товар. Ціна певної кількості сільськогосподарських товарів складає його вартість, звідси ціна сільськогосподарського товару – грошова вартість товару. Коли одиниця певного товару обмінюється на певну кількість іншого товару, останнє стає товарною ціною даного товару.

Особливістю ціноутворення і цін на сільськогосподарську продукцію є те, що по більшості її видів проявляється сезонне коливання цін. Зокрема, на зерно, соняшник, овочі, баштанні ціни істотно знижуються під час масового збору врожаю і в початковий після збирання період. В подальшому ціни починають зростати і нерідко досягають свого максимуму з наближенням наступного збирального сезону (зерно, соняшник). На окремі види тваринницької продукції, наприклад молоко, яйця, сезонне коливання цін пов'язане зі зміною обсягу виробництва і пропозиції продукції протягом року. Скажімо, з настанням осені зменшується надій на корову і знижується несучість кур, а отже, зменшується пропозиція молока і яєць на аграрному ринку, і як наслідок — зростають ціни на ці види продукції. З настанням весни і в літню пору, коли зростає продуктивність тварин, ціни на дану продукцію знижуються.[5, с.435]

Наявність такої обставини вимагає прийняття спеціальних організаційно-економічних заходів на макро- і мікрорівнях з метою зменшення сезонного коливання цін, від якого часто потерпають агропідприємства.

Нині на деякі товари, в тому числі сільськогосподарського походження, встановлюються високі, так звані психологічні ціни, розраховані лише на окремі категорії покупців, які готові купити цей дорогий товар виключно за його унікальні властивості, престижність. За такими цінами реалізується, наприклад, сільськогосподарська продукція, вироблена альтернативним сільським господарством без застосування мінеральних добрив, стимуляторів і пестицидів. Рівень психологічних цін на згадану продукцію в 2 рази і більше перевищує звичайні ціни. При їх встановленні необхідно досконало вивчити ринок, урахувати купівельну спроможність та інтереси споживачів, фактичні витрати підприємства на виробництво такої продукції з тим, щоб, з одного боку, ціна не була низькою для виробника, тобто такою, що не приносить йому прийнятної норми прибутку, а з іншого, щоб вона не була надто високою і через це не гальмувала збут продукції.[5, с.438]

Ціна в ринковій економіці є важливим регулятором її розвитку. Для виробників і споживачів вона — це той орієнтир, який дає змогу їм приймати правильні рішення: що саме виробляти, коли виробляти і скільки, що і скільки купувати. Скажімо, зростання ціни стимулює виробника збільшувати виробництво товару, задовольняючи тим самим зростаючий попит споживачів. Якщо кількість споживачів, які хочуть і можуть купити цей товар за підвищеною ціною, стабілізується, настає рівновага на ринку між попитом і пропозицією. Ціна в даному випадку виконала стимулюючу і синхронізуючу функції. Водночас у процесі своїх динамічних змін ціна виконує і сигнальну функцію, оскільки орієнтує товаровиробників на ефективний перерозподіл ресурсів між видами виробництв. Якщо, наприклад, спостерігається тенденція до зниження ціни на свинину і підвищення на яловичину, це є сигналом того, що частину ресурсів із свинарства економічно виправдано направити на прискорений розвиток скотарства і тим самим досягти більшої економічної вигоди.

Таким чином, в умовах ринку виробники сільськогосподарської продукції проявляють виправданий раціоналізм, намагаючись виробляти такі товари, які можуть принести їм у даних умовах максимальну економічну вигоду. Зрозуміло, що вони ніколи не вироблятимуть продукт, на який немає попиту або якщо його ціна не забезпечує достатнього з точки зору виробника рівня доходності. Водночас раціоналізм покупців виявляється в тому, що вони купують товар того продавця, який пропонує нижчу ціну за аналогічний товар або ж ту саму ціну, але за умови його кращої якості. Таке діалектичне протиріччя між інтересами виробників і споживачів стимулює виробництво в напрямі збільшення випуску потрібних і якісних товарів з одночасним забезпеченням економічно необхідного рівня доходності. Ціни в умовах ринку повинні бути адаптивними, тобто оперативно реагувати на зміни в попиті й пропозиції, конкурентному середовищі, у витратах самих виробників. Адаптація може здійснюватися різними способами залежно від конкретної ситуації, що склалася на ринку: встановленням різних надбавок і знижок, зниженням або підвищенням рівня ціни, виплатою компенсацій тощо. В економічному вигаши перебувають ті сільськогосподарські підприємства, які за інших однакових умов досконало використовують адаптивний механізм цін на товари власного виробництва.

Отже, ефективна цінова політика сільськогосподарських підприємств повинна забезпечити оптимальне співвідношення внутрішніх фінансових інтересів виробника та зовнішніх ринкових умов господарювання з урахуванням оптимізації капіталу. А тактичний інструментарій по управлінню цінами в розпорядженні сільськогосподарських підприємств дуже різноманітний, вибір конкретної тактики ціноутворення обумовлюється обраною стратегією ціноутворення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Податковий кодекс України 02.12.2011 № 2755-VI

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

2. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05.04.2007 № 877-V

3. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 №5007-VI

4. Акулов М.Г. Економіка праці і соціально-трудові відносини. Навчальний посібник рекомендовано МОН України К. Центр учбової літератури, 2012.- 328 с.

5. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. К.: КНЕУ, 2002.- 624с.

6. Березін О.В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку. Монографія./О.В. Березін. К.: ЦУЛ, 2008.-184с.

7. Колектив авторів НПК Податкового кодексу України. I-II том. НПК Податкового кодексу України. III том. Зміни та доповнення на 01.09.11.. К. Центр учбової літератури, 2012.- 1900 с.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Крайник Ольга Петрівна

Львівський регіональний інститут державного управління

Національної академії державного управління при Президентові України

Розглядаються зміст, проблеми та переваги децентралізації управління фінансовими ресурсами. Показано необхідність змін в бюджетній політиці відповідно до нових підходів в управлінні регіонами. Розглянуто переваги та недоліки бюджетно-фінансової децентралізації та можливі проблеми в умовах її реалізації.

Ключові слова: бюджетна система; децентралізація управління фінансовими ресурсами; місцеві бюджети; доходи та видатки місцевих бюджетів.

Consider content, challenges and benefits of decentralization of financial management. The necessity of changes in fiscal policy under new management approaches in regions. Advantages and disadvantages of fiscal decentralization and possible problems in terms of its implementation ..

Keywords: budget system; decentralization of financial management; local governments; revenues and expenditures of local budgets.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.

Стратегічним завданням України на сьогодні є забезпечення економічного розвитку регіонів на основі децентралізації системи управління адміністративно – територіальними утвореннями, як важливого елемента подальшого державотворення.

Децентралізація передбачає розширення повноважень місцевих органів влади, підвищення ефективності надання управлінських послуг на місцевому рівні. Це означає забезпечення збалансованого розподілу повноважень, ресурсів і відповідальності між центральними органами державного управління і управління адміністративно-територіальними утвореннями, що залежить від безлічі умов і чинників. При цьому перенесення значних владних повноважень та функцій з державного на місцевий рівень передбачає їх відповідне фінансове забезпечення. Тому важливим завданням децентралізації є забезпечення балансу між обсягом наданих повноважень та підтримкою відповідними фінансовими ресурсами.

Аналіз останніх публікацій за даною проблемою.

Аналіз стану наукових розробок щодо зміни підходів в управлінні місцевими фінансами в умовах децентралізації показав, що ці питання постійно перебувають у полі зору дослідників. Розробці теоретичних основ та принципів практичної реалізації досліджуваної проблеми присвячені праці І. Б. Стефанюк, О. П. Кириленко, С.В. Слухай, Д. М. Серебрянська, Т.Г.Бондарук, І.О.Луніної, Т.І.Єфименко, І.Я.Чугунова та ін.

Формулювання цілей дослідження.

Метою статті є науково-теоретичне обґрунтування процесу децентралізованого управління на регіо-

нальному рівні, виявлення теоретичних особливостей та прикладних аспектів бюджетно-фінансової децентралізації в умовах проведення реформи системи державного управління в країні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування.

Децентралізація управління передбачає розосередження влади в межах системи урядування шляхом запровадження окремих рівнів органів влади, які мають певний ступінь незалежності та автономії один від одного. Розподіл повноважень сприяє створенню системи управління, яка зможе забезпечити контроль виконання повноважень незалежно від центрального уряду.

Звертаючись до досвіду розвинених країн можна констатувати, що протягом останніх десятиріч як розвинені країни, так і країни, що розвиваються переходять до децентралізації управління з метою підвищення ефективності надання державних послуг та прискорення процесу економічного зростання. Досвід багатьох країн підтверджує, що більшість функцій органів піднаціонального рівня місцеве самоврядування здатне виконувати більш ефективно ніж центральна влада. Водночас за такої умови забезпечується головний принцип децентралізації - принцип субсидіарності: публічні послуги повинні надаватись тими органами влади, що знаходяться найближче до громадян. [1]

В умовах централізації управління спостерігається концентрація як політичної, так і економічної влади у столичному місті країни, що протидіє інтересам інших міст та громад у країні. Це проявляється у сповільненому розвитку економіки адміністративно-територіальних утворень низового рівня. В умовах децентралізованого урядування спостерігається значне зростання економічної ініціативи у представників регіонального бізнесу.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Децентралізація ресурсів і повноважень допомагає забезпечити значно більше можливостей для істотного й помітного економічного розвитку. Аналізуючи переваги децентралізованого управління Алан Розенбаум зазначає, що «...найважливішою такою перевагою є те, що децентралізоване урядування сприяє подрібненню і розосередженню політичної влади. Вона не лише встановлює правила, якими керується економічний сектор, але влада і тільки влада має повноваження, здатність і право законним чином позбавити будь-кого багатства, власності і навіть життя. Перед обличчям цієї потенційно страхітливої сили у здійсненні державної влади важливо встановити і підтримувати систему стримувань і проти-ваг».[2]

Система децентралізованого урядування підвищує ефективність функціонування регіонального політичного устрою. Члени адміністративно-територіального утворення більш позитивно реагують на місцеву владу, яка здатна більше оперативні і в повному об'ємі задовольняти їх потреби. Крім того, запровадження децентралізації управління підвищує відповідальність місцевої влади за ефективність витрачання бюджетних коштів при реалізації місцевих програм розвитку.

Країни, що розвиваються, запроваджуючи децентралізацію управління, також розраховують на прискорення темпів економічного зростання, підвищення ефективності та результативності надання державних послуг. З іншого боку, ряд зарубіжних вчених вважає, що власне досягнення країною високого ступеня економічного розвитку є підставою для децентралізації управління, в тому числі в бюджетній сфері. Виходячи з цього можна вважати, що існує певний ступінь децентралізації управління, який залежить від ряду показників: загального стану економіки країни, рівня диспропорцій у розвитку регіонів, унітарного чи федерального устрою країни, стану державного управління, політичних інституцій, сформованості законодавчої бази тощо. Очевидно, що для кожної країни ця величина оптимуму буде різною.

Аналізуючи досвід децентралізації управління в європейських країнах С.В.Давиденко[3] зазначає, що європейська практика в сфері фінансового забезпечення підтверджує той факт, що не існує універсальних моделей і алгоритму вирішення питань децентралізації повноважень, власності та джерел фінансування місцевого самоврядування. В цьому аспекті можна лишень зробити узагальнюючі висновки серед яких найважливішими є: те, що важливою складовою, в той же час наслідком децентралізації стало укрупнення низових територіальних структур; ефективність децентралізації найкращим чином досягалась при умові широкого залучення місцевих общин і населення до вирішення питань управління і способів забезпечення розвитку конкретних місцевих муніципалітетів; обов'язковим пріоритетом було розширення фінансової бази місцевих бюджетів; важлива роль була відведена оптимізації міжбюджетних відносин як між бюджетами різного рівня, так і між бюджетами одного рівня.

Концепція реформування місцевого самовряду-

вання в Україні передбачає, що відповідно до Європейської практики, відображеної в частині першій статті 3 Європейської хартії, місцеве самоврядування означає право і спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання і управління суттєвою часткою суспільних справ, які належать до їхньої компетенції, в інтересах місцевого населення. Це передбачає забезпечення ефективної системи місцевого самоврядування, де фінансова децентралізація є однією з найважливіших умов [4]. Відповідно до вимог Європейської хартії місцевого самоврядування реформування системи місцевого самоврядування повинно включати ряд умов, основні з яких є адміністративно-територіальна реформа, децентралізація, делегування повноважень та фінансова децентралізація[5].

Важливим у цьому процесі є дотримання принципу субсидіарності, проголошеного Бюджетним кодексом України, згідно якого ефективність у процесі розподілу бюджетних ресурсів буде найвищою коли кожен вид видатків буде здійснюватись на тому рівні влади, який найбільше наблизений до одержувачів таких коштів. Таким чином фінансово-бюджетна складова децентралізації займає особливе місце, оскільки відображає практичну сторону децентралізації адміністративних повноважень і прямо впливає на соціально-економічний розвиток країни в цілому.

І. Б. Стефанюк, аналізуючи систему фінансового забезпечення органів місцевого самоврядування відзначає її недосконалість. «Визначений Бюджетним кодексом України механізм фінансування видатків на утримання органів місцевого самоврядування за рахунок дотації вирівнювання з державного бюджету та закріплених за місцевими бюджетами загальнодержавних податків і зборів є недосконалим та не узгоджується із законодавством про місцеве самоврядування. Це призводить до непрозорого планування й використання бюджетних коштів, негативно впливає на забезпечення оптимальної структури виконавчих органів місцевих рад.»[6]

Зміст бюджетно-фінансової децентралізації включає як політичні так і економічні й інституційні аспекти міжбюджетних відносин і охоплює різноманітні напрямки державного управління в регіонах – функціонування державних інститутів, в тому числі інститутів фінансової інфраструктури, формування вдосконалених механізмів розподілу міжбюджетних трансфертів та підтримки системи соціального забезпечення населення в регіонах. Ефективно розроблена політика бюджетно-фінансової децентралізації має забезпечувати місцеву автономію і сприяти підвищенню політичної відповідальності, економічної ефективності, відкритості управлінських рішень.

Аналізуючи стан державних фінансів О. П. Кириленко зазначає що, незважаючи на проведені реформи, бюджетній системі України притаманні високий рівень централізації ресурсів; значна трансфертна залежність місцевих бюджетів від державного бюджету; слабка дохідна база місцевих бюджетів; незначні власні доходи місцевих бюджетів, у т. ч. місцеві податки та збори; від-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

сутність стимулів у органів місцевого самоврядування до перевиконання планових показників доходів державного й місцевих бюджетів[7].

Основним завданням запровадження децентралізації є підвищення ролі місцевих органів в управлінні розвитком регіонів, посилення їх активності у створенні умов для активізації економічних процесів і забезпечення економічного зростання. Актуальним завданням у цьому процесі є збільшення доходної частини місцевих бюджетів, в тому числі за рахунок децентралізації державних фінансових ресурсів. Практична реалізація підходів до децентралізації управління державними фінансами почалась після прийняття Бюджетного кодексу України. Однак до сьогоднішнього дня ці проблеми не можна вважати вирішеними. Бюджетний кодекс дає трактування бюджетної системи як сукупності державного та місцевих бюджетів, побудованої з урахуванням економічних відносин, державного і адміністративно-територіального устрою і врегульованих нормами права.

Характеризуючи сучасний стан рівня централізації бюджетної сфери в Україні Слухай С.В. констатує, що «...доходи місцевих бюджетів України ґрунтуються на системі закріплення доходів у поєднанні з державними трансфертами. З огляду на основні джерела, система місцевих доходів є централізованою, оскільки місцеві органи влади обмежені у своїй спроможності впливати на власні надходження. Як показують статистичні дані Міністерства України, частка доходів, щодо яких місцева влада має більш-менш широкую автономію сягає не більш ніж 10% сукупних доходів місцевих бюджетів»[8].

Перехід від централізованої системи міжбюджетних відносин до децентралізованої викликаний наявністю ряду суттєвих недоліків фіскальної централізації. До таких недоліків можна віднести обмежений вплив органів місцевої влади на формування доходної частини бюджету, неможливість прогнозування видатків на перспективу, відсутність мотивації до нарощування доходної бази місцевих бюджетів, непрозорість розподілу дотацій місцевих бюджетів, відсутність відповідальності за виконання місцевих бюджетів тощо.

В той же час фіскальна або бюджетна децентралізація включаючи як політичні, так і економічні аспекти має забезпечити ряд переваг порівняно з централізованою системою. Це, по-перше, підвищення ефективності надання державних послуг, оскільки місцеві органи влади максимально наближені до потреб територіальних громад, мають можливість їх аналізу, моніторингу та реагування на зміни, що відбуваються. Територіальна громада, в свою чергу, будучи активним суб'єктом впливу на процеси соціально-економічного розвитку має можливість впливати на черговість виконання та фінансування тих чи інших місцевих програм.

Децентралізація бюджетних коштів, по-друге, посилює стимули до ліквідації тіншового бізнесу на теренах окремої території, оскільки більш чітко видимим є розподіл коштів та відкритість політичних рішень в інтересах територіальної громади. По-третє, у випадку бюджетної децентралізації посилюється відповідаль-

ність місцевої влади за повноту виконання покладених на них функцій, а в умовах сучасної пропорційної виборчої системи і перед політичними партіями, які вони представляють.

В той же час, характеризуючи бюджетну децентралізацію в цілому як позитивний прогресивний процес слід враховувати і проблеми, які вона може створити. По-перше це ускладнення процесу перерозподілу коштів через бюджет та управління бюджетним процесом взагалі, оскільки центральному уряду важче децентралізувати відповідальність за джерела оподаткування, ніж за видатки місцевих бюджетів. По-друге, в умовах децентралізації важче узгоджувати локальні потреби окремих територіальних громад з макроекономічними цілями всієї держави.

Тому можна країна вибирає певний ступінь децентралізації, в залежності від вище перерахованих показників. Частки власних доходів є індикатором рівня незалежності субнаціональних органів влади від фінансової підтримки центральних органів влади, з іншого боку частки трансфертів з державного бюджету свідчать про ступінь впливу державного управління на фінансове забезпечення та розвиток території.

Для характеристики ступеня централізації бюджетної системи України доцільно застосовувати наступні показники. По-перше, це доходи та видатки місцевих бюджетів у ВВП та питома вага доходів та видатків місцевих бюджетів у зведеному бюджеті.

Зменшення частини місцевих бюджетів у відсотках до ВВП свідчить про посилення державного регулювання в розподілі коштів, а отже, і посилення рівня бюджетної централізації та зменшенні впливу місцевих органів влади на соціально-економічні процеси в регіоні. Ще одним показником, що підтверджує підвищення рівня бюджетної централізації є зменшення питомої ваги доходів місцевих бюджетів у зведеному бюджеті та питомої ваги видатків місцевих бюджетів у зведеному бюджеті, що свідчить знову ж таки про посилення впливу центральних органів влади на розподіл коштів. Так, за даними Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень [9] частка доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів) у доходах зведеного бюджету у 2009 році становила 24,6%, у 2010 – 25,6%, у 2011 – 21,7%, у 2012 – 22,6%, а частка доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів) до ВВП за цей же період становила: 7,76; 7,35; 6,58 та 7,15 відповідно, що свідчить про посилення рівня централізації управління фінансовими ресурсами на місцевому рівні.

Наступним показником, за яким, на нашу думку, можна оцінювати ступінь рівня централізації місцевих бюджетів є порівняння темпів зростання державних трансфертів та темпів зростання доходів місцевих бюджетів (табл.1).

Як видно з таблиці, починаючи з 2008 року темпи зростання державних трансфертів перевищують темпи зростання доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів), що також свідчить про

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

підвищення ступеня централізації фінансового забезпечення, а також зростання залежності цих бюджетів від дотацій вирівнювання, інших дотацій, субвенцій.

Таблиця 1.

Темпи зростання державних трансфертів та доходів місцевих бюджетів за період з 2006 до 2012р.р.(у %)

Показники	2007/2006	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Темпи зростання трансфертів з державного бюджету	130,8	132,4	105,2	125,1	122,0	113,2
Темпи зростання доходів місцевих бюджетів (без урахування трансфертів)	146,4	126,6	96,2	113,4	107,4	116,6

Розраховано на основі даних (9).

В умовах реформування фінансового забезпечення розвитку регіонів важливим є дотримання принципів бюджетної децентралізації, а саме: ефективності, відкритості та відповідальності. На цих принципах базується розподіл повноважень для виконання визначених функцій органів державної влади та надання бюджетних послуг, повноважень мобілізації доходів та здатність місцевих урядів брати позики. Органи місцевої влади забезпечують реалізацію місцевих інтересів, надають громадські послуги, виконують делеговані повноваження органів виконавчої влади.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Таким чином, децентралізація, за своєю суттю, це політична ідея, яка означає, що субнаціональні органи влади отримують деяку політичну автономію, разом з новими функціями і ресурсами. Крім того, важлива роль місцевих бюджетів у соціально-економічному розвитку території. Бюджетна децентралізація має як ряд переваг, так і певні недоліки, що дає підстави про необхідність визначення певної її оптимальної величини для кожної країни. При тому за допомогою системи показників можна визначити рівень децентралізації, а отже отримати її числове вираження що може стати основою для прийняття управлінських рішень. В той же час для становлення системи місцевих фінансів України стратегічним питанням є пропорція між власними доходами місцевих бюджетів та трансфертами з державного бюджету. Базуючись на світовому досвіді, можна зробити висновок, що чим більша частка власних та закріплених доходів місцевого бюджету, тим більша відповідальність місцевих органів влади за податкову дисципліну, ефективне використання зібраних доходів. Крім того спостерігається значне зростання зацікавленості місцевих органів влади у розвитку підприємництва, як основної бази наповнення місцевих бюджетів. З цієї причини бюджетна децентралізація набуває особливого значення в умовах реформування економічних відносин в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Н. Wollmann. The Devolution of Public Tasks between Political Decentralisation und Administrative

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Deconcentration – a Comparative European Perspective// «Social Science Japan». - The Information Center for Social Science Research on Japan Institute of Social Science University of Tokyo. - № 37. – September 2007/ - 36 p. P. 16.).

2.Алан Розенбаум. Демократія, урядування, децентралізація [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://www.pdp.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=953:173-a5-&catid=46:i--&Itemid=122

3.Давиденко С.В.Европейские уроки децентрализации власти: разные подходы государства и органов местного самоуправления к административной реформе (финансовый аспект)[Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://www.soskin.info/newsfoto/file/Feodosiya/Davidenko.doc

4.Концепція реформування місцевого самоврядування в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://www.auc.org.ua/print/509

5.Рада Європи; Хартія, Міжнародний документ від 15.10.1985 р. Європейська хартія місцевого самоврядування. (ратифіковано Законом N452/97-ВР від 15.07.1997р.) [Електронний ресурс] - Режим доступу // http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=994_036

6.І. Б. Стефанюк. Удосконалення механізму фінансового забезпечення органів місцевого самоврядування / І. Б. Стефанюк. // Фінанси України. — 2013. — №2. — С. 71 — 82.

7.О. П. Кириленко. Досягнення стратегічних орієнтирів удосконалення міжбюджетних відносин / О. П. Кириленко // Фінанси України. — 2013. — №8. — С. 19 — 28.

8.Слухай С.В. Спрощене оподаткування в Україні в контексті теорії фіскальної конкуренції//Фінанси України. –2008. – №10,С.72-80.

9.Бюджетний моніторинг. Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень//[Електронний ресурс] - Режим доступу // http://www.ibser.org.ua/news/435/?lang=ua

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ПОДОЛАННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ДИСБАЛАНСІВ

Купира Мирослава Іванівна, аспірант

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

У статті досліджено теоретичні аспекти проблеми взаємодії бюджетів в системі міжбюджетних відносин. Узагальнено систему чинників, що призводять до наростання диспропорцій та обґрунтовано основні напрями подолання міжбюджетних дисбалансів в сучасних умовах посилення фінансових нерівностей в системі «центр – регіони».

Ключові слова: бюджет, міжбюджетні відносини, фінансовий механізм, міжбюджетні дисбаланси, проблеми, чинники

The studied theoretical aspects of a problem interactions of budgets in the intergovernmental fiscal relations in the article. Are generalized the system of factors that lead to an increase in disproportions and substantiated the main directions of overcoming interbudgetary unbalances in modern environment of increased financial of inequalities in the «center – regions».

Keywords: budget, intergovernmental fiscal relations, financial mechanism, intergovernmental fiscal imbalances, problems and factors.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Взаємовідносини між бюджетами різних рівнів є невід'ємною складовою бюджетного процесу, інструментом вдосконалення фінансових відносин між центральними та місцевими органами влади, та дієвим чинником макроекономічної стабілізації та економічного зростання України. Тому, враховуючи сучасний стан державного управління соціально-економічним розвитком та процеси децентралізації, виділяємо проблему взаємодії бюджетів, що полягає у нерівномірному розподілі обсягів фінансових ресурсів та міжбюджетних трансфертів. Саме тому, надмірна заполітизованість процесу фінансової децентралізації потребує побудови ефективного фінансового механізму регулювання міжбюджетних відносин, що виступає чинником макроекономічної стабілізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Вагомий внесок в дослідження проблемних питань пошуку ефективних механізмів подолання дисбалансів місцевих бюджетів, аналіз складових, що його характеризують зробили такі вчені як: Артус М., Бак Н., Вівчар О., Василик О., Дорош В., Каун О., Кириленко О., Ковалюк О., Крупка М., Лайкам К., Опарін В., Смірнова Т., Стадницький Ю., Фролов С., Чумаченко Н. та інші. Однак, не зважаючи на значний науковий досвід з визначеної проблематики, залишаються дискусійними питання в удосконаленні теоретичних аспектів проблем та напрямів подолання міжбюджетних дисбалансів, які є актуальними і потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Основне завдання статті полягає у визначенні основних проблем в системі міжбюджетних відносин з метою формування системи чинників, що її обумовлюють та подання напрямів по-

долання міжбюджетних дисбалансів в сучасних умовах посилення фінансових нерівностей в системі «центр – регіони».

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. З метою забезпечення відповідності між повноваженнями на фінансування видатків, закріплених законодавчими актами України за відповідними бюджетами, та бюджетними ресурсами, які повинні забезпечувати виконання цих повноважень, здійснюється регулювання міжбюджетних відносин, тобто плановий перерозподіл загальнодержавних централізованих фінансових ресурсів між ланками бюджетної системи з метою збалансування усіх бюджетів за обсягом, необхідним для виконання місцевими органами своїх функцій [1, с. 128]. Тому запровадження механізму регулювання міжбюджетних відносин повинно базуватися на використанні фінансових нормативів бюджетної забезпеченості, як певного рівня соціальних послуг у розрахунку на душу населення, надання яких гарантується державою виходячи з наявних фінансових ресурсів та визначеного обсягу міжбюджетних трансфертів. Роль такого механізму полягає у: фінансовому забезпеченні соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних утворень; стимулюванні економічних і соціальних процесів на регіональному рівні через інструменти міжбюджетного регулювання [5, с. 154]. Підвищення фінансової самостійності місцевих бюджетів має базуватись на зміцненні їх дохідної бази та стимулюванні регіонів до нарощення бюджетного потенціалу.

Так, як послідовна реалізація механізму міжбюджетних відносин ускладнюється недостатнім обсягом бюджетних коштів, варто спиратися на стратегію, що базується на політиці зміцнення регіонів, шляхом посилення їх впливу на економічні процеси, запровад-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ження додаткових заходів щодо забезпечення гласності та посилення контролю за використанням бюджетних ресурсів саме на місцях. Як показують дослідження, у розвинутих країнах спостерігається постійне зростання обсягів місцевих бюджетів, що зумовлене децентралізацією влади і делегуванням частки економічних та соціальних повноважень від центральних органів влади місцевим органам, та підвищення їх ролі у розвитку територій. В Україні ж проведені бюджетні реформи так і не призвели до підвищення самостійності місцевих бюджетів, місцеві органи влади уникають відповідальності за соціально-економічний розвиток власних територій.

Саме тому основною метою та завданням бюджетної системи, загалом, є створення дієвих і однакових умов для всіх учасників бюджетного процесу при формуванні бюджетних відносин, забезпечення єдиних підходів і принципів формування та виконання місцевих бюджетів з метою збалансованого розвитку відповідної території, правових норм та механізмів стимулювання приросту доходів й економії витраток бюджетів, при підвищеному рівні ефективності використання бюджетних коштів, в інтересах усіх і кожного [8]. Отже, побудова ефективного механізму регулювання міжбюджетних відносин потребує оптимального співвідношення фінансовими ресурсами місцевих органів влади, напрямів реструктуризації доходів бюджету й визначенні їхньої ролі у збалансованому розвитку зобов'язань та фінансових можливостей держави (рис. 1).

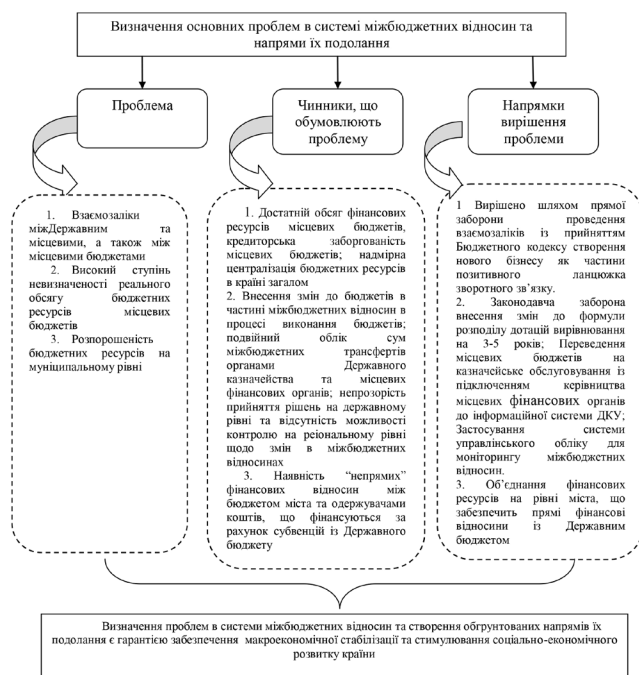


Рис. 1. Систематизація проблем міжбюджетних відносин та напрямів їх вирішення

З метою нарощення доходної частини бюджету регіону як чинника макроекономічної стабілізації необхідно зосередити увагу на вирішенні наступних проблемних питань: здійснити розширення податкової бази, яка формує доходну частину місцевих бюджетів

(запровадження нових місцевих податків та зборів); розробляти пропозиції до органів державної влади вищого рівня щодо удосконалення величини диференційованих ставок оподаткування та розмірів зборів, які є інструментами формування власної доходної бази на місцях; проведення інвентаризації наданих податкових пільг, оскільки в окремих випадках вони не дають відчутного економічного ефекту при активізації того чи іншого сектору економіки, а використовуються лише для ухилення від оподаткування; забезпечити посилення податкової дисципліни (запобігання ухиленню економічних суб'єктів від оподаткування); провести перегляд умов відповідності та можливості застосування спрощених систем оподаткування для малого підприємництва; здійснити децентралізацію фінансових ресурсів та провести обґрунтований перерозподіл грошових потоків, що формують державний та місцеві бюджети (створення ширших фінансових можливостей щодо наповнення бюджетів, які «самі заробляють на себе»).

Реалії сьогодення потребують вжиття додаткових заходів не лише від держави, а й від місцевої влади з метою ефективного й економного витрачання фінансових ресурсів, збереження виробничого потенціалу, поглиблення взаємодії із середнім і малим бізнесом, сприяння збереженню і створенню робочих місць та пошуку шляхів до наповнення місцевих бюджетів. Важливим елементом успішності таких заходів на місцях має стати тісна й узгоджена співпраця органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, комісії із питань забезпечення надходжень до бюджетів, бізнесу та науки [3, с. 62]. Місцева влада повинна глибоко усвідомити свою відповідальність за виконання бюджетів, піти на прийняття, можливо, непопулярних рішень та зобов'язати керівників кожної бюджетної установи жорстко контролювати економне й раціональне використання бюджетних коштів, починаючи з оплати праці, енергоносіїв, придбання інших необхідних товарів і послуг, та не допускати виникнення кредиторської заборгованості [3, с. 63].

Створення ефективної системи міжбюджетних відносин в Україні є умовою забезпечення не тільки її сталого економічного розвитку, а й економічної, фінансової та політичної безпеки держави.

Відсутність чіткого розподілу повноважень, а отже й відповідальності місцевих органів влади веде до регіонального сепаратизму, який виявляється, зокрема, у тому, що у відносинах із центром регіони намагаються зберегти власну відносну самостійність, а у відносинах з територіальними громадами та органами місцевого самоврядування – позбавити самостійності останніх. [5, с. 154]. Тому до основних напрямів подолання міжбюджетних дисбалансів віднесемо: створення власної стабільної доходної бази місцевих бюджетів; утвердження самостійності бюджетів адміністративно-територіальних одиниць; відповідність обсягів податкових надходжень власним і делегованим повноваженням місцевих бюджетів; збільшення прозорості місцевих бюджетів шляхом посилення контролю за їхнім виконанням.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Наведене вище зумовлює потребу в розробці фінансового механізму регулювання міжбюджетних відносин, що має власні принципи, інструменти, методи, нормативно-правові акти, які регулюють його діяльність, перегляд та впорядкування процесу міжбюджетного регулювання в сторону зацікавлення місцевих органів влади підвищувати свою фінансову міць власними силами, досягнути стану макроекономічної стабілізації та поступовому переходу національної ринкової економіки у фазу економічного зростання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Таким чином, проблему міжбюджетних відносин слід розглядати з точки зору окремого фінансового механізму, що має власні принципи, інструменти, методи, правові нормативні акти, що регулюють його діяльність. Це забезпечить систематизоване бачення внутрішніх проблем бюджетної системи, що виникатимуть при її побудові, і надасть необхідні рекомендації щодо їх вирішення. В свою чергу, впорядкування процесу міжбюджетного регулювання сприятиме досягненню стану макроекономічної стабілізації і поступовому переходу національної економіки у фазу економічного зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артус М. М., Хижа Н. М. Бюджетна система України. Навч. посібник / К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 220 с.
2. Бак Н. А. Регулювання міжбюджетних відносин як складова бюджетного регулювання / Н. А. Бак // Фінанси України. – 2002. – № 5. – С. 78-82.
3. Деркач М. І., Сучасна державна політика у сфері подолання статичного й динамічного дисбалансів місцевих бюджетів / М. І. Деркач // Фінанси України. – № 4. – 2011. – С. 55-64
4. Дорош В. Ю. Структура фінансового механізму регулювання міжбюджетних відносин / В. Ю. Дорош // Наук. журнал «Культура народів Причорномор'я». – 2009. – № 186. – С. 55-58.
5. Каун О. Б. Реформування механізму міжбюджетних відносин як вимога часу і подальшого прогресу в розвитку місцевого самоврядування / О. Б. Каун // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – С. 153-160.
6. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / М. І. Крупка – Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. – 608 с.
7. Смірнова Т. О., Вівчар О. Й. Фінансовий механізм міжбюджетних відносин як чинник макроекономічної стабілізації та стимулювання економічного зростання / Т. О. Смірнова, О. Й. Вівчар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.6. – С. 224-237 (С. 229).
8. Стадницький Ю. І. Напрямки вдосконалення механізму бюджетного регулювання в Україні / Ю. І. Стадницький, О. В. Лопатовська // Сталий розвиток економіки. – Всеукр. наук.-виробн. Журнал. – 2011. – [Елек-

тронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_5/247.pdf.

УДК 330.14:339.9(045)

ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ ЯК ФАКТОРИ КОНСОЛІДАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО КАПІТАЛУ

Кучер Анна Олегівна

студентка спеціальності «Міжнародний бізнес»

Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Науковий керівник: Прохорова Марина Едуардівна

Кандидат економічних наук, доцент

Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

В статті проаналізовано динаміку та структуру ринку М&А на сучасному етапі розвитку міжнародних відносин. Розглянуто основні тенденції консолідації капіталу як світового, так і вітчизняного ринку злиттів і поглинань. Також визначено основні мотиви укладання подібних угод та їх наслідки.

Ключові слова: злиття, поглинання, консолідація капіталу, ринок М&А, фінансовий капітал.

In the article the trends pace and market structure of M&A are investigated according present stage of international relations development. The main tendencies of the capital consolidation on the embracing market and on the domestic market are considered. Also basic motive to contract and consequences are designated.

Key words: mergers, acquisitions, capital consolidation, M&A Market, financial capital.

В сучасних умовах ведення бізнесу, особливо, враховуючи глобалізацію світових економічних процесів, великого значення набуває проблема перерозподілу власності. Дане питання є ключовим для багатьох країн світу. Також прослідковується загострення конкурентної боротьби, що суттєво спонукає до пошуку нових, більш ефективних, шляхів до зростання. Реструктуризація власності шляхом злиття та поглинання є важливою при економічній ситуації, яка слалася останнім часом у світовому господарстві. Для будь-якої компанії важливо мати таку модель функціонування, яка буде реалізовуватися з найменшими втратами та буде ефективною для вирішення проблем та забезпечення сталого та безперервного функціонування на ринку. Саме процеси злиття та поглинання визнаються наразі ефективними методами укріплення своїх позицій на ринку, а також ефективними інструментами підвищення конкурентоспроможності.

У сучасній економічній літературі нараховується велика кількість робіт, присвячених теоретичному обґрунтуванню процесів злиття та поглинання, а також впливу даних процесів на діяльність підприємств. У роботах М. Хэндона, П. Гохана, Т. Галпина, А. Десаї, М. Дженсена, Р. Ролла, А. Дамодаран, Р. Рубека, М. Хэндона та інших розглянуто різні аспекти проблеми стратегій і тактики реорганізації компаній, що зливаються, управління інтегрованими компаніями. Серед вітчизняних учених слід відмітити В. Гейця, І. Бураковського, А. Кредісова, А. Гальчинського, З. Васильченко, серед російських – А. Радигіна, Д. Тихомирова, С. Володи-

мирової, А. Бегаєва, які досліджують проблеми злиттів і поглинань та аналізують інвестиційну привабливість корпорації країн колишніх учасниць Радянського Союзу.

Основними цілями даної статті є аналіз та дослідження тенденцій укладання угод злиття та поглинання у світовій економіці у посткризовий період (2009-2014 рр.), галузевої структури по даним процесам, а також визначення наслідків консолідації капіталу.

В умовах світової глобалізації економіки, процеси злиття і поглинання вважаються однією з основних стратегій зростання компаній. З кожним роком все більше підприємств прагнуть реалізувати своє прагнення до збільшення свого масштабу, економії витрат, отримання ефекту синергії обираючи для цього саме угоди по злиттю і поглинанню. Утворенні, таким чином, потужні ТНК мають значний вплив в цілому на глобальну економіку, на національні економіки, а також відіграють суттєву роль у забезпеченні економічного розвитку та конкурентоспроможності країни базування.

Для сучасного етапу розвитку фінансових ринків характерним є посилення процесів інтернаціоналізації, що проявляється через стирання національних кордонів між державами при формуванні світового фінансового ринку. Фінансова глобалізація має ряд позитивних наслідків, які в своїй сукупності сприяють економічному розвитку країни. Однак за умов активної інтернаціоналізації діяльності фінансово-кредитних інститутів посилюється залежність національної економіки від зовнішніх чинників, унаслідок чого поширюються процеси міжнародних злиттів та поглинань (М&А) [5].

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Аналіз даних статистики за 2004–2013 роки (рис. 1) по обсягам угод по злиттю та поглинанню (в млрд. дол.США) дозволяє зробити висновок про циклічність цих процесів, їх однакові динаміку і риси. Необхідно зазначити, що сучасна економічна ситуація, що склалася останнім часом у світі, не сприяє розвитку активності на ринку злиттів та поглинань. Визначальною причиною низької активності інвесторів більшість економістів вважають тривалу фінансову кризу. Однак інтерес до М&А знижується ще й через невизначеність і невпевненість у перспективах економіки. Для того, щоб проаналізувати ситуацію необхідно розглянути результати досліджень провідних агентств в цій галузі.

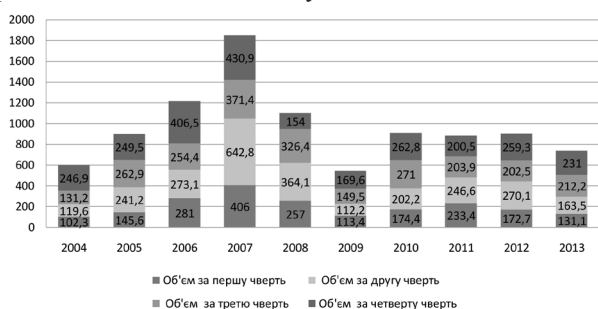


Рис. 1 Світовий обсяг угод по злиттю та поглинанню (млрд. дол.США)

Джерело: Щорічний звіт по злиттю та поглинанню за 2013 рік «M&A Financial Advisory Review» [10].

В «Ernst&Young» зазначають, що у зв'язку з макроекономічною невизначеністю, яка мала місце протягом 2012 року, активність на глобальному ринку М&А знизилася, завершених угод значно поменшало. Подібна ситуація спостерігається також в 2013 році. Якщо за 2012 рік обсяг по злиттю та поглинанню був оцінений на суму 904,6 млрд.дол.США, то у 2013 році цей обсяг склав 737,8 млрд.дол.США, що на 18,4% менше [9].

Проаналізувавши найбільші угоди на ринку М&А у 2013 році (таблиця 1), можна легко виділити основні тенденції укладання подібних договорів. Розглядаючи це питання в аспекті розміщення підприємств, то найбільш поширеними є об'єднання американських компаній. Також до них додаються компанії Бразилії, Португалії та Австралії. Аналізуючи галузі, які об'єднуються, можна віднести «телекомунікації і радіозв'язок» на перше місце, на другому місці – «медіа ресурси й супутникові канали зв'язку». Важливими галузями, також, є телекомунікації, високі технології й охорона здоров'я.

Агентство «PricewaterhouseCoopers» надає інформацію, відповідно до якої 2012 рік був рекордним по кількості злиттів і поглинань за участю китайських компаній (рис.2). Така ситуація склалась за наявності досвіду та стратегічного попиту на ресурси і технології. У першому півріччі 2012 року китайські компанії заключили близько 44% угод, які характерні для галузі ресурсів та енергетики, де по семи операціях сума виявилася більше 1млрд.дол.США. Одним із головних напрямків економічної стратегії КНР є розширення їх діяльності на зовнішніх ринках.

Таблиця 1

ТОП-7 найбільш успішних угод на ринку М&А

№	Компанія, що поглинається	Компанія, яка поглинає	Територіальна приналежність компанії	Оціночна вартість угоди	Галузі, які об'єднуються
1	Verizon Wireless Inc	Verizon Communication Inc	США-США	130,100,0	Телекомунікації/радіозв'язок
2	HJ Heinz Co	Investor Group	США-США	27,361,7	Споживчі товари/Товари харчування
3	Virgin Media Inc	Liberty Global Inc	США-США	25,531,0	Телекомунікації/Сервіс
4	Omnicom Group Inc	Publicis Groupe SA	Франція-США	19,331,1	Медіа ресурси/супутникові канали зв'язку
5	Dell Inc	Investor Group	США-США	19,283,8	Високі технології/Комп'ютери та обладнання
6	NBCUniversal Media LLC	Comcast Corp	США-США	16,700,0	Медіа ресурси/супутникові канали зв'язку
7	Portugal Telecom SGPS SA	Oi SA	Бразилія-Португалія	15,717,5	Телекомунікації/Сервіс

Примітка: Побудовано автором на основі [10].

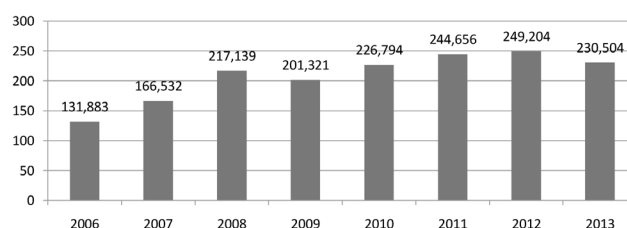


Рис. 2 Обсяг угод на китайському ринку М&А (тис.дол.США)

Примітка: побудовано автором за даними [8].

Таку активність на ринку М&А угод проявляє не лише Китай. Динаміку на глобальному ринку М&А визначає і Північна Америка – на країни цього регіону припадало 48% угод, які в загальній вартості ринку становили 53% [5]. Найбільш активним європейським регіоном щодо здійснення М&А угод за 2013 рік є Західна Європа. Тут найкращі результати продемонстрували такі країни як Німеччина та Франція. Країни Центральної та Східної Європи мають також гарні результати по укладанню договорів по злиттю та поглинаю (68,8 млрд.дол.США). По більшості регіонах прослідковується тенденція до падіння кількості та вартості угод. Перш за все можна виділити Центральну Америку, Європу (в цілому), Південно-Східну Азію. Наростити обсяги укладання угод вдалося країнам Північної Африки та Азійсько-Тихоокеанського регіону (таблиця 2).

Для аналізу основних тенденцій ринку М&А важливо також розглянути галузевий розподіл угод. У 2013 році порівняно з 2012 роком енергетика та гірничодобувна промисловість були найбільш активним сектором щодо здійснення угод зі злиття та поглинання серед інших секторів економіки. За даними «Mergermarket», було укладено 26 угод на суму \$ 7,2 млрд, тобто на 30% більше, порівняно з 2012 роком. Також активність проявляється і в інших секторах економіки, зокрема енергетиці, телекомунікаціях, про що свідчить загальна вартість укладених угод на суму \$ 80,3 млрд, що становить 25%

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

у загальному обсязі ринку М&А. Процеси злиття-поглинання в сфері бізнес послуг демонструють найбільш низькі показники, що свідчить про загальне зменшення загальної вартості укладених угод, та становить лише 3,2% від усього ринку М&А (рис. 3) [6].

Таблиця 2

Обсяги угод на світовому ринку М&А (тис.дол.США)

Регіон	Обсяг угод за 2012	Обсяг угод за 2013	Зміна у %
Усього у світі	2,542,703,6	2,393,298,1	-5,9
Центральна Америка	33,530,4	23,229,2	-30,7
Північна Америка	1,068,698,1	1,119,362,7	+4,7
США	932,173,5	1,037,773,9	+11,3
Канада	136,524,6	81,588,8	-40,2
Південна Америка	92,639,3	81,318,4	-12,2
Бразилія	58,397,7	51,942,6	-11,1
Середній Схід	24,460,5	23,384,0	-4,4
Північна Африка	9,356,6	12,308,2	+31,5
Європа	783,009,3	547,625,4	-30,1
Східна Європа	145,800,3	99,256,9	-31,9
Західна Європа	637,209,0	448,366,5	-29,6
Німеччина	64,807,0	91,637,9	+39,4
Франція	31,158,0	48,044,2	+32,1
Азійсько-Тихоокеанський регіон	408,014,7	454,638,7	+11,4
Океанія	72,166,7	87,283,6	+20,9
Південно-Східна Азія	80,497,9	59,779,2	-20,7
Північна Азія	227,064,4	286,714,7	26,3
Китай	153,182,5	249,344,4	+36,7
Центральна Азія	85,081,3	80,093,4	-5,9

Джерело: [10].

Галузевий розподіл угод по злиттю та поглинанню

Галузевий розподіл угод по злиттю та поглинанню

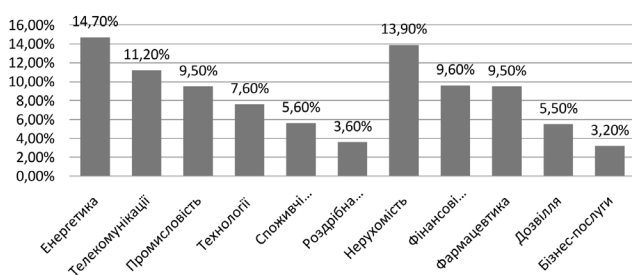


Рис.2 Розподіл кількості угод по злиттю та поглинанню за галузевою ознакою.

Примітка: Побудовано автором на основі [10].

Країни, що відкривають власні кордони для іноземного капіталу набувають додаткових переваг та часто отримують імпульс для інноваційного розвитку національного виробництва [2].

Аналізуючи данні таблиці, бачимо приріст ПІІ в розвинені країни склав 12%, але варто відзначити той факт, що всередині цієї групи картина неоднозначна. З одного боку на \$ 100 млрд сумарно виросли надходження в такі країни, як Бельгія, Ірландія, Нідерланди та

Люксембург, які минулого року скоротилися на \$ 169 млрд. Також майже в 5 разів виріс приплив ПІІ до Німеччини (до \$ 32 млрд), на 37% в Іспанію (до \$ 37 млрд), на 61% до Японії. Але з іншого боку, притоки ПІІ в США, Австралію, Норвегію, Францію і ще 14 країн Євросоюзу відчутно знизилися.

Таблиця 3

Обсяг потоків ПІІ по регіонам в 2011-2013 рр. (млрд дол.США)

Регіон	2011	2012	2013
Світ	1691	1317	1461
Розвинуті країни	866	516	576
Європа	571	236	296
Північна Америка	267	211	223
Країни, що розвиваються	729	715	759
Африка	46	53	56
Продовження таблиці 3			
Латинська Америка	242	250	294
Азія	439	409	406
Країни з новою ринковою економікою	96	87	126

Джерело: [3].

У групі країн, що розвиваються також немає єдиної динаміки. Другий рік поспіль нарощують ПІІ країни Африки і Латинської Америки, в Азії ж обсяг надходжень зберігається приблизно на одному рівні і цей регіон залишається найбільшим одержувачем ПІІ в світі. У країнах Латинської Америки приріст обсягів прямих іноземних інвестицій відзначається четвертий рік поспіль. Приплив ПІІ зріс на 18% і склав \$ 294млрд. І якщо в попередні роки відзначався інтерес інвесторів до країн Південної Америки, то в 2013 році він змістився на держави Центральної Америки і Карибського басейну, де основними одержувачами інвестицій стали Мексика і Британські Віргінські Острови. Надходження ПІІ в африканські країни зросли на 7% до \$ 56 млрд, але основними одержувачами тут стали дві країни: ПАР і Мозамбік.

У країнах з новою ринковою економікою небувалий сплеск інвестиційної активності – 45% за підсумками року і в сумі обсяг ПІІ досяг \$ 126 млрд. Основний одержувач в цьому регіоні - Росія, яка за підсумками 2013 стала третьою країною в світі - одержувачем ПІІ (+ 83% до \$ 94 млрд). Цей стрибок пояснюється угодою між російською компанією «Роснефть» і британської «BP», в результаті якої остання придбала 18,5% акцій Роснефти в рамках угоди з продажу ТНК-BP [7].

Український ринок М&А в 2013 році успадкував тенденції, які простежувалися на світових ринках, в тому числі – європейських. За оцінками компанії «МТ-Інвест», в 2013 році загальний обсяг угод злиттів і поглинань (М&А), де в якості продавця, покупця або країни походження активів виступала Україна, досяг 7,9 млрд.дол.США, що на 4,75 млрд.дол.США більше, ніж у 2012 році. [1]

Середній обсяг угоди М&А в Україні склав \$23 млн при середньосвітовому показнику в \$162 млн. В Польщі ця сума становить \$90 млн, в Туреччині - \$81 млн, в Росії - \$47 млн.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Однією з особливостей українського ринку злиттів і поглинань є те, що Україна в більшості випадків виступає продавцем активів. Українська сторона фігурувала в 181 угоді, але лише в дев'яти випадках вона була покупцем активів за кордоном. При цьому якщо обсяг покупок українських компаній виріс в 2013р. в 2,8 рази порівняно з попереднім роком, то придбання українцями іноземних структур скоротилося в 2,5 рази [4].

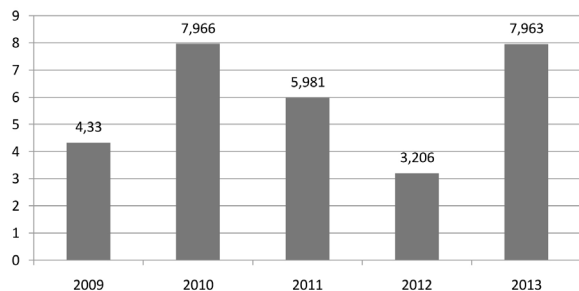


Рис. 3 Вартість угод злиття і поглинання в Україні 2009-2013 (млн. дол. США)

Примітка: Побудовано автором на основі [4].

Не дивлячись на те, що український ринок M&A ще не відповідає високому рівню, процеси злиття та поглинання все ж таки залишаються потужними інструментами розвитку бізнесу.

Висновки. Процеси злиття та поглинання призводять до консолідації міжнародного капіталу, який в свою чергу є дійсно ефективним напрямом покращення результатів діяльності у ринковому середовищі. Процеси консолідації капіталу відкривають нові можливості для залучення додаткового капіталу, а це сприяє вдосконаленню технологій та розширенню частки на ринку. Реалізація угод злиття та поглинання, також, допомагає визначити оптимальний розмір компанії для вдалої реалізації її діяльності відповідно до поставлених цілей. Ще одним позитивним аспектом укладання цих угод є поліпшення управління компанією, а також налагодження масштабу виробничих потужностей. Слід зазначити, що перш ніж прийняти рішення на рахунок укладання угод по злиттю чи поглинанню, необхідно чітко усвідомлювати усі наслідки, які настають після підписання угоди та доцільність мотивів. Отже, можна зазначити, що консолідація капіталу надає специфічні конкурентоспроможні можливості для того, щоб вдало проводити діяльність на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бажанова Ольга «Український ринок M&A-2013 - тенденції та очікування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua>
2. Воронєцька Наталія «Світ очікує анти бум злиттів і поглинань» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecj.oa.edu.ua>
3. Доклад Конференції ООН по торгівлі и розвитку (ЮНКТАД) о торгівлі и развитии за 2013 год

– 224 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary.ru.pdf>

4. Кириченко Олег «Основные результаты 2013 года на украинском рынке слияний и поглощений» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://corporativ.info>

5. Музиченко Ганна «Формування та розвиток світового ринку цінних паперів в умовах економічної глобалізації» Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

6. Терещенко О. О. Фінансові доміанти реструктуризації підприємств / О. О. Терещенко, Н. В. Волошанюк // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 82–91.

7. Чайка Оксана «Инвесторы воспрянули духом» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://world-economic.com/ru>

8. Developments in China and Cross-Border M&A 2012 [Electronic recourse]. – Accessed mode: <http://www.iffr.com>

9. Global Overview/ Monthly M&A insider [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mergermarketgroup.com.ua

10. Thomson Reuters (2013). MA Financial Advisory Review [Electronic recourse]. – Accessed mode : <http://dmi.thomsonreuters.com>

УДК 368.1

СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

Лактіонова Людмила Олександрівна, старший викладач

Кременчуцького національного університету імені М. Остроградського

Бородай Анжеліка Олександрівна, студентка 3 курсу

У статті розглянуто структуру страхового ринку США, основні види страхових послуг, наведені статистичні матеріали страхових компаній.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, страхова компанія, медичне страхування, автомобільне страхування, страхування життя.

The article deals with the structure of the insurance market in the US, the main types of insurance services, statistical data of insurance companies.

Keywords: insurance, insurance market, insurance company, health insurance, car insurance, life insurance.

Постановка проблеми.

Страховий ринок, або ринок страхових послуг в кожній країні є одним з елементів ринкової інфраструктури, тісно пов'язаним з іншими ринками та сферами фінансової системи. В розвинутих країнах страхування забезпечує підприємцям захист від наслідків різноманітних ризиків, є механізмом надання гарантій підприємницької діяльності та соціального захисту населення, а також є важливим механізмом залучення в економіку інвестиційних ресурсів.

Страхова справа за дохідністю в багатьох розвинутих країнах посідає друге місце після туризму, випереджаючи рентабельність у промисловості та в банківському сегменті; також за рівнем організації страхової справи в країні визначають рівень її розвитку.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Питання розвитку страхових ринків зарубіжних країн є предметом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: Елізабет Браун (Elizabeth F. Brown), Робін Пірсон (Robin Pearson), Т.М. Артюх, О.В. Булатова, Н.М. Внукова, О.О. Гаманкова, Е.С. Гребенщиков, Л.М. Гутко, О.В. Козьменко, О.В. Кузьменко, Н.І. Машина, М.В. Мних, С.С. Осадець, В.Й. Плиса, А.С. Філіпенко, В.М. Фурман.

Метою статті є дослідження структури та особливостей розвитку страхового ринку Сполучених штатів Америки.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку страхового ринку до країн-лідерів, які концентрують найбільшу частку ринку світового ринку страхування належать США, Японія, Великобританія, Китай та Франція. Страховий ринок США є найбільшим у світі, він охоплює близько 30% операцій ринку [4].

Страховий бізнес США відрізняється величезним розмахом і впевнено лідирує на світовому ринку страхування за всіма можливими показниками. За даними звіту швейцарської компанії з перестраховання Swiss Re Sigma 3/2014 «World insurance in 2013: Steering towards recovery» за підсумками 2013 року страхові компанії

США зібрали понад 1,26 млрд. дол. США страхових премій, що більш, ніж вдвічі більше, ніж зібрано в наступній за цим показником країні – Японії (531,5 млн. дол. США), і складає більше 27% всіх зібраних страхових премій у світі [9]. Американські страхові монополії контролюють близько 50% страхового ринку розвинутих країн світу. У США працює близько 9 тис. компаній майнового страхування і близько 2 тис. компаній, що займаються страхуванням життя і здоров'я. Активи всіх компаній складають близько 2,5 трлн. доларів. У середньому активи однієї компанії становлять 950 млн. доларів, а на 12 найбільших компаній припадає 60 млрд. доларів.

Страхові компанії США – це багатофункціональні фінансово-кредитні установи, холдинги, які через дочірні компанії крім страхування, займаються наданням кредитів, здійснюють чекове обслуговування клієнтів, здійснюють операції з нерухомістю, цінними паперами, управляють майном та капіталом за дорученням своїх клієнтів. Це сприяє зміцненню фінансової стійкості страховиків в разі несприятливих ситуацій з окремими видами страхування. За організаційно-правовою формою страхові компанії США є акціонерними товариствами та товариствами взаємного страхування. Найбільшим попитом серед американців (3/4 усіх доходів страхування життя) користуються такі види страхування життя, як страхування на випадок смерті і страхування-внесок. Страхування-внесок передбачає виплату страхової суми після досягнення страховою особою обумовленого договором віку. Аналогом вітчизняного виду страхування є страхування на дожиття, що проводиться разом зі страхуванням на випадок смерті.

В США відсутній федеральний закон про страхування. Тут немає єдиного федерального органу, який би здійснював нагляд за страховою діяльністю [7]. Специфічною особливістю американського страхового ринку є відсутність єдиної для держави системи страхування. Кожний штат має власне страхове законодавство. При цьому, страхові організації мають широкі повноваження в розробці власної страхової політики, визначенні

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

розмірів платежів, практики їх відрахування і відшкодування збитків [6].

Страховання в США розділене на дві галузі: страхування життя та інші види страхування. Найбільшим страховиком у США є компанія State Farm Group, що займає своїми підрозділами 18% ринку страхування автомобілів і 23% страхування життя, а в цілому по ринку – 12%. Цей показник удвічі перевищує частку ринку компанії «Allstate Insurance Group», що займає друге місце. На частку компанії «American Insurance Group» (AIG) припадає приблизно 4% ринку інших видів страхування [3].

Серед провідних компаній страхового ринку США виділяється найбільша транснаціональна компанія «State Farm Mutual Automobile Company», яка за збором премій посідає 1-е місце не тільки в США, а й у всьому світі. Заснована вона в 1922 році у штаті Іллінойс. Це компанія по взаємному страхуванню транспорту, майна, від нещасних випадків, авіаційних ризиків і перестраховуванню.

Найбільшою компанією зі страхування життя є The Prudential Insurance Company of America, заснована в 1873 році. Компанія – один з провідних лідерів у наданні фінансових послуг і страхування у світі, надає надійну підтримку клієнтам у більш ніж 30 країнах. Працює як з юридичними, так і з фізичними особами. Вона пропонує різноманітні види договорів страхування: індивідуальне і колективне (групове) страхування, звичайне страхування життя, страхування на випадок смерті з довічною сплатою внесків, страхування з участю в прибутках компанії, страхування пенсій, медичних витрат та ін.

Ще одна з найбільших страхових груп США – «Continental Corporation», заснована в 1853 році. Надає страхові послуги майже в 100 країнах світу. Спеціалізується на перестрахованні і транспортному страхуванні.

У США широко використовується електронний банк даних по всіх страхових компаніях, що дає можливість поділити компанії за ризиком, розмірами премій та іншими показниками.

З огляду на високий авторитет найбільших компаній США по страхуванню життя в їхнє управління передаються багатомільярдні кошти, які належать різним пенсійним фондам. Завдання компаній у цьому випадку полягає в забезпеченні збереженості і примноження цих коштів шляхом розумної інвестиційної політики. За керування ними страхові компанії стягують комісійну винагороду в розмірі 0,1% від взятих в керування сум. Однак через колосальні розміри сум ця діяльність приносить багатомільйонні доходи.

У США існує система медичного страхування, що базується на сполученні центрального страхового фонду із мережею місцевих незалежних страхових організацій. Кошти акумулюються в центральному фонді, що не виконує адміністративних функцій, а потім розділяються між страховими організаціями на основі законодавчо затвердженої форми розрахунків.

Визначають три основні види фінансування охорони здоров'я: державне, через обов'язкове і добровільне медичне страхування та змішана форма. У США переважає змішана форма фінансування медичної допомоги, де близько 90% населення користується послугами приватних страхових компаній.

Держава надає медичному страхуванню обов'язкового характеру та визначає його головні умови (базові ставки страхових внесків, схему фінансування та організації медичної допомоги), бере участь у формуванні цін на медичні послуги, надає недержавним органам, страховим компаніям та асоціаціям лікарів, значні повноваження в управлінні системою та право представляти інтереси застрахованих і медичних працівників.

Автомобільне страхування (car insurance) є обов'язковим видом страхування в переважній більшості штатів США. Незастрахований автомобіль буде незареєстрований. На сьогодні автомобільне страхування регулюється законами кожного штату в окремо. Лише в Нью-Гемпширі, Теннессі і Вісконсіні воно не є обов'язковим. Відмінності в законах інших штатів зводяться в основному до прийнятих там типів обов'язкових страховок, а також до мінімальних розмірів страхового покриття.

Автомобільне страхування в США включає в себе 6 базових типів.

Перші два типи є найбільш важливими, а тому обов'язковими для всіх майже повсюдно в Америці. Це – страхування відповідальності за нанесення власником поліса тілесних ушкоджень іншій особі або особам та нанесення матеріального збитку власності в результаті ДТП. Кожен штат визначає мінімальні розміри страхового покриття при аваріях. У США для цього застосовуються три цифри, які в десятки тисяч доларів показують ці ліміти. Так, в Каліфорнії прийняті наступні параметри: 15/30/5. Це означає, що автовласник зобов'язаний мати поліс з мінімальним страхуванням відповідальності на випадок тілесних ушкоджень і матеріального збитку з розрахунку 15 тис. доларів, якщо постраждала одна людина, 30 тис. доларів, якщо постраждало більше однієї людини та 5 тис. доларів на покриття матеріальних збитків.

Третій тип страховки – особистий захист на випадок поранень. Він покриває медичні витрати і фінансові втрати внаслідок тимчасової непрацездатності самого власника поліса і пасажирів, що знаходилися в його машині у момент аварії, не залежно від того, хто її винуватець [3].

Інші два типи страховки припускають оплату витрат по ремонту в рамках прийнятних ринкових цін за вирахуванням суми, яку повинен заплатити власник поліса відповідно до укладеного контракту зі страховою компанією.

Існує окремий вид страхування нерухомості, призначений для орендарів житла. Він забезпечує відшкодування за шкоду, заподіяну орендованій нерухомості та рухомому майну. Таким чином, орендарю не доведеться виплачувати власнику житла збиток, заподіяний їм са-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

мим, або іншою особою, під час перевезення, наприклад, до особистих речей (багаж під час транспортування), включаючи ювелірні вироби, хутра від псування при носінні в домашній обстановці та інших обставин.

Структура страхового ринку США наведена на рис.1.

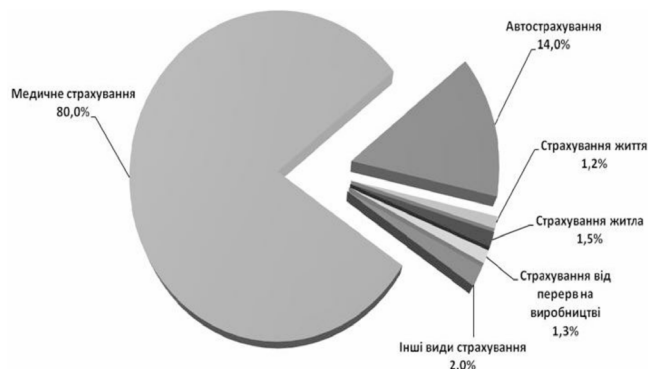


Рис. 1. Структура страхового ринку США [9]

Американський ринок страхування за свою історію не раз стикався з різними кризами, проблемами, вирішення яких вносило в страхову діяльність США різноманітні зміни.

Страхування сприяє мінімізації ризику в економіці. Але страховий бізнес сам існує в умовах невизначеності. Страховики повинні бути готові до того, що, як правило, добровільно себе страхує особа, яка передбачає настання страхової події, і метою страхування для будь-якого раціонального страхувальника є перевищення суми, отриманої як відшкодування збитку, над страховими внесками.

Висновки. США – це передова, економічно розвинута держава, що володіє великою виробничою потужністю і величезним потенціалом розвитку. Страхування у США здійснюють численні страхові компанії, а види страхових послуг надзвичайно різноманітні. За даними страховиків, більшість видів страхування приносять стійкий прибуток та користуються постійним попитом. У США розвинуті всі види страхування. Лідерами є медичне страхування та автомобільне страхування.

Значний розвиток страхування в Сполучених Штатах Америки був викликаний існуючою фінансовою системою, системою фінансування охорони здоров'я, звичкою американців купувати житло, автомобілі та інші товари в кредит, а також великим бажанням населення та юридичних осіб захистити себе від наслідків несприятливих подій різноманітного характеру і розумінням, що цей захист можливо отримати шляхом страхування, та іншими факторами. Практика, коли майно, куплене в кредит, може бути зареєстроване лише за умови оформлення відповідного договору страхування, сприяє активному розвитку страхової діяльності в сфері майнового страхування та автомобільного страхування. Прагнення населення значно зменшити власні витрати у випадках нанесення шкоди майну або здоров'ю третіх осіб, необ-

хідність турбуватися про своє здоров'я та забезпечувати необхідний рівень медичного обслуговування сприяють поширенню страхування відповідальності громадян та різних видів медичного страхування. Бажання населення мати захист та певні заощадження на старість сприяють поширенню накопичувального страхування життя (страхування-внесок) та страхування на випадок смерті. Загалом, система, коли громадянин повинен більше розраховувати на власні кошти та заощадження в сфері соціального захисту, «життя в кредит» є суттєвим фактором розвитку страхових послуг в країні. Відповідно, значний попит на різноманітні види страхового захисту вимагає розширення видів страхових послуг які надаються, збільшення кількості страховиків на ринку або розширення діяльності вже існуючих. Саме ці фактори сприяли активному розвитку страхування в США.

У США немає єдиного федерального закону про страхування та єдиного федерального органу з нагляду за страховою діяльністю. Кожен штат висуває свої вимоги до діяльності страхових компаній, страхових брокерів і агентів. Не дивлячись на фінансову кризу, США залишається лідером на світовому страховому ринку і буде таким в найближчому часі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Гребенщиков Э.С. Финансовый кризис в мире: последствия и уроки для страхового бизнеса, регуляторов и страхователей / Э.С. Гребенщиков // Финансы. – 2009. – № 3. – С. 53-58.
- 2.Гутко Л.М. Досвід провідних країн світу у галузі страхування / Л.М. Гутко // Економіка. Фінанси. Право. – 2005. – № 11. – С. 22 – 24.
- 3.Интернет-журнал про страхування. [Електронний ресурс] // Страхування в Україні. – Режим доступу: <http://www.forINSURER.com>.
- 4.Козьменко О.В. Аналіз розвитку світового ринку страхових послуг / О.В. Козьменко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2815>
- 5.Машина Н.І. Міжнародне страхування: навч. посіб. / Н.І. Машина. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
- 6.Мних М.В. Досвід функціонування страхових ринків зарубіжних країн / М.В. Мних. // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. – №5. – С. 38-39.
- 7.Фурман В.М. Особливості формування страхових ринків країн з перехідною економікою / В.М. Фурман. // Економіст. – 2008. – №8. – С.74-76.
- 8.Фурман В.М. Світові тенденції розвитку страхових послуг / В.М. Фурман. // Економіст. – 2004. – №8. – С.50-53.
- 9.Sigma № 3/2014 [Електронний ресурс] Режим доступу: http://media.swissre.com/documents/sigma3_2014_en.pdf – Назва з екрану

УДК 330.131.7:336.77

НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ МІЖБАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУ

Ларіонова Катерина Леонідівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи

Відлацький Віталій Анатолійович

студент-магістр

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна

Міжбанківський кредитний ринок як один із сегментів фінансового ринку виконує ряд дуже важливих функцій, що пов'язані з процесом трансформації фінансових ресурсів та їх перерозподілом в межах банківського сектору. Як наслідок, ефективність міжбанківського кредитного ринку є однією із передумов стабільності не тільки окремих комерційних банків, а банківського сектору загалом, і тому важливою задачею сьогодні є розробка комплексу методів і засобів для її оцінки. У той же час, робота за даним напрямом неможлива без попереднього з'ясування сутності міжбанківського кредитного ринку, визначення його меж та структури.

The interbank credit market as one of the segments of the financial market has a number of very important functions related to the process of transformation of financial resources and their redistribution within the banking sector. As a result, the efficiency of the interbank market is one of the preconditions for stability not only of individual commercial banks and the banking sector as a whole, and therefore an important task today is to develop a set of methods and tools for its evaluation. At the same time, work in this area is not possible without first finding out the nature of the interbank market, determine its limits and structures.

Ключові слова: міжбанківський кредитний ринок, центральний банк, міжбанківський кредит, позичальник, кредитор.

Key words: the interbank market, the central bank, interbank loan, the borrower, the lender.

Постановка проблеми. Нинішній стан розбудови Європейської України характеризується складними процесами трансформації її економіки. Час показав, що подолати кризові явища в суспільно-економічному житті нашої держави лише політичними методами без докорінних змін в економіці неможливо. Об'єктивною потребою є формування пакету реформ, які б дали можливість розвитку економіки, зокрема банківської системи. Одним із необхідних умов якісного функціонування банків є кредитні відносини. Кредитна діяльність комерційних банків тісно пов'язана з міжбанківським кредитуванням, адже міжбанківський кредит є одним з різновидностей кредиту.

Не дивлячись на актуальність проблем міжбанківського кредитування, залишаються недостатньо вивченими питання сутності, функцій, тенденцій розвитку цього кредиту. Варто зазначити, що поняття «міжбанківського кредиту» потребує більш глибокого науково-теоретичного дослідження, узагальнення наукових підходів та концепцій, оскільки в економічній літературі відсутня єдина думка щодо розуміння сутності даного поняття.

Аналіз останніх дослідження та публікацій. Питання сутності міжбанківських кредитів досліджува-

ли такі видатні вчені як: С. Г. Арбузов, О. В. Васюренко, А. М. Герасимович, Л.О. Дробозіна А. Г. Івасенко та багато інших.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз існуючих наукових підходів до визначення міжбанківського кредиту як економічної категорії та оцінка їх вичерпності для подальшого дослідження ефективності їх функціонування.

Вклад основного матеріалу дослідження. З метою аналізу та систематизації, виокремлених спільних і відмінних положень згрупуємо визначення різних науковців за конкретними критеріями, які вкладають автори в зміст поняття «міжбанківського кредиту» (таблиця 1).

Так, у великому тлумачному словнику економічних та юридичних термінів «міжбанківський кредит» визначається як грошові ресурси фінансово-кредитних установ, які розміщують один в одного у формі короткострокових депозитів [9, с. 300]. Ми вважаємо, що помилковим є твердження про строковість надання, адже міжбанківські кредити можуть надаватися на різні терміни, зокрема і на довгостроковій основі. Тому, на нашу думку, таке визначення потребує уточнення.

За визначенням Л.О. Дробозіної «міжбанківські позики – одна з найбільш поширених форм господар-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ської взаємодії кредитних організацій» [5, с.249]. Слід зазначити, що такі поняття, як «позика» та «кредит» не варто ототожнювати. Так, на думку Л. Рябко при дослідженні кредитних відносин вживання терміну «позика» є неможливим [10, с.45]. Крім того, дане визначення підкреслює лише зовнішній бік кредитних відносин, адже з цього визначення залишається незрозумілим, що ж дає міжбанківський кредит та як він впливає на банківську систему та економіку в цілому?

Таблиця 1

Підходи до визначення дефініції «міжбанківський кредит»

№	Автори	Визначення
Міжбанківський кредит як підвид кредиту		
1	Арбузов С. Г. [2]	Міжбанківський кредит (interbank loans) – кредит, наданий на міжбанківському ринку одним банком іншому. Кредитні відносини між банками визначаються на договірних засадах шляхом укладання кредитних угод, які передбачають умови розміщення тимчасово вільних коштів, права та зобов'язання сторін з належним оформленням справ за міжбанківським кредитом.
2	А.В. Калтирін [7, с. 116]	Міжбанківський кредит - це кредит, що надається одним банком іншому або депозити банку, які розміщуються в інших банках
3	А. Г. Івасенко [6, с. 18]	Міжбанківський кредит – це форма кредитування банками один одного, це дороге джерело додаткових ресурсів, які надаються на короткий термін
4	К.Р. Тагірбекова, Н.В. Богатирьова [11, с. 223]	Міжбанківський кредит – це кредит, що надається одним банком іншому або депозити банку, які розміщуються в інших банках.
Міжбанківський кредит як операція по залученню коштів		
5	А.М. Герасимович [1]	Міжбанківський кредит – це оперативне за способом залучення коштів, але дороге джерело ресурсів банку
6	О.В. Васюренко [3, с. 121]	Міжбанківський кредит – це операція, що надає можливість банкам з недостатнім обсягом ресурсів забезпечувати виконання резервних вимог НБУ та задовольняти потреби власних клієнтів у кредитах
7	Л. О. Дробозіна [5, с. 249]	Міжбанківський кредит – це одна з найбільш поширених форм господарської взаємодії кредитних організацій

*Розроблено автором

На думку К.Р.Тагірбекова, Н.В.Богатирьова та А.В. Калтиріна «міжбанківський кредит» - це кредит, що надається одним банком іншому або

депозити банку, які розміщуються в інших банках [11, с.223; 7, с.116]. Дане визначення не можна вважати повним. Адже, воно також не відображає суті даного економічного поняття, оскільки виникають запитання: для чого надаються міжбанківські кредити, яка їх роль у банківській системі та на яких умовах відбуваються дані операції? З даного визначення бачимо, що автори ототожнюють поняття міжбанківський кредит та міжбанківський депозит. Хоча суттєвих відмінностей між міжбанківськими кредитами та міжбанківськими депозитами не має, адже отримані ресурси в тимчасове розпорядження для банку є позичковими коштами як при отриманні міжбанківського кредиту, так і при залученні міжбанківського депозиту.

Проте, на нашу думку, дані поняття ототожнювати не варто, оскільки вони по різному враховуються при обрахунку економічних нормативів та обов'язкових резервів, а також при отриманні міжбанківського кредиту банк-позичальник змушений сформувати відповідне забезпечення на відміну від залучення вільних коштів на міжбанківські депозити. Тому, міжбанківський депозит слід розглядати як інструмент міжбанківського кредитування.

А.Г. Івасенко у своїй праці вказує, що «міжбанківський кредит – це форма кредитування банками

один одного, це дороге джерело додаткових ресурсів, які надаються на короткий термін»[6, с.18]. Сказати, що міжбанківський кредит є джерелом додаткових ресурсів, означає відмітити лише один елемент його суті. Адже міжбанківські кредити використовуються в першу чергу для підтримання ліквідності, а також для отримання прибутку від активних операцій з цими коштами та для задоволення потреб власних клієнтів у кредитах.

А. М. Герасимович зазначає, що міжбанківський кредит – це оперативне за способом залучення коштів але дороге джерело ресурсів. Під оперативним залученням коштів слід розуміти операцію, яка передую отриманню міжбанківського кредиту [1]. Більш повне визначення дає О.В. Васюренко. Автор вважає, що міжбанківські позики – це операції, що надають можливість банкам з недостатнім обсягом ресурсів забезпечувати виконання резервних вимог НБУ та задовольняти потреби власних клієнтів у кредитах шляхом залучення необхідних для цього ресурсів у інших комерційних банків, які мають тимчасовий надлишок грошових коштів [3, с. 121].

У працях таких українських вчених, як Р. Р. Козовська, О. П. Павлишин, І. Гумена, В. Д. Лагутіна розглядається роль та значення міжбанківських кредитів, але не має визначення самого поняття «міжбанківського кредиту» [8, 4].

Відповідно до Банківської енциклопедії (автор С. Г. Арбузов) міжбанківський кредит (interbank loans) – це кредит, наданий на міжбанківському ринку одним банком іншому. Кредитні відносини між банками визначаються на договірних засадах шляхом укладання кредитних угод, які передбачають умови розміщення тимчасово вільних коштів, права та зобов'язання сторін з належним оформленням справ за міжбанківським кредитом. Дане визначення використовує Національний банк України.

Аналізуючи літературні джерела можна констатувати, що в багатьох економічних словниках також взагалі не має визначення поняття «міжбанківського кредиту», а є лише визначення міжбанківського ринку.

На нашу думку, суть «міжбанківського кредиту» характеризується такими ознаками: первинними елементами, характером та напрямками їх руху, строковістю та забезпеченістю. Первинні елементи міжбанківського кредиту – це банківські ресурси; характер руху міжбанківського кредиту – це платний обмін ресурсами між банком-кредитором та банком-позичальником; напрями міжбанківського кредиту – це власне етапи його руху: при видачі кредитів та при їх погашенні; строковість міжбанківського кредиту – термін дії угоди між банками; забезпеченість міжбанківського кредиту – активи банку-позичальника.

Висновки. Проаналізувавши вище наведені визначення міжбанківського кредиту, на наш погляд доцільно дати наступне визначення дефініції «міжбанківського кредиту»: Міжбанківський кредит – це сукупність економічних відносин між банком-кредитором та банком-позичальником з приводу руху позичкового капіталу, результатом яких є операція, яка надає мож-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ливість банкам з недостатнім обсягом ресурсів забезпечувати виконання резервних вимог НБУ, задовольняти потреби власних клієнтів у кредитах та забезпечувати підвищення ліквідності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз діяльності комерційного банку: навч. посіб. / Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 384 с
2. Арбузов С.Г. Банківська енциклопедія / С.Г. Арбузов, Ю.В. Колобов, В.І. Міщенко, С.В. Науменкова. – К.: Центр наукових досліджень Національного банку України: Знання, 2011. – 504 с
3. Васюренко О. В. Банківські операції: Навч. посіб. - 6-те вид., перероб. і доп. - К.: Знання, 2008. — 318 с.
4. Гумен І. Становлення ринку міжбанківських кредитів в Україні / І. Гумен // Вісник НБУ. – 1999. - №6. – С. 58-61.
5. Дробозіна Л.О. Фінанси. Грошовий обіг. Кредит: навч. посіб. / Л.О. Дробозіна. – Рівне: «Вертекс», 2001. – 352 с.
6. Ивасенко А.Г. Межбанковский кредит: сущность, проблемы и перспективы развития / А.Г. Ивасенко. – М.: Вузовская книга, 1998. – 120 с
7. Калтырин А.В. Деятельность коммерческих банков: учеб. пособ. / А.В. Калтырин. – Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 38 с.
8. Коцовська Р. Р. Банківські операції: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Коцовська Р. Р., Павлишин О. П. – К., 2010. – 390 с.
9. Кураков Л.П. Большой толковый словарь экономических и юридических терминов / Л.П. Кураков, В.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2001. – 720 с.
10. Рябко Л. Розмежування понять позички і кредиту / Л. Рябко // Право України. – 2001. – № 31. – С. 45 – 47.
11. Тагирбеков К.Р. Основы банковской деятельности / К.Р. Тагирбеков, Н.В. Богатырев. – М.: Банки и биржи, 1996 – 425 с.

УДК 331.101.6

ОСНОВНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Манталюк О.В., кандидат економічних наук,

доцент кафедри автоматизованих систем та моделювання в економіці,

Петриченко А. С.

студентка спеціальності «Економічна кібернетика»

Хмельницький національний університет

Дана стаття містить характеристику основних аспектів аналізу фінансового стану підприємства, етапів та прийомів фінансового аналізу. У ній розглядається сутність економіко-математичного моделювання фінансового стану як один із найбільш впливовіших важелів розвитку підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, економіко-математичне моделювання, етапи фінансового аналізу, задачі економіко-математичного моделювання, етапи економіко-математичного моделювання.

This article contains a description of the concept of analysis of the financial condition of the company by various authors. Also indicate the main features aspects of financial analysis and his milestones. Details the basic techniques of analysis of financial condition for the further development of an effective strategy development and competitiveness. Noted the possibility of economic and mathematical analysis of financial condition for the further consideration of the main causes inhibition of the company as a whole and its individual units. It is based on the results of this modeling is performed and forecasting of the state of the plant.

Keywords: financial position, financial analysis, economic modeling, financial analysis stages, the problem of economic-mathematical modeling stages of economic and mathematical modeling.

Постановка проблеми.

Будь-яке підприємство направляє свою діяльність на максимізацію одержаного прибутку. Проте максимізація прибутку нереальна без детального розгляду усіх факторів, які впливають на функціонування підприємства. Саме тому, дослідники та аналітики використовують фінансовий аналіз для виведення основних причин гальмування розвитку підприємства. Для більш детального розгляду кожного із чинників та виявлення їх взаємозв'язків провідними економістами та аналітиками використовується економіко-математичне моделювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Поняття фінансового стану підприємства досліджувалось такими видатними зарубіжними та вітчизняними вченими, як Маркар'ян Е.А., Герасименко Г.П., Поддєрьогін А.М., Дем'яненко М.Я., Коробов М.Я., Белоліпецький В.Г., Бланк І.О., Бутинець Ф.Ф., Волкова О.Н., Измайлова К.В., Ковальов В.В., Лахтіонова Л.А., Родіонова В.М., Савицька Г.В., Федотова М.А., Чумаченко М.Г. та ін..

Проблемі ефективності оцінки фінансового стану підприємства присвячені роботи Кіндрацької Г.І., Білик М.С., Загородного А.Г., Поповича П.Я., Андрєєва Г.І. та багатьох інших.

Основні аспекти моделювання оцінки фінансово-

го стану підприємства висвітлили такі вчені, як Р. Фолк, А. Уолл., Дж. Блісс, Е. Альтман, У. Бівер, Р. Таффлер, Г. Тішоу, Ж. Конан, М. Голдер, Г. Фостер, Куліков П.М., Івашенко А.А., Грін В.Г., Лещинський О.Л., Несторенко О.П. та багато інших.

Поряд зі значними дослідженнями в цій галузі, система аналізу та моделювання фінансового стану здебільшого носить різноплановий характер.

Основним спрямуванням статті є висвітлення основних аспектів фінансового стану підприємства, його аналізу, основних етапів та прийомів здійснення фінансового аналізу; застосування економіко-математичних моделей при аналізі.

Вклад основного матеріалу. Перш за все, слід відмітити, що однозначного трактування поняття «фінансовий стан» немає. Кожен автор по-своєму дає трактування цього поняття. Основні з них наведені у таблиці 1.

Отже, із вище запропонованих визначень можна поєднати наступне загальне визначення: фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, що характеризує ефективність діяльності підприємства за допомогою певних показників, які відображають його конкурентоспроможність, спроможність погашення власних зобов'язань, здатність до саморозвитку.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Ефективність фінансового стану підприємства, його конкурентоспроможність та прибутковість можна оцінити завдяки здійсненню фінансового аналізу.

Болюх М.А. доводить, що фінансовий аналіз – це засіб оцінювання і прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності» [2, с. 204].

Таблиця 1
Тлумачення поняття «фінансовий стан» у різних джерелах

Джерело	Тлумачення
Маркар'ян Е.А. [5, с. 136]	Фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, які відображають його спроможність погасити свої боргові зобов'язання.
Поддєрьогін А.М. [6, с. 328]	Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємств, визначається сукупністю виробничо-господарських фактів і характеризується системою показників, що відображають наявність і використання фінансових ресурсів
Коробов М.Я. [3, с. 267]	Фінансовий стан підприємства – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика якості його діяльності. Фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.
Чумаченко М.Г. [8, с. 318]	Фінансовий стан підприємства – це показник його фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності та платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами.
Савицька Г.В. [7, с. 571]	Фінансовий стан підприємства – це складна економічна категорія, яка відображає стан капіталу в процесі його кругообігу та здатність суб'єкта до саморозвитку на фіксований момент часу.

Аналіз фінансового стану має дві основні цілі [10]:

- оцінка минулої фінансово-господарської діяльності підприємства;
- підготовка інформації, яка необхідна для прогнозування.

Виділяють наступні основні завдання аналізу фінансового стану: визначення якості аналізу фінансового стану підприємства; вивчення причин підвищення ефективності функціонування підприємства або його погіршення за певний період; створення рекомендацій щодо підвищення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Базецькою Г.І. [1] була запропонована наступна схема етапів фінансового аналізу, яка була нами інтерпретована та представлена у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2
Основні етапи аналізу та їх зміст [1, с. 152]

Етапи аналізу	Зміст аналітичної роботи
Планування аналітичної роботи	Складання комплексного плану організації аналітичної роботи
	Складання плану проведення аналізу по конкретній темі, тобто програми аналізу
Організація аналітичної роботи	Підготовка джерел інформації для аналізу
	Вивчення та аналітична обробка економічної інформації
	Узагальнення та оформлення результатів аналізу
	Визначення списку необхідних джерел інформації
	Перевірка достовірності інформації
	Аналітична обробка економічної інформації
Організація аналітичної роботи	Встановлення причинних зв'язків та залежностей (факторів)
	Вимірювання та оцінка впливу факторів
	Висновки за результатами аналізу
	Виявлення резервів та розробка пропозицій по їх використанню
	Оформлення результатів аналізу
	Обґрунтування управлінських рішень

Основними прийомами фінансового аналізу є наступні [12]:

- 1) горизонтальний (часовий) аналіз, що полягає у порівнянні кожної позиції звітності з попереднім періодом;
- 2) вертикальний (структурний) аналіз, метою якого є визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат;

3) коефіцієнтний аналіз (аналіз відносних показників) ґрунтується на розрахунку відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

4) трендовий аналіз базується на порівнянні кожної позиції звітності з попередніми періодами та визначення тренду;

5) факторний аналіз передбачає визначення впливу окремих факторів на результативний показник;

6) порівняльний аналіз здійснюється шляхом внутрішньогосподарського аналізу зведених показників звітності за окремими показниками підприємства, а також міжгосподарський аналіз показників підприємства порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими та середніми показниками.

Кожний із цих прийомів вимагає визначення відповідних показників та коефіцієнтів, на основі яких потім проводиться детальний аналіз діяльності підприємства та виявляються основні причини, які погіршують теперішній стан підприємства. На основі отриманих результатів розробляються основні шляхи подолання спаду підприємства відповідно до умов навколишнього економічного та політичного середовища.

Одним із найбільш впливових важелів прогнозування, автоматизації та підвищення ефективності фінансового стану підприємства виступає моделювання, вирішуючи величезну кількість економічних завдань. Моделювання функціонування підприємства слугує основою для розробки економіко-математичних моделей для найповнішої та більш достовірної характеристики діяльності суб'єкта господарювання в цілому, так і його структурних підрозділів. Детальний аналіз з економіко-математичної точки зору підприємства дозволяє підвищити його конкурентоспроможність як на вітчизняному, так і на світовому рівні.

Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства – один з напрямків економіко-математичних методів аналізу, що полягає в дотриманні технології прагматичної побудови економіко-математичних моделей, які комплексно описують концепцію розвитку та функціонування фінансової підсистеми підприємства то дозволяють досліднику вибудувати найадекватнішу інтерпретацію результатів моделювання фінансового стану та фінансових результатів підприємства [4, с. 9].

Економіко-математичні моделі призначені для [4, с. 11 – 12]:

- аналізу передумов і положень фінансового стану підприємства;
- логічного обґрунтування економічних закономірностей, виявлених при аналізі фінансового стану та результатів діяльності підприємства;
- отримання якісних висновків підвищення рівня фінансового стану підприємства серед конкурентів.

Дослідник за допомогою моделей вирішує ряд наступних основних задач [4, с. 12]:

- 1) обґрунтування оптимальної кількості та якості даних в системі показників;

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

2) вибір адекватного економіко-математичного методу;

3) побудова точної економіко-математичної моделі фінансового стану підприємства;

4) представлення керівництву підприємства обґрунтованих висновків щодо вирішення поставленого фінансово-економічного завдання.

Економіко-математичне моделювання включає наступні етапи [4]:

1) формулюється та ставиться економічна проблема та її якісний аналіз. Тобто, формується сутність проблеми, визначити передумови й висловити припущення, детально досліджується об'єкт моделювання;

2) побудова математичної моделі. Модель виражається у вигляді конкретних математичних залежностей. Спочатку визначається тип моделі, можливість її застосування, встановлюються змінні та параметри та їх зв'язки;

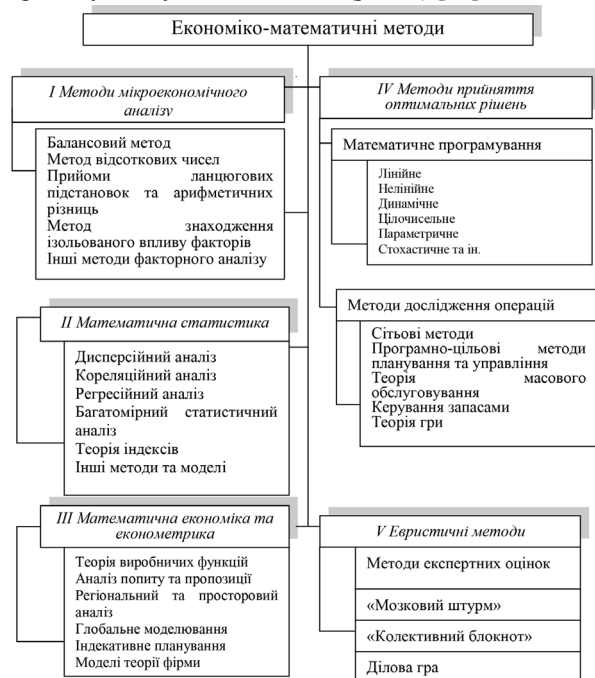
3) математичний аналіз моделі. Математичними методами досліджуються загальні властивості моделей та розв'язків, а також доводиться існування розв'язків задачі;

4) підготовка вихідної інформації за рахунок використання методів теорії ймовірностей, математичної статистики, економічної статистики для агрегування, групування даних, оцінювання вірогідності даних тощо;

5) проведення відповідних розрахунків;

6) аналіз результатів та їх використання.

Існує низка економіко-математичних методів фінансового аналізу, які Єлісеєва О.К. та Решетняк Т.В. запропонували у вигляді схеми (рис. 1) [11].



Доцільність використання того чи іншого методу визначається напрямком аналізу відповідних показників фінансового стану підприємства і джерела дослідження.

Економіко-математична модель представляється як система лінійних рівнянь [4, с. 12]:

(1.1)

$$B \times Y = A \times X + \varepsilon,$$

де B – матриця коефіцієнтів при залежних змінних;

Y – вектор залежних змінних;

A – матриця коефіцієнтів при незалежних змінних;

X – вектор незалежних змінних;

ε – вектор випадкових помилок (відхилень).

Виділяються різноманітні економіко-математичні моделі в залежності від їх способу представлення:

1) прості моделі:

– однофакторні (лінійні та нелінійні);

– багатфакторні (лінійні та нелінійні);

2) складні моделі:

– одночасні рівняння (система вирішена відносно залежних змінних, рекурсивна система, система невирішена відносно залежних змінних);

– трендова модель (лінійні, нелінійні);

– моделі декомпозиції (адитивні, мультиплікативні);

– авторегресійні моделі;

– динамічні регресійні моделі;

– лагові моделі (одnofакторна, багатфакторна).

Висновки. Отже, аналіз фінансового стану підприємства дає можливість відобразити стан підприємства та результати його функціонування як внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Здійснення фінансового аналізу дозволить вивести основні причини гальмування у діяльності підприємства на ринку, на основі чого аналітики та економісти зможуть розробити стратегію подолання негативних чинників.

Використання економіко-математичних методів для фінансового аналізу дозволить збільшити кількість факторів, що впливають на окремі аспекти функціонування підприємства, визначити можливі додаткові резерви підвищення ефективності виробництва. Сучасний розвиток нової ринкової економіки залежить від прогнозування варіантів можливих шляхів подолання кризових явищ на підприємстві. А це практично неможливо здійснити без застосування в аналітичному дослідженні економіко-математичних методів. Для аналізу використовуються методи елементарної математики (для обґрунтування потреби у виробничих ресурсах, для балансових та інших розрахунків) та вищої математики (для дослідження складніших економічних явищ). Усе це дає підстави вважати, що застосування певних економіко-математичних моделей, які висвітлюють конкретні аспекти господарської діяльності підприємств, правомірно порівнювати за значенням із впровадженням системи міжнародних стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базецька Г.І. Фінанси підприємства: планування та управління у виробничій сфері: навч. посіб. / Г.І. Ба-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

зецька, Л.Г. Суботовська, Ю.В. Ткаченко. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 292 с.

2. Болюх М.А. Економічний аналіз: навч. посібник / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов та ін.; за ред. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с. – (2-е вид., перероб. і доп.).

3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / М.Я. Коробов. – К.: Знання, 2002. – 377 с. – (3-є вид., доп. і перероб.).

4. Куліков П.М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства: навч. посіб. / П.М. Куліков, Г.А. Іващенко. – Х.: ХНЕУ, 2009. – 152 с.

5. Маркар'ян Е.А. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Е.А. Маркар'ян, Г.П. Герасименко, С.Е. Маркар'ян. – М.: КНОРУС, 2007. – 224 с. – (6-е вид., перероб.).

6. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / під ред. А.М. Поддєрьогіна – К.: КНЕУ, 2004. – 328 с. – (5-е вид., перероб. та доп.).

7. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2005. – 662 с. – (2-е вид., випр. і перероб.).

8. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз / М.Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.

9. Єлісеєва О. К. Методи та моделі оцінки і прогнозування фінансового стану підприємств [Електронний ресурс] / О. К. Єлісеєва, Т. В. Решетняк. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: http://otherreferats.allbest.ru/finance/00237240_1.html.

10. Аналіз фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.vlasnasprava.info/ua/business_az/how_to_grow/finance/financial_management.html?t=rec&id=645.

11. Економіко-математичне моделювання процесу товароруку обліку продовольчої продукції (на прикладі приватного підприємства «Бардаков») [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://knowledge.allbest.ru/emodel/3c0a65625b2ad68b5d53a89521216d26_1.html.

12. Конспект лекцій на тему: «Фінанси підприємств» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://pidruchniki.com/1935031144838/finansiv/otsinyuvannya_finansovogo_stanu_pidpriyemstva.

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД У КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Маслова Наталя Олександрівна, к.е.н., доцент КНТЕУ

У статті розглянуті питання, пов'язані з теоретичними та практичними аспектами комунікаційної діяльності банку. Обґрунтовано необхідність застосування клієнтоорієнтованого підходу в комунікаційній діяльності банку.

Ключові слова: комунікаційна діяльність банку, лід, лідогенерація, клієнтоорієнтованість, вихідний та вхідний маркетинг.

The questions that are related to theoretical and practical aspects of the communication activities of the bank. The necessity of using of the customer-oriented method in the communication activities of the bank are proved.

Keywords: communication activities of the bank, lead, lidoheneratsiya, client-oriented outbound, inbound

Постановка проблеми. Комунікаційна діяльність банку набуває особливу актуальність в банківській сфері і цей процес пов'язаний з цілим комплексом причин: загостренням конкурентних відносин; зниженням місткості фінансового ринку; загальним падінням іміджу банків внаслідок кризи банківської системи; необхідністю розвитку ефективної корпоративної культури, що відповідає принципам відвертості, прозорості, що є неодмінною умовою для інтеграційних процесів.

Клієнтоорієнтований підхід у комунікаційній діяльності банку сприяє посиленню довіри населення до банку, в результаті використання ним специфічних видів комунікацій, підвищує лояльність клієнтів, забезпечує стабільність комунікаційної діяльності банку та створює довгострокові індивідуалізовані відносини з клієнтом з метою взаємовигідної співпраці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чисельні дослідження сутності комунікаційної діяльності банку викладені у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: а саме Бойко С.М., Гірченко Т.Д., Голубков Е.П., Дубовік О.В., Лютий І.О., Лук'янець Т., Майдебур А, Кубів С., Павленко О.Ф., Ткачук О.В., Федірко В.М., Шпиґа Ф.І. та ін. Разом з тим, питання клієнтоорієнтованості у комунікаційній діяльності банку в наукових працях практично не розглядалися.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Метою даної статті є визначення теоретичних підходів до обґрунтування клієнтоорієнтованого підходу в комунікаційній діяльності банку в процесі її розробки та реалізації. В процесі постановки цілі було сформульовані такі завдання:

- обґрунтувати необхідність заліснення комунікаційної діяльності банку під час «еволюції» клієнта банку;
- охарактеризувати етапи комунікаційної діяльності банку з врахуванням клієнтоорієнтованого підходу;
- надати рекомендації щодо найбільш ефективних технологій комунікаційної діяльності банку.

Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізації комунікаційної діяльності банку на основі клієнтоорієнтованого підходу.

Предметом дослідження є система відносин банку з клієнтами в процесі комунікаційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сьогодні клієнтоорієнтований підхід став ідеологією банківського спілкування у всьому світі, що вимагає перегляду всіх процесів створення та реалізації комунікаційної діяльності банків, що призводить до необхідності перегляду традиційних методів комунікаційної діяльності банків.

Клієнтоорієнтований підхід передбачає, що конкурентоспроможність банку визначається, насамперед, ступенем відповідності його пропозицій потребам клієнтів, високими темпами зростання власної клієнтської бази та здатністю витримувати конкуренцію з іншими установами, які задовольняють аналогічні запити ринку. Головною ідеєю даного підходу є перехід від фокусування зусиль банку на конкурентній боротьбі до впровадження унікальних технологій обслуговування для задоволення існуючих та майбутніх потреб клієнтів та формування довгострокових партнерських відносин.

Встановлення і розвиток взаємовідносин банку з клієнтом має прямий вплив на комунікаційну діяльність банку. Складовими комунікаційної діяльності традиційно вважають рекламу, особистий продаж, стимулювання збуту, прямий маркетинг і паблік рилейшенс. Разом з тим у всьому світі традиційні комунікації втрачають популярність внаслідок їх невисокої ефективності, а на перший план «виходять» перспективні методи спілкування з потенційними та існуючими клієнтами.

Метою таких підходів є залучення клієнта в діалог, тобто у двостороннє спілкування, яке і організація, і споживач активно підтримують. Двосторонніми вважаються ті взаємовідносини, в рамках яких обидві сторони однаково зацікавлені «інвестувати» в них і признають, що між ними існують взаємовідносини.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Якщо прослідкувати, як споживач стає постійним клієнтом, то можна виділити кілька стадій його активності по відношенню до банку. Схема цього процесу зображена у вигляді піраміди активності клієнтів, в основі якої лежить поняття «воронка» продажу, що широко застосовується в маркетингу, і поняття «ієрархія споживачів», що часто використовується для визначення пріоритетів в комунікаціях зі споживачем (рис.1).

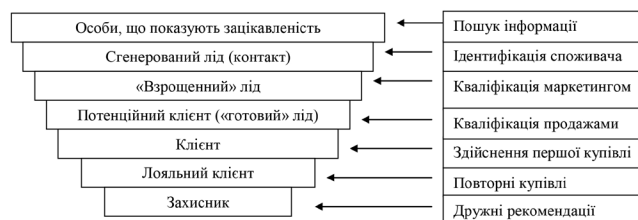


Рис.1 «Еволюція» клієнта банку в «воронці продажу»*

*Примітка: розроблено автором на основі теоретико-практичних досліджень

Трансформація станів клієнта в «воронці продажу» [2] відбувається лише в результаті грамотно побудованого спілкування банку з клієнтами. Важко досягти довіри, коли застосовується класичне рекламне просування продуктів за допомогою маркетингу «просування»: при ньому відбувається змушене спілкування, метою якого є купівля. При використанні концепції довірчого маркетингу (permission-marketing) [5] ефект нав'язаного спілкування виключається. Банк звертається до клієнта із запитанням, чи потрібні йому додаткові комунікації з ціллю забезпечення необхідною інформацією, а тільки потім здійснює їх. Такий підхід дозволяє фінансовій установі залучати до взаємовідносин саме тих споживачів, які зацікавлені в спілкуванні. Крім того, банківська установа отримує право на контакт зі споживачем (лідом) в рамках своєї маркетингової програми, що необхідно для додержання закону про персональні дані, який встановлює обов'язкове отримання письмового погодження клієнта на використання його контактних даних з ціллю маркетингових комунікацій.

Лід у банківській сфері – це особа, яка виявила зацікавленість до банківських послуг та залишила контактну інформацію про себе (або на сайті банку, або працівнику call-центра тощо), тобто ідентифікована банком. Основна цінність ліда в тому, що це особа, яка тільки має намір скористуватися послугами банку і завдяки ідентифікації вже може бути внесена до бази потенційних клієнтів з метою подальшого проведення ретельної роботи по її «вирощуванню» до реального клієнта. З цієї точки зору, клієнтоорієнтованість банку виявляється у створенні умов для формування безперервного потоку (генерації) лідів та управління ними з метою їх перетворення у реальних, а з часом, у лояльних клієнтів банку [3, с. 114].

Переваги довірчого маркетингу в тому, що успіх досягається за рахунок мінімізації втрат при просуванні продуктів компанії і фокусуванні на зацікавлених спо-

живачах. Клієнт сам вносить свою адресу у відповідні списки, вибирає, яку інформацію і по яким каналам він хоче отримувати, тому маркетолог має можливість застосовувати персоналізоване, ціленаправлене звернення, яке враховує інтереси одержувача, і не витратити ресурси на розсилку реклами незацікавленим особам.

Таким чином, можна зробити висновок, що в основі формування взаємовідносин зі споживачами банківських послуг знаходиться цикл лідогенерації, який включає такі важливі бізнес процеси: генерація лідів (маркетингові програми та брендінг для підвищення рівня зацікавленості споживачів); управління лідами (класифікація лідів, «взрощування» лідів, передача лідів відділам продажів); підготовка та продаж (первинна) банківських продуктів; реалізація повторних продажів (робота з реальними клієнтами щодо підвищення їх лояльності та відданості банку). В результаті реалізації всіх етапів даного процесу відбувається «еволюція» зацікавленої особи у лояльного клієнта банку. Особливо «небезпечним» є етап управління лідами, оскільки саме недосконала робота банку по утриманню майже готових до спілкування потенційних клієнтів є причиною недоотримання прогнозованого «клієнтського потоку» банку [3, с. 114].

На сучасному етапі дані процеси не можуть реалізуватися в повній мірі при застосуванні стандартного процесу комунікаційної діяльності банку, який передбачає проходження ряду послідовних взаємопов'язаних етапів: визначення цільової аудиторії, встановлення цілей комунікацій, вибір каналів комунікацій, підготовка звернень до цільової аудиторії, вибір інструментів поширення інформації, розробка бюджету стимулювання цільової аудиторії, здійснення комунікації, аналіз зворотної реакції аудиторії.

Тому побудову системи взаємовідносин між банком і споживачем можна вбачати в розробці організації стратегії спілкування, яка буде забезпечувати необхідну кількість комунікацій для встановлення діалогу зі споживачем починаючи від першого контакту до повторних продажів лояльним клієнтам і має три основні етапи:

- 1) генерування потоку клієнтів, що входять (лідів);
- 2) конвертація лідів у покупців;
- 3) втримання клієнтів і завоювання їх лояльності (табл. 1).

Отже, як видно з таблиці 1, застосування клієнтоорієнтованого підходу в комунікаційній діяльності банку складається з передпродажного та післяпродажного маркетингу, які в свою чергу включають певні етапи та фази його реалізації. Побудова взаємин з кожним потенційним клієнтом (лідом) залежить від зваженої маркетингової стратегії, сформульованої банком. При врахуванні клієнтоорієнтованого підходу існують відмінності побудови роботи із залучення клієнтів в контексті впровадження технологій лідогенерації від традиційних методів спілкування з клієнтами в банку (табл. 2)

Отже, як видно з таблиці 2, для реалізації технологій лідогенерації в рамках клієнтоорієнтованого підходу, банк повинен застосовувати весь технологічний

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

спектр можливостей, розподілених за трьома основними напрямками. Так, в процесі реалізації заходів вихідного маркетингу банк привертає увагу аудиторії, формує свій імідж, та пізнаваність (бренд). Така задача найкращим чином вирішується шляхом традиційної маркетингової діяльності (реклама у ЗМІ, Інтернеті, зовнішня реклама, прямі поштові розсилки і масштабні заходи т.д.). Головна задача звернення на даному етапі не продаж, а формування інтересу до банку як надійної та відомої установи.

Таблиця 1

Етапи комунікаційної діяльності банку на основі клієнтоорієнтованого підходу*

Етапи	Рівень активності покупців	Фази довірного маркетингу	Завдання
Перепрофільований маркетинг	Генерування потоку клієнтів, що входять (лідів)	1. Створення стимулу для дозволу на ідентифікацію 2. Отримання дозволу на ідентифікацію	Стимулювання споживачів до надання дозволу на подальше спілкування в рамках маркетингової програми компанії Реєстрація адреси, занесення в базу даних інформації про споживача
	Конвертація лідів у покупців	3. Ведення діалогу 4. Збір інформації	Завоювання довіри, надсилання систематичних повідомлень, націлених особисто на одержувача і релевантних для нього Збір даних для профілювання одержувача через постійну взаємодію з ним
		5. Закріплення зв'язку/інтегративні відносини	Залучення до спілкування, опитування, конкурси, спеціальні акції, програми/курси, що формують знання про продукти компанії та інтерес до них
		6. Достиження завершеного етапу угоди	Направлення індивідуальних пропозицій, що формують рішення про купівлю
Підвищений маркетинг	Втримання клієнтів і завоювання їх лояльності	7. Втримання/формування лояльності	Підвищення рівня довіри, закріплення відносин, надсилання індивідуалізованих пропозицій з врахуванням оцінних даних споживача, що сприяють формуванню лояльного купівель, залучення у маркетинг компанії (акції типу «приведи друга», «залши відгук»)

*Примітка: розроблено автором на основі [1], [6]

Таблиця 2

Пропоновані найбільш ефективні технології комунікаційної діяльності банку*

Напрямок	Методи - тактики
1. Вихідний маркетинг (outbound)	Заходи публік-релейшнз (популяризація банку у ЗМІ, спонсорство, меценатство, благодійність тощо). Брендінг. Рекламні кампанії – зовнішня та контекстна реклама E-розсилки. Івент-маркетинг: семінари, конференції, виставки банківських технологій.
2. Вхідний маркетинг (inbound)	Контент-маркетинг. Маркетинг в соціальних мережах. Форуми. Оптимізація сайту банку, «посадовчі» сторінки, SEO (пошукового просування)
3. Особистий контакт	Особисті зустрічі, персональний менеджмент.

Примітка: розроблено автором на основі [4] [7] [8]

Ціль реалізації другого напрямку – завоювати довіру споживача, який дав дозвіл на ідентифікацію (ліда). Цей процес починається з привертання уваги і переходить в діалог, який повинен бути вигідним для нього. Основними каналами для закріплення стосунків між банком та клієнтом є соціальні мережі, власний сайт із всім спектром супроводження та зворотного зв'язку, що формує знання, лояльність, прихильність до банку та його продуктів. Саме цей етап може сприяти трансформації ліда у реального клієнта банку або «обіграти» процес лідогенерації із втратою потенційного клієнта.

Третій етап передбачає врахування концепції індивідуального маркетингу, ідея якого полягає у концентрації зусиль на збільшенні продажів існуючим клієнтам, а не на пошуку нових, адже завоювання нового клієнта

коштує компанії в шість разів дорожче, чим організація повторних продажів існуючому покупцю, а повернення незадоволених клієнтів - в 25 разів дорожче [18]. Цей етап необхідний для трансформації разового клієнта в постійного, який з часом трансформується у лояльного клієнта, або, навіть, партнера банку.

Враховуючи завдання етапів комунікаційної діяльності банку, основну увагу в процесі клієнтоорієнтованого підходу необхідно звернути на розробку відповідних критеріїв та методів спілкування з клієнтами.

Але на сучасному етапі існує ряд проблем, які не дозволяють українським банкам в повній мірі використовувати переваги клієнтоорієнтованого підходу під час спілкування з клієнтами в процесі комунікаційної діяльності.

Основна проблема полягає в тому, що, як правило, банківський маркетинг розглядається як засіб реклами, інструмент аналізу позицій банків-конкурентів, тобто на практиці реалізуються лише окремі елементи комплексу маркетингу. Крім того, на даному етапі підрозділи служби маркетингу практично не беруть участі в розробленні стратегії банківської установи на ринку банківських послуг, а отже, не здійснюють визначального впливу на поведінку та повсякденну діяльність банку. Натомість, задекларована багатьма українськими банками клієнтоорієнтована стратегія, в основу якої покладена стратегія максимального задоволення потреб клієнтів, спрямована на істотне підвищення рентабельності і конкурентоспроможності банківських установ, не може бути повною мірою реалізована без підвищення стратегічної та організаційної ролі маркетингу в банківській діяльності, особливо в розрізі взаємовідносин банку та клієнтів.

Саме тому для створення довгострокових індивідуалізованих відносин з клієнтом з метою взаємовигідної співпраці все більше фінансових установ використовують прямий маркетинг, який вважається на сьогодні найефективнішим методом комунікаційної діяльності.

Це може бути пов'язано з розумінням банками важливості клієнтів у подальшому розвитку банківського бізнесу. Тому останніми роками банки почали активно впроваджувати у своїй діяльності широкий спектр елементів комплексу маркетингу інновацій з метою підвищення ефективності співпраці з клієнтами. Зокрема, реалізовувати на практиці ряд клієнтоорієнтованих маркетингових заходів, серед яких: здійснення сегментації клієнтів; впровадження нового напрямку діяльності банку – обслуговування VIP-клієнтів (VIP банкінгу); реорганізація існуючої в банках функціональної організаційної структури в дивізіонально-клієнтську, за якою діяльність департаментів і відділів банку зорієнтована на певні групи споживачів – індивідуальний, корпоративний, міжбанківський бізнес; створення маркетингових підрозділів у банківських установах; використання інструментарію маркетингу в напрямку управління лояльністю клієнтів тощо.

Висновки. Розкриваючи сутність комунікаційної діяльності банку, можна сказати, що це спілкуван-

ня банку з клієнтами, спрямоване на спонукання їх до обслуговування у певному банку. На сучасному етапі розвитку ідеологією банківського спілкування у всьому світі став клієнтоорієнтований підхід, що і вимагає необхідності перегляду традиційних напрямів та методів комунікаційної діяльності банків, розробки відповідних критеріїв та методів спілкування з клієнтами із врахуванням завдань етапів комунікаційної діяльності банку. Визначено проблеми впровадження клієнтоорієнтованого підходу у банківській діяльності, основними з яких є реалізація на практиці лише окремих елементів комплексу маркетингу, відсутність підвищення стратегічної та організаційної ролі маркетингу в банківській діяльності. Запропоновано ряд клієнтоорієнтованих заходів подолання існуючих проблем (лідогенерація, управління лояльністю клієнтів, впровадження вхідного та вихідного маркетингу тощо) з метою підвищення ефективності співпраці з клієнтами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Н.Н. Коммуникативная стратегия общения с потребителями: соединение технологий прямого маркетинга и рекламы / Наталия Андреева // Реклама. Теория и практика. – 2012. – 01 (49). – с. 16 – 28.
2. Главный бизнес инструмент – воронка продаж [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн.: <http://zillion.net/ru/blog/234/glavnyi-biznies-instrument-voronka-prodazh>
3. Маслова Н.О. Лідогенерація як складова клієнтоорієнтованості банку / Н.О. Маслова // Вісник КНТЕУ Науковий журнал - 2013. - № 6. – с. С.111-117
4. Маслова Н.О. Маркетинг у банку: Навч. посібник / Н.О. Маслова – К: КНТЕУ, 2012. – 320 с.
5. Сет Годін. Довірчий маркетинг. Як з незнайомця зробити друга і перетворити його в покупця = Permission Marketing: Turning Strangers into Friend, and Friends into Cusromers. / Сет Годін - М.: «Альпіна Паблішер», 2008. - 256 с.
6. Челенков А., Сони́на Т. Клиентоориентированный подход в маркетинге взаимоотношений / Александр Челенков, Татьяна Сони́на // Маркетинг. - 2012. - № 1 (122).– С. 115-125.
7. Чернишова К.А. Особливості стратегії вхідного маркетингу / К.А. Чернишова // Управління розвитком. - 2012. - №15. - С. 57 – 59
8. Юрчак А.В. Как ускорить развитие контент-маркетинга в В-2-В [Електронний ресурс] / Александр Юрчак // Промышленный и b2b маркетинг. – 2012. - № 3. – С. 56-64 – Режим доступу : <http://grebennikon.ru/article-hnop.html>

СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗМІНИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Мойсеєнко І. П.

д.е.н., професор, Львівський інститут внутрішніх справ

Тибінка Г. І., старший викладач,

Львівський національний аграрний університет

У статті розглядається проблематика прогнозування рівня заробітної плати в Україні з точки зору її купівельної спроможності. Виявлено негативні тенденції у сфері прогнозування заробітної плати, аналізується вплив на цей процес різноманітних чинників. Акцентується увага на результатах впливу різноманітних чинників на рівень заробітної плати.

Ключові слова: заробітна плата, мінімальна заробітна плата, середня заробітна плата.

Мойсеєнко І. П., Тибінка Г. І.

СОВРЕМЕННИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИЗМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

В статье рассматривается проблематика прогнозирования заработной платы в Украине с точки зрения ее покупательной способности. Выявлены негативные тенденции в области прогнозирования оплаты труда, анализируется влияние на этот процесс различных факторов. Акцентируется внимание на результатах влияния различных факторов на уровень заработной платы.

Ключевые слова: заработная плата, минимальная заработная плата, средняя заработная плата.

MOJSEENKO I., Tybinka G.

THE MODERN TOOL OF CHANCHE FOR SOCIAL POLICY

The article deals with the problems of predicting wages in Ukraine in terms of the purchasing power of wages. Negative trends in forecasting wage, analyzes the impact on wages of different factors. Attention is focused on the results of influence of various factors on wages.

Keywords: payment, minimum wage, the average wage.

Постановка проблеми.

Заробітна плата є тим головним джерелом, за рахунок якого працівник задовольняє свої потреби різних рівнів. Рівень оплати праці повинен бути достатнім для відтворення не просто робочої сили як фактора виробництва, але й для розвитку здібностей людини. Проте в Україні, замість того, щоб оплачувати працю за її вартістю, посилюється розрив між ціною праці та її вартістю, що негативно діє на якість робочої сили. Відбулось масове зниження життєвого рівня населення країни.

Актуальними залишаються питання ефективної організації та прогнозування розмірів заробітної плати на макrorівні і на рівні регіональному. Проблема перехідного періоду полягає у тому, що рівень продуктивності праці в економіці України не дає можливості гарантувати всім працюючим заробітну плату не нижчу вартості мінімального споживчого бюджету. Більше того, навіть середня заробітна плата нині в Україні далеко відстає від цієї величини.

Аналіз останніх наукових досліджень.

Здебільшого вітчизняні науковці зосереджують свою увагу на питаннях або продуктивності праці (Калина А., Лучанинов С., Єсінова Н.), або на проблемах вдосконалення систем оплати праці (Колот А., Радомський С., Лібанова Є., Чернявська О.), або ефективності виробництва (Єськов А., Буряк П. тощо). Комплексний

аналіз динаміки продуктивності праці, заробітної плати та ВВП здійснювали Завіновська Г., Петров А. в Україні та Качурова Л. у Росії, але при цьому вони розглядали проблеми підвищення продуктивності праці в цілому по економіці, не приділяючи належної уваги розгляду питання у галузевому та регіональному розрізі, тобто, не з'ясували причин розбалансованості «на корені».

Мета роботи.

З огляду на це, основною метою написання даної статті є дослідження особливостей прогнозування оплати праці на основі використання економіко-математичних моделей, зокрема на регіональному рівні, визначення чинників, які насамперед впливають на рівень заробітної плати та дослідження взаємозв'язків між ними.

Виклад основного матеріалу.

Будь-який показник діяльності підприємства, певний економічний результат у державі залежить від ряду чинників, що здійснюють на нього прямиий чи опосередкований вплив. Щодо системи оплати праці, то вона також залежить від цілої низки чинників, які впливають на рівень оплати праці: справедливе відшкодування працівнику за виконану роботу, періодичність виплати, податкове навантаження тощо. Проте відразу важко сказати який чинник впливає на заробітну плату в тій чи іншій мірі, та як від цього може змінитись її рівень. Для такого аналізу нами було використано програми Microsoft Excel 2010 та Stata 11.1., що дозволили скласти кореля-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ційно-регресійну модель залежності та впливу окремих чинників на заробітну плату.

Для ґрунтового дослідження середньорічної заробітної плати в Україні нами взято дві групи чинників, які є не рівнозначні за походженням та значенням. До першої групи віднесли індекси конкурентоспроможності регіонів України, визначених на основі експертних опитувань керівників підприємств; до другої – мінімальну заробітну плату та валовий внутрішній продукт в розрахунку на одну особу.

Для першої групи чинників модель будувалась за допомогою програми Microsoft Excel 2010. Кореляційний аналіз факторних ознак було виконано за допомогою інструменту «Кореляція пакету аналізу». Аналіз наведених там коефіцієнтів парної кореляції показує, що між середньою заробітною платою та рівнем розвитку бізнесу (X7), розміром ринку (X9) спостерігається сильний позитивний кореляційний зв'язок; інноваціями (X3), інфраструктурою (X5), технологічною готовністю (X10) – значний зв'язок; вищою освітою та професійною підготовкою (X1), ефективністю ринку товарів (X2), рівнем розвитку фінансового ринку (X8) – помірний кореляційний зв'язок.

Наступний крок – включення в регресійну модель всіх показників, які в нас є. З попередньо проведеного аналізу результатів регресії видно, що жоден із показників в такій моделі не є статистично значущим. Такий висновок можна зробити на основі Р-значення, яке має бути менше 0,05 для статистично значущого показника. Отже, в цю модель включена надлишкова кількість показників. Тому потрібно вибрати показники, які будуть проходити згідно Р-значення й одночасно будуть забезпечувати високий R – значення коефіцієнту кореляції. Після всіх комбінацій підбору показників, дійшли висновку, що два показники є статистично значущими і з високим значенням R. При цьому R не дуже змінився. Важливіше значення для специфікації моделі має R-adjusted, який після вибору двох параметрів збільшився, порівняно з початковою моделлю. Також модель з двома параметрами пройшла тест на стійкість (robust test).

Отже, виходячи із отриманих даних найбільш точно побудованої моделі відзначимо, що 71,1% варіації середньої заробітної плати у досліджуваній сукупності за регіонами України зумовлено варіацією індексів конкурентоспроможності, а 28,9 % (100,0 – 71,1) варіації середньої заробітної плати – варіацією інших чинників.

Наступним порівняльним коефіцієнтом для достовірності даних є F-критерій. Якщо фактичне значення F-критерію перевищує відповідне критичне, тобто $F_{\text{факт}} > F_{\text{крит}}$, то зв'язок між досліджуваними ознаками визнається істотним. В нашому випадку $F_{\text{факт}} > F_{\text{крит}} = 27,0992 > 2,63465$. Фактичне значення F-критерію за рівня істотності $\alpha = 0,05$ більше критичного його значення. Отже, можна стверджувати з імовірністю 0,95, що зв'язок між середньою заробітною платою та взятими двома індексами конкурентоспроможності регіонів підтверджує таке доведення.

Порівнюючи одержане критичне значення F-кри-

терію з визначеним за допомогою вбудованої функції FРАСПОБР для рівня істотності $\alpha = 0,05$, бачимо, що фактичне значення F-критерію для рівня істотності $\alpha = 0,05$ більше критичного його значення і, отже, зв'язок між середньою заробітною платою та індексами конкурентоспроможності в досліджуваній сукупності регіонів для ймовірності 0,95 за представленими даними є доведеним, він існує між цими ознаками. Таким чином, з імовірністю 0,95, тобто в 95 випадках зі 100, розмір середньої заробітної плати залежить від підібраних індексів, отже, визнається достовірним.

Необхідно визначити коефіцієнт еластичності, який дає відносну характеристику зміни результативної ознаки за рахунок факторної. Обчислена величина коефіцієнта еластичності 3,17 показує, що зі збільшенням інтегрального індексу конкурентоспроможності на 1% у середньому розмір заробітної плати збільшується на 3,17%.

Порівняння обчислених різними методами значень парного лінійного коефіцієнта кореляції – г свідчить, що вони точно збігаються, і це підтверджує правильність його розрахунку.

Обчислені величини $r=R=0,74894755$ свідчать, що за відомою шкалою щільності зв'язку Чеддока, визначена за парним лінійним рівнянням регресії між розміром середньої заробітної плати та інтегральним індексом конкурентоспроможності за регіонами є досить помітним.

Порівняння фактичних значень F-критерію і R^2 з критичними дає підстави з імовірністю 0,95 і 0,99 стверджувати про істотність зв'язку між розміром середньої заробітної плати та чинниками, які сформуvalи інтегральний індекс конкурентоспроможності.

Таким чином, на основі результатів регресії можна зробити такі висновки: збільшення показника експертної оцінки рівня розвитку бізнесу на 1 пункт (наприклад з 3 до 4) призведе до збільшення заробітної плати на 1199 грн.; збільшення показника експертної оцінки розміру ринку на 1 пункт призведе до збільшення заробітної плати на 350 грн. Зростання середньої заробітної плати на названу величину можливе при зміні цих двох коефіцієнтів в тому випадку, коли інший показник не змінюватиметься.

Друга група чинників, мінімальна заробітна плата і валовий внутрішній продукт в розрахунку на одну особу, характеризується певною особливістю, адже ці показники та результуючий показник – середня заробітна плата, змінювались протягом часових періодів. Побудова економіко-статистичної моделі в звичному варіанті є не логічною та методично не правильною. Тому для цього використовувалась програма Stata 11.1., яка має більше функціональних можливостей та простіші дії при виконанні.

Визначення взаємозв'язків між змінними, які представляють собою числові ряди, вимагає проведення ретельного аналізу. Варіативність таких змінних пояснюється в основному чотирма складовими: тренд; сезонність; циклічність; випадковість (randomness). Ці

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

складові можуть мати різний вплив на досліджувану (результуючу) змінну величину і можуть бути представлені різними функціями. Перш за все проаналізуємо по якому тренду відбувається зміна показників середньої заробітної плати, мінімальної заробітної плати і ВВП на одну особу (рис.1).

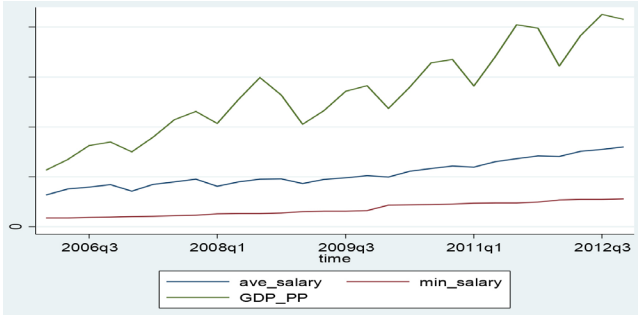


Рис. 1. Тренди змінних показників та залежного (досліджуваного) показника

Відзначимо: залежною змінною є середня заробітна плата (ave-salary); змінні показники: мінімальна заробітна плата (min-salary) та валовий внутрішній продукт на одну особу (GDP-PP); незалежною змінною є час (time). Візуально тренди пояснюються лінійною або квадратичною функцією, проте для достовірності перевіримо це аналітично.

Для побудови тренду середньої заробітної плати використаємо регресію (табл. 1). За проведенням порівнянням цей тренд краще пояснюється квадратичною функцією.

Таблиця 1

Регресійна модель середньої заробітної плати за квадратичною функцією

```

. reg ave_salary time time2

Source | SS      df    MS      Number of obs = 28
-----+-----
Model | 7495234.22  2  3747617.11  Prob > F      = 0.0000
Residual | 306091.887  25  12243.6755  R-squared     = 0.9608
-----+-----
Total | 7801326.11  27  288938.004  Adj R-squared = 0.9576
Root MSE = 110.65

ave_salary | Coef.  Std. Err.  t  P>|t|  [95% Conf. Interval]
-----+-----
time | -715.8913  141.8255  -5.05  0.000  -1007.986  -423.7962
time2 |  1.970496  .3589922   5.49  0.000   1.231138   2.709854
_cons | 66520.98  13988.88   4.76  0.000  37710.36  95331.61
    
```

Побудуємо графік (рис. 2), на якому зображені:

- середня заробітна плата (average salary)
- значення середньої заробітної плати при умові, якби тренд виражався лінійною функцією (fitted value)
- відхилення (residuals).

Дальше аналізуємо тренд мінімальної заробітної плати, на основі якого, можна зробити висновок, що він також краще пояснюється квадратичною функцією. Оскільки $AIC_{\text{квадр}}=296,68 < AIC_{\text{лін}}=301,09$, а D-значення більше у квадратичній функції.

Для побудови тренду мінімальної заробітної плати використаємо регресію (табл. 2). За проведенням

порівнянням цей тренд краще пояснюється квадратичною функцією.

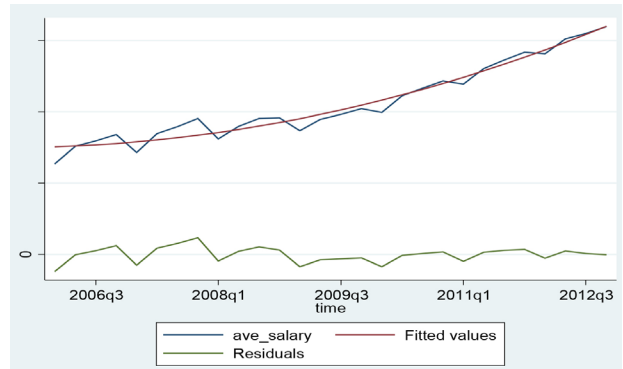


Рис. 2. Тренд середньої заробітної плати за квадратичною функцією

Таблиця 2

Регресійна модель мінімальної заробітної плати за квадратичною функцією

```

. reg min_salary time time2

Source | SS      df    MS      Number of obs = 28
-----+-----
Model | 1879243.08  2  939621.542  Prob > F      = 0.0000
Residual | 52881.0232  25  2115.24093  R-squared     = 0.9726
-----+-----
Total | 1932124.11  27  71560.1521  Adj R-squared = 0.9704
Root MSE = 45.992

min_salary | Coef.  Std. Err.  t  P>|t|  [95% Conf. Interval]
-----+-----
time | -117.5354  58.94927  -1.99  0.057  -238.9437   3.872874
time2 |  .3784577  1492138  2.54  0.018   0.711462  6857693
_cons | 9126.012  5814.426  1.57  0.129  -2849.022  21101.05
    
```

Графічне зображення тренду мінімальної заробітної плати подано на рис.3.

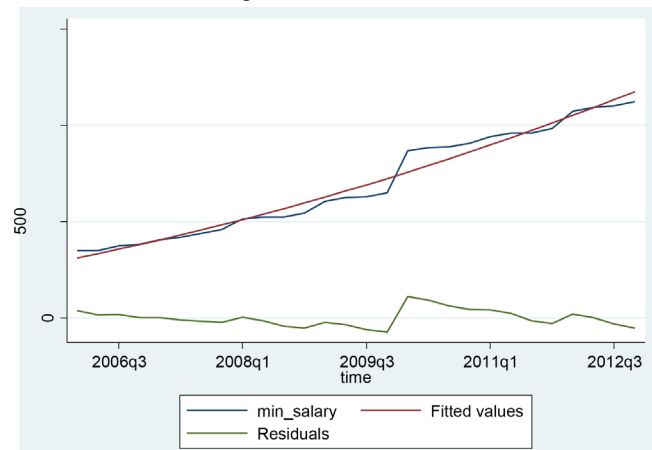


Рис. 3. Тренд мінімальної заробітної плати за квадратичною функцією

На основі проведеного аналізу, можна зробити висновок, що тренд ВВП краще пояснюється лінійною функцією. Оскільки $AIC_{\text{квадр}}=444,15 > AIC_{\text{лін}}=442,30$, а D-значення приблизно однакове.

Для побудови тренду валового внутрішнього продукту на одну особу побудуємо регресію (табл.3). За проведенням

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

проведеним порівнянням цей тренд краще пояснюється лінійною функцією.

Таблиця 3
Регресійна модель валового внутрішнього продукту на одну особу за лінійною функцією

```
.reg GDP_PP time
-----+-----
Source | SS      df    MS              Number of obs = 28
-----+-----
Model | 74115643.3   1  74115643.3   Prob > F      = 0.0000
Residual | 10305552.5  26  396367.404   R-squared     = 0.8779
-----+-----
Total | 84421195.9  27  3126710.96   Adj R-squared = 0.8732
Root MSE = 629.58

-----+-----
GDP_PP | Coef.  Std. Err.  t    P>|t|  [95% Conf. Interval]
-----+-----
time | 201.4122  14.72922  13.67  0.000  171.1358   231.6885
_cons | -34405.97  2911.453  -11.82  0.000  -40390.55  -28421.39
```

Графічне зображення тренду валового внутрішнього продукту на одну особу подано на рисунку 4.

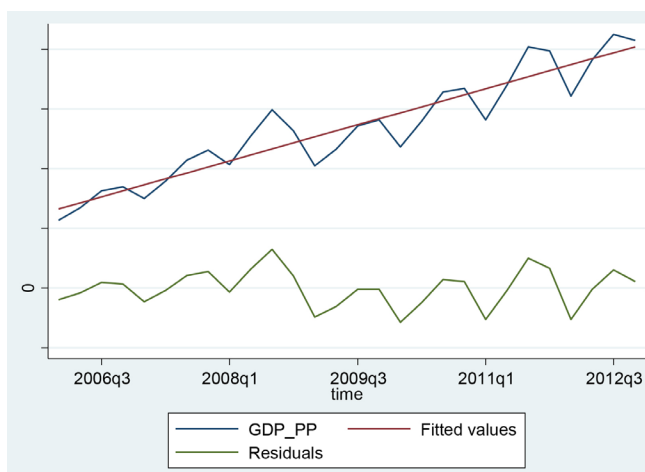


Рис. 4. Тренд валового внутрішнього продукту на одну особу за лінійною функцією

Висновки. Підсумовуючи аналіз побудови моделі в цілому зауважимо, що обрані показники є статистично значимі та достовірні, а мінімальна заробітна плата та валовий внутрішній продукт на одну особу дійсно впливають на рівень середньої заробітної плати. Побудова будь-якої моделі дає можливість спрогнозувати досліджувані показники на кілька періодів вперед, якщо такі показники є статистично значущі.

Аналіз впливу показників індексу конкурентоспроможності регіонів України на рівень середньої заробітної плати на основі кореляційно-регресійної моделі за допомогою програми Microsoft Excel 2010 показує, що із ряду представлених показників найбільш статистично значущими виявились «рівень розвитку бізнесу» та «розмір ринку». Дані з моделі показали, що 71,1% варіації середньої заробітної плати у досліджуваній сукупності за регіонами України зумовлено варіацією індексів конкурентоспроможності, а 28,9% варіації середньої заробітної плати – варіацією інших чинників.

УДК 338.76.338.2

ВАЛЮТНІ ІНТЕРВЕНЦІЇ В СТРУКТУРІ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Носов О.Ю., д.е.н., доцент,

завідувач кафедри економічної теорії та загальноекономічних дисциплін ХКТЕІ

Досліджується проблема проведення валютних інтервенцій на різних етапах трансформації української економіки, а також в сучасних умовах економічної кризи та переходу до режиму вільно плаваючого курсу.

Ключові слова: валютні інтервенції, валютно-курсова політика, трансформація економіки.

The problem of conducting of currency interventions is probed on the different stages of transformation of the Ukrainian economy, and also in the modern terms of economic crisis and passing to the mode of freely floating rate of exchange.

Keywords: currency, currency intervention, transformation economy.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення економічної кризи Україна змушена брати кредити у МВФ і одночасно безуспішно намагається підтримати курс гривні. Відповідно змінюються масштаби і характер застосування валютних інтервенцій, які в ринкових економіках є одним із основних інструментів регулювання у валютно-курсовій політиці. Для підвищення ефективності здійснення валютних інтервенцій важливо врахувати теоретичні аспекти та практику їх реалізації в сучасних ринкових економіках, а також еволюцію їх проведення в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В сучасній економічній літературі проблематика валютно-курсової політики займає одне з центральних місць. З одного боку, економісти-практики А. Шаповал, Т. Вахненко, а з другого, – економісти-теоретики А. Гальчинський, О. Шаров та інші намагаються знайти відповідь на актуальні проблеми валютно-курсової політики. О. Береславська та В. Козюк досліджують вплив коливань валютного курсу та його регулювання на інфляційні процеси та макроекономічну стабільність. Проте швидка динаміка наростання проблем у валютно-курсовій політиці привертає увагу до ефективного проведення валютних інтервенцій.

Постановка завдання. В статті поставлено завдання дослідити розвиток валютних інтервенцій та механізми їх проведення в структурі заходів валютно-курсової політики. Також важливо зазначити особливості валютних інтервенцій на кожному етапі трансформації української економіки і можливості застосування в умовах поглиблення економічної кризи.

Виклад основного матеріалу. Валютні інтервенції в структурі заходів валютно-курсової політики займають центральне місце. Застосування валютних інтервенцій почалося ще в XIX ст. Австро-Угорським банком та Державним банком Росії з метою підтримання курсів національних валют. Проте вперше валютна інтервенція, як інструмент валютного регулювання, була офіційно зафіксована в 1944 р. на Бреттен-Вудській конференції,

коли були визначені основні засади світової валютної системи. Статут МВФ передбачав, що центральні банки для обмеження коливань курсів валют зобов'язані проводити валютні інтервенції лише в доларах. З переходом до Ямайської валютної системи і плаваючого валютного курсу зросли потреби у використанні валютних інтервенцій з метою зменшення різких курсових коливань. У зв'язку з послабленням долара США як резервної валюти почали використовуватися для проведення валютних інтервенцій поряд з долларом і деякі інші валюти Західної Європи та Японії. В 30-х роках XX ст. для проведення валютних інтервенцій почали формуватись державні стабілізаційні фонди, які згодом називались валютними резервами, до складу яких входили золото, іноземні та національні валюти.

Золото-валютні резерви є в арсеналі всіх сучасних національних банків з метою проведення поточної валютної політики. Валютна інтервенція є одним з найдієвіших інструментів валютної політики, що дозволяє центральним банкам самостійно та швидко досягати бажаних параметрів валютних курсів. Характерною особливістю проведення валютних інтервенцій є їх значні масштаби і відносно короткі терміни проведення. Крім офіційних золото-валютних резервів, джерелом коштів для валютних інтервенцій є короткострокові взаємні кредити в національних валютах за міжбанківськими угодами «своп». Для підвищення курсу національної валюти проводиться продаж, а для зниження – купівля іноземної валюти. Для суттєвого впливу на курс національної валюти центральні банки повинні володіти значними запасами іноземної валюти.

Проведення валютних інтервенцій пов'язане з особливостями грошово-кредитної політики центральних банків. ФРС у США намагається проводити валютні інтервенції та прагнуть приховати власні наміри. Протилежну позицію займали Центральний банк Англії та Бундесбанк Німеччини, які в період проведення валютних інтервенцій широко проголошували свої наміри. Західні економісти відзначають і інший суттєвий аспект

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

проведення валютних інтервенцій і їх вплив на монетарну сферу через інформаційний канал. Проведення або тільки проголошення центральним банком намірів про проведення валютних інтервенцій, їх обсягів та напрямів є сигналом про майбутню грошово-кредитну політику, а також політику обмінного курсу. Характер і масштаби впливу валютних інтервенцій залежать від їх інформаційного впливу [10].

Валютні інтервенції є достовірним та однозначним сигналом для суб'єктів економіки стосовно намірів центральних банків у реалізації грошово-кредитної політики, і чинником, який сприяє досягненню її цілей через формування раціональних очікувань. Серед проблем проведення валютних інтервенцій однією з найбільших суттєвих є її узгодження з параметрами формування пропозиції грошей. У проведенні валютних інтеграцій американський економіст радить орієнтуватися на три визначальні цілі [10, с. 194]:

1. Валютні інтервенції повинні проводитись або для підтримання певних параметрів обмінного курсу або для його зміни. У такій ситуації центральний банк повинен повністю задовольнити надлишковий попит або купувати надлишкову пропозицію валют, а значення валютного курсу повинні відповідати довгостроковій рівновазі.

2. Стерилізаційні інтервенції можуть використовуватись для зміни відносної пропозиції іноземної валюти з метою зміни рівноваги розподілу внутрішніх та зовнішніх активів у портфелях економічних активів (портфельний канал впливу інтервенції).

3. Валютні інтервенції використовують як сигнал майбутніх змін в політиці, яку проводить центральний банк (інформаційний канал впливу).

В Статуті МВФ зафіксовано, що валютна політика формується під впливом використання плаваючих валютних курсів. Поширення теорії плаваючих валютних курсів зумовлене запровадженням неокласичних та монетаристських моделей розвитку економіки. З позицій монетаристів, переваги вільно плаваючих валютних курсів пов'язані з обмеженням деструктивного державного регулювання, а валютні курси слід визначати лише під дією ринкового попиту та пропозиції.

Проте, в реалізації валютної політики сучасних ринкових економік втілені більш помірковані погляди прихильників неокласичного синтезу. Міжнародні інститути та національні держави неспроможні забезпечити стабільність ринків капіталів та валют без заходів прямого регулювання або опосередкованого впливу. Тотальна загроза дестабілізації міжнародної економіки змусили сучасні розвинені країни застосовувати на практиці регулювання плаваючих валютних курсів. У перехідних економіках валютний курс має більший вплив порівняно з ринковими економіками і визначає динаміку інфляції та реального випуску. Тому навіть ті країни, які офіційно не застосовують таргетування валютного курсу, змушені враховувати і впливати на його динаміку. Дуже жорстка фіксація валютного курсу переважно застосовується в початкові періоди ринкових трансформацій, що знач-

ною мірою зумовлено обмеженими можливостями грошово-кредитної політики. Використання фіксованого валютного курсу було характерною ознакою першого етапу в перехідних економіках.

У світовій міжнародній валютно-кредитній системі почали формуватись тенденції по перегляду її фундаментальних засад [4, с. 27]. Зокрема, О. Шаров констатує, що закономірним є розширення складу резервних валют, що дасть можливість розширити зміст валютних інтервенцій [8, с. 8].

Масштаби і напрями проведення валютних інтервенцій в Україні постійно змінювались. У перший період ринкових трансформацій валютні інтервенції проводились з метою підтримки курсу національних грошей. В умовах глибокої економічної кризи валютне регулювання відзначалось жорстким адміністративним впливом на валютний ринок. Обов'язковий продаж половини валютної виручки експертів сприяв збільшенню валютних резервів НБУ і зменшував обсяг операцій на валютній біржі та їх переміщення у тінювий сектор. Заходи державного регулювання дозволили стабілізувати валютний ринок і створили передумови для запровадження 1996 р. української гривні. Підтримка стабільності номінального курсу гривні щодо долара США в перший період ринкових реформ в Україні в умовах загальної економічної нестабільності забезпечила «номінальний якір». Для захисту стабільності валютного ринку 01.09.1997 р. був введений режим валютного коридору 1,7-1,9 гривні за долар США. Система валютного коридору використовувалась до середини 1999 р. Застосування валютного коридору дало учасникам зовнішньоекономічної діяльності та всім суб'єктам економіки чіткі орієнтири та зменшувало інфляційні очікування. Після міжнародної фінансової кризи 1998 р. НБУ запровадив жорсткі заходи контролю для проведення валютних операцій, які сприяли підвищенню стабільності на валютному ринку. В умовах міжнародної фінансової кризи 1998 р. ще не сформованих ринкових механізмів та валютного ринку відбулося різке зниження курсу української гривні. Після кризи НБУ була прийнята концепція підтримання штучно заниженого курсу гривні для надання переваги вітчизняним експортерам, що в умовах поліпшення світової економічної кон'юнктури, стимулювало зростання ВВП. Позитивне сальдо платіжного балансу сформувалося після девальвації гривні 1998 р.

Українська економіка була не готова до переходу до режиму вільно плаваючого валютного курсу, який би підняв курс української гривні, що привело б до скорочення валютних надходжень. Тому закономірним став перехід до режиму «керованого плавання» гривні, що пов'язано з проведенням постійних валютних інтервенцій з підтримки заниженого курсу української гривні. Застосування валютного коридору надає впевненості суб'єктам економіки, що курс гривні залишатиметься в певних визначених межах. Водночас у суб'єктів економіки формуватимуться раціональні очікування щодо можливостей постійного коливання валютного курсу як у бік послаблення, так і посилення. Поступове розши-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

рення меж валютного коридору сприятиме адаптації економіки до переходу до режиму вільного плавання.

У випадку виходу за рамки валютного коридору у межах 3-5%, НБУ мав здійснювати валютні інтервенції з метою повернення валютного курсу до визначених параметрів. Така модель використання валютно-курсової політики повинна була поступово еволюціонувати в напрямку розширення коридору до його повної відміни. Перехід до режиму вільного плавання валюти мав супроводжуватись зростанням золотовалютних резервів, зміцненням банківської системи, зменшенням фінансових ризиків та валютною лібералізацією. Тривалість переходу до режиму вільного плавання валюти залежить від періоду встановлення контролю над інфляцією. Проте дотримання режиму «керованого плавання» української гривні одночасно вимагало проведення значних обсягів операцій стерилізації.

Політика стерилізації є важливою складовою валютного регулювання в умовах застосування фіксованих валютних курсів або керованого плавання. В умовах значного притоку іноземного капіталу або іноземної валюти зростає грошова маса та інфляція. Основними інструментами політики стерилізації країн ЦСЄ були: операції на відкритому ринку (аутрайт або РЕПО), скорочення рефінансування комерційних банків, збільшення нормативів мінімальних резервних вимог, залучення депозитів комерційних банків або уряду в центральні банки [10, с. 26].

Таблиця 1

Динаміка зовнішньоекономічної діяльності та офіційного курсу гривні в Україні за 2010-2014 рр.

Рік	Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Валовий зовнішній борг на кінець року		Офіційний курс гривні до 100 дол. США
	млн. дол. США	у % до ВВП	млн. дол. США	у % до ВВП	млн. дол. США	у % до ВВП	
2010	69255	50,7	73239	53,7	117346	86,0	793,53
2011	88844	53,8	99001	59,9	126236	77,3	799,76
2012	90035	51,1	104361	59,2	134625	76,4	799,10
2013	25482	47,0	101076	55,5	142079	78,1	799,30
2014 (I півріччя)	36376	54,6	38771	58,7	138790	81,8	1027,47

Складено за даними НБУ

Дані табл. 1 свідчать, що обсяги зовнішньоекономічної діяльності в Україні зазнали змін: з 2012 р. скорочуються обсяги експорту та зростає валовий зовнішній борг. НБУ в умовах скорочення золотовалютних резервів втратив можливість підтримувати офіційний валютний курс гривні в межах визначеного коридору. Відповідно, у 2013-2014 рр. відбулися скорочення золотовалютних резервів. НБУ не має змоги використовувати валютні інтервенції для повноцінного впливу на курс української гривні.

Експерти МВФ дійшли висновку, що постійна участь НБУ в операціях валютного ринку вже вичерпала свій потенціал і тільки провокує інфляцію. Для підвищення ефективності управління монетарними агрегатами, необхідно було проводити більш гнучку курсову політику. Потенціал валютно-курсової політики, яку проводить НБУ, вже вичерпується і виникла об'єктивна потреба зміни її цільових орієнтирів, методів та інструментів реалізації.

Проте світова фінансова криза та політико-економічна криза в Україні різко погіршили кон'юнктуру та скоротили обсяги валютної виручки українських експортерів. Крім того, Україна тепер змушена обмежити їх використання згідно вимог МВФ. Таким чином, існує загроза дестабілізації валютного ринку, яку лише у віддаленій перспективі може подолати зростання валютних надходжень.

Висновки. Валютні інтервенції в структурі валютно-курсової політики постійно змінюють масштаби впливу на досягнення бажаних параметрів валютного ринку. Проте, навіть країни з найрозвиненішими економіками, які використовують режими вільного плавання валют, не спроможні повністю відмовитись від використання валютних інтервенцій і при тому прагнуть через МВФ нав'язати Україні режим. В умовах світової фінансової та економічної кризи в Україні застосування режиму вільного плавання валюти без використання валютних інтервенцій може лише привести до подальшої дестабілізації валютного ринку і національної економіки. Застосування валютних інтервенцій доцільно проводити відповідно до вже апробованого арсеналу напрямів регулюючого впливу і тих завдань, які мають бути досягнуті зі стабілізації валютного ринку та національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Береславська О. Курсоутворення гривні в контексті змін у світовій валютній системі / О. Береславська // Вісник НБУ. – 2014. – №3. – С. 10-16.
2. Гальчинський А. Теорія грошей / А. Гальчинський. – К.: Основи, 1998. – 416 с.
3. Вахненко Т. Визначення факторів формування валютних курсів / Т. Вахненко // Вісник НБУ, 2004. – №8. – С. 31-39.
4. Карсьвіна Л. Н. Обновление научной школы международных валютных кредитных отношений в контексте глобальных вызовов / Л. Н. Карсьвіна // Деньги и кредит. – 2014. – №7. – С. 27-34.
5. Козюк В. Резервний статус валюти в глобальній економіці: проблеми темпоральних конфліктів / В. Козюк // Вісник НБУ. – 2014. – №4. – С. 30-35.
6. Основні заходи грошово-кредитної політики на 2015 р. // Вісник НБУ. – 2014. – №10. – С. 5-8.
7. Шаповал А. Стратегічні напрями курсової політики України у рамках моделі сталого економічного розвитку / А. Шаповал // Вісник НБУ. – 2005. – №11. – С. 3-6.
8. Шаров О. Майбутній Бреттон-Вудс: логіка розвитку міжнародної валютної системи / О. Шаров // Вісник НБУ. – 2014. – №8. – С. 8-20.
9. Soros G. The New Paradigm for Financial Market. The Credit Crisis of 2008 and What it Means? – Public Affairs USA, 2008.
10. Zeszyt PBR: Case. – Warszawa: 1998. – №37. – Р. 26.
11. Teylor J. B. The role of exchange rate in monetary policy rules / J. B. Teylor // AEA papers and proceeding. – 2001. – Vol. 91. – №2.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Олійник А. В.,

аспірант, викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Анотація. У статті розкрито сутність міжбюджетних відносин, механізм їх формування та регулювання шляхом використання міжбюджетних трансфертів, наведено етапи реформування бюджетної системи та міжбюджетних відносин, обґрунтовано потребу вдосконалення міжбюджетних відносин в Україні.

Ключові слова: бюджетна система, міжбюджетні відносини, міжбюджетні трансферти, бюджетний устрій, бюджетне вирівнювання.

Abstract. The article reveals the essence of intergovernmental relations, the mechanism of their formation and regulation through the use of intergovernmental transfers are the stages of reforming the budget system and intergovernmental relations, grounded need to improve intergovernmental relations in Ukraine.

Key words: budget system, intergovernmental relations, intergovernmental transfers, budget structure, budget alignment.

Постановка проблеми. Після здобуття Україною незалежності перед владою України постало чимало завдань, серед яких було завдання удосконалити систему міжбюджетних відносин в Україні. Ці відносини відіграють значну роль у соціально-економічній політиці України, її державній та регіональній політиці, вплинули на характер відносин центру і регіонів

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику вдосконалення міжбюджетних відносин в Україні досліджували такі вчені, як: Голишевська Л. В., Старостенко Г. Г., Булгаков Ю. В., Слухай С. В., Луїніна І. О., Василик О. Д., Павлюк К. В., Фещенко Л. В., Проноза П. В., Кузьминчук Н. В. та інші.

Постановка завдання. Реформування системи міжбюджетних відносин вимагає теоретичного обґрунтування необхідних трансформацій у відносинах бюджетів різних рівнів, формування дієвої та стабільної системи формування доходної частини місцевих бюджетів, що розширює економічні можливості адміністративно-територіальних одиниць. Протягом багатьох років бюджетні відносини в Україні носили відбиток командно-адміністративної економіки, суб'єктивізму під час прийняття важливих рішень, щодо фінансування окремих регіональних програм. Удосконалення міжбюджетних відносин є невід'ємною передумовою забезпечення сталого соціально-економічного зростання в Україні, розвитку ідеї державності на основі зміцнення фінансів місцевого самоврядування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реформування бюджетного устрою почалося ще в межах СРСР у період перебудови у зв'язку з розширенням фінансових прав і повноважень союзних республік і регіонів. Ще тоді було прийнято законодавство про місцеве самоврядування і самофінансування, і саме воно послужило відправною точкою реформ. Постійно приймалися відповідні постанови, вносилися корективи в органі-

зацію бюджетного процесу, спрямовані на активізацію бюджетної роботи на місцях. Але, оскільки всі перетворення завжди проводилися з урахуванням збереження керівної ролі центру, вони мали скоріше декларативний, ніж реальний характер. Завжди спочатку затверджувався бюджет вищого рівня із виділенням у ньому бюджетів нижчого рівня у загальній їх сумі, і тільки потім у розгорнутому вигляді відповідні бюджети на місцях. Такий порядок передбачав обов'язкове узгодження показників бюджетів у відповідних вищих інстанціях. Місцева ініціатива ніби існувала, але вона була під контролем.

Охарактеризована процедура ґрунтувалася на принципі єдності всієї бюджетної системи. Ця єдність забезпечувалася складанням і затвердженням на кожному рівні зведеного бюджету з виділенням його централізованої і децентралізованих складових.

Після проголошення незалежності перед українською державою постало надзвичайно складне завдання формування власної фінансової, у тому числі бюджетної, системи. Разом з тим вона була не стільки сформована (як і податкова, і банківська системи), скільки виокремлена з загальної бюджетної системи СРСР, природно, у тому вигляді, в якому вона там існувала. Фактично в той період і не було часу на якісь реформації. Однак тільки на перший погляд створення власної бюджетної системи здавалося простим. Насправді ж проблем було дуже багато, і пов'язані вони були насамперед із розподілом майна. Він проводився залежно від місця його знаходження, тому в бюджети нових незалежних держав переходили не тільки доходи від нього, а й відповідні видатки.

Таким чином, Україна фактично виділила наявну в неї сукупність бюджетів у власну систему. Відповідно до законодавства вона мала будуватись на принципах єдності, повноти, достовірності, гласності, наочності і самостійності всіх бюджетів. Проте принципи повноти, достовірності, гласності і наочності стосуються насам-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

перед бюджетного процесу і покликані забезпечити його відкритість.

Бюджетним кодексом України визначено, що міжбюджетні відносини — це відносини між державою, Автономною Республікою Крим та місцевим самоврядуванням щодо забезпечення відповідних бюджетів фінансовими ресурсами, необхідними для виконання функцій, передбачених Конституцією України та Законами України [1].

Взаємовідношення елементів бюджетної системи України впливають з принципу єдності й проявляються у взаємодії бюджетів усіх рівнів. Взаємодія здійснюється способом розподілу між бюджетами регульованих прибуткових джерел, створення та часткового перерозподілу цільових фондів. У результаті здійснення міжбюджетних відносин має досягатися раціональний розподіл грошових ресурсів у межах бюджетної системи з метою збалансування всієї фінансової системи.

Питання реформування бюджетної системи міжбюджетних відносин шляхом економічних перетворень та проведення зваженої регіональної політики виходить на перший план у процесі просування України шляхом євроінтеграції. Така необхідність визначається перш за все значними відмінностями в рівнях економічного й соціального розвитку її регіонів [6].

В Бюджетному кодексі чітко розмежовані видатки між бюджетами і здійснено досить повний (із конкретними нормативами) розподіл доходів із установленим чіткою системою міжбюджетних відносин.

У Кодексі розширені принципи побудови бюджетної системи — до одинадцяти: єдності, збалансованості, самостійності, повноти, обґрунтованості, ефективності, субсидіарності, цільового використання бюджетних коштів, справедливості і неупередженості, публічності і прозорості, відповідальності учасників бюджетного процесу. І формулювання, і викладений зміст цих принципів свідчать, що практично усі вони стосуються бюджетного процесу. Крім того, окремі з них — це скоріше вимоги до бюджетного процесу і його учасників, ніж принципи, наприклад справедливості і неупередженості, відповідальності, обґрунтованості та ін. Водночас слід відзначити, що подібне трактування принципів бюджетного устрою характерне і для інших країн. Так, Ш. Бланкарт, визначаючи бюджетний устрій як «організацію та принципи побудови бюджетної системи», характеризує їх як «юстиціальні правила, вимогам яких має відповідати будь-який бюджет» [2].

У міжбюджетних відносинах важливу роль відіграють міжбюджетні трансферти. Для визначення розподілу міжбюджетних трансфертів використовується фінансовий норматив бюджетної забезпеченості. Фінансовий норматив бюджетної забезпеченості визначається шляхом ділення загального обсягу фінансових ресурсів, що спрямовуються на реалізацію бюджетних програм, на кількість мешканців чи споживачів соціальних послуг тощо [4].

У цілому можна зазначити, що бюджетна система України, хоча і повільно, і непослідовно, і недостатньо

продумано, але розвивається в руслі ринкової трансформації економіки і фінансової системи. Напрямок до децентралізації усе ж превалює як у концентрації бюджетних коштів, так і в бюджетному процесі. Це зумовило необхідність реформування системи міжбюджетних відносин. В умовах адміністративно-командної системи ці відносини мали регламентований характер і здійснювалися у формі бюджетного субсидування, бюджетних позичок і взаємних розрахунків. При цьому такі взаємовідносини тривалий час були вторинними в системі бюджетного регулювання, заснованій на використанні відрахувань від регулюючих доходів.

Відповідно до Бюджетного кодексу України міжбюджетні відносини здійснюються за допомогою бюджетних трансфертів, що включають такі види: дотація вирівнювання, субвенція, кошти, що передаються в Державний бюджет України і місцеві бюджети з інших бюджетів, інші дотації. При цьому фактично скасовується система взаємних розрахунків, що являла собою передавання коштів з одного бюджету в інший у зв'язку з перерозподілом доходів або видатків між ними після затвердження бюджету.

Установлюється формульний підхід до надання дотацій вирівнювання, виходячи з таких показників:

- фінансові нормативи бюджетної забезпеченості і коригувальні коефіцієнти;
- чисельність жителів і чисельність споживачів соціальних послуг;
- індекс відносної податкоспроможності відповідного міста або району;
- прогнозований кошик доходів бюджетів місцевого самоврядування (сума податків та інших доходів, закріплених за даним бюджетом);
- коефіцієнти вирівнювання.

Виходячи з цих показників розраховується нормативна сума видатків, сума закріплених доходів і відповідні трансферти як різниця між зазначеними видатками і доходами.

Важливою проблемою вдосконалення бюджетного устрою і міжбюджетних відносин є формування системи бюджетного і фінансового вирівнювання. На даний час чіткого розмежування між цими поняттями не існує і досить часто вони вживаються як синоніми. На нашу думку, відмінність між бюджетним і фінансовим вирівнюванням все ж існує. Вона полягає у тому, що поняття «фінанси» у цілому ширше, ніж «бюджет». Відповідно, якщо бюджетне вирівнювання пов'язане з функціонуванням бюджету, то фінансове — з усією фінансовою системою, тобто це вирівнювання фінансової бази, яка відображається у фінансовому потенціалі і фінансовому стані підприємств, банківської системи, інституцій фондового ринку та страхування в окремих регіонах і населених пунктах. При цьому проблеми бюджетного вирівнювання є похідними від нерівноцінності і незбалансованості їх фінансової бази.

У системі бюджетного вирівнювання є ще одна важлива проблема. Якщо міжбюджетні взаємовідносини в Україні мають виключно вертикальний характер, то

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

бюджетне вирівнювання спрямоване на усунення регіональних бюджетних дисбалансів, тобто має горизонтальний характер. Безперечно, в умовах нинішнього край нерівноцінного розвитку регіонів і населених пунктів це і обґрунтовано, і доцільно. Але не менш важливою є проблема вертикального бюджетного вирівнювання. Цілком очевидно, що замість удосконалення міжбюджетних взаємовідносин на основі дотації вирівнювання, краще було б забезпечити рівноцінний розподіл функцій держави і на цій основі доходів та видатків бюджету між центром і регіонами та на регіональному рівні, що дало б змогу істотно скоротити міжбюджетні потоки і підвищити рівень автономності бюджетів.

В Україні існуюча система бюджетного вирівнювання є домінуючою. Але, зіставивши ці дві системи, можна зробити висновок: якщо фінансове вирівнювання спрямоване на досягнення збалансованості фінансового потенціалу регіонів і населених пунктів. По суті бюджетне вирівнювання усуває наслідки регіональних економічних і фінансових дисбалансів. Основним інструментом фінансового вирівнювання мають стати державні цільові субсидії і субвенції на розвиток економіки і фінансового сектору регіонів з метою вирівнювання їх фінансової бази.

Висновки з даного дослідження. Соціально-економічні процеси на регіональному та місцевому рівнях розвиваються дуже швидко, а тому зволікання з прийняттям нової парадигми управління регіональним розвитком і розробленням адекватної їй системи міжбюджетних відносин як основного інструменту її впровадження ставить під загрозу темпи економічного зростання та соціальну стабільність у державі. Наявна в Україні структура міжбюджетних відносин зайшла у суперечність із життєвими реаліями.

Вузловим питанням є визначення концепції реформування міжбюджетних відносин на сучасному етапі ринкових реформ. Від того, яким буде співвідношення функцій щодо регіонального розвитку між центральними й місцевими органами влади в Україні, а відтак, і розподіл бюджетних коштів між ланками бюджетної системи, залежать якість та швидкість просування економічних реформ як у регіонах, так і в країні в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 Р. № 2456-VI / Відомості Верховної Ради України від 24.12.2010 р. – № 50, № 50–51.
2. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки: Пер. з нім. С. І. Терещенко та О. О. Терещенка; Передмова та наук. редагування В. М. Федосова. — К.: Либідь, 2009. — С. 450.
3. Борисова Н. В. Проблеми міжбюджетних відносин в Україні та шляхи їх подолання [Електронний ресурс] / Бібліотека ім. Вернадського В. І.
4. Василик О. Д., Павлюк К. В. Бюджетна система України: Підручник. - К.: Центр навчальної літератури, 2009. - 544 с

5. Смірнова Т. О. Фінансовий механізм міжбюджетних відносин як чинник макроекономічної стабілізації та стимулювання економічного зростання [Електронний ресурс] / НБУ ім. Вернадського. – Режим доступу <http://www.nbu.gov.ua/>

6. Старостенко Г.Г., Булгаков Ю. В. Бюджетна система. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 240 с.

7. Тельнова І. В. Механізм міжбюджетних відносин як фактор стимулювання економічного зростання [Електронний ресурс] / Буковинська державна фінансова академія. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com.doc.htm>. –

8. Фещенко Л. В., Проноза П. В., Кузьминчук Н. В.. Бюджетна система України: Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2008. - 440 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В КРИЗОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Осадчук Ю.М.,

викладач кафедри фінансів, обліку і аудиту ХКТЕІ

Розглянуто та систематизовано традиційні показники оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів. Розроблено положення задач оцінювання ефективності інвестиційних проектів та запропоновано для них відповідні структури грошових потоків та ставки дисконтування, що приведе до підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Ключові слова: інвестиційний проект, економічна ефективність, показники оцінки, грошові потоки, ставка дисконтування.

Systematized traditional indexes of economic efficiency estimation of investment projects are considered in the article. Principles of tasks of investment projects efficiency estimation and cash flow proper structures as well as their discounting rates are developed. It will result in efficiency increase of management investment activity of enterprise.

Keywords: investment project, economic efficiency, indexes of estimation, cash flow, discount rate.

Постановка проблеми.

Ринкова орієнтація економіки України призвела до істотних структурних змін, які обумовили передусім зміни співвідношення між секторами промисловості і послуг у складі валового внутрішнього продукту. Така динаміка структурних процесів супроводжується не менш динамічними змінами в інвестиційному потенціалі країни, в структурі джерел інвестицій та об'єктів інвестування. В аспекті викладеного особливої актуальності з погляду досягнення очікуваної ефективності інвестиційних процесів набуває наявність науково-методичного забезпечення обґрунтування доцільності інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Широке коло питань і методів їх вирішення, пов'язаних з оцінкою ефективності інвестиційних проектів суб'єктів господарювання, висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів Г.Бірманна, І.Бланка, В.Бочарова, А.Бистрякова, П.Віленського, Л.Гітмана, А.Гойка, В.Гриньової, М.Джонка, А.Загороднього, В.Захарченко, А.Ідрисова, А.Марголіна, А.Маршалла, І.Мейо, А.Мертенса, Ю.Несветаєва, А.Пересади, В.Пономаренка, К.Рейлі, В.Федоренка, Р.Холта, В.Царьова, Д.Черваньова, Є.Четиркіна, В.Шеремета, У.Шарпа, Є.Шилова, С.Шміта ін.

Узагальнюючи праці провідних вчених, можна зробити висновок, що, незважаючи на проведення глибоких і обґрунтованих досліджень з інвестиційної тематики, яка є надзвичайно важливою для України, вивчення кола проблем щодо оцінки ефективності не можна вважати завершеним через багаторазову зміну умов інвестування. Цей факт підтверджує необхідність здійснення подальших досліджень підходів, методів управління процесом інвестування підприємств з метою визначення інвестиційно привабливих об'єктів реальних капіталовкладень, розроблення механізмів їх групування й фор-

мування портфеля реальних інвестицій за переважними для інвесторів критеріями.

Постановка завдання. Метою статті є систематизувати теоретичні та методичні положення задач оцінки ефективності інвестиційних проектів і запропонувати для них відповідну структуру грошових потоків і ставки дисконтування.

Виклад основного матеріалу дослідження. У системі управління реальними інвестиціями оцінка ефективності інвестиційних проектів є одним з найвідповідальніших етапів [3]. Від того, наскільки об'єктивно та всебічно проведена ця оцінка, залежать строки повернення вкладеного капіталу, варіанти його альтернативного використання, додатковий потік прибутку підприємства у наступному періоді. Ця об'єктивність і всебічність оцінки ефективності інвестиційних проектів значною мірою визначається використанням сучасних методів її проведення.

У своїх працях науковці виділяють різні показники оцінки економічної ефективності реальних інвестицій, поділяючи або не поділяючи їх на групи. У табл. 1 систематизовано показники оцінки економічної ефективності інвестицій, запропоновані різними вченими [4–9].

Аналізуючи дані табл. 1, можна визначити, що всі науковці по-різному підійшли до набору критеріїв економічної ефективності інвестицій. Але все одно кожен із них обов'язково виділяє такі показники, як чистий дисконтований дохід, внутрішня норма доходності, індекс доходності та період окупності інвестицій. Всі ці критерії базуються на дисконтуванні грошових потоків і є визнаними у світовій практиці основними показниками, що акумулюють вигоди від впровадження інвестиційного проекту. Саме їхній розрахунок, в першу чергу, вказує на економічну ефективність інвестиційного проекту.

Аналіз розробки бізнес-планів і оцінки ефективності різних проектів показав, що, незважаючи на вико-

ристання загальноприйнятих у світовій практиці критеріїв, розрахунок вітчизняними фахівцями найчастіше проводиться за різними алгоритмами з використанням різної структури грошових потоків і обмежується використанням традиційних методів приведення надходжень майбутніх періодів до теперішнього рівня (метод дисконтування), а також методів приведення теперішнього рівня до майбутнього (методом накопичення). Відсутній також єдиний погляд на постановки розв'язуваних задач і обґрунтування вибору ставки дисконтування. Основні показники ефективності інвестиційного проекту наведені в табл. 2.

Основні показники ефективності інвестиційного проекту

Назва показника	Формула розрахунку	Необхідність
Чистий дисконтований дохід (NPV)	$NPV = \sum_{t=0}^{T-1} \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^{T-1} \frac{(C_0)_t}{(1+r)^t}$	Дає змогу отримати абсолютну величину ефекту від реалізації проекту
Внутрішня норма дохідності (IRR)	$\sum_{t=0}^{T-1} \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} + \sum_{t=0}^{T-1} \frac{(C_0)_t}{(1+IRR)^t} = 0$	Показує верхню межу припустимого рівня дисконтної ставки, перевищення якої робить проект збитковим
Модифікована внутрішня норма дохідності (MIRR)	$\sum_{t=0}^{T-1} \frac{(C_0)_t}{(1+r)^t} = \frac{\sum_{t=0}^{T-1} CF_t (1+r)^{T-t}}{(1+MIRR)^T}$	Модифікована внутрішня норма дохідності MIRR передбачає знаходження такої внутрішньої норми дохідності, яка зрівнює поточну оцінку інвестиційних витрат та майбутню вартість грошового потоку за проектом, і розраховується
Індекс прибутковості (PI)	$PI = \frac{\sum_{t=0}^{T-1} \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^{T-1} \frac{(C_0)_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^{T-1} \frac{(C_0)_t}{(1+r)^t}}$	Дає змогу отримати відносну величину ефекту від реалізації проекту
Середня норма рентабельності (ARR, %)	$ARR = \frac{\sum_{t=0}^{T-1} CF_t}{T * C_0}$	Показує співвідношення між середньорічними надходженнями та початковими інвестиціями
Період окупності (PB)	$C_0 = \sum_{t=1}^{PB} CF_t$	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції
Дисконтований період окупності (BPB)	$C_0 = \sum_{t=1}^{BPB} \frac{CF_t}{(1+r)^t}$	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції з урахуванням часу

Таблиця 1
Показники оцінки економічної ефективності інвестицій

Науковець	Показники
Д. Черваньов	Чиста теперішня вартість; внутрішня норма дохідності; модифікована внутрішня норма дохідності; індекс дохідності; дисконтований період окупності; індекс рентабельності; коефіцієнт ефективності інвестицій.
В. Царьов	Чиста теперішня вартість; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності; період окупності; метод визначення рентабельності на основі простого прибутку; метод визначення дисконтованих затрат; метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій.
А. Пересада	Чиста теперішня вартість; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності; період окупності; дисконтований період окупності; дохідність (прибутковість) залученого капіталу; дохідність на акцію.
Ю. Несветаєв	Чистий дисконтований дохід; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності; період окупності.
А. Марголі, А. Бистряков	Чистий дисконтований дохід; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності; індекс чистого дисконтованого доходу; бухгалтерська рентабельність інвестицій.
П. Віленьський	Чистий дисконтований дохід; внутрішня норма дохідності; період окупності; фінансова реалізованість проекту і ефективність акціонерного капіталу.
В. Шевчук, П. Рогожин	Чистий приведенний дохід; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності; період окупності.
В. Захарченко	Чистий приведенний дохід; внутрішня норма дохідності; відношення вигод та затрат; період окупності.
Г. Бірман, С. Шмідт	Чистий приведенний дохід; внутрішня норма дохідності; індекс рентабельності.
В. Дегтяренко	Чистий приведенний дохід; внутрішня норма дохідності; відношення вигод та затрат; період окупності.
І. Бланк	Показники, які визначаються на основі дисконтних методів розрахунку: чистий приведенний дохід; індекс дохідності; період окупності дисконтований; внутрішня ставка дохідності. Показники, які визначаються на основі статистичних методів розрахунку: індекс рентабельності; період окупності.
І. Ліпись, В. Коссов	Показники, засновані на дисконтованих грошових потоках: чиста теперішня вартість; рентабельність інвестицій; внутрішня норма дохідності. Показники, які не передбачають дисконтування: період окупності; бухгалтерська рентабельність інвестицій.
С. Шілов, А. Гойко	Показники, засновані на дисконтованих оцінках: чиста теперішня вартість; індекс прибутковості; внутрішня норма дохідності; модифікована внутрішня норма дохідності; дисконтований термін окупності інвестицій. Показники, засновані на дисконтних ставках: термін окупності; коефіцієнт ефективності інвестицій.

Показники ефективності завжди ставляться до деякого суб'єкта:

- показники суспільної ефективності – до суспільства загалом;
- показники комерційної ефективності – до реальної або абстрактної юридичної особи, що здійснює проект цілком за свій рахунок;
- показники ефективності участі підприємства в проекті – для цього підприємства;
- показники ефективності інвестування в акції підприємства – для акціонерів акціонерних підприємств-учасників проекту;
- показники ефективності для структур вищого рівня – до цих структур;
- показники бюджетної ефективності – до бюджетів всіх рівнів.

Показники ефективності, що ставляться до всього періоду реалізації проекту, називаються інтегральними.

Рекомендується оцінювати наступні види ефективності [6]:

- ефективність проекту загалом;
- ефективність участі в проекті.

де CF_t – грошовий потік у році t , C_0 – початкові інвестиції, T – економічний строк життя інвестицій, t – порядковий номер року від початку реалізації проекту, r – відсоткова ставка дохідності, що вимагається від проекту.

Під ефективністю проекту загалом розуміється ефективність проекту, реалізованого «єдиним учасником за рахунок власних коштів. Із цієї причини показники ефективності визначаються на підставі грошових потоків тільки від інвестиційної й операційної діяльності» [3].

Ефективність участі в проекті визначається з метою перевірки реалізованого інвестиційного проекту і зацікавленості в ньому всіх його учасників, вона містить:

- ефективність участі підприємств у проекті (ефективність інвестиційного проекту для підприємств-учасників);
- ефективність інвестування в акції підприємства (ефективність для акціонерів акціонерних підприємств-учасників інвестиційного проекту);
- ефективність участі в проекті структур вищого рівня стосовно підприємств-учасникам інвестиційного проекту;
- бюджетну ефективність інвестиційного проекту (ефективність участі держави в проекті з погляду витрат і доходів бюджетів всіх рівнів).

Розглянемо на практиці постановки задач, які зустрічаються найчастіше:

- 1) розрахунок ефективності проекту загалом;
- 2) розрахунок NPV і інших показників ефективності проекту при його реалізації конкретним підприємством;
- 3) постановка задачі оцінки ефективності участі в проекті акціонера фірми;
- 4) постановка задачі оцінки ефективності участі в проекті кредитора.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Так, розрахунок ефективності проекту загалом здійснюється для умовної проектної компанії на момент початку реалізації проекту. При цьому розрахунок проводиться з обліком усього обсягу інвестицій в основні й оборотні кошти, необхідних для реалізації проекту. Вихідний баланс фірми приймається рівним нулю, джерела фінансування проекту не враховуються. Надходження й відтоки коштів, що належать до фінансової діяльності (одержання й повернення кредитів, виплата дивідендів, продаж акцій та ін.), не враховуються, крім лізингових платежів. Отже, відтоки грошового потоку на інвестиційній фазі реалізації проекту зіставляються надалі із притоками від продажу продукції або послуг, для яких і створюється проектна компанія.

Існують різні види грошових потоків [2]:

Загальний грошовий потік (gross cash flow – GCF), який складається з чистого прибутку та негрошових витрат (амортизація, резерви за сумнівними боргами) мінус негрошові доходи (переоцінка валютних активів).

Чистий операційний грошовий потік (net operating cash flow – NOCF), який складається з загального грошового потоку – GCF та ΔNWC (net working capital) – зміна чистого оборотного капіталу за розглянутий період, інтервал часу. ΔNWC дорівнює приросту поточних зоб'язань мінус приріст поточних активів.

Вільний грошовий потік (free cash flow – FCF), який складається з NOCF та ΔInv (DInvestments – зміна інвестицій у позаоборотні активи, що дорівнює притоку коштів від продажу позаоборотних активів за мінусом відтоку коштів, пов'язаних із придбанням позаоборотних активів). Потік FCF характеризує кошти, якими розташовують всі провайдери (постачальники) фінансових ресурсів для підприємства, як акціонери, так і кредитори. Цей потік характеризує ринкову вартість підприємства.

Залишковий грошовий потік (residual cash flow – CFr) або грошовий потік до акціонерів (cash flow to equity – FCFE), складається з FCF та ΔFR (зміна коштів від фінансової діяльності, тобто різниця між припливом коштів від акціонерів і кредиторів і відтоком при поверненні позикових коштів та сплаті відсотків за користування ними). Потік FCFE характеризує залишок коштів у розпорядженні акціонерів після розрахунків із кредиторами й показує ринкову вартість акціонерного капіталу підприємства. Потік FCFE, ділений на кількість акцій підприємства, що перебувають в обігу, характеризує ринкову ціну акції.

Тобто, отримаємо залежність:

$$GCF + \Delta NWC = NOCF \quad (1)$$

$$NOCF + \Delta Inv = FCF \quad (2)$$

$$FCF + \Delta FR = FCFE = CFr \quad (3)$$

При оцінці ефективності проекту загалом повинен розраховуватися грошовий потік, яким користуватимуться всі провайдери (постачальники) фінансових ресурсів для проекту, тобто FCF.

Ставка дисконтування приймається не нижчою за показник ROA (рентабельність активів), діючих підприємств у тій самій галузі й з тим самим типом продук-

ції та не вище значень, одержуваних за моделлю CAPM (модель оцінки капітальних активів) [1].

При розрахунку NPV та інших показників ефективності проекту при його реалізації конкретним підприємством варто враховувати таке.

Залежно від підприємства, реалізація проекту можлива двома способами.

1. Реалізація проекту діючим підприємством, що випускає різні види продукції. Вихідний (на момент проведення розрахунків) баланс підприємства відображає структуру й вартість власних і позикових коштів підприємства, виражену в показнику WACC (середньозважена вартість капіталу). Тоді:

$$NPV_{\text{проекту}} = NPV_{\text{під-ва із проектом}} - NPV_{\text{під-ва без проекту}} \quad (4)$$

Розрахунки потоків для визначення NPV можуть проводитися:

а) без обліку джерел додаткового фінансування, які будуть потрібні для реалізації проекту:

- розраховується FCF з урахуванням повернення отриманих раніше позикових коштів і відсотків за ними;
- як ставка дисконтування використовується показник WACC підприємства (тому що реалізація проекту не повинна приводити до росту вартості капіталу компанії).

Показник NPV, що розраховується, за суттю відображає оцінку ринкової вартості бізнесу підприємства (із проектом і без нього), проведена із застосуванням підходу, заснованого на прогнозуванні витрат і прибутків, які генеруються об'єктом оцінки у майбутньому.

б) з урахуванням додаткових джерел фінансування, необхідних для реалізації проекту:

- до складових потоку FCF додаються одержувані підприємством у прогностичний період додаткові власні й позикові кошти, і віднімається повернення позикових коштів і плата за їхнє використання.

Цей потік характеризуватиме грошовий потік, що залишається в розпорядженні акціонерів;

- ставка дисконтування повинна бути не нижчою за досягнутий рівень ROE підприємства.

Показник NPV, що розраховується, відображає ринкову вартість акціонерного капіталу підприємства.

2. Реалізація проекту за схемою проектного фінансування зі створенням спеціальної проектної компанії Special Purpose Vehicle (SPV), засновниками якої можуть бути різні зацікавлені в проекті організації й підприємства:

а) розрахунки на етапі створення проектної компанії.

Без обліку джерел фінансування:

- початковий баланс нульовий;
- грошовий потік – FCF;
- ставка дисконтування та сама, що й при розрахунку ефективності проекту загалом.

Показник NPV, що розраховується, відображає вартість проекту (бізнесу, пов'язаного з його реалізацією).

З урахуванням джерел фінансування:

- початковий баланс нульовий;

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

– грошовий потік – FCFE;
– ставка дисконтування не нижча за досягнутий рівень ROE підприємств тієї самої галузі.

Показник NPV, що розраховується, відображає вартість акціонерного капіталу проектною компанією.

б) проект Т років реалізується проектною компанією (на момент проведення розрахунків баланс проектною компанією відображає її активи й пасиви та враховує особливості всіх джерел фінансування, використаних за Т років).

Без обліку джерел додаткового фінансування:

– грошовий потік не враховує надходження й повернення додаткових позикових ресурсів та їхню платність (FCF);

– ставка дисконтування використовується WACC підприємства.

Розрахунок NPV відображає вартість бізнесу проектною компанією без обліку додаткового фінансування.

З урахуванням джерел додаткового фінансування:

– грошовий потік враховує надходження й повернення як існуючих на момент Т, так і додаткових позикових ресурсів і їхню платність (FCFE);

– ставка дисконтування не нижча за досягнутий рівень ROE галузі.

Розрахунок NPV відображає вартість акціонерного капіталу проектною компанією з обліком додаткового фінансування.

Постановка задачі оцінки ефективності участі в проекті акціонера фірми передбачає звернення основної уваги на таке.

При оцінці ефективності участі в проекті акціонера фірми:

1) оцінюється ринкова вартість акціонерного капіталу компанії, що реалізує проект, і вартість однієї акції;

2) враховується розмір пакета акцій, що належать акціонерові;

3) різниця між розрахунковою ринковою ціною пакета й витратами на його придбання характеризує потенційний дохід акціонера (відношення доходу до витрат на придбання пакета дає змогу визначити рентабельність інвестицій в акції).

Постановка задачі оцінки ефективності участі в проекті кредитора передбачає звернення основної уваги на таке. Доцільність кредитування банком підприємства, що реалізує проект, визначається позитивною величиною NPV потоку, у якому відтоками є кошти, надані банком за кредитною лінією (або кредитом), а притоками – повернення кредитних ресурсів разом з відсотками.

$$NPV_{\text{кредитора}} = \sum_{t=1}^T \frac{K_t + \%t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{K_{vt}}{(1+i)^t}$$

де K_t – кредитні ресурси, що повертаються та відсотки (%t), K_{vt} – видані в момент часу t кредитні ресурси, i – ставка дисконтування, яка дорівнює максимальній прибутковості альтернативних для банку фінансових інструментів з тим самим рівнем ризику.

Висновки з даного дослідження. Необхідно розрізнити постановку задачі оцінки ефективності проекту загалом та оцінки ефективності підприємства, що реалізує проект.

Розрахунок NPV підприємства, що реалізує проект, без обліку джерел фінансування проекту відповідає задачі оцінки вартості підприємства.

Розрахунок NPV підприємства, що реалізує проект, з урахуванням джерел фінансування відповідає задачі оцінки вартості акціонерного капіталу підприємства та його акцій і вимагає відповідної чіткості в структуруванні грошового потоку й виборі ставки дисконтування.

Систематизовані показники оцінки ефективності інвестицій допоможуть у розрахунках для застосування до будь-яких типів інвестиційних проектів незалежно від їхніх технічних, технологічних, фінансових, галузевих або регіональних особливостей на підставі таких базових принципів аналізу інвестиційних проектів:

- ефективність реальних інвестиційних проектів оцінюється на підставі порівняння обсягу інвестиційних затрат, з одного боку, та сум і термінів повернення інвестиційного капіталу – з іншого;

- розгляд проекту триває упродовж усього його життєвого циклу;

- принцип позитивності та максимального ефекту;

- облік чинника часу;

- оцінка обсягу інвестиційних витрат повинна охоплювати усю сукупність використовуваних ресурсів, пов'язаних з реалізацією проекту.

Отже, запропонована система дасть можливість швидко отримати первинну оцінку економічної ефективності інвестицій у проекти, що приведе до підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства. Крім економічного ефекту, при реалізації інвестиційного проекту може досягатися певний соціальний та екологічний ефект. Тому наступним кроком аналізу ефективності інвестиційного проекту має бути оцінювання саме за цими

критеріями. Також необхідний розвиток ринкових програмних продуктів з урахуванням наведених постановок задач і міжнародної практики оцінки грошових потоків і вибору ставок дисконтування залежно від поставленого завдання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Идрисов А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций. – М.: Про-Инвест-ИТ, 1995. – 157 с.
2. Никонова И.А. Финансирование бизнеса. – М.: Альпина-Паблишер, 2003. – 196 с.
3. Шарп У. Инвестиции: Пер. с англ. / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли. – М.: ИНФРА, 2007. – 1027 с.
4. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств / Д.М. Черваньов. – К.: Знання – Прес, 2003. – 622 с.
5. Царёв В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В.В. Царёв. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

6. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. - К.:Эльга-Н, Ника –Центр, 2001. – 448 с.
7. Пересада А.А. Основы инвестиционной деятельности / А.А. Пересада. – К.:«Изд-во Либра» ООО, 1996г. – 344 с.
8. Несветаев Ю.А. Экономическая оценка инвестиций / Ю.А. Несветаев. – М.:МГИУ, 2003. – 163 с.
9. Виленский П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика / П.Л.Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк.– М.: Дело, 2004. – 888 с.

УДК 65.012(477.43)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Пірог В.В., к.е.н., перший проректор

Кашперська О.В., викладач ХКТЕІ

Анотація. У статті висвітлено роль суб'єктів малого підприємництва для економіки України, а також напрями державної та інвестиційної підтримки їх розвитку на загальнодержавному та регіональному рівнях.

Ключові слова: державна підтримка малого підприємництва, інвестиційна підтримка малого підприємництва, малий бізнес, мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, прямі інвестиції.

Abstract. The article highlights the role of small businesses to the economy of Ukraine, as well as areas of government investment and support their development at national and regional levels.

Keywords: government support for small business, investment support for small business, small business, small business, small businesses, private equity.

Постановка проблеми. Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх та малих підприємств, оптимальне співвідношення їх. Найбільш динамічним елементом структури народного господарства, що постійно змінюється, є мале підприємництво. Підвищення ефективності господарської діяльності малих підприємств, забезпечення її зростання в умовах ринкових відносин зумовлюють необхідність пошуку шляхів подовження життєвого циклу товарів на ринку, що неможливе без ефективного розвитку інвестиційного процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суть малого бізнесу, фінансові аспекти його організації та ведення, державну підтримку, проблеми ведення та шляхи подолання досліджували багато вчених-економістів, серед яких Г.І. Базецька, З.С. Варналій, О.С. Іванілов, А.М. Луньова, М.П. Переверзев, Р.А. Слав'юк, Л.Г. Суботовська, Ю.В.Ткаченко та багато інших.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення можливих шляхів підтримки розвитку суб'єктів малого підприємництва, в тому числі – інвестиційної.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мале підприємництво є найбільш динамічним елементом структури національного господарства. Роль малого підприємництва полягає у житті суспільства полягає в тому, що воно:

- є одним із провідних секторів ринкової економіки;
- формується на засадах дрібнотоварного виробництва;
- визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП;
- здійснює структурну перебудову економіки, характеризується швидкою окупністю витрат, свободою ринкового вибору;
- забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця;

- має високу мобільність, раціональні форми управління;
- формує новий соціальний прошарок підприємців-власників;
- сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції [1].

Реальний стан розвитку підприємництва в регіоні характеризують наступні статистичні дані. На початок 2014 року загальна кількість суб'єктів малого підприємництва в Хмельницькій області дорівнювала 6519 одиниць, що складає 94,2% чисельності усіх підприємств. У структурі їх загальної кількості малі підприємства складають 17,1%, а фізичні особи-підприємці – 82,9 % [4].

Необхідність поєднання економічної та соціальної результативності розвитку й реформування економіки, максимально ефективного використання національного ресурсного потенціалу обумовлює пріоритетність державної політики розвитку підприємництва всіх розмірів та організаційно-правових форм. Сприяння розвитку національного підприємництва, у тому числі малого, є стрижнем економічних реформ.

Державна підтримка малого підприємництва здійснюється відповідно до Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, програми підтримки малого підприємництва в Автономній Республіці Крим, регіональних та місцевих програм підтримки малого підприємництва, які затверджуються відповідно до законодавства.

Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні є комплексом заходів, спрямованих на реалізацію державної політики щодо вирішення проблем розвитку малого підприємництва. Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні затверджена Верховною Радою України шляхом прийняття відповідного закону, а саме Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. № 4618-VI.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Згідно статті 3 цього Закону метою державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

- 1) створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- 2) забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- 3) стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- 4) сприяння провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки;
- 5) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян [5].

Україна є досить неоднорідною країною як з точки зору географічних умов, так і в плані соціально-економічного розвитку. Хмельницька область в силу свого географічного положення та особливостей історичного розвитку має всі необхідні умови для розвитку. Помірний клімат, родючі чорноземи та багаті надра, розвинуте сільське господарство та харчова переробна промисловість, наявні людські ресурси визначили роль Хмельницької області як перспективного інвестиційного регіону в Західній Україні.

У 2012 році в економіку області іноземними інвесторами вкладено 20,3 млн.дол.США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Станом на 31.12.2012 року за весь період інвестування в економіку області вкладено 208,6 млн.дол.США прямих іноземних інвестицій. Економіку Хмельниччини інвестують представники 41 країн світу. Структура основних країн-інвесторів, на які припадає 90,5% загального обсягу прямих інвестицій, зображена на рис. 1.

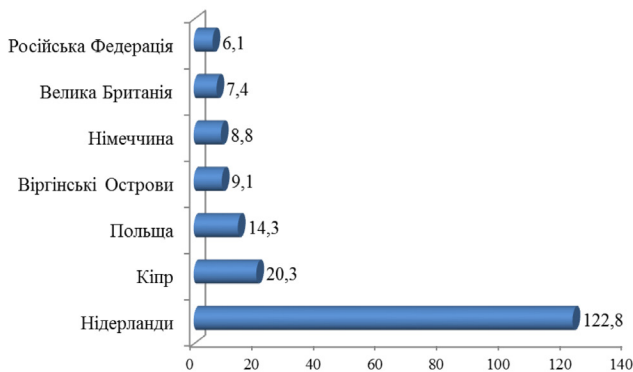


Рис.1. Обсяги прямих інвестицій в Хмельницьку область, мол.дол.США [3]

З метою залучення іноземних інвестицій в Україну та забезпечення реалізації стратегічно важливих проектів, що спрямовані на технологічне оновлення

та розвиток базових галузей економіки України створено Державне агентство з інвестицій та управління Національними проектами України (Держінвестпроект) [2]. В Хмельницькому функціонує Хмельницький регіональний центр з інвестицій та розвитку.

Напрями роботи регіонального центру зображено в таблиці 1.

Таблиця 1
Напрями роботи Хмельницького регіонального центру з інвестицій та розвитку

Напрями роботи Хмельницького регіонального центру з інвестицій та розвитку	
для інвестора:	для учасника:
<ul style="list-style-type: none"> - консультації щодо умов ведення бізнесу в Україні - пропозиції найкращих можливостей для інвестування - розробка «дорожньої карти» інвестиційного проекту - супроводження отримання документів дозвільного характеру - представництво інтересів інвестора в державних органах, інших установах та організаціях - післяінвестиційна підтримка 	<ul style="list-style-type: none"> - допомога в написанні та реалізації інвестиційних проектів - пошук потенційних інвесторів - сприяння залученню державних коштів - допомога в залученні грантових коштів - проведення тренінгів, семінарів, конференцій щодо інвестиційної діяльності

Джерело: [9]

На замовлення Держінвестпроектом Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій було розроблено Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. За результатами опитування експертів було проведено SWOT-аналіз регіонів. Характеристика інвестиційного середовища Хмельницької області відображено в таблиці 2.

Таблиця 2
Хмельницька область

Хмельницька область	
Сильні сторони:	Слабкі сторони:
<ul style="list-style-type: none"> - Розвинене приватне підприємництво - Активна співпраця влади та бізнесу - Трудові ресурси 	<ul style="list-style-type: none"> - Складна дозвільна система - Брак великих земельних ділянок - Обтяжливе оподаткування
Можливості:	Загрози:
<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток інфраструктури - Спрощення оподаткування та зменшення податкових ставок - Підписання угоди про асоціацію з ЄС 	<ul style="list-style-type: none"> - Тиск на бізнес з боку влади - Недосконалість законодавства - Неповищення ПДВ

Джерело: [8]

У рейтингу інвестиційної привабливості регіонів Хмельницька область посідає 19-те місце, що на 4 позиції вище показника минулого року. Цей прогрес можна пояснити оцінкою м'яких факторів, за якими область посіла 18-те місце. Відносно низька оцінка жорстких факторів, за якими Хмельниччина посіла 23-те місце, негативно вплинула на загальний рейтинг.

З метою консолідування зусиль органів державної влади, місцевого самоврядування, суб'єктів малого та середнього підприємництва, об'єднаних і спілок підприємців з метою посилення ролі бізнесу у вирішенні соціально-економічних проблем регіону було розроблено Регіональну програму розвитку малого в середнього підприємництва Хмельницької області на 2013-2014 роки.

В рамках даної програми з метою інвестиційної підтримки малого та середнього підприємництва було визначено пріоритетні напрями та розроблено заходи, що дозволять їх реалізувати.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Так, для створення позитивного іміджу та підвищення інвестиційної привабливості регіону протягом 2013-2014 року заплановано:

- розробка та періодичне оновлення рекламно-іміджевої продукції та інформаційно-презентаційних матеріалів про область;
- розробка інвестиційних паспортів області та її адміністративно- територіальних одиниць;
- формування каталогу експортного потенціалу підприємств області;
- представлення інвестиційного потенціалу області на вітчизняних та закордонних інвестиційних форумах, виставках, конференціях, інших інвестиційно орієнтованих заходах;
- використання можливостей дипломатичних представництв України за кордоном та дипломатичних представництв країн, акредитованих в Україні для поширення інформаційних матеріалів про область.

Підвищення ефективності системи управління процесами іноземного інвестування на регіональному рівні можна досягти шляхом:

- пошуку потенційних інвесторів для розвитку провідних галузей економіки регіону шляхом організації ділових візитів та прийому ділових кіл іноземних держав;
- залученням малих підприємств до організації, проведення та обслуговування міжнародних змагань з туризму, фестивалів, туристичних ярмарок.

З метою сприяння інвестиційній діяльності:

- забезпечується участь суб'єктів підприємництва області у ділових зустрічах з діловими представниками регіонів України та зарубіжних країн, навчальних семінарах, тренінгах, в інвестиційно-інноваційних виставках та ярмарках;
- організовується надання методичної допомоги з розробки інвестиційних пропозицій та інвестиційних проектів місцевим органам виконавчої влади та місцевого самоврядування;
- залучаються суб'єкти господарювання до формування інвестиційних пропозицій (проектів) міста (району);
- сприятимуть впровадженню інвестиційних проектів у пріоритетні галузі економіки з використанням інструментів, передбачених нормативно-правовими актами з питань стимулювання інвестиційної діяльності;
- сприятимуть у наданні пільг (місцеві податки, пільгові умови оренди тощо) суб'єктам господарювання, що впроваджують інвестиційні проекти, які мають стратегічне значення для економічного розвитку регіону, та реалізують соціальні проекти відповідних адміністративних територій;

- розглядатимуть питань щодо сприяння залученню і ефективному використанню вітчизняних та іноземних інвестицій для забезпечення розвитку області на засіданнях ради вітчизняних та іноземних інвесторів при облдержадміністрації, регіонального та місцевих комітетах з економічних реформ.

Для залучення додаткових джерел фінансової допомоги планується налагодити контакти з міжнародними та іноземними організаціями, що займаються програмами технічної допомоги, участь у цих програмах [7].

Підвищення рівня інвестиційної привабливості регіону через створення сприятливих умов для залучення інвестицій в економіку області, як бази для сталого економічного зростання та підвищення якості життя населення є метою розробки Програми залучення інвестицій в економіку Хмельницької області на 2011-2020 роки, що затверджені рішенням Хмельницької обласної ради від 2 березня 2011 року № 42-3/2011.

Основними завданнями цієї програми є:

- залучення інвестицій в економіку області;
- формування позитивного іміджу області та його популяризація серед потенційних інвесторів;
- налагодження регіональної системи маркетингу та промоції, розвиток інфраструктури підтримки інвестиційної діяльності;
- визначення трьохрівневих (диверсифікованих за рівнями громада-район-область) пріоритетів та потреб територій в інвестиціях та підготовка взаємоінтересних для територій та інвесторів інвестиційних пропозицій;
- створення сприятливих умов для ведення бізнесу та інвестування капіталу в економіку області суб'єктами господарювання різних форм власності;
- залучення іноземних інвесторів;
- задіяння всіх можливих, в межах чинного нормативно-правового поля, механізмів та інструментів сприяння процесу інвестування на прозорих та цивілізованих засадах;
- забезпечення участі області у реалізації національних проектів;
- моніторинг інвестиційної діяльності та задіяння додаткових стимулів залучення інвестицій для вирішення проблем соціально-економічного розвитку області, в першу чергу пріоритетних;
- забезпечення надання належної інформації потенційним інвесторам всіма доступними засобами;
- проведення комплексу заходів для розробки конкретних пропозицій на місцях [6].

Основні кількісні показники, за якими буде оцінено ступінь виконання програмних заходів, та їх запрограмовані значення зведені у таблиці 3.

Таблиця 3

Показник	Значення показника									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Валова додана вартість у розрахунку на одну особу у фактичних цінах, грн.	10560,0	11873,2	13311,1	14835,0	15900,0	16800,0	17700,0	18600,0	19900,0	21900,0
Обсяг інвестицій в основний капітал за рахунок усіх джерел фінансування, млн. грн.	3059,4	3365,0	3700,0	4070,0	4480,0	4920,0	5400,0	5940,0	6530,0	7180,0
Прямі іноземні інвестиції з наростаючим підсумком, млн. дол. США	227,0	254,0	285,0	319,0	350,0	385,0	424,0	467,0	513,0	565,0

Джерело: [6]

У 2013 році Держінвестпроектком у співпраці з Хмельницькою обласною державною адміністрацією

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

було створено інвестиційний паспорт Хмельницької області. Він містить якісну, актуальну та вичерпну інформацію про конкурентні переваги, інформаційні можливості регіону, а також спрямований на розкриття і реалізацію інвестиційного потенціалу регіону. Дане видання має стати не лише джерелом інформації для бізнесу, а й дозволить підвищити інвестиційну привабливість області, стати ефективним інструментом для налагодження ділових контактів з потенційними інвесторами, сприяти прийняттю позитивних рішень щодо інвестування на території Хмельниччини [3].

Проведене дослідження інвестиційного середовища Хмельницької області дозволило сформувати низку рекомендацій, реалізація яких сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості, зокрема:

- покращення інфраструктури;
- вирішення проблем із виділення земельних ділянок;
- підвищення ефективності залучення інвестицій;
- удосконалення функціонування органів влади;
- полегшення доступу до фінансування [8].

Серед заходів, які дозволять залучити інвестиції в регіон, варто виділити проведення інвестиційних форумів як загальнодержавного, так і регіонального рівня. Особливістю таких форумів може стати їх галузева спеціалізація (сільське господарство, промисловість, рекреації тощо). Це дозволить ефективніше проводити роботу органів влади з цільовою аудиторією.

Для залучення іноземних інвесторів необхідно підготувати невелику кількість інвестиційних пропозицій, які можуть конкурувати з пропозиціями інших регіонів України. Залучення іноземного інвестора під такий проект (а також успішна його реалізація) стане позитивним сигналом для інших.

Необхідним є також переклад існуючих інвестиційних пропозицій, які є на сайті Хмельницького регіонального центру з інвестицій та розвитку, на англійську мову.

Висновки. Цілеспрямована державна підтримка малого підприємництва має виключно важливе значення для перехідної економіки України. Необхідно зазначити, що формально державна підтримка малого підприємства вже кілька років визначається в урядових документах як один із головних напрямів економічної реформи. Про це свідчать, зокрема, розробка і затвердження значної кількості нормативно-правових документів що визначають державну підтримку розвитку малого підприємництва як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Але слід зазначити, що зроблено лише перші, не завжди правильні та послідовні кроки по шляху формування цілісної політики підтримки малого підприємництва і створення механізмів її реалізації. Деякі заходи державного регулювання мають суперечливий характер, основні напрями підтримки фактично не забезпечені ресурсами. Усе це потребує чіткішого наукового підходу до формування державної політики підтримки та розвитку малого підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.

2. Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrproject.gov.ua/media/derzhinvestproekt>.

3. Інвестиційний паспорт Хмельницької області – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/hmelnickiy_dlya_saytu_1.pdf.

4. Кількість підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2013 році – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>.

5. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні, Закон України від 22 березня 2012 року, № 4618-VI – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618>.

6. Програма залучення інвестицій в економіку Хмельницької області на 2011-2020 роки / Рішення обласної ради від 2 березня 2011 року № 42-3/2011 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.adm.km.ua/doc/proginv2011-20.pdf>.

7. Регіональна програма розвитку малого і середнього підприємництва Хмельницької області на 2013-2014 роки – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.adm.km.ua/tmp/rpbiznes2013.pdf>.

8. Рейтинг Інвестиційної привабливості регіонів – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://investcenter.km.ua/images/stories/pdf/rejting_investiciynoyi_privablivosti_regioniv_2014_1.pdf.

9. Хмельницький регіональний центр з інвестицій і розвитку – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://investcenter.km.ua/>.

УДК 330.322:339(477)(045)

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Поліщук О. В.

Кандидат економічних наук,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу,

Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Багой М. Ю.

Студент спеціальності «міжнародний бізнес»,

кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

У статті проведено аналіз світового ринку інвестицій та інвестиційного клімату України. Проведено географічну та галузеву структуру надходження ПІІ в Україну. Проаналізовано окремо за країнами. Визначено найпривабливіші види економічної діяльності для інвестування.

Ключові слова: прямі іноземні інвестиції, глобалізація світової економіки, іноземний інвестор, інвестиційний клімат, стимулювання інвестиційної діяльності., режим іноземного інвестування.

The article analyzes the global market investments and investment climate in Ukraine. A geographical and sectoral structure of inflow of FDI in Ukraine. Analyzed separately by country. Determined the most lucrative economic activities for investment.

Keywords: foreign direct investment, globalization of the world economy, foreign investors, investment climate, stimulating investment., Foreign investment regime.

Вступ. Світові глобалізаційні процеси сьогодні об'єднують світ в єдиний економічний простір, тому проблема впливу іноземного інвестування в контексті трансформаційного інтегрування в єдиний економічний простір досить жорстко стоїть перед економічним розвитком будь-якої держави світу. Особливого значення для України займає питання іноземного інвестування, адже інвестиції чинять як позитивний так і негативний вплив на економічне зростання країни. За умови нестачі насамперед фінансових ресурсів інвестування дозволяє рухати економіку вперед створювати нові робочі місця, нові виробничі потужності, інфраструктуру та ін.. Дослідження особливостей залучення ПІІ в Україну дасть можливість до поштовху інфраструктурної діяльності та підвищення рівня життя населення.

Аналіз досліджень і публікацій. Над питанням впливу іноземних інвестицій на економіку країни займалися такі зарубіжні і вітчизняні вчені, як: М. Блауг, М. Гроссман, Дж. Мінцер, М. Перлмен, Барановський О.І., Варналій З.С., Геєць В.М., Герасимчук З.В., Кириленко В.І., Мошенський С.І., Мунтіян В.І., Сухоруков А.І. Разом з тим, постає питання, про вплив прямих іноземних інвестицій на економіку України.

Постановка завдання. Метою цієї статті є теоретичне обґрунтування взаємозалежності економічного зростання національної економіки та прямих іноземних інвестицій, визначення основних чинників, які зумовлюють значний приплив прямих іноземних інвестицій у країну залежно від рівня розвитку країни, а також аналіз

тенденцій та перспектив залучення іноземного капіталу в Україну.

Викладення основного матеріалу. Термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкласти». В даний час існує безліч визначень. У широкому розумінні інвестиції - це вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання власних коштів на споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик і відшкодувати втрати від інфляції в майбутньому періоді. [1]

Згідно з даними ЮНКТАД світова динаміка прямих іноземних інвестицій характеризується періодичними зростаннями та спадами. [2]

Об'єм прямих іноземних інвестицій в світі, дол. США в поточних цінах і поточних валютних курсах в мільйонах

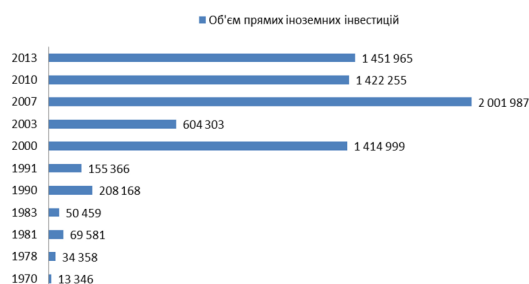


Рис.1 Об'єм прямих іноземних інвестицій в світі

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Світовий досвід країн свідчить про необхідність залучення прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Інвестиції сприяють розвитку економіки, залученню нових технологій, передачі знань та навичок. Але ПІІ мають як позитивний так і негативний вплив на економіку країни.

Надходження ПІІ в економіку України почалося одразу після проголошення незалежності, і з того часу постійно набирає обертів. Так динаміка надходжень ПІІ в економіку України свідчить про постійне збільшення обсягу надходжень. [3]

Таблиця 1

Обсяги надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України за період 1995 – 2013 роки, млн.. дол.. США

Роки	Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн. дол. США	Приріст прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США	Темпи приросту прямих іноземних інвестицій в Україну, %
1994	483,5	-	-
1995	896,9	413,4	30,94
1996	1438,2	541,3	15,54
1997	2063,6	625,4	19,46
1998	2810,7	747,1	-36,94
1999	3281,8	471,1	25,92
2000	3875,0	593,2	14,68
2001	4555,3	680,3	34,72
2002	5471,8	916,5	44,31
2003	6794,4	1322,6	70,32
2004	9047,0	2252,6	248,18
2005	16890,0	7843,0	-39,85
2006	21607,3	4717,3	67,09
2007	29542,7	7935,4	14,68
2008	35616,4	6073,7	20,9
2009	40053,0	4410,0	10,5
2010	44806,0	4556,3	11,6
2011	49362,3	4747,0	8,1
2012	54462,4	6013,1	8,2
2013	58156,9	5677,3	5,3

Так у період з 1995 року по 2013 обсяг ПІІ збільшився на 57673,4 млн. дол.. США.

Доволі цікавою є динаміка приросту інвестицій в Україну. До 2005 року абсолютний приріст ПІІ в Україну складав в середньому 856,35 млн. дол.. США. З 2005 року почалося суттєве пожаття і з 2005 по 2012 абсолютний приріст в середньому склав 5676,93 млн. дол.. США.

Інвестиційна діяльність в Україні регулюється такими нормативно-правовими актами як: ЗУ «Про режим іноземного інвестування», ЗУ «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон», ЗУ «Про захист іноземних інвестицій в Україні», ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність», ЗУ «Про інститути спільного інвестування», ЗУ «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» та ін.. [4]

Обсяг прямих іноземних інвестицій в Україні, у розрахунку на одну особу характеризується також постійним збільшенням, але все ще залишається на низькому рівні. Так станом на 2013 рік на одну особу приходилось 1099,3 дол. США, в той час як цей показник в Чехії

10916 дол. США, в Польщі 5100 дол. США, в Румунії 3459 дол. США. [5]

Обсяг прямих іноземних інвестицій в Україні, у розрахунку на одну душу населення, дол. США

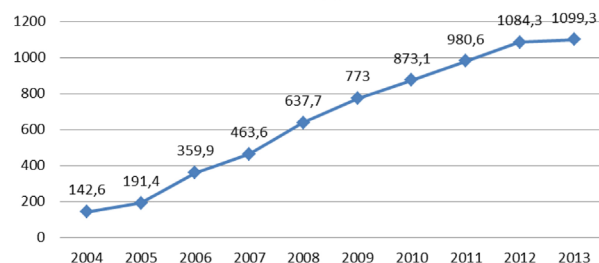


Рис. 2 Обсяг прямих іноземних інвестицій в Україні, у розрахунку на одну душу населення

Найбільші країни-інвестори Кіпр (32%), Німеччина (12%), Нідерланди (11%), Російська Федерація (6%), Австрія (6%), Велика Британія (5%), Вінгирські острови (4%), Франція (3%), Швейцарія (3%), Італія (2%), США (2%), Польща (2%), на ін. країни припадає 12%.

Якщо порівняти перше півріччя 2014 року, з аналогічним періодом 2013 року то спостерігається загальна тенденція до зменшення надходжень ПІІ в Україну.

Обсяги прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США

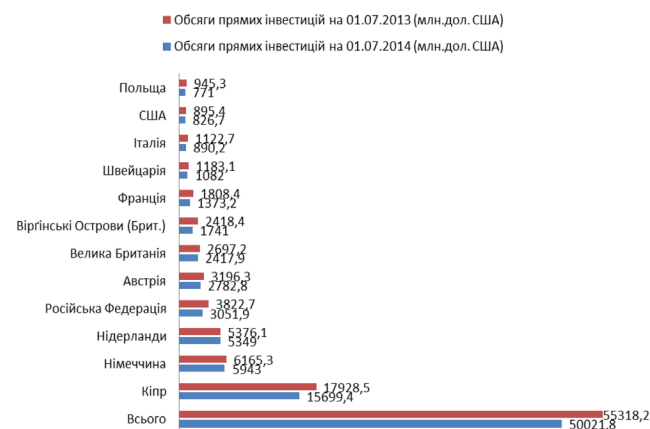


Рис. 3 Обсяги прямих іноземних інвестицій станом на 01.07.14

Зокрема зменшився загальний об'єм надходжень на 5296,4 млн. дол. США. Найбільше надходження зменшились з Кіпру на 2229,1 млн. дол. США, з Російської Федерації на 770,8 млн. дол. США з Вінгирських островів на 677,4 млн. дол. США.[3]

Територіальна структура ПІІ характеризується наступними даними. Найбільший ріст станом на 31 грудня 2013 року показали Кіровоградська (45,4%), Івано-Франківська (26,6%) Полтавська (12,9%) Вінницька області (12,3%). Зменшення показала лише Волинська область (-10,8%) [6]

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Таблиця 2

Темпи зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) за регіонами України (у відсотках до попереднього року)

	2011	2012	2013
АР Крим	144,3	124,2	110,1
області			
Вінницька	110,3	109,6	112,3
Волинська	133,3	130,6	89,2
Дніпропетровська	109,5	102,7	107,8
Донецька	116,2	120,4	110,1
Житомирська	130,8	107,4	106,9
Закарпатська	95,6	116,6	110,1
Запорізька	103,6	109,1	104,4
Івано-Франківська	121,8	103,0	126,6
Київська	108,7	104,8	106,2
Кіровоградська	111,4	143,3	145,4
Луганська	111,4	109,4	105,4
Львівська	110,6	118,0	104,2
Миколаївська	92,1	160,6	114,6
Одеська	110,2	133,5	102,6
Полтавська	127,4	134,3	112,9
Рівненська	90,7	106,5	104,7
Сумська	100,6	106,8	110,5
Тернопільська	103,6	103,3	106,7
Харківська	103,6	77,3	101,9
Херсонська	101,5	121,8	111,1
Хмельницька	102,1	109,8	109,9
Черкаська	98,7	108,9	100,8
Чернівецька	99,9	103,8	108,6
Чернігівська	106,3	104,1	122,5
міста			
Київ	114,7	109,5	102,8
Севастополь	107,9	94,0	122,6

Найбільш привабливими галузями для інвесторів станом на 01.07.14 є промисловість (41,6%), будівництво (17,6%), оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (9,9%), сільське, лісове та рибне господарство (7,3%) та транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність (6,9%). [7]

Аналіз надходжень ПІІ в Україну станом на 01.07.14 свідчить про погіршення стану економіки на інвестиційного клімату України. Причиною цього є загострення російсько-українських відносин, насамперед у військово-політичній площині. Постійні бойові дії на сході країни підвищують ризики для інвесторів, таким чином спостерігається зменшення надходження ПІІ.

Окупація територій України безперечно має негативний вплив на інвестиційний клімат України, та сприяє зменшенню надходжень ПІІ в Україну. Так наприклад до початку російської окупації Кримського півострова компанії Exxon і Royal Dutch Shell планували витратити 735 млн дол. на буріння двох морських свердловин приблизно за 80 км від південно-західного узбережжя АР Крим. [8] [9]

Помітним зрушенням має стати припинення війни на сході країни та реалізація Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011-2015 рр. [10], а саме:

– здійснення контролю за ефективним використанням бюджетних коштів, наданих для реалізації інвестиційних проектів;

– створення умов для ефективного функціонування інноваційних фінансово-кредитних установ та інвестиційних підприємств;

– забезпечення розвитку системи прямих державних інвестицій, зокрема на умовах спільного фінансування;

– створення умов для переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку

– економіки, стимулювання залучення приватних інвестицій, удосконалення законодавства, що регулює інвестиційну діяльність, зняття перешкод в інвестуванні;

– створення умов для залучення інвестицій на міжнародних ринках капіталу

– (консолідація фондових бірж, забезпечення захисту прав споживачів інвестиційних послуг, створення центрального депозитарію цінних паперів, системи

– клірингу та розрахунків, які забезпечують мінімізацію ризиків під час виконання угод з цінними паперами);

– налагодження на державних підприємствах (окрім казенних) внутрішньогосподарських відносин, які сприятимуть створенню різноманітних організаційних форм господарювання ринкового типу та залученню недержавних інвестицій.

Таблиця 2

Галузева структура ПІІ в Україну станом на 01.07.14, млн. грн.

Сільське, лісове та рибне господарство	6386
Промисловість	36151,1
Будівництво	15342
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	8611
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	6068,8
Тимчасове розмішування й організація харчування	501,7
Інформація та телекомунікації	3376
Фінансова та страхова діяльність	2853
Операції з нерухомих майном	3893,9
Професійна, наукова та технічна діяльність	1050
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1326
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	681,6
Освіта	165
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	266,8
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	154,2
Надання інших видів послуг	33,3
Усього	86860,0

Запровадження розглянутих програм призведе до притоку іноземного капіталу та успішного розвитку національної економіки.

Висновки. В умовах політичної нестабільності в Україні та необхідності відновлення Донбасу, Україна повинна проводити політику найбільшого сприяння щодо залучення іноземних інвесторів. А саме базуватися на забезпеченні стійкого підйому економіки України

шляхом реформування фінансово-кредитної системи, удосконалення відносин власності, приватизаційного законодавства, земельних відносин. Але не можливо не помітити успіхи в інвестиційному кліматі в попередніх роках, зокрема приріст ПІІ в Україну в 2013 р склав 5677,3 млн. дол. США. Але в наслідок політичної кризи потік ПІІ в Україну за перше півріччя 2014 року порівняно з аналогічним періодом 2013 року зменшився на 5296,4 млн. дол. США. Найбільше надходження зменшились з Кіпру на 2229,1 млн. дол. США, з Російської Федерації на 770,8 млн. дол. США з Вінгирських островів на 677,4 млн. дол. США.

Найбільш привабливими галузями для інвесторів станом на 01.07.14 є промисловість (41,6%), будівництво (17,6%), оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (9,9%), сільське, лісове та рибне господарство (7,3%) та транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність (6,9%).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Кныш М. И., Перекатов Б. А., Тютиков Ю. П. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности. - Санкт-Петербург: «Бизнес-пресса», 1998, - 315с.;
- 2.Inward and outward foreign direct investment flows, annual, 1970-2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=88>
- 3.Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 4.Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
- 5.Economist Intelligence [Електронний ресурс]. – Режим доступу:Unit // www.eiu.com
- 6.Статистичний збірник «Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Інвестиції в основний капітал за видами економічної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 8.Exxonmobil company [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://corporate.exxonmobil.com/en/>
- 9.Royal Dutch Shell [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.shell.com/>
10. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011-2015 роки» № 1900 – р. від 29.09.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1095.7768.0>.

УДК 330.322.014:330.354(477)(045)

ПРЯМЕ ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УМОВАХ ЗМЕНШЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В 2014 РОЦІ

Поліщук Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент

Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Василевський Владислав Олегович

студент спеціальності «Міжнародний бізнес»

Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

У статті проаналізовано тенденції потоків прямих іноземних інвестицій в економіку України за останні роки. Досліджено обсяги прямих іноземних інвестицій за поточний рік у порівнянні з попереднім. А також розроблено прогнозування обсягів притоку прямих іноземних інвестицій на майбутній період в умовах нестабільної політичної та економічної ситуації.

Ключові слова: прями іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, коефіцієнт інвестиційної стабільності, іноземне інвестування, іноземний капітал.

The article analyzes trends in flows of foreign direct investment in Ukraine in recent years. This article shows foreign direct investment in the current year compared to the previous year. And in this article we have developed the prediction of the volume of foreign direct investment for the future period in an unstable political and economic situation.

Keywords: FDI, investment climate, investment rate stability, foreign investment, foreign capital.

Актуальність проблеми дослідження.

Питання інвестування завжди було ключовим для розвитку економіки будь-якої країни, яка перебуває у процесі нарощування власних потужностей. Для більш швидкого економічного розвитку держави, сприятливим фактором є залучення додаткового капіталу зі сторонніх джерел фінансування у ті сфери економічної діяльності, які є пріоритетними для держави на макроекономічному рівні. Україна підпадає під класифікацію країн, які нарощують свої економічні потужності і, як результат, має переважно позитивний економічний ефект від надходження прямих іноземних інвестицій, тоді як, наприклад, для економіки Німеччини, залучення прямих іноземних інвестицій матиме більше негативних наслідків таких як, загострення конкуренції на внутрішньому ринку між національними виробниками та підприємствами з іноземним капіталом, репатріацію капіталу та ряду інших, яких значно більше ніж позитивних результатів для країни в цілому. Також для України пряме іноземне існування є ключовою ланкою відновлення загальноекономічного стану, викликаного первинними політичними та вторинними економічними наслідками [4].

Проблема надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України завжди була актуальною для дослідження іноземних провідних економістів та вчених. Серед таких яскравих представників наукової еліти, які займалися дослідженням даного питання, можна перерахувати таких, як: Дж. Даннінг, Г. Райтер, Й. Пензель, Н. Пайн, С. Томсон, А. Рагмен, Р. Вернон, Х. Шерман, Д. Шнайдер, Г. Клодт, П. Каймбах та інших. В україн-

ській науковій літературі актуальними є роботи таких дослідників, як: О. Рога, В. Краківської, Б. Губського, В. Бодрова, О. Гаврилюка, І. Бураковського, А. Гальчинського, Г. Климка, В. Новицького, В. Міщенко, І. Луніної, В. Сіденка, В. Степаненка, В. Шевченка.

Метою даної статті є аналіз надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України в 2014 році у порівнянні з минулими роками, формулювання прогнозів на обсяги надходження прямих іноземних інвестицій в майбутньому періоді та висвітлення основних тенденцій іноземного інвестування в Україну.

Наукова новизна дослідження полягає в пропозиції розрахувати коефіцієнт інвестиційної привабливості, який би базувався на реальній математичній формулі та встановлював певну залежність між економічними факторами, які є актуальними саме на даний момент для економіки України.

Виклад основного матеріалу.

Сучасна ситуація прямого іноземного інвестування в економіку України є досить неоднозначною, адже усі іноземні інвестиції, які протягом 23 років незалежності нашої держави надходили до АР Крим, розглядаються як такі, що вже не є інвестиціями в національну економіку, що негативно відзначається у показниках об'рахунку прямих іноземних інвестицій в економіку України за наростаючим підсумком. Для більш ретельного аналізу даної ситуації розглянемо таблицю 1:

З даної таблиці можна зробити висновок, що в динаміці надходження прямих іноземних інвестицій спостерігається різке коливання, а саме чотири різких

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

стрибки. Перший стрибок викликаний оптимізацією українського законодавства, що зумовлено прийняттям Закону України «Про іноземні інвестиції» від 13.03.1992 року № 2198-ХІІ, та Закону України «Про Державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україну» від 17.12.1993 № 3744-ХІІ, що зумовило збільшення приросту обсягів іноземного інвестування з 483,5 млн. дол. за період 1991-1994 років до 413,4 млн. дол. за 1995 рік [3].

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в Україну наростаючим підсумком з початку інвестування на кінець року, млн. дол. США

Рік	Прямі іноземні інвестиції в Україну наростаючим підсумком	Прямі іноземні інвестиції в Україну окремо за рік
1994	483,5	-
1995	896,9	413,4
1996	1438,2	541,3
1997	2063,6	625,4
1998	2810,7	747,1
1999	3281,8	471,1
2000	3875	593,2
2001	4555,3	680,3
2002	5471,8	916,5
2003	6794,4	1322,6
2004	9047	2252,6
2005	16890	7843
2006	21607,3	4717,3
2007	29542,7	7935,4
2008	35616,4	6073,7
2009	40053	4436,6
2010	44806	4753
2011	50333,9	5527,9
2012	55296,8	4962,9
2013	58156,9	2860,1
2014 (на 01.07.2014)	50021,8	1298,0

Джерело: складено автором за даними [7]

Наступний значний стрибок притоку іноземних інвестицій у 2005 році у розмірі 7,8 млрд. дол., що майже у 3,5 разів більше, порівняно з попереднім роком, що став результатом продажу комбінату «Криворіжсталь» металургійному холдингу «Mittal Steel Germany GmbH» на суму близько 4,79 млрд. дол. США і банку «Аваль» австрійському холдингу «Raiffeisen International Bank-Holding AG» за 1,028 млрд. дол. США [2].

Третій стрибок притоку прямих іноземних інвестицій в економіку України спостерігається у 2009 році фактичним зменшенням до 4,4 млрд. дол. порівняно з 7,9 млрд. дол. у 2007 році, що викликано світовою фінансовою кризою 2008 року, яка справила негативний вплив у сфері іноземного інвестування економіки України до 2010 року [6].

Четвертий і основний для даного дослідження стрибок обсягів прямих іноземних інвестицій в економіку України є зменшення притоку прямих іноземних інвестицій станом на кінець 2013 року у розмірі 2,8 млрд. дол. порівняно з 4,9 млрд. дол. у 2012 році, що зумовлено політичною та економічною дестабілізацією в країні. При цьому за перше півріччя 2014 року в економіку України надійшло 1298 млн. дол., що зумовлює формування негативних прогнозів щодо обсягів притоку прямих іноземних інвестицій на кінець 2014 року порівняно з показниками 2013 року [2].

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

У динаміці надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України показник станом на 01.07.2014 у розмірі 50021,8 млн. дол. менший за показник на кінець 58156,9 млн. дол. на 8135,1 млн. дол. (14%), що стало причиною не репатріації прямих іноземних інвестицій, а вирахування обсягів тих прямих іноземних інвестицій, які були вкладені безпосередньо в межах АР Крим до кінця 2013 року [2].

Для більш детального аналізу втрат української економіки внаслідок зменшення загального обсягу вкладених прямих іноземних інвестицій в економіку України через від'єднання АР Крим розглянемо рис. 1:

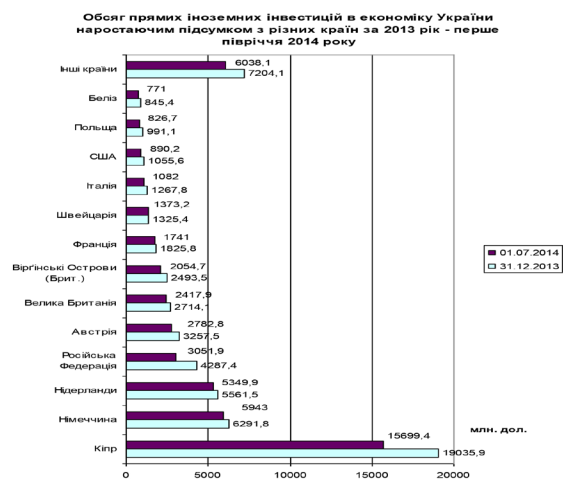


Рис.1 Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України наростаючим підсумком з різних країн за 2013 рік - перше півріччя 2014 року, млн. дол.

Джерело: складено автором за даними [7]

Аналізуючи даний графік, можна стверджувати, що серед основних країн-інвесторів в економіку України, поданих на графіку, значна частка іноземного капіталу, зосереджена та нагромаджувана на території України протягом 23 років, була вилучена. Більш детально розглянемо негативну динаміку зменшення загальних обсягів прямих іноземних інвестицій в Україні на наступному графіку.

Обсяг прямих іноземних інвестицій наростаючим підсумком з різних країн світу за перше півріччя 2014 року порівняно з 2013 роком

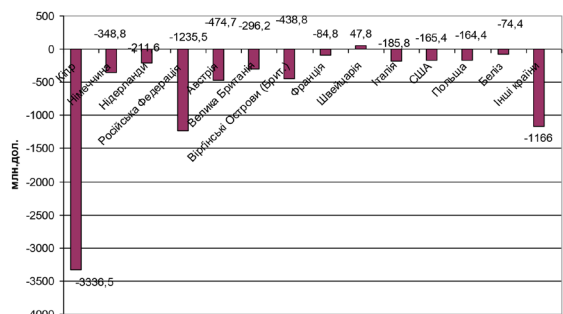


Рис.2 Обсяг прямих іноземних інвестицій наростаючим підсумком з різних країн світу за перше півріччя 2014 року порівняно з 2013 роком, млн. дол.

Джерело: складено автором за даними [7]

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Максимально було втрачено капіталу з Кіпру у розмірі 3,3 млрд. дол., з Російської Федерації 1,2 млрд. дол., Австрії 474,7 млн. дол. та Віргінських островів 438,8 млн. дол. Дана динаміка показує прямі економічні втрати у загальному обсязі прямого іноземного інвестування в економіку України, викликаних політичними дисбаланси в країні. Але значно більший вплив на динаміку іноземного інвестування економіки України мають економічні дисбаланси як девальвація гривні, збільшення зовнішнього боргу та непривабливість інвестиційного клімату України через політичний фактор у довгостроковому періоді [8].

В умовах політичної та економічної нестабільності дуже важливо знати певні прогнози щодо обсягів надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України у майбутніх роках. Такий прогноз можна зробити за допомогою індексу інвестиційної привабливості, який ґрунтується на регулярному моніторингу бізнес-клімату та опитуванні бізнесменів-інвесторів. Але спробуємо розрахувати коефіцієнт інвестиційної привабливості, який би базувався на реальній математичній формулі та встановлював певну залежність між економічними факторами, які є актуальними саме на даний момент для економіки України. Такий показник виражатиме залежність стабільності притоку прямих іноземних інвестицій від рівня девальвації гривні та загальної заборгованості українських підприємств за кредитами і позиками, торговими кредитами й іншими борговими інструментами перед прямими іноземними інвесторами. Коефіцієнт інвестиційної стабільності для економіки України буде розраховуватись за формулою:

$$K_{ic} = K_n * ((Q_{vy} - Q_{zy}) / Q_3) / D,$$

Де:

- K_{ic} – коефіцієнт інвестиційної стабільності;
- K_n – коефіцієнт політичної стабільності;
- Q_{vy} – загальний обсяг прямих іноземних інвестицій наростаючим підсумком в економіку України;
- Q_{zy} – загальний обсяг прямих іноземних інвестицій наростаючим підсумком з економіки України;
- Q_3 – загальна заборгованість українських підприємств за кредитами і позиками, торговими кредитами й іншими борговими інструментами перед прямими іноземними інвесторами;
- D – реальний рівень девальвації гривня до долара США у поточному році.

При чому коефіцієнт політичної стабільності обернено пропорційно залежатиме від рівня девальвації гривні. Якщо реальний рівень девальвації гривні по відношенню до долара США менший або дорівнює 10%, то коефіцієнт політичної стабільності дорівнює 0,03; якщо рівень девальвації гривні до долара коливається у межах від 10% до 30% включно, то коефіцієнт політичної стабільності прийматиме значення 0,05; якщо рівень девальвації гривні до долара більше 30%, але менше 50%, то коефіцієнт політичної стабільності дорівнює 0,07; якщо рівень девальвації гривні до долара США становить понад 50%, то коефіцієнт економічної стабільності дорівнює 0,1. Даний коефіцієнт інвестиційної стабіль-

ності має місце у випадках політичного та економічного дисбалансу в країні і не відображатиме реальних прогнозів обсягів притоку прямих іноземних інвестицій в економіку України за умов стабільності національної валюти періодом понад рік.

Спробуємо розрахувати коефіцієнт інвестиційної стабільності для економіки України на 2015 рік.

$K_{ic} = 0,1 * ((50,021 \text{ млрд} - 6,492 \text{ млрд}) / 9,769 \text{ млрд}) / (8,2/13) = 0,7$, що означає скорочення притоку прямих іноземних інвестицій в економіку України у 2015 році на 30% (з урахуванням похибки 7-8% з огляду на вплив інших зовнішніх та внутрішніх макроекономічних факторів) порівняно з показниками 2014 року за умови продовження політичної та економічної дестабілізації в країні [1].

Висновки. Інвестиційний клімат України у 2014 році значно постраждав через політичну та економічну несприятливу ситуацію в країні. Але навіть у часи найглибших криз інвестиційна діяльність повністю не припинялась. У часи економічного дисбалансу життєво необхідним є визначення приблизних прогнозів на майбутні періоди, навіть якщо вони є не досить оптимістичними та не досить точними [5].

Робити певні розрахунки щодо обсягів притоку прямих іноземних інвестицій у даній ситуації є досить ризикованою справою, адже на прогноз також можуть вплинути зовнішні та внутрішні економічні та політичні фактори, які не були прямо враховані під час підрахунки. Але зараз за умови залежності економіки України і безпосередньо сфери іноземного інвестування від рівня девальвації національної валюти та заборгованості перед нерезидентами як урядових, так і приватних економічних суб'єктів, розрахунок коефіцієнту економічної стабільності для економіки України в умовах економічної та політичної нестабільності буде дієвим показником аналізу інвестиційної привабливості української економіки на майбутній період [8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Доповідь інформаційного агентства УНІАН «В Україні через девальвацію гривні знизився обсяг прямих іноземних інвестицій» від 14.08.2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/finance/951395>
2. Доповідь МЗС України про «Інвестиційний клімат в Україні» від 08.10.2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/>
3. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 року № 93/96-ВР // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amb-ucraina.com/TEM/Ucraino/Zakoninvest.htm>
4. Корнієнко А. А. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій до України в умовах формування глобального економічного процесу / Корнієнко А. А. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

5.Офіційний сайт газети «Голос України» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/>

6.Офіційний сайт газети «Урядовий кур'єр» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukurier.gov.ua/>

7.Офіційний сайт Державної служби статистики // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

8.Стаття газети «Економічна правда» «Приплив прямих іноземних інвестицій в Україну в 2014 році» від 14.02.2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news>

ПРАВИЛА ВИЗНАЧЕННЯ КУРСУ НБУ В ОБЛІКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ У 2014р.

Початкова Світлана Володимирівна, магістрант, спеціальність “Облік і аудит”

Науковий керівник- Волковицька Ольга Миколаївна , к. е. н., ст. викладач.

Миколаївський національний університет імені В.О.Сухомлинського

Операції в іноземній валюті, облік і звітність є основою зовнішньоекономічної діяльності. Упродовж 2014 року відбулися численні зміни у законодавчій базі України, які мають пряме відношення до обліку зовнішньоекономічної діяльності, що призвело до змін у бухгалтерському і податковому обліку.

Operations in overseas currency, the account and the reporting are a basis of foreign economic activity. For 2014 occurred some changes in legislative base of Ukraine having a direct bearing on the accounting of foreign economic activity that led to changes in accounting and tax accounting.

Ключові слова: курс валюти, ставка Національного банку України, дата балансу, дата проведення операції, облік валюти.

Keywords: exchange rate, rate of National bank of Ukraine, date of balance, date of operation, accounting of currency.

Підприємства, що здійснювали зовнішньоекономічну діяльність у 2014 році зіткнулися з проблемою чисельних змін в законодавстві України, що привело до змін у бухгалтерському та податковому обліку доходів і витрат підприємства, при їх помилковому визначенні призведе до помилок відображення в податковій звітності та штрафним санкціям.

Дана стаття написана на підставі спостережень і аналізу за змінами в законодавстві України в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Були вивчені постанови Національного банку України які впливають на зміни визначення ставки валют Національного банку і П(С) БО 21.

Мета даної статті - визначення курсу НБУ для розрахунку доходів і витрат підприємств з обліку зовнішньоекономічної діяльності в бухгалтерському та податковому обліку.

Бухгалтерський облік і фінансова звітність ґрунтуються на наступних умовах: обачність, повне освітлення, автономність, послідовність, безперервність, нарахування і відповідність доходів і витрат, переважання суті над формою, історична (фактична) собівартість, єдиний грошовий вимірник, періодичність. Зміни в законодавстві, протягом року, порушує один з принципів обліку (послідовність).

Протягом 2014 року, а він ще не закінчений, сталися дві значимі зміни, які істотно вплинули на методу обліку доходів і витрат підприємства в зовнішньоекономічній діяльності у зв'язку зі змінами ставок Національного банку України (НБУ).

НБУ Постановою №180 від 31.03.2014 «Про внесення змін до Положення про встановлення офіційного курсу гривні до іноземних валют та курсу банківських металів» ввів з 04.04.2014 р. новий порядок визначення офіційного курсу НБУ гривні по відношенню до інозем-

ної валюти, до долара США і на даний момент цей курс встановлюється залежно від середньозваженого курсу на підставі даних, що сформувалися на міжбанківському валютному ринку. У свою чергу, курс гривні до долара США впливає і на розрахунок офіційного курсу до ряду інших валют. До цього офіційний курс НБУ починав діяти з наступного дня після дня затвердження. Тепер, як повідомляється в листі НБУ від 03.04.2014 р. №19-012/14290, офіційний курс на поточний робочий день встановлюватиметься НБУ після 12.00 і діятиме з моменту його встановлення. У п. 10 Положень № 496 уточнюється, що офіційний курс гривні до іноземних валют (банківським металам) використовується резидентами і нерезидентами України для проведення бухгалтерського обліку операцій з іноземною валютою. Схема змін в законодавстві і його вплив на відображення операцій по зовнішньоекономічній діяльності представлені на рис. 1. Розглянемо законодавчі акти і специфіку відображення в обліку після введення їх в дію.

Відповідно до п. 5 П(С)БУ 21, операції в іноземній валюті при первинному визнанні відображуються у валюті звітності (гривнах) шляхом перерахунку суми в іноземній валюті із застосуванням валютного курсу на дату здійснення операції (дата визнання активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів і витрат). Той же порядок перерахунку в гривні стосується і отриманих авансів (п. 6 П(С)БУ 21), і визначення курсових різниць по монетарних статтях. Таким чином, у суб'єктів господарської діяльності у бухгалтерському обліку та ж проблема, що і в податковому - порядок визначення офіційного валютного курсу НБУ змінився, а в П(С)БУ 21 зміни внесені не були.

У частині митних платежів ситуація законодавчо врегульована. По-перше, Законом №1200, який набрав чинності 19.04.2014 р, було внесено зміни до Подат-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

кового Кодексу України (ПКУ), завдяки яким в ньому з'явилася нова стаття 39-1. Вона свідчить, що для цілей визначення податкових зобов'язань по сплаті митних платежів застосовується офіційний курс валюти України до іноземної валюти, встановлений НБУ, діючий на нуль годин дня подачі митної декларації, а у разі якщо митна декларація не подається, - дня визначення податкових зобов'язань. Посилання на дану статтю з'явилися в п. 190.1 та пп. 191.1.3 ПКУ, регулюючих обкладання ПДВ товарів, що ввозяться на митну територію України (в т. ч. Міжнародні поштові та експрес-відправлення, ввезення товарів в несупроводжуваному багажі), а так само як в п. 214.2 і 218.2 ПКУ, регулюючих обкладання акцизним податком таких товарів.

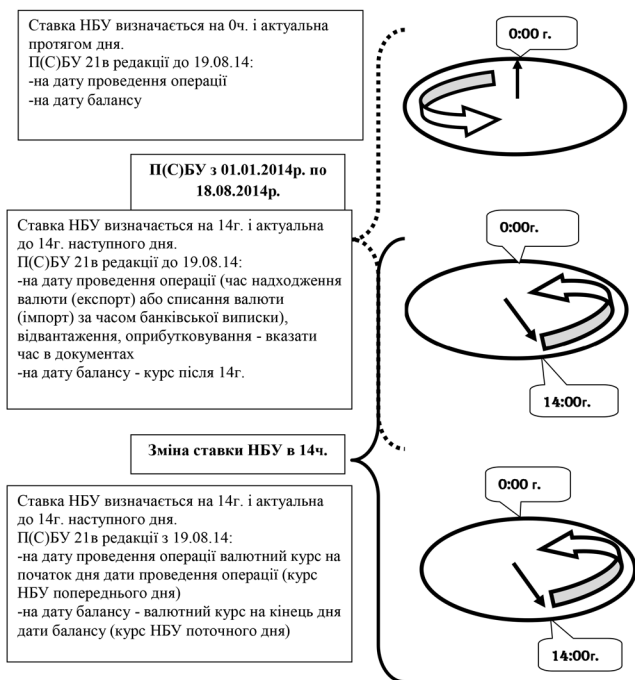


Рис. 1 Вплив зміни в законодавстві в 2014г. на фінансовий облік зовнішньоекономічної діяльності.

По-друге, Законом №1201, який набрав чинності з 26.04.2014 р, було внесено зміни до Митного Кодексу України (МКУ) - в ньому з'явилася стаття 3-1, аналогічна за змістом статті 39-1 ПКУ. Таким чином, визначення бази обкладання податками і обов'язковими платежами на даний момент не викликає питань - досить знати курс НБУ, встановлений на нуль годин дня подачі митної декларації.

У частині послуг, отриманих від нерезидента, законодавча база містить ряд протиріч. Відповідно до п. 190.2 ПКУ, для послуг, які поставляються нерезидентами на митній території України, базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість таких послуг з урахуванням податків і зборів, за винятком ПДВ, які включаються в ціну поставки відповідно до законодавства. Така вартість перераховується в національну валюту за валютним (обмінним) курсом НБУ на дату виникнення

податкових зобов'язань. Однак прив'язки до статті 39-1 ПКУ в даному пункті немає. Що формально означає: перш ніж виписати податкову накладну та відобразити зазначену операцію в обліку, суб'єкти господарської діяльності - одержувач послуг повинен дочекатися опублікування офіційного курсу НБУ, у скільки б він не був опублікований.

З 19.08.2014 р вступає в дію наказ Мінфіну від 14.07.2014 р №754 «Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» який вносить зміни до деяких нормативних актів з бухгалтерського обліку, зокрема з бухгалтерського обліку валютних операцій. Істотні зміни стосуються П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів». Зокрема, Мінфін ухвалив, що операції в іноземній валюті при первісному визнанні відображаються у валюті звітності шляхом перерахунку суми в іноземній валюті із застосуванням валютного курсу на початок дня, дати проведення операції (дати визнання активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів і витрат).

Підприємство має можливість операції за безготівковими розрахунками в іноземній валюті відображати у валюті звітності в сумі, визначеній в документах банку, з урахуванням особливостей застосування банком валютного курсу на дату проведення операції, в разі якщо це не суперечить вимогам податкового та митного законодавства в частині застосування валютного курсу.

Визначаються курсові різниці за монетарними статтями в іноземній валюті на дату балансу, а також на дату проведення господарської операції в її рамках або по всій статті (відповідно до облікової політики).

Курсова різниця розраховується на:

- на дату балансу - валютний курс на кінець дня дати балансу;
- на дату проведення господарської операції - валютний курс на початок дня дати проведення операції.

Підприємство може перерахувати залишки на кінець дня за монетарними статтями в іноземній валюті, по яким протягом дня проводились господарські операції із застосуванням валютного курсу, встановленого на кінець цього дня.

Крім П(С)БО 21 було внесено зміни до П(С)БО 31 «Фінансові витрати». У новій редакції викладено приклад 5 додатка 2 «Приклади визначення суми фінансових витрат, що підлягають включенню до собівартості кваліфікаційного активу».

Нововведення також доторкнулися і були приведені у відповідність з останніми валютними змінами Порядку бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних установ. Зокрема, передбачено, що при визначенні курсової різниці на дату проведення господарської операції перераховуються всі відповідні монетарні статті із застосуванням валютного курсу на кінець дня цієї дати. Для визначення курсових різниць на звітну дату застосовується валютний курс на кінець дня звітної дати.

Висновки.

Зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з найважливіших чинників розвитку національної економіки. Разом с тим, неузгодженість бухгалтерського і податкового законодавства з питань зовнішньоекономічної діяльності, викликає багато проблем з відображення експортно-імпортних операцій у бухгалтерському обліку і побудови ефективної системи її контролю.

Дослідження розвитку експортно-імпортних операцій суб'єктів господарювання свідчить про відсутність системного підходу до організаційно-методичного забезпечення їх обліку і контролю, що призводить серйозних порушень валютного законодавства. Більше того, становлення зовнішньоекономічної діяльності відбувається в період реформування бухгалтерського обліку, що характеризується наявністю певних прорахунків та неузгодженостей і підвищує ризик ринкової невизначеності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про Національний банк України» <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/679-14>

2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (ЗЕД) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

3. Закон України № 1200 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо усунення окремих неузгодженостей норм законодавства»

4. Наказ Міністерства фінансів України № 754 від 14.07.2014р. «Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0883-14>

5. Податковий кодекс України 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів» Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 17 серпня 2000 р. за № 515/4736 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.com.ua/taxes/-/bo_standart21.html.

7. Постанова НБУ № 180 від 31.03.2014 «Про внесення змін до Положення про встановлення офіційного курсу гривні до іноземних валют та курсу банківських металів» <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0375-14>

8. Постанова НБУ № 496 від 29.12.2007 «Про затвердження Правил здійснення за межі України та в Україні переказів фізичних осіб за поточними валютними неторговельними операціями та їх виплати в Україні та внесення змін до деяких нормативно-правових актів»

УДК 336.2

ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ ПАСИВНИХ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ВИГЛЯДІ ВІДСОТКІВ З ДЕПОЗИТУ НА СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Пурденко О.А.

к.е.н., доцент кафедри економіки,

Київського кооперативного інституту бізнесу і права, м. Київ

Анотація. В статті проаналізовано стан діючого законодавства з оподаткування доходів фізичних осіб у вигляді процентів по депозитам та його вплив на обсяги залучених грошових ресурсів комерційними банками. Зазначені основні переваги та недоліки введеного в дію Закону «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» в аспекті оподаткування пасивного доходу, з виділенням основних пунктів Податкового кодексу України, що зазнали кардинальних змін.

Summary. The article analyzed the state of current legislation of taxation of personal income in the form of interest on deposits and its influence on the amount of financial resources involved commercial banks. Outlines the advantages and disadvantages introduced by the Law «On prevention of financial disaster and creating conditions for economic growth in Ukraine» in terms of taxation of passive income, highlighting the main points of the Tax Code of Ukraine, which experienced dramatic changes.

Ключові слова: пасивний дохід, оподаткування, депозитний вклад, кредитні ресурси.

Keywords: passive income taxation, deposit, credit resources.

Сучасний розвиток економіки України відбувається під впливом складних умов світової глобалізації, існуючі трансформаційні процеси впливають на взаємозалежність суб'єктів економічних відносин та підвищення їх чутливості до будь-яких нормативно правових змін, в тому числі в аспекті оподаткування.

Банківська система акумулює значні обсяги тимчасово вільних грошових коштів суб'єктів економічних відносин в тому числі грошові накопичення фізичних осіб, але банківські інститути не мають достатнього рівня кредитно-інвестиційного потенціалу, що негативно впливає як на функціонування реального сектору економіки так і домогосподарств. Саме тому, застосування податкового інструментарію потребує детального дослідження з метою реалізації його фіскального потенціалу з урахуванням впливу на суб'єктів економічних відносин.

Актуальним питанням в банківській практиці приділялась увага в наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених: Бланк І., Богомолов А., Богомоллова В., Геєць В., Сивульський М., Крухмаль А., та інші. О. Барановський приділяв увагу проблемі припливу іноземного капіталу в банківську систему України. Дослідження стратегічних проблем управління інвестиційною діяльністю, здійснював І. О. Бланк. Проблеми вивчення банківських криз присвячено науковій праці І. Бланк, В. Богомоллова, А.Богомоллової, І. Кованкадзе та ін. Але питанню оподаткування в банківській практиці пасивних доходів не приділено достатньої уваги, що і обумовило вибір теми наукового дослідження.

В умовах кризової ситуації вітчизняної економіки пріоритетним завданням економічної стратегії держави є сфера податкового регулювання, що в черговий раз засвідчує актуальність твердження Й. Шумпетера «... ніщо так точно не відображає характер суспільства і цивілізації як фіскальна політика, що проводиться політичним сектором суспільства»[4]. Основним аналітичним джерелом статті є Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні», що був прийнятий 27.03.2014 р. за № 1166-VII підтверджує той факт, що в нашій країні провідним інструментом в запобіганні фінансової катастрофи залишаються податки.

Так, згідно пункту 1 розділу IV вищезазначеного Закону, що набрав чинності з 1 квітня 2014 року, крім, зокрема, пунктів 4 – 9 щодо оподаткування доходів фізичних осіб, які набирали чинності з 1 липня 2014 року. Пунктом 35 Закону виключено абзац шостий пункту 1 розділу XIX «Прикінцеві положення» Податкового кодексу України (далі – ПКУ). Підпунктом 6 пункту 1 розділу XIX «Прикінцеві положення» ПКУ передбачено, що абзаци другий – четвертий пункту 167.2 статті 167 цього Кодексу у частині оподаткування процентів, набирають чинності з 1 січня 2015 року. Підпунктом другим пункту 167.2 статті 167 ПКУ встановлено, що ставка податку становить 5 відсотків бази оподаткування щодо доходу, нарахованого як процент на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок. Що свідчить про оподаткування за ставкою 5 відсотків бази оподаткування процентів, нарахованих на поточний або депозитний рахунок.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

зитний (вкладний) банківський рахунок з 01.04.2014 р.

Важливим є той факт, що навантаження в частині нарахування даного податку покладено на комерційні банки, адже згідно підпунктів 170.4.1 та 170.4.2 ПКУ особа, яка здійснює нарахування (виплату) платнику податків доходу у формі процентів є його податковим агентом, та щомісячно утримує та перераховує до бюджету податок з доходів фізичних осіб і подає до контролюючого органу податковий розрахунок за Формою №1ДФ, у якому відображає загальну суму нарахованих (сплачених) доходів та загальну суму утриманого з них податку.

Отже, банки змушені здійснювати додаткові фінансові, трудові і матеріальні витрати з метою належного адміністрування даного податку з 1 серпня 2014 року самостійно перераховуючи його до держбюджету і звітують, не розкриваючи таємницю вкладів.

Також, пунктом 4 Закону викладено в новій редакції підпункт 164.2.8 ПКУ, згідно якої до загального місячного (річного) оподаткованого доходу платника податку включається дохід у вигляді дивідендів, вигащів, призив, процентів (крім процентів у сумі, що не перевищує в рік сімнадцять прожиткових мінімумів для працездатної особи, встановлених законом на 1 січня звітного податкового року). Згідно статті 7 Закону України «Про державний бюджет України на 2014 рік» прожитковий мінімум для працездатної особи на 1 січня 2014 року становить 1218 гривень. Пунктом 167.1 ПКУ визначено, що ставка податку на доходи фізичних осіб, в тому числі процентів, нарахованих на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, становить 15 відсотків бази оподаткування.

Таким чином, з 1 липня 2014 року набув чинності пункт 4 Закону, у зв'язку з чим проценти, нараховані на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок в сумі, що перевищуватиме 20706 гривень, будуть оподатковуватися по ставці 15 відсотків бази оподаткування.

На нашу думку, окрім переваг в частині наповнення державного бюджету існує, ще й ряд негативних факторів від запровадження зазначеного податку.

По-перше, як зазначалось вище, це додаткові витрати самих банків.

По-друге, можливість роздроблення депозитів або їх вплив, що негативно вплине на стан банківської системи.

По-третє, конвертація населенням своїх збережень в інші більш стійкі валюти, що вплине на девальвацію гривні.

По-четверте, зниження довіри до банківських установ в частині дотримання банківської таємниці, адже для створення бази оподаткування банки можуть змусити надавати інформацію про обсяги депозитів громадян.

Відомо, що основною метою депозитної політики є залучення максимально можливого обсягу грошових ресурсів з метою формування основного обсягу кредитних ресурсів. На рис. 1. наведено основні тенденції змін депозитних вкладів резидентів з початку 2014р. як у на-

ціональній так і іноземній валюті.

Дані рис. 1 свідчать про тенденцію до зменшення обсягу депозитних грошових коштів в липні-серпні поточного року. Так, в липні спостерігається зменшення грошових ресурсів на 3,4%, а в серпні на 3,8% від загального обсягу вкладів. Варто зазначити, що якщо в січні зменшувались обсяги депозитів залучених банками більш ніж на 2 роки, то в липні-серпні поточного року помітне зменшення депозитів залучених на період від 1 до 2 років.

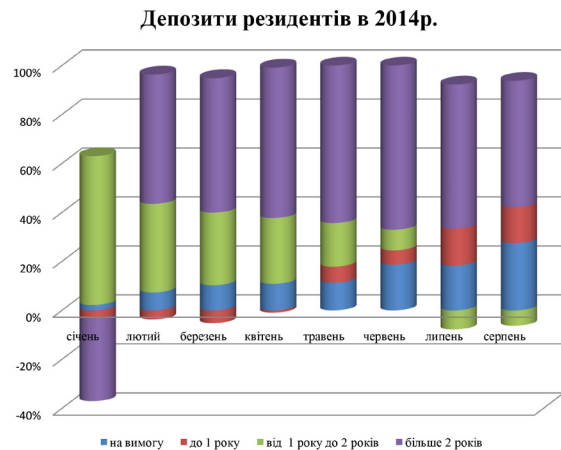
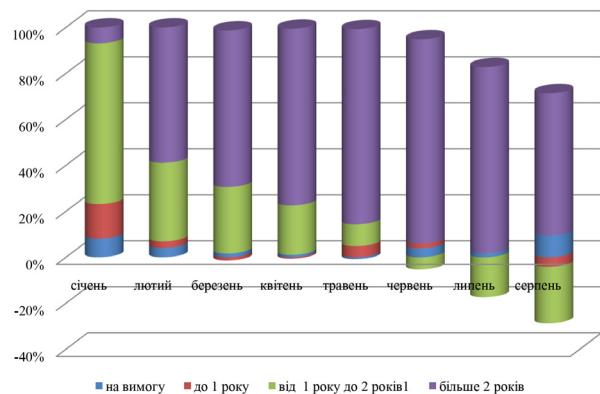


Рис. 1. Обсяг залучених депозитів резидентів в національній та іноземній валюті протягом 2014р¹.

Детальніше про зміну обсягів депозитних вкладів в національній валюті наведено на рис. 2.

Рис. 2. Обсяг залучених депозитів резидентів в

Депозити резидентів у національній валюті в 2014 році.



національній валюті протягом 2014р².

Обсяги зменшення депозитних вкладів в національній валюті протягом серпня зменшилися на 6,4%, а в серпні 13,7% від загального обсягу вкладів у національній валюті.

1 Джерело: складено автором за даними НБУ: Грошово-кредитна та фінансова статистика// [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44579

2 Джерело: складено автором за даними НБУ: Грошово-кредитна та фінансова статистика// [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44579

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Отже, враховуючи вищенаведене можна стверджувати про те, що запровадження оподаткування пасивних доходів фізичних осіб у вигляді відсотків з депозиту, можна вважати одним з факторів, що призвів до зменшення обсягів депозитних вкладів, адже суттєве зменшення припадає саме на період введення в дію норм Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні».

Політична, економічна та фінансова криза в Україні значно ускладнила процес функціонування банківської системи в частині залучення грошових коштів, саме тому, гострим залишається аспект оптимізації чинного податкового законодавства, в тому числі, й в оподаткуванні пасивних доходів фізичних осіб.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс] //Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

2. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 27.03.2014 № 1166-VII. [Електронний ресурс] //Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1166-18>

3. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Офіційна статистика НБУ// [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44579

4. Шумпетер Й. История экономического анализа. Глава 8.: [Електронний ресурс] //Деньги, кредит и циклы.- Режим доступу: <http://ek-lit.agava.ru/books.htm>

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ УЧЕТА КОМАНДИРОВОЧНЫХ И ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РАСЧЕТОВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ

РОЖКОВА Наталья Викторовна,

кандидат экономических наук,

профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа, финансов и налогообложения

Академии ФСИН России

Аннотация: В процессе финансово-хозяйственной деятельности в учреждениях возникает потребность использовать денежные средства для наличных и безналичных расчетов с работниками по командировкам, выдачи им средств на представительские цели, для покупки за наличный расчет товаров в других предприятиях или у физических лиц, для оплаты выполненных работ, оказания услуг, а также на иные хозяйственно - операционные цели.

Ключевые слова: наличные расчеты, командировочные расходы, хозяйственные расходы, подотчетные лица.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ГОСПОДАРСЬКИХ РОЗРАХУНКІВ В УСТАНОВАХ

Анотація: У процесі фінансово-господарської діяльності в установах виникає потреба використовувати грошові кошти для готівкових та безготівкових розрахунків з працівниками по відрядженнях, видачі їм коштів на представницькі цілі, для купівлі за готівковий розрахунок товарів в інших підприємствах або у фізичних осіб, для оплати виконаних робіт, надання послуг, а також на інші господарсько - операційні цілі.

Ключові слова: готівкові розрахунки, витрати на відрядження, господарські витрати, підзвітні особи.

FEATURES OF ACCOUNTING TRAVEL AND ECONOMIC CALCULATIONS IN INSTITUTIONS

Abstract: In the process of financial and economic activities in the institutions there is a need to use the money for cash and non-cash settlements with employees on business trips, providing them with funds for representational purposes, to purchase for cash products to other companies or individuals, for payment of work performed, services, and other business - operational goals.

Keywords: cash payments, travel expenses, household expenses, accountable.

Бухгалтерский учет расчетов с подотчетными лицами с одной стороны, является несложным, но, с другой - именно на этом участке допускается большое количество ошибок, такие как нецелевое использование подотчетных сумм. Опыт проведения проверок и ревизий учреждений показывает - на практике возникает более широкий спектр проблем учёта и налогообложения, чем описывается в нормативных документах.

Все хозяйственные операции, проводимые в учреждениях оформляются первичными документами и учетными регистрами, которые оформляются в соответствии с законодательством Российской Федерации. Денежные, расчетные, финансовые и кредитные обязательства, не имеющие подписи начальника учреждения, главного бухгалтера или уполномоченных лиц считаются не действительными и не принимаются к учету.

Бухгалтерский учет расчетов с подотчетными лицами в учреждениях ведется на синтетическом счете 208 «Расчеты с подотчетными лицами», в разрезе ана-

литических счетов, предусмотренных Инструкцией по бюджетному учету № 162н, утвержденной приказом Минфина России от 06.12.2010 года и рабочим планом счетов, утвержденным приказом об учетной политики в учреждении [1].

Выдача денег в подотчет в учреждении регулируется Порядком ведения кассовых операций и разработанным на его основе Положением о расчетах с подотчетными лицами. Лица, получившие наличные деньги в подотчет предоставляют в бухгалтерию авансовые отчеты в трехдневный срок после прибытия из командировки.

Контроль за осуществлением расчетов с подотчетными лицами осуществляется в виде ревизии финансово-хозяйственной деятельности в рамках ведомственного контроля, и текущим контролем со стороны бухгалтерской службы. Ведомственный финансовый контроль организуется контрольно-ревизионной группой и осуществляется в соответствии с утвержденными планами.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Ревизия – наиболее распространенная и ведущая форма бюджетного контроля, представляющая собой комплекс взаимосвязанных проверок финансово-хозяйственной деятельности учреждений, а также работы финансовых органов по составлению и исполнению бюджета.

Вопросы проверки расчетов с подотчетными лицами достаточно часто включаются в программу ревизии финансово-хозяйственной деятельности, проводимой органами финансового контроля.

Проверка представляет собой единичное контрольное действие или исследование состояния дел на определенном участке деятельности проверяемой организации.

Цель ревизии или проверки – осуществление контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации при осуществлении подразделением ФСИН России хозяйственных и финансовых операций, их обоснованностью, наличием и движением имущества, и обязательствами, использованием материальных и трудовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами [3].

Цель ревизии расчетов с подотчетными лицами заключается в определении правомерности и эффективности использования средств федерального бюджета при расчетах с подотчетными лицами.

Источниками ревизии расчетов с подотчетными лицами исследуемого учреждения явились первичная документация типовой формы и регистры аналитического и синтетического учета, а также отчетность учреждения. К таким документам относятся, в частности:

- служебное задание для направления в командировку и отчет его выполнении;
- приказ о направлении сотрудника в командировку;
- командировочное удостоверение;
- ведомость на выдачу денежных средств из кассы под отчет;
- путевой лист;
- авансовый отчет;
- журнал по расчетам с подотчетными лицами;
- оборотная ведомость по счету 208 «Расчеты с подотчетными лицами»;
- Главная книга.

При ревизии расходования подотчетных сумм на операционные и хозяйственные, командировочные расходы и утвержденных авансовых отчетов устанавливаются наличие фактов:

- выдачи авансов сверх установленных размеров или выдачи новых авансов при отсутствии отчета по ранее полученным денежным суммам, незаконных выдач авансов;
- нарушения сроков сдачи авансовых отчетов (какие меры приняты), случаи неоприходования или несвоевременного оприходования материальных ценностей, приобретенных подотчетным лицом;
- закупок материальных ценностей в магазинах без счета, без чека контрольно-кассовой машины, без

накладной;

- использования подотчетных сумм не по назначению.

При изучении представленных в бухгалтерию учреждения авансовых отчетов проверяется правильность их оформления. В обязательном порядке к авансовому отчету должны быть приложены документы, подтверждающие произведенные расходы (товарные, кассовые чеки, накладные, счета, акты закупок, билеты и тому подобное). Также обязательно определяется соответствие сумм в представленных оправдательных документах суммам, отраженным в авансовых отчетах [2].

При установлении своевременности представления в бухгалтерию авансового отчета об израсходованных подотчетных суммах учитывают, что сроки, на которые выдаются денежные средства и по истечении которых подотчетное лицо должно отчитаться за произведенные расходы, утверждаются приказом начальника учреждения. Законодательно сроки установлены лишь для командировочных расходов, и они составляют три рабочих дня с момента возвращения подотчетного лица из командировки.

В процессе ревизии командировочных расходов проверяются наличие служебного задания для направления в командировку, приказ о направлении одного или нескольких работников, командировочное удостоверение и их оформление. Ревизоры проверяют наличие отметок в командировочном удостоверении о дате прибытия и выбытия работника, заверенных печатью, которой учреждение пользуется в своей обычной деятельности. При необходимости запрашивают справку с образцами печати и подписи должностного лица, на которого возложены обязанности регистрации командированных работников. При этом достоверность отметок командировочного удостоверения обязательно сверяется с датами, указанными на проездных билетах.

Наиболее распространенными нарушениями в системе учета и контроля расчетов с подотчетными лицами в учреждениях являются:

- несоблюдение сроков сдачи неиспользованных остатков подотчетных сумм;
- неправильное оформление и несвоевременное предоставление авансовых отчетов в бухгалтерию;
- отсутствие в учетной политике учреждений определенных положений по учету расчетов с подотчетными лицами;
- выдача денежных средств под отчет лицам, не указанным в приказе;
- нецелевое использование подотчетных средств;
- представление к авансовому отчету недействительных документов в виде товарных чеков без отметок или штампов, фискальных чеков, не установленного образца, или чеков, не имеющих отношения к отражаемой операции;
- отсутствие на командировочном удостоверении резолюции о выполнении служебного задания;
- не заполнение бухгалтером сведений о внесении остатка, выдачи перерасхода;

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

- некорректное составление бухгалтерских проводок.

Практика проверок так же показывает, что сотрудники не спешат отчитываться по авансам, а учреждение не торопится принимать меры по возврату не использованных работниками сумм [4].

По оформлению документов в учреждении допускаются следующие нарушения:

- выдача авансов под отчет без указания на заявлении или рапорте сроков;

- отсутствие на заявлении о выдаче сумм под отчет отметки об отсутствии за подотчетным лицом задолженности по предыдущим авансам;

- отсутствие на заявлении о выдаче сумм под отчет подписи начальника учреждения;

- отсутствие нумерации страниц в авансовых отчетах и приложениях к ним;

- отсутствие в бланках авансовых отчетов информации о структурном подразделении, должности, назначении аванса, о внесении остатка или выдаче перерасхода с указанием сумм, кассовых ордеров и их дат.

Данные нарушения возникают вследствие невнимательности бухгалтера и недостаточно высокого уровня организации внутреннего бухгалтерского контроля за расчетами с подотчетными лицами.

Представление к авансовому отчету не действительных документов или отсутствие подтверждающих документов также является серьезным нарушением порядка бухгалтерского учета расчетов с подотчетными лицами и может быть констатировано ревизорами как неправомерное и нецелевое использование. Под нецелевым использованием средств понимается направление и использование бюджетных средств на цели, не соответствующие условиям получения указанных средств, определенным каким-либо правовым основанием их получения. По невнимательности бухгалтера и не опытности подотчетного лица к учету принимаются авансовые отчеты, к которым прилагаются чеки контрольно-кассовых машин и товарные чеки, где просто указано «канцелярские товары», вместо подробной расшифровки сведений указанных в кассовом чеке - что, сколько и за какую цену приобрело подотчетное лицо. Допущенную ошибку бухгалтера и подотчетного лица можно исправить, организовав комиссию из уполномоченных лиц. Комиссия составит акт, в котором зафиксирует, что конкретно и для каких целей приобретено. Данный акт подшивается к авансовому отчету и служит оправдательным документом.

К нарушениям порядка ведения синтетического и аналитического учета расчетов с подотчетными лицами относится некорректное составление бухгалтерских проводок и неправильное ведение журнала расчетов с подотчетными лицами не по каждому подотчетному лицу и выданной сумме одновременно. Также выявляются несоответствия данных взаимосвязанных первичных документов и регистров бухгалтерского учета, что может являться следствием некомпетентности и невнимательности бухгалтера, некорректной работы приклад-

ных бухгалтерских программ и неорганизованной системы внутреннего контроля учреждения.

Для проверки точности и полноты составления документов и регистров бухгалтерского учета и предотвращения возможных ошибок и искажений в учете и отчетности в исследуемом учреждении должна быть организована система внутреннего контроля. Основная ответственность за организацию системы внутреннего контроля и за ведение учета расчетов с подотчетными лицами в учреждении возлагается на начальника и главного бухгалтера учреждения.

Для подтверждения расходов согласно поставленному заданию необходимо наличие отчета о выполненной работе. Ревизор проверяет, оформлены ли документы, которые подтверждают участие командированного работника в переговорах, конференциях, проводимых по теме, связанной с обычной деятельностью этого учреждения.

Проверкой можно установить факты оплаты расходов по найму жилого помещения по общим счетам без отражения в них фамилии проживающего, а также стоимости бронированного им номера. Обязательно устанавливается наличие приказов по учреждению об оплате суточных и других расходов сверх установленных норм.

Таким образом, правильная организация учета расчетов с подотчетными лицами, с одной стороны, обеспечивает действенный контроль за использованием в учреждении денежных средств и, с другой стороны, позволяет учреждению избежать конфликтных ситуаций во взаимоотношениях с налоговой службой.

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации : [от 31 июля 1998 г. №145-ФЗ] // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 1998. – № 31. – Ст. 3823.

2. Об организации и осуществлении ведомственного финансового контроля в учреждениях и органах Федеральной службы исполнения наказаний: Приказ Федеральной службы исполнения наказаний России: [от 11.08.2005 г. № 712].

3. Маленкова Л.А. Особенности формирования расходов ФГУП ФСИН России / Л.А. Маленкова // Вестник Самарского государственного экономического университета, 2013, № 101. – С. 46-50.

4. Рожкова Н.В. Теоретические аспекты финансового контроля в уголовно-исполнительной системе / Н.В. Рожкова // Экономика и предпринимательство, 2014, № 9. – С. 671-674.

УДК 334.722

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ БІРЖОВОЇ Ф'ЮЧЕРСНОЇ ТОРГІВЛІ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Садура О. Б., к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Богач М.М. к.е.н., в.о. доцента кафедри фінансів і кредиту

Львівський національний аграрний університет

Охарактеризовано суть біржового ринку. Обґрунтовано необхідність застосування біржової ф'ючерсної торгівлі для сільськогосподарських підприємств, що дасть можливість підвищити кредитоспроможність сільгоспвиробників, забезпечуватиме економію їх коштів, дозволить учасникам ринку страхувати ціни.

Ключові слова: ф'ючерс, хеджування, біржова торгівля, спотовий ринок, Аграрна біржа.

The characteristic nature of the stock market. The necessity of the use of stock futures trading for farms that will enable farmers to increase creditworthiness will provide savings of their funds allow market participants to insure price.

Key words: f 'futures, hedging exchange trading, spot market, Agrarian Exchange.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. У зв'язку зі сезонністю сільськогосподарського виробництва виникає необхідність застосування такої форми фінансування, як кредитування чи авансування виробництва. Формою такого явища є надання банком кредиту сільськогосподарському товаровиробнику. Проте за несвоєчасне повернення кредитів, неоплат вартості послуг банки часто відмовляють у кредитах аграрному сектору. З огляду на це зараз виникла необхідність у застосуванні біржової ф'ючерсної торгівлі на аграрному ринку та її розвитку в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми, пов'язані з розвитком біржової торгівлі для сільськогосподарських підприємств висвітлені в різних аспектах у наукових працях Б.П. Дмитрука, О.В. Лактіонової, Ю.І. Михайлова, А.В. Розгона, О.С. Мограб, В.К. Савченко, М.О. Солодкого, О.М. Сохацької та багатьох інших вітчизняних учених. Однак деякі питання все ж залишаються не до кінця дослідженими.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування доцільності застосування біржової ф'ючерсної торгівлі, що забезпечуватиме економію коштів сільгоспвиробників, захист від можливих коливань цін, чіткішого планування їх виробництва та рівних умов конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сьогодні в Україні фінансовий стан, а отже, й платоспроможність сільськогосподарських підприємств є вкрай критичними, тому господарства не в змозі своєчасно повертати кредити, а тим паче, оплачувати вартість послуг. З огляду на це банки відмовляють у кредитах аграрному сектору.

Сільськогосподарський виробник, як господарсь-

кий агент, найбільше страждає від нерозвиненої структури біржового ринку. Адже саме завдяки системі біржової торгівлі він може визначитися, що йому вигідно вирощувати, постачати на ринок і в яких обсягах [5, с. 55].

Через недосконалість нормативно-правової бази з питань організації біржової діяльності, особливо укладення строкових контрактів, роздробленість сільського господарства, кризовий стан більшої частини сільськогосподарських підприємств, низький рівень товарності вітчизняної аграрної продукції, практичну відсутність біржової інфраструктури в нашій державі, біржова торгівля не ввійшла на належний рівень. Тому попри наявність майже шести сотень бірж, сільськогосподарські підприємства реалізують мізерну частину (в межах відсотка) зерна (пшеницю, ячмінь, кукурудзу тощо). Подібною є ситуація з насінням соняшнику, майже не здійснюються торги цукром.

У світі більшість учасників аграрного ринку використовують біржовий ринок із метою управління ризиками, у тому числі для забезпечення захисту від можливих коливань цін. Такі можливості дає ф'ючерсний ринок. Як відомо, ф'ючерсний контракт – це угода про купівлю чи продаж конкретного товару за наперед обумовленою ціною з поставкою в майбутньому. Особливість цих контрактів – стандартизованість. Практично не існує ризику невиконання контракту: відкрита позиція у будь-який день може бути закрита. При цьому фізичне постачання товару необов'язкове, термін дії контрактів – до 18 (навіть 36 місяців). Ф'ючерсні контракти виконують важливу функцію страхування (хеджування), оскільки вони можуть надавати захист проти несприятливого розвитку цін на готівковому ринку, що зумовлює загальну ринкову стабільність, оскільки покупці та продавці одержують більшу безпеку у своїх операціях.

Ф'ючерсні ринки, переживши за часом та ефективністю всі інші механізми регулювання ціноутворення

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

на аграрному ринку, відіграють головну роль в сучасній системі управління ризиком.

У Європі ліdersькі позиції у торгівлі товарними деривативами займає паризька біржа MATIF, яка входить у групу Nyse Liffe. На цій біржі торгують такими видами контрактів на сільгосппродукцію, як ріпак, кукурудза, борошномельна пшениця, пивоварний ячмінь, ріпакова олія.

Переваги ф'ючерсного ринку перед фізичним полягають у тому, що всі контракти на ринку стандартизовані і відповідають встановленим заздалегідь строками поставки. Наприклад, обсяг контракту на борошномельну пшеницю на біржі MATIF становить 50 т. Показники якості повинні бути наступними: питома вага - 76 кг/л, вологість - 15%, пошкоджені зерна - 4%, пророслі зерна - 2%, відсоток домішок - 2%, місце поставки пшениці - порт Руан (Франція). Дата поставки або термін, коли покупець отримує товар, а продавець оплату, також визначені заздалегідь.

Така стандартизація гарантує високу ліквідність ринку, тобто легко знаходяться продавці і покупці на однакові контракти, обговорюється тільки ціна.

Укладаючи ф'ючерсний контракт, продавець зобов'язується поставити продукцію на певну дату поставки, а покупець зобов'язується прийняти поставку і заплатити за заздалегідь обумовленою ціною. Насправді дуже мала кількість контрактів реально «доходять» до поставки. В основному контракти закриваються до терміну виконання поставки зворотною операцією (якщо було здійснено продаж ф'ючерсу, то потім необхідно купити таку ж кількість контрактів). Це дозволяє враховувати інтереси ринкових спекулянтів, яким не потрібен фізичний товар, оскільки їх цікавить лише курсова різниця, а виробникам - страхувати свою ціну, не змінюючи напрацьованих каналів збуту продукції в кожному регіоні. У той же час можливість поставки продукції гарантує прив'язку цін на товар на готівковому ринку до ф'ючерсного ринку.

Оскільки доступ до ф'ючерсних котирувань дуже простий, цим забезпечується прозорість ринку. Ризик, пов'язаний із невиконанням зобов'язань сторонами, повністю відсутній: гарантом виконання контрактів виступає клірингова палата ф'ючерсного ринку, яка зобов'язує учасників торгів вносити гарантійні та маржеві внески, і тим самим страхує зобов'язання кожної зі сторін.

Ліквідність ринку забезпечується різноманітністю його учасників (це і спекулянти, і інвестфонди, і агропромислові підприємства, і трейдерські компанії та ін.). Завдяки їм покупець завжди знаходить продавця і навпаки.

Одне із головних завдань, для якого була створена ф'ючерсна торгівля, - дозволити учасникам ринку (сільгоспвиробникам, переробним підприємствам, трейдерам) страхувати ціни [9].

В Україні спробували запустити ф'ючерсні механізми у другій половині 90-х років ХХ століття, коли з'явився Указ Президента України «Про заходи щодо ре-

формування аграрних відносин» та постанова Кабінету Міністрів України «Про концепцію розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції». У цих документах, зокрема, передбачені розробка правил і запровадження торгівлі ф'ючерсними і форвардними контрактами під закупівлю сільськогосподарської продукції на аграрних біржах. Потім були інші відповідні постанови уряду та Верховної Ради України, накази профільного міністерства. Нарешті учасники аграрного ринку у 2003 році створили «Українську ф'ючерсну біржу», яка планувала у тому самому році організувати торгівлю ф'ючерсними контрактами. Однак цього досі не сталося.

Нові сподівання на запуск ф'ючерсної торгівлі учасники ринку пов'язують з розпорядженням Кабінету Міністрів України 588-р від 25.05.2011 року, яким було схвалено Меморандум про взаєморозуміння уряду України, Національного банку України та Чиказької товарної біржі (СМЕ). Раніше схожий меморандум було підписано і з європейською біржею Euronext. Перші торги ф'ючерсами, у тому числі на українську пшеницю, відбулися у червні 2012 року, але не в Україні, а на закордонних майданчиках СМЕ [7].

Для того щоб механізми ф'ючерсної торгівлі нарешті запрацювали на вітчизняному терені, необхідно докласти чимало організаційних і законодавчих зусиль, подолати багато хибних стереотипів і бар'єрів на шляху до цієї мети. Найважливішою передумовою є розуміння сутності дії цих механізмів і засад їх ефективного функціонування й регулювання усіма причетними до цієї важливої справи осіб.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Розвинений ф'ючерсний ринок спроможний з великою точністю прогнозувати ціни на сільськогосподарську продукцію, а отже, захищати майбутні врожаї, насамперед зернових культур від небажаних коливань цін. Це стає можливим через існування органічного взаємозв'язку між спотовими та ф'ючерсними цінами. Стабілізація ціни завдяки ефективному функціонуванню ф'ючерсного ринку підвищує кредитоспроможність сільгоспвиробників і здешевлює банківський кредит. При цьому відбувається своєрідний поділ функцій між банком і ф'ючерсною біржею: банк кредитує тільки ту частину вартості товару, відшкодування якої відбуватиметься незалежно від ринкової кон'юнктури, а біржа покриває різницю між банківським кредитом і ціною реалізації товару.

Отже, ф'ючерсна торгівля забезпечуватиме економію коштів сільгоспвиробників, які вони тримають у вигляді резервів на випадок несприятливої кон'юнктури. Крім того, щоденне виявлення на біржі майбутньої ціни даватиме їм змогу чіткіше планувати виробництво, а відкритість цінової інформації забезпечуватиме рівні умови конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Діброва А.Д. Регулювання ринку пшениці: вітчизняний та зарубіжний досвід / А.Д. Діброва, Л.В. Ді-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

брова, Я.О. Крилов // Економіка АПК. – 2012. - №5. – С. 61-68

2. Михайлов Ю. Довгоочікуваний крок у розвитку ф'ючерсного ринку в Україні / Пропозиція. – 2012. - №6. – С. 28-34

3. Розгон А.В. Формування та функціонування біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / А. В. Розгон. – К., 2008. – 20 с.

4. Солодкий М.О. Біржовий ринок: навч. посіб. / М.О. Солодкий. – К. : Аграрна освіта, 2010. – 565 с.

5. Станісевиц С.А. Ф'ючерсний контракт як інструмент цінового захисту сільськогосподарського виробника / С.А.Станісевиц // Економіка АПК. – 2012. – №3. – С.54-55.

6. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств / О. С. Філімоненков. — К : МАУП, 2004. — 328 с.

7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://press.unian.net/ukr/pressnews-111705.html>

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2012/07/17/329571/>

9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua/agromarketimg/1078-2012-06-05-13-57-00.html>

ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ВИТРАТ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сашко Ольга Петрівна,

викладач Луцького кооперативного коледжу ЛКА

Анотація

В статті досліджено сутність витрат та запропоновано нове трактування поняття витрат підприємства в сучасних умовах господарювання.

Розглянуто економічну сутність витрат, їх визнання в бухгалтерському обліку у відповідності до П(С)БО 16. Систематизовано класифікацію витрат, яка дасть можливість з точки зору фінансового та управлінського обліку формувати собівартість та управляти витратами.

Ключові слова: витрати, економічна думка, управлінські рішення, фінансовий облік, управлінський облік, собівартість продукції.

Annotation

In the article it is analysed the essence of the costs and a new interpretation of of the enterprise's costs in the modern conditions of management is offered.

It is examined the economic essence of the costs, their recognition in an accounting in accordance with Accounting Standards # 16. It is organized the classification of costs, which will enable to form a prime costs and will enable to manage the costs from the point of view a financial and administrative account.

Keywords: costs, economic thought, administrative decisions, financial account, administrative account, prime cost of production.

Постановка проблеми. Рівень конкурентоспроможності продукції та загальний результат господарської діяльності підприємства багато в чому залежить від рівня витрат. Облік виробничих витрат займає центральне місце в бухгалтерському обліку, який відіграє значну роль в системі управління підприємством. Використовуючи дані про розмір та види витрат, управлінський персонал підприємства має можливість реагувати на зміни, що відбуваються, регулювати фінансово-господарську діяльність і приймати важливі управлінські рішення.

Від ефективності і якості обліку витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції залежать загальні результати діяльності.

Аналіз основних досліджень і публікацій

Історично склалося так, що представники різних шкіл економічної думки поглиблену увагу приділяли сутності витрат. На жаль, уже протягом кількох сторіч не вщухають дискусії щодо цієї економічної категорії.

Велику увагу проблемі витрат приділяли такі вітчизняні вчені, як І.А. Білоусова, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Єрасимович, С.Ф. Голов, В.А. Дерій, А. Г. Загородній, В. Лен, Л.В. Нападівська, Г.О. Партии, М.С. Пушкар, В.В. Сопко, Н. В. Ткач, А. Череп, М. Чумаченко.

Такий значний інтерес до теми витрат пов'язаний із великим колом питань, що стосуються поняття витрат, класифікації витрат, процесу формування собівартості продукції та сутності калькуляції собівартості товарів (робіт або послуг).

Постановка завдань

В статті досліджено сутність витрат та запропоновано нове трактування поняття витрат підприємства

в сучасних умовах господарювання. Розглянуто економічну сутність витрат, їх визнання в бухгалтерському обліку у відповідності до П(С)БО 16.

Виклад основного матеріалу

Будь-яка діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами матеріально-речових, трудових та інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. В системі управління підприємством головним об'єктом є процес обліку витрат господарської діяльності в цілому та в розрізі їх видів, цілей, періодів виконання.

Наявність різних точок зору щодо сутності витрат обумовлена різними підходами у поглядах на природу економічного буття взагалі і виробничого процесу зокрема. Можна виділити два основних підходи.

Перший базується на розумінні господарського життя з позицій трудової теорії вартості, яка передбачає взаємодію у процесі виробництва трьох основних факторів (робочої сили, предметів праці та засобів праці) з відповідною інтерпретацією поняття вартості, її складових і структури.

Даний підхід переважав у розумінні сутності економічного життя у вітчизняній науці та практиці, відповідно відбувався процес формування поглядів на поняття витрат виробництва і в бухгалтерській сфері. Типовим тлумаченням витрат виробництва за даного підходу є наступне: витрати - це затрати живої та уречевленої праці на виробництво продукції.

Другий підхід базується на ресурсному розумінні природи господарства, передбачаючи обмеженість всіх видів ресурсів та альтернативність варіантів їх застосування. Даний підхід передбачає, що місце та роль витрат

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

розглядається та розкривається у прикладному аспекті як складовий елемент ціни, яка формується в ринковій системі на основі зміни попиту та пропозиції.

Існують різні теорії трактування сутності витрат діяльності підприємства за своєю економічною сутністю, галузевою ознакою та іншими напрямками, які відображені в таблиці 1.1.

За економічною сутністю поточні витрати підприємства являють собою сукупність затрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства; а за натурально-речовим складом - спожиту частину матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

Таблиця 1.1

Визначення поняття витрат підприємства

№	Джерело	Поняття
1	2	3
1	“Економічна енциклопедія” за редакцією Мочерного С.В.[4]	Витрати виробництва – спожиті в процесі виробництва продукту виробничі фонди підприємства.
	“Економічна теорія” під редакцією Сірома Н.	Витрати - це виражені у грошовій формі витрати різних ресурсів (праці, сировини, матеріалів, основних засобів, фінансових ресурсів) у процесі виробництва, обігу і розподілу продукції, товарів
2	НП(С)БО 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності”[1]	Витрати - зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)
3	Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності, затверджено наказом Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002р. №145[3]	Поточні витрати підприємства в торгівлі - це грошове відбиття живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять частину матеріальних, нематеріальних трудових та фінансових ресурсів

З проведеного дослідження визначення витрат підприємства можна сформулювати таке визначення витрат підприємства. Витрати підприємства – це грошова форма витрачених за певний період задіяних чинників виробництва, необхідних для здійснення підприємством своєї виробничої і реалізаційної діяльності.

Витрати за їх економічним змістом групуються за наступними елементами (рис. 1.1.):

Також у практиці західних підприємств витрати класифікують в залежності від обсягу товарообігу. Це поділ витрат на змінні, постійні, напівзмінні, напівпостійні.

Якщо розглядати витрати з точки зору оцінки запасів можна згрупувати їх за такими ознаками - вичерпані та невичерпані.

Витрати, за якими приймаються рішення, можна згрупувати за такими ознаками:

1) релевантні і нерелевантні витрати, тобто ті що

можуть бути змінені внаслідок прийняття рішень, і ті що не залежать від прийняття рішень;

2) дійсні та можливі витрати (можливі виникають внаслідок прийняття альтернативного рішення);

3) маржинальні (граничні), інкрементні (приростні) - це додаткові витрати, які з'являються внаслідок продажу додаткових товарів. Маржинальні - це ті, які розраховуються на одиницю товару [7.с.24].

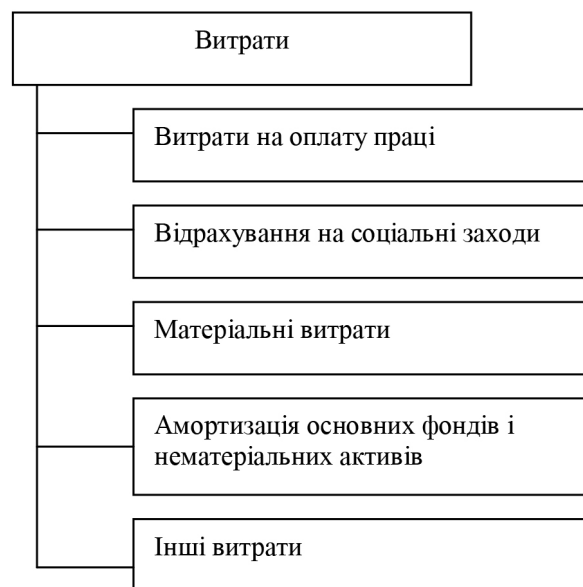


Рис.1.1. Класифікація витрат за економічними елементами [6]

Витрати, за якими здійснюється контроль і регулювання, групуються за ознаками – контрольовані та неконтрольовані витрати.

Вся діяльність підприємства поділяється на звичайну і надзвичайну. У свою чергу, звичайна діяльність включає в себе операційну, інвестиційну, та іншу звичайну діяльність.

Основну частину витрат підприємства складають операційні витрати. Тому далі ми зосередимо увагу на розгляді саме цього виду витрат.

Класифікація витрат за різними класифікаційними групами подано на рис.1.3.

Перелік і склад статей калькуляції виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) встановлюється підприємством самостійно і залежить як від питомої ваги їх видів або груп витрат, так і від ступеня економічної однорідності витрат, які об'єднані в статті, специфіки підгалузі, характеру виробленої продукції, організації виробництва, різноманітності технологічних процесів, можливості прямого або обґрунтованого непрямого віднесення витрат на собівартість виробів.

На рисунку 1.3 було наведено типові статті калькуляції для виробничих підприємств.

В цілях управління вони поділяються за принципом: різні витрати для різних цілей.

З цією метою виділяють такі три напрямки класифікації витрат:

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

- оцінка запасів, визначення фінансових результатів;
- прийняття рішень;
- контроль.

Ознака класифікації	Групування витрат
1. За способом перенесення вартості на продукцію	Прямі витрати Непрямі витрати
2. За видами продукції (робіт, послуг)	Витрати на вироби Витрати на групи виробів Витрати на замовлення
3. За економічним змістом (елементами витрат)	Матеріальні витрати Витрати на оплату праці Відрахування на соціальні заходи Амортизація Інші витрати
4. За статтями калькуляції	Сировина і матеріали (за мінусом зворотніх відходів) Куповані напівфабрикати і комплектуючі вироби Паливо і енергія на технологічні цілі Зарплата виробничих працівників (основна і додаткова) Відрахування на соціальні заходи Загальновиробничі витрати Підготовка і освоєння виробництва Інші виробничі витрати
5. За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат	Умовно-змінні витрати Умовно-постійні витрати Інші (змішані, альтернативні, незворотні)
6. За місцем виникнення витрат	Витрати виробництва Витрати цеху Витрати дільниці Витрати функціональних служб
7. За календарними періодами	Поточні витрати Одноразові витрати
8. За функціями управління	Виробничі витрати Невиробничі витрати
9. В залежності від доцільності їх здійснення	Продуктивні витрати Непродуктивні витрати
10. За порядком обчислення (складом)	Фактичні витрати Планові (бюджетні) або прогнозовані витрати Нормативні витрати

Рис. 1.3 Групування витрат за класифікаційними ознаками [5]

Вичерпані (спожиті) витрати – це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу звітного періоду.

Невичерпані (неспожиті) витрати – це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для отримання доходу або іншої вигоди в майбутніх періодах.

Невичерпані витрати відображаються в активі балансу, а вичерпані витрати - у звіті про фінансові результати.

Загальні фактори, що визначають розмір та рівень поточних витрат підприємства наведені на рисунку 1.5.

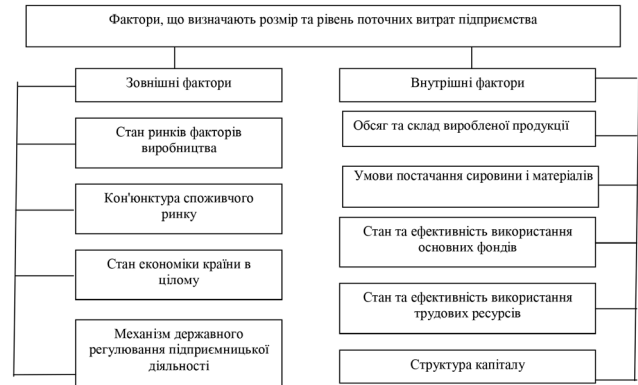


Рисунок. 1.5 Загальні фактори, що визначають розмір і рівень поточних витрат підприємства

На внутрішні фактори в певній мірі може впливати керівництво підприємства своїми рішеннями. При стабільній економіці в країні саме внутрішні фактори є визначальними для рівня витрат підприємства.

Саме тому знання факторів, що впливають на розмір і рівень витрат підприємства, дає змогу визначити резерви зниження витрат, що є складовим елементом системи управління витратами підприємства.

Висновки

Таким чином, ми розглянули економічну сутність витрат, їх визнання в бухгалтерському обліку у відповідності до П(С)БО 16. Класифікація витрат, яка наведена з точки зору фінансового та управлінського обліку, дає можливість формувати собівартість та управляти витратами.

Витрати в бухгалтерському розумінні відрізняються від витрат в економічному тлумаченні. Витрати – це загальноекономічна категорія, яка характеризує використання різних речовин і сил природи в процесі господарювання. Під економічними витратами розуміють затрати втрачених можливостей, тобто суму грошей, яку можна отримати при найбільш вигідному з усіх можливих альтернативних варіантів використання ресурсів. Таким чином, економічні витрати будь-якого ресурсу, обраного для виробництва продукції, дорівнюють його вартості за найкращого з усіх можливих варіантів використання. Поняття економічних витрат обумовлене обмеженістю ресурсів порівняно з кількістю варіантів їх використання. З бухгалтерської точки зору, витрати – це тільки конкретні витрати ресурсів.

Отже, роль витрат у господарській діяльності підприємств незаперечна. Але лише чітко налагоджена система управління витратами дасть відчутні результати в фінансово-господарській діяльності підприємства. Уважне ставлення до вибору класифікації витрат визначить, наскільки правильно організована система управління витратами. В кінцевому підсумку пряма залежність прибутку підприємства від рівня витрат за умов пошуку резервів їх зниження дасть можливість

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

швидшими темпами розвиватися компанії. В кінцево́му підсумку розвиток суб'єктів господарювання і це стане конкурентною перевагою на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено Наказом Міністерства фінансів України, від 07.02.2013 №75 (зі змінами та доповненнями).
2. П(С)БО 16 «Витрати», затверджено Наказом Міністерства фінансів України, від 31.12.1999р. №318 (зі змінами та доповненнями).
3. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торгівельній діяльності, затверджено наказом Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002р. №145.
4. Економічна енциклопедія(Текст): у трьох томах.Т.1\Редкол.: С.В.Мочерний (відп.ред.) та ін.-К.:ВЦ «Академія», 200.-864с.
5. Мачула О. Облік та аналіз витрат: управлінський аспект// Бухгалтерський облік і аудит: Науково-практичний журнал/Видавець: ТОВ «Екаунтинг». – 2013. - №10 – С.30-34.
- 6.Чумаченко М. Дискусійні проблеми обліку витрат і калькулювання собівартості продукції//Бухгалтерський облік і аудит: науково-практичний журнал./ ТОВ «Екаунтинг». – 2013. - №10. – С.3-7.
- 7.Бухгалтерський облік витрат на підприємстві. / Автори: Буханцева М.В., Каменська Г.О., Церетелі Л.Г. – К.: Ред. журнал “Вісник податкової служби України”, 2013. – 80с.
8. Зубрицька І. Облік витрат на виробництво продукції. // Все пробухгалтерський облік, 2012, №25 - с.4-8.

АНАЛІЗ КАТЕГОРІЇ «ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ» З ПОЗИЦІЇ ЗАГАЛЬНОДИСЦИПЛІНАРНИХ ПІДХОДІВ

Семко Т.В. к.е.н., доцент

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Ситкіна М.В.

Кременчуцький національний університет ім. М.Остроградського

Анотація: Досліджено сутність категорії «фінансова стійкість» в рамках міждисциплінарного підходу та проведено впорядкування теоретичних трактувань фінансової стійкості різних рівнів економічних систем.

Ключові слова: стійкість, економічна стійкість, фінансова стійкість

Abstract: Examines the nature category «financial stability» in the framework of an interdisciplinary approach and has been landscaped theoretical interpretations of financial stability at different levels of economic systems.

Key words: stability, economic stability, financial stability

Питання визначення фінансової стійкості є актуальним протягом усього процесу розвитку суспільно-політичних та економічних відносин будь-якої країни. Особливо воно є важливим для країн, в яких відбуваються глобальні трансформаційні процеси. Не є винятком і Україна, оскільки в сучасних умовах все більшого значення набувають вивчення та систематизація теоретичних і практичних підходів щодо формулювання категорії «фінансова стійкість».

Аналіз останніх досліджень і публікацій Суттєвий вклад у розробку даного питання внесли праці вітчизняних науковців, зокрема Гуменюка А.М., Камінської І.М., Карпінського Б.А., КоваленкоЮ.М., Маринич Т.О. та інших. Однак, незважаючи на масштабність досліджень цієї проблеми, практичні аспекти щодо термінологічного впорядкування категорії «фінансова стійкість» потребують подальшого вивчення і науково-методичного обґрунтування.

Метою дослідження є аналіз теоретичних аспектів визначення категорії «фінансова стійкість» з позиції загальнодисциплінарних підходів.

Виклад основного матеріалу Багатогранність тлумачень поняття фінансової стійкості є в тому, що «стійкість», як правило, досить часто трактується залежно від виду та рівня систем, що досліджуються, а тому характеризується відсутністю чіткого та однозначного визначення. Аналіз підходів до трактування категорії «стійкість» наведено в таблиці 1.

Проведена систематизація дозволяє зробити висновки, що у визначення поняття «стійкість», з загальної точки зору науковці вкладають різний зміст, проте всі наведені тлумачення можна об'єднати шляхом виділення двох міждисциплінарних підходів: по-перше, як здатність утримувати рівновагу (не падати, не руйнуватися); по-друге як стабільність, тобто здатність не змінювати-

ся. В сучасних умовах незаперечним фактом є те, що змінюються (прискорюються) не тільки темпи розвитку, але і час їх змін, тому поняття «стійкість» доцільно трактувати з позиції можливості системи утримувати рівновагу в моменти протидії зовнішнім та внутрішнім факторам впливу, не руйнуючись і не втрачаючи темп розвитку.

Таблиця 1

Систематизація підходів щодо трактування категорії «стійкість»

Стійкість (англ. «stability», нім. «standsicherheit», фр. «stabilite»)	
Назва	Визначення
Міждисциплінарний	- спроможність системи відновлювати попередній (або близький до нього) стан після деякого збурення, яке виявляється у відхиленні параметрів системи від номінального значення [24]; - той, що стоїть, тримається твердо, не вагаючись, не падаючи [24]; - не схильний до коливань, постійний, стійкий, твердий [24]; - постійність, перебування в одному стані [14, с.263]; - властивість тіла, системи або конструкції зберігати первинний стан в процесі будь-якої взаємодії; [14, с.263]
Фізико-математичний	- стосовно руху: характер поведінки системи на нескінченному проміжку часу, який виражається в мінімальному відхиленні від напрямку руху; - властивість системи в процесі руху залишатися в обмеженій області фазового простору; - властивість системи в процесі руху в будь-який момент повертатись максимально близько до свого початкового положення [9, с.483]
Технологічний	- це здатність підприємства сприймати досягнення науки і техніки (нових технологій); - здатність об'єкта випускати встановлені види продукції в обсягах і номенклатурі, передбачених відповідними планами в умовах НС, а також пристосованість цього об'єкта до відновлення у разі пошкодження [7, с.26]. - здатність виробничо-економічної системи зберігати в заданому діапазоні найважливіші кінцеві параметри протікання технологічного процесу в ході адаптації до збурень зовнішнього і внутрішнього середовища [16].
Кібернетичний	- здатність нормально функціонувати і протистояти різним неминучим збуренням (впливам) [34].
Екологічний	- здатність екосистеми зберігати при зовнішньому впливі початковий стан протягом деякого часу -- інертність системи; - здатність екосистеми переходити з одного стану рівноваги в інший, зберігаючи при цьому внутрішні зв'язки - пластичність системи; - здатність екосистеми повертатися в початковий стан після тимчасового зовнішнього впливу -- відновлюваність системи[35]. - здатність виробничо-економічної системи незалежно від внутрішніх і зовнішніх збурень зберігати задані параметри взаємодії з навколишнім середовищем [16].

Характеризуючи «стійкість» з точки зору економічної науки, варто зазначити, що даний термін був запозичений із математики та фізики. Вперше термін «економічна стійкість» був вжитий при розгляді про-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

блем обмеженості природних ресурсів у 1973 року в концепції економічної стійкості у вигляді забезпечення стабільного розвитку світового господарства на основі економічнішого і раціональнішого використання ресурсів. Аналізуючи праці науковців, щодо визначення стійкості в економіці, можна виокремити 4 основні підходи до розгляду даної категорії (табл.2).

Таблиця 2

Трактування категорії «стійкість» з економічної точки зору

Автор	Суть трактування
	Стойкість, як стан рівноваги
Р. Солоу	динамічна рівновага економічної системи [35, с.285]
А. Богданов	проявляється в єдності протилежно спрямованих сил. Якщо вони рівновеликі, об'єкт знаходиться в рівновазі. Коли одна сила переважає над іншою, то виникає дестабілізація, яке веде до зміни об'єкта [33]
О.Колодзєв, К.Нужний	здатність системи після виведення із стану рівноваги повернутися в початковий стан за рахунок ефективного використання ресурсів, забезпечення їх поповнення, створення запасів та резервів [20, с.238]
В.І. Ленін, К. Маркс Ф.Енгельс	є результатом руху окремо взятої одиниці, яка прагне до рівноваги, а сукупний рух знищує останню, тому будь-яка рівновага є вищим відносним і тимчасовим [33]
В.Ячменьова	у загальному вигляді зумовлена можливостями внутрішніх енергоматеріальних сил елементів організації, які здатні підтримувати її у межах характерної для неї рівноваги і які відповідно дають можливість організації зберігати структуру і виконувати свої функції стійко, надійно у змінних умовах середовища [2]
Т.Семко	ймовірнісна категорія, яка відображає надійність роботи підприємства в умовах мінливості макро- та мікросередовища господарчої діяльності[29]
	Стойкість, як рух в межах заявленої траєкторії
Н.Погостинська О.Василенко	здатність системи відповідати сформованому результуючому вектору цілей [32]
Відеке Б.	здатність системи зберігати рух за означеною траєкторією, тобто дотримуватись визначеного режиму функціонування [8]
Іванов В.	здатність економічної системи не відхилитися від свого стану при різних внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих впливах за рахунок ефективного формування і використання фінансових, виробничих і організаційних механізмів. [6, с.141]
	Стойкість, як економічне зростання
А.Сміт, П.Самуельсон, А.Маршалл	максимізація прибутку, за якого стійким вважається такий об'єкт економіки, який здатний підтримувати прибуток на заданому рівні [33]
Т.Семко	здатність функціонувати в динамічно мінливому макро - і мікросередовищі господарської діяльності з підтриманням техніко-економічних і фінансових показників на цільовому рівні, забезпечуючи економічне зростання підприємства [28]
Дж.С. Міль, Й. Шумпетер, А. Воронов, Н.Шандова	максимальне зростання економіки за мінімального відхилення економічної системи підприємства від стану рівноваги. У цьому підході зустрічаємо ототожнення поняття «розвиток» з поняттями «росту», «зростання», які передбачають лише збільшення кількісних, а не якісних характеристик соціально-економічної системи [35, с.286]
	Стойкість, як оптимальне співвідношення структури та ресурсів системи
Медведев В.	рівноважний збалансований стан економічних ресурсів, який забезпечує стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення в тривалій перспективі з врахуванням найважливіших зовнішніх і внутрішніх чинників [21]
О.Ареф'єв, Д.Городяняська	сукупність взаємообумовлених та взаємопов'язаних складових, які за будь-яких умов забезпечують здатність до ведення діяльності, запас ресурсів (ресурсного потенціалу) та збалансований процес функціонування[3, с.83]
Сремейчук Р.	організація виробничо-господарської діяльності, що дає змогу забезпечити стабільні техніко-економічні показники з позитивною динамікою й ефективно адаптуватися до збурювань навколишнього й внутрішнього середовища [13, с.56]
С.Нікешин О.Усов О.Гончаренко	здатність системи знайти оптимальне співвідношення між всіма своїми підсистемами, встановити зв'язок між ними на такому рівні, який дозволить максимально довго підтримувати життєво важливі параметри на заданому рівні та ефективно протидіяти дестабілізуючому впливу середовища. [23, с.14]

Умовно, всі розглянуті підходи щодо трактування категорії «стійкість» з позиції економічної науки можна представити у вигляді схеми (дивись рис.1)

З наведеного можна зробити висновок, що стійкість, з економічної точки зору, є результатом постійної взаємодії статичної та динамічної характеристики процесу оновлення, який базується на сукупності нестійких рівноваг між системоутворюючими та системоупорядковувальними факторами в межах заявленої траєкторії руху, результат взаємодії яких проявляється в трьох варіантах: відновлення колишнього стійкого стану, утворення нового чи руйнування системи.

Ряд російських та українських економістів, таких як В. Дергачова, Д. Ковальов, Т.Сухорукова, З. Коробкова, Є. Коротков, А. Шеремет, Ю. Масленко та Н.Кульбака та інші, економічну стійкість розглядають через при-

зму фінансової стійкості. І це не є дивним, адже досвід розвинених країн засвідчує, що саме випереджальні темпи розвитку фінансової системи, щодо реального сектору економіки, забезпечують спроможність останньої до утримання рівноваги в процесі функціонування і стійкого зростання за умов дії дестабілізуючих факторів. Нераціональна фінансова політика здатна спричинити розбалансування економічної системи. Наразі питання фінансової стійкості знаходиться в центрі уваги західної економічної теорії, у т. ч. кейнсіанстві, неокласиці і монетаризмі, і зводиться здебільшого до цінової або кон'юнктурної стійкості, а також можливостей антициклічної стабільності ринків і систем[19, с.275].



Рисунок 1: Визначення категорії «стійкість» з позиції економічної науки

Вважаємо доцільним провести систематизацію підходів щодо трактування категорії «фінансова стійкість», так як погляди економістів стосовно визначення останньої не є однозначними (дивись рис.2).

Деякі дослідники ототожнюють поняття фінансової стійкості з поняттям фінансової безпеки. Прикладом цього є В. Ален та Г. Вуд, які фактично порівнюють фінансову безпеку із фінансовою стійкістю на макроекономічному рівні. Козлов С. ототожнює фінансову безпеку із стабільним станом фінансової системи, спрямованим на економічний розвиток. О. Василик, лаконічно визначає фінансову безпеку як надійну захищеність фінансової системи від внутрішніх та зовнішніх загроз. Таким чином, фінансова стійкість і фінансова безпека є спорідненими, але не тотожними поняттями, адже, на думку Маринич Т.О., фінансова безпека є граничним рівнем стійкості фінансової системи.

Трактування категорії «фінансова стійкість» залежить і від рівня функціонування фінансової системи. Тому тлумачення категорії «фінансова стійкість» обумовлене декількома рівнями ієрархії: 1. мегарівень – глобальна, загальносвітова фінансова стійкість; 2. макрорівень – фінансова стійкість національної економіки; 3. мезорівень – фінансова стійкість регіону, галузі; 4. макрорівень – фінансова стійкість підприємства, домогосподарства; 5. нанорівень – фінансова стійкість індивіда.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Мегарівень фінансової стійкості, за наявності великої кількості параметрів та об'єктів оцінки, визначається загальною сукупністю фінансової стійкості всіх країн-учасників формування фінансового простору планети.

Макрорівень фінансової стійкості виражають через такий стан держави, який гарантує її спроможність ефективно формувати, зберігати від надмірного знецінення та раціонально використовувати фінансові ресурси країни для забезпечення її соціально-економічного розвитку і обслуговування фінансових зобов'язань [31, с.18].

Ф І Н А Н С О В А С Т І Й К І С Т Ь	ЯК ПРОТИСТОЯННЯ ЗОВНІШНІМ ТА ВНУТРІШНІМ ВПЛИВАМ	
	Б. Карпінський О. Герасименко	як умова дотримання рівноваги між зовнішніми та внутрішніми факторами впливу, що зумовлює динамічний розвиток [18, с. 51].
	Р.Ахметов	як складова частина зовнішньоекономічної стійкості, що має здатність протистояти зовнішнім і внутрішнім факторам, які виводять її з рівноваги [4, с. 34].
	В. Єдрнова А. Кавінов	як несхильність до коливань усієї сукупності грошових фондів і кожного фонду зокрема під впливами внутрішніх і зовнішніх факторів [12, с. 7].
	Коваленко Ю.М.	як властивість сприймати і протидіяти екзогенним чинникам через стабільність відносно ендогенних чинників, підтримуючи динамічну рівновагу [19, с.274].
	ЯК СТАН ЗБАЛАНОВАНІСТІ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ	
	В. Єдрнова А. Кавінов	як стан збалансованості доходів і витрат суб'єктів господарювання і їх пропорційні зміни під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища [12, с. 51].
	В. Пантелєєв С. Халєва	визначають фінансову стійкість з позицій перевищення доходів над витратами [25, с. 35].
	ЯК ФІНАНСОВА САМОСТІЙНІСТЬ ТА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ	
	Н. Сабітова	як фінансову самостійність території, незалежність від зовнішніх джерел фінансування [27, с. 31].
	А. Поддєрьогін Л. Наумова	виражається в напрацьованні територіальною громадою власних фінансових ресурсів, тобто стабілізацією власної фінансової бази [26, с. 8].
	Микитюк І.	стан сукупності грошових фондів, коли місцевий орган влади стабільно розвивається і забезпечує фінансову безпеку в умовах додаткового рівня ризику [22, с. 87].
	ЯК СТАН ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ	
	Білик М.Д., Пругуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю.	стан фінансової рівноваги, при збереженні достатнього ступеня фінансової стабільності у довгостроковій перспективі при управлінні фінансами [5, с. 161].
	Камінська І.М.	збалансованість фінансових можливостей і потреб, що гарантують безперерйне і своєчасне задоволення зобов'язань, соціально-економічний розвиток і є протистоянням факторам впливу [17, с.8].
	Гаскаров А.Р.	як здатність фінансової системи повертатись в стан фінансової рівноваги після його порушення під дією внутрішніх та зовнішніх факторів [10, с.2].

Рисунок 2 Систематизація підходів щодо трактування категорії «фінансова стійкість»

Мезорівень представлений фінансовою стійкістю регіону, під якою розуміють збалансованість грошових доходів і витрат регіону та їх пропорційну зміну під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів з метою забезпечення повноважень органів влади регіону, його соціально-економічного і політичного розвитку в поточній і довгостроковій перспективі [15].

Мікрорівню фінансової стійкості присвячено багато публікацій і методів оцінки, а трактування данної категорії буде залежати від специфіки діяльності підприємства та умов його участі в загальному фінансовому перерозподілі. Кожному роду виробництва товарів чи

послуг відповідає своя шкала оцінки і визначення фінансової стійкості. Щодо нанорівня, то фінансова стійкість індивідуума полягає в його платоспроможності, що відповідає основним характеристикам данної категорії: самостійність та незалежність, збалансованість доходів та витрат, можливість протистояння ризикам.

Висновки Проведений аналіз та систематизація теоретичних підходів дає можливість виокремити сутність дефініції «стійкість», в рамках економічної науки, як сукупності статичної та динамічної складової в процесі функціонування економічної системи, обмеженою траєкторією розвитку. Основним елементом економічної стійкості можна вважати фінансову стійкість, яку визначають як оптимальний рівень фінансових ресурсів, що забезпечує стабільність соціально-економічного розвитку системи та ефективність її діяльності у коротко- та довгостроковій перспективі, можливість протистояння внутрішнім і зовнішнім факторам впливу, а також фінансову незалежність. Дане трактування дозволяє досліджувати і описувати причинно-наслідкові зв'язки, які визначають поведінку і вектори шляхів розвитку соціально-економічних показників на заданих часових відрізках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Агеев А.И. Нооэкономика: определенная экономика в неопределенном будущем / А.И. Агеев, Е.Л. Логвинов // Экономические стратегии – 2011. - №11. - С.24 - 31
2. Анохин С.Н. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях/ С.Н. Анохин//Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2000. – 40 с.
3. Ареф'єва О.В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи її забезпечення / О. В. Ареф'єва, Д.М. Городянська // Актуальні проблеми економіки. 2008. - №8 (86), 2008 С. 83-90.
4. Ахметов Р. Р. Проблемы стабильности финансового рынка: подход с позиций институциональной теории / Р. Р. Ахметов // Вестник КГФЭИ. – 2011. – № 1(22). – С. 74 – 77
5. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. [За ред. М.Д.Білик] / М.Д.Білик, О.В. Павловської, Н.М. Пругуляк,— К.: КНЕУ, 2005. - 592 с.
6. Бурда А.І. Методичні підходи до оцінювання впливу складників тріади потенціалу на сталий розвиток підприємства/ А.І. Бурда // Науковий вісник НЛТУ України: – Львів: – 2009. – Вип. 19.12. – 336 с. – С. 141–153.
7. Васильєв В.Н. Технологическая устойчивость предприятия /В.Н. Васильєв // Российское предпринимательство. – 2006. - №4(76). – с.26-32
8. Видеке Б. Система рациональной организации металлургического производства / Б. Видеке, Ю.Б. Иванов – Х.: Изд-во «Основа», 1994.–174 с.
9. Виноградов И.М. Математическая энциклопедия / И.М. Виноградов. – М.: Советская энциклопедия, 1977-1985. – 639 с.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

10. Гаскаров А.Р. Целевые программы как инструмент обеспечения финансово-экономической устойчивости субъекта Российской Федерации: автореф. дис. кан. эк. наук: спец. 08.00.10 /А.Р.Гаскаров. - М.,2007. - 26 с.
11. Дмитриев В. В. Экологическое нормирование и устойчивость природных систем / В.В. Дмитриев, Г.Т.Фрумин. - Учебное пособие. Наука., - СПб., 2004, - 294 с.
12. Едророва В. Н. Содержание понятия «устойчивость региональной финансовой системы»/ В. Н.Едророва, А. А. Кавинов // Финансы и кредит. - 2005. - № 7(175). - С. 2-8.
13. Еремейчук Р.А. Обоснование стратегии устойчивого развития предприятия / Р.А. Еремейчук // Экономика розвитку.-2002.-№ 2.-С.56-60.
14. Загородній А.Г. Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. - К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. - 587с.
15. Зенченко С.В. Анализ методов оценки финансового потенциала региона [Электронный ресурс] // С.В. Зенченко// Сборник научных трудов СевКав ГТУ. Сер. «Экономика». -2008. - № 8. - Режим доступа: <http://vwww.ncstu.ru>
16. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений - Харьков, РИО ХГЭУ, 1997. -232с
17. Камінська І.М. Механізм забезпечення фінансової спроможності соціально-економічного розвитку регіону: автореф. дис. на здобуття наук, кан.ек. наук: спец. 08.00.05/ І.М. Камінська.- 2009. - 29 с.
18. Карпінський Б. А. Формування збалансованості фінансових показників/ Б. А.Карпінський, О.В.Герасименко//Фінанси України.-2004.-№10.-.50-56.
19. Коваленко Ю.М. Фінансова стійкість та її підтримання у фінансовому секторі економіки: міжнародний і національний контексти/Ю.М. Коваленко// Бізнесінформ. - 2013. - №9. - с.274-279
20. Колодізев О.М., Нужний К.М. Дослідження сутності та змісту економічної стійкості підприємства // науч.-техн. сб.: Коммунальное хозяйство городов. - 2007. -№78. - С.238-243.
21. Медведев В.А. Устойчивое развитие общества: модели, стратегия/ В.А. Медведев — М.: Академия, 2001. — 267 с.
22. Микитюк І. Фінансова стійкість та безпека місцевого бюджету/ І.Микитюк// Вісник КНТЕУ. - 2013. - №1. - с.86-97
23. Никешин С.Н. Робастные методы в исследовании устойчивости экономических систем / С.Н. Никешин, А.В. Усов, Е.Н. Гончаренко // Экономика та управління: теорії та практики, 2009.- № 1.-С.14-23.
24. Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред д.е.н., проф. Н.Ю. Шведовой, 16-е изд, испр. - М.: Русский язык, 1984. - 493 с.
25. Пантелеев О. Фінансова стійкість комерційного банку: проблема регулювання/О.Пантелеев//Банківська справа.-1996.-№1.-С.32-35
26. Поддєрьогін А. М. Деякі питання фінансової стабілізації в Україні / А. М.Поддєрьогін, Л. Ю.Наумова//Фінанси України. - 1999. - № 12. - С.8-14.
27. Сабитова Н. М. К вопросу о финансовой устойчивости субъектов РФ/ Н. М. Сабитова // Финансы и кредит. - 2005. - № 6(174). - С. 30-32.
28. Семко Т.В. Комплексная оценка экономической устойчивости строительного предприятия в условиях становления рыночных отношений: автореф. дис. кан. эк. наук: спец. 08.07.03/Т.В.Семко.-1998.-29 с
29. Семко Т.В. Комплексная оценка экономической устойчивости строительного предприятия в условиях становления рыночных отношений: дис. кан.эк. наук: спец. 08.07.03/Т.В. Семко. - П.,1998. - 216 с.
30. Срібний В.І. Зовнішні та внутрішні загрози фінансової безпеки на регіональному рівні/В.І. Срібний//Економіка и управление.-2009.-№2.-С.163-166
31. Сухоруков А. І. Фінансова безпека держави / А. І. Сухоруков, О. Д. Ладюк. — К. : ЦУЛ, 2007. — 192 с.
32. Погостинская Н.Н Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательской деятельности / Н.Н.Погостинская, Ю.А.Погостинский, Р.Л. Жамбекова. - Нальчик: Эльбрус, 1997. - 175 с.
33. Фаттахов А.А. Стратегия управления финансовой устойчивостью региональных экономических систем: дис. кан. эк. наук: спец.:08.00.05/А.А. Фаттахов. -2005.- 22 с.
34. Федоренко Н.П. Математика и кибернетика в экономике/ словарь-справочник под ред. Н.П.Федоренко. - М.: Экономика,1975.-700с.
35. Фещур Р.В. Економічна стійкість підприємства - становлення понятійного базису / Р.В. Фещур, Х.С. Барановська // Проблеми економіки та управління. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». - 2010. - №684. - С. 284-290.

УДК 336.22:

ФСП ЯК СПЕЦІАЛЬНИЙ ПОДАТКОВИЙ РЕЖИМ ДЛЯ АГРАРІЇВ

Синявська Л.В., к. е. н.,

доц.кафедри фінансів і кредиту

Львівського національного аграрного університету,

У статті розглянуто значущість фіксованого сільськогосподарського податку як найдієвішого важеля державного регулювання економічних процесів в АПК. Визначено позитивні моменти його запровадження. Доповнено перелік недоліків ФСП та запропоновано напрямки вдосконалення механізму його сплати.

Ключові слова: система оподаткування, ФСП, податкові пільги, агропромислове виробництво, податкове регулювання

The article deals with the importance of the fixed agricultural tax as the most effective levers of state regulation of economic processes in agriculture. Positive aspects of its implementation. Supplemented list of shortcomings FAT and suggested areas for improvement mechanism of payment.

Key words: tax system, FAT, tax incentives, agricultural production tax regulation

Постановка проблеми. З метою зупинення спаду, стабілізації і нарощування агропромислового виробництва, забезпечення продовольчої безпеки держави, перебудови соціально-економічних відносин в аграрній сфері в нашій державі відповідно до розпорядження Президента України від 1 грудня 1998 року було розроблено Національну програму розвитку агропромислового виробництва і соціального відродження села України на 1999-2010 роки. Національна програма передбачала до 2004 року запровадження в дію фіксованого сільськогосподарського податку з метою посилення стимулюючої функції податкової системи.

Запровадження цього податку суттєво зменшило податковий тиск на виробника сільськогосподарської продукції. Поряд із значним зменшенням податкового навантаження Закон передбачив суттєве спрощення механізму нарахування та сплати податків, оскільки фіксований сільськогосподарський податок замінив чотири податки та вісім зборів.

Про те, поряд із значною кількістю позитивних моментів чинний спеціальний режим прямого оподаткування не позбавлений недоліків і механізм його справляння потребує удосконалення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Оподаткування сільськогосподарській діяльності є темою досліджень провідних вітчизняних вчених, серед яких академіки НААН П.І. Гайдучський, М.Я. Дем'яненко, П.Т. Саблук, С.М. Кваша, П.А. Лайко та інші. Завдяки зусиллям останніх і було запроваджено систему спеціального оподаткування аграрного бізнесу, яка без перебільшення, стала основою виведення галузі з кризи кінця минулого та початку цього століття.

Значний вклад у даному напрямку зроблено В.П. Синчаком, Л.Д. Тулушом, Д.І. Демою, Є. А. Опрєю та іншими вченими. Зокрема, В. Синчаком розроблено Концепцію розвитку системи оподаткування у сільськогосподарстві України. Л. Тулуш значну увагу в своїх

дослідженнях приділяє проблемам функціонування спеціальних режимів оподаткування. Багато науковців спрямовують дослідження на розв'язання сучасних проблем справляння податків за спец режимами, цільового використання ПДВ та інших питань.

Так, Л. Тулуш зазначає, що нинішня фіскальна політика держави відносно аграрного сектору економіки не відзначається комплексністю та системністю, має низку недоліків, що не забезпечують формування сприятливого інституційного середовища та вирівнювання умов господарювання в галузі [5, с. 8].

А.І.Берлач зауважує, що фіксований сільськогосподарський податок є податком на землю. Він вважає доцільність вибору земельного податку як базису для єдиного податку не повністю обґрунтованим, «...оскільки він не в змозі врахувати багатьох інших факторів, що досить суттєво впливають на господарську діяльність» [2, с.86]. На його думку, єдиний податок може успішно функціонувати на певному етапі тільки в державах із розвинутим аграрним виробництвом. А оскільки переважна більшість сільськогосподарських підприємств знаходиться у стані потенційного банкрутства і податків, як правило, не сплачує, то введення єдиного податку може спричинити негативні наслідки для суб'єктів сільськогосподарського виробництва.

В цілому, науковці схиляються до думки, що перспективою фіксованого сільськогосподарського податку повинен стати земельний податок. Земельне оподаткування в такому випадку залучатиме товаровиробників галузі до фінансування суспільних потреб на мінімальному рівні і стимулюватиме їх нарощувати виробництво, підвищувати його прибутковість. Побудована таким чином система оподаткування доходів сільськогосподарських підприємств на етапі їх розвитку (після відміни ФСП), більше враховуватиме специфіку галузі і повніше виконуватиме притаманні їй стимулюючі функції [3, с. 8].

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Виклад основного матеріалу. Пільгове оподаткування є одним із найдієвіших інструментів державної підтримки аграрного сектора. Проте ефективність системи пільгового оподаткування час від часу ставиться під сумнів, а окремі елементи системи переглядаються з огляду на дефіцит місцевого бюджету і відносно невисоку прибутковість аграрного сектора. Водночас через об'єктивні причини у реформованому сільському господарстві за період дії ФСП не створено міцної матеріально-технічної і фінансової бази для подальшого сталого розвитку сільськогосподарського виробництва. З метою усунення проблем, що виникали із застосуванням ФСП (щодо обліку осіб, які створюються шляхом злиття, приєднання, поділу (виділу), перетворення, та вдосконалення механізму обчислення ФСП), у Податковому кодексі було визначено такі норми:

- не змінено статусу платника ФСП як юридичної особи, а також визначення критерію, відповідно до якого сума, одержана від реалізації продукції сільського та рибницького господарства власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік, що перевищує 75 % загальної суми валового доходу підприємств;
- особи, створені шляхом злиття, приєднання, поділу (виділу), перетворення, реєструються як платники ФСП після створення за умови дотримання 75-відсоткового критерію у рік реорганізації при здійсненні діяльності, пов'язаної з виробництвом (виращуванням), переробкою та збутом сільськогосподарської продукції або розведенням, виращуванням та виловом риби у внутрішніх водоймах;
- позбавлено права сплачувати ФСП виробників підакцизної продукції, крім виробників виноматеріалів, виготовлених із власної сировини, які реалізуються для подальшої переробки;
- розмір ФСП визначається виходячи з грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення;
- упорядковано ставки ФСП, що становлять: для ріллі, сіножатей та пасовищ – 0,15 % від їх грошової оцінки; для багаторічних насаджень – 0,09; для земель водного фонду, що використовуються рибницькими, рибальськими та риболовецькими господарствами для розведення, виращування та вилову риби у внутрішніх водоймах, – 0,45 % від грошової оцінки одиниці площі ріллі по областях та АР Крим.

Ставки податку зменшено для платників податку, які здійснюють діяльність у гірських зонах та на поліських територіях.

Запровадження ФСП в Україні, без сумніву, мало низку позитивних моментів:

- зниження податкового навантаження на сільськогосподарських товаро-виробників;
- зростання рівня сплати податкових платежів;
- спрощення механізмів нарахування, обліку розрахунків та сплати податків;
- стабілізація бази оподаткування та оптимізація строків сплати;
- створення умов оподаткування, за яких відсутня

мотивація до приховування результатів господарювання тощо.

Про те, аналіз наукових праць з проблем оподаткування свідчить, що ФСП з початку його запровадження і до теперішнього часу не виконує притаманну йому функцію, не сприяє стимулюванню розвитку товаровиробників. З огляду на стан галузі в кінці 90-х років такий крок виправдовував себе. Але через часті зміни в законодавстві накопичився цілий ряд недоліків.

Одним із прогалин з часів запровадження аналізованого податку платники в разі перевищення ними обсягів реалізації покупних товарів, робіт та послуг за рік 25 % від їх валового доходу, лише з наступного року переходять на загальну систему оподаткування. Така норма Податкового кодексу України не лише дозволяє але й стимулює використання цього спецрежиму прямого оподаткування холдингами з метою формування «законних» схем ухилення від сплати значної частини податків.

Недосконалою є база грошової оцінки угідь. Основною проблемою існуючого підходу визначення бази оподаткування, а отже і розміру фіксованого сільськогосподарського податку, є недосконалість методики розрахунку вартості сільськогосподарських земель, її розмір залежить від показників, що відображають продуктивність землі, а саме: ґрунтової родючості, технологічних властивостей ґрунту та місця розташування об'єкта оцінки [1, с.90]. Як відомо з економічної теорії, величина доходу, одержуваного господарюючим суб'єктом, отже, його здатність до сплати податку залежить від багатьох факторів. Найважливішим із них є забезпеченість необхідними для цього економічними ресурсами: природними, трудовими, капіталом, досягненнями науки й техніки, підприємницькою здатністю. Оскільки все податкове навантаження перекинуто на землю, то і порушується принцип справедливості в оподаткуванні [3, с.530].

Практика свідчить, що спеціальним режимом оподаткування користуються не тільки фінансово стійкі господарства. Навіть якщо сільськогосподарське підприємство одержало збитки (що є досить поширеною ситуацією в сільському господарстві особливо у формуваннях тваринницького спрямування), воно змушене сплачувати фіксований сільськогосподарський податок. Хоча за статистичними даними, у 2007-2012 роках у Львівській області кількість збиткових сільгоспідприємств мала чітку тенденцію до зменшення, проте сума збитку зросла в 4,2 рази. Подібна ситуація є характерною в цілому для сільськогосподарських підприємств України.

Окрім вищезазначених вад фіксованому сільськогосподарському податку притаманні й інші погрішності, зокрема:

- розширення тіньового ринку оренди землі (без належного оформлення договірних відносин та сплати відповідних податків),
- виплата заробітної плати (у конвертах, без сплати належних соціальних внесків);
- стрімке зростання податкового навантаження на

економіку через виключення зі складу ФСП внесків в пенсійний фонд та фонди соціального страхування (на сьогодні - сплату ЄСВ на загальних засадах).

З 1 січня 2015 року запроваджується збільшення фіксованого сільськогосподарського податку (ФСП) щонайменше у 5,6 разів. Тобто, якщо раніше ФСП (0,15%) брався від нормативної грошової оцінки одного гектару сільськогосподарських угідь, проведеної за станом на 1 липня 1995 року, то тепер він буде враховувати щорічний коефіцієнт індексації. Якщо за нормативною оцінкою 1995 року ФСП в середньому складав близько 6 гривень за гектар, тепер він складатиме близько 31 гривні. В цілому по країні обсяги сплати фіксованого сільськогосподарського податку зростуть, а отже і зростуть доходи місцевих бюджетів. Та чи будуть податкові зобов'язання з ФСП прийнятними для товаровиробників?

Висновки. Сучасний стан проблеми спонукає до думки щодо доцільності називати процес справляння ФСП спеціальним режимом.

Вважаємо, що діюча практика застосування ФСП не відповідає сучасним інтересам розвитку українського села. ФСП відіграв позитивну роль у перші роки реформування, але з часом перестав виконувати покладену на нього функцію.

Отже, виходячи з наведених міркувань, функції єдиного прямого податку на даному етапі може взяти на себе земельний податок, який має той самий об'єкт оподаткування, що й нинішній спецрежим. Саме цей податок, на нашу думку, і варто залишити як єдиний прямий податок. Це стосується тих сільськогосподарських підприємств, які відповідатимуть встановленим критеріям (зокрема, критерію 75 %).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієвський К. Фіксований сільськогосподарський податок в Україні: економіко-правовий аспект / К. Андрієвський // Вісник КНТНУ. - № 6. - С. 86-96
2. Берлач А.І. Нове в оподаткуванні в АПК: яким йому бути // Фінанси України.- 1998. - № 12. - С. 81-87.
3. Дема Д. І. Методичні зміни в системі оподаткування сільськогосподарських товаровиробників у зв'язку з реформуванням їх власності / Д. І. Дема // Проблеми економіки агропромислового комплексу : [кол. монографія] : у 2-х т. / П. Т. Саблук та ін. - К. : ІАЕ, 2005. - Т. 1. - С. 530-534.
4. Жук В.М. Стан та розвиток спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу / В.М. Жук // Фінанси України. - 2011. - № 7. - С.33-42.
5. Тулуш Л.Д. Податкове регулювання розвитку агропромислового виробництва: [Електронний ресурс]. Режим доступу http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_7_2014_04_17_18

АЛЬТЕРНАТИВНІ ВАРІАНТИ ВИБОРУ МЕТОДІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ СТАДІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ

к. е. н., доцент Букало Н. А., Сlepченко К. О.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Анотація. У статті запропоновано новий метод калькулювання собівартості продукції за стадіями життєвого циклу, досліджено особливості калькулювання за даним методом, наведено основні перспективи запровадження даного методу в Україні.

Ключові слова: собівартість, калькулювання собівартості, життєвий цикл продукції, таргет-костинг, кайзен-костинг, бенчмаркінг, кост-кілінг

N. Bukalo, K. Slepchenko

ALTERNATIVE METHODS OF PRODUCT COSTING BY THE STAGES OF PRODUCT LIFE CYCLE

Annotation. In the article, we have suggested a new method of product costing – life cycle cost calculation. The main advantage of life cycle product costing is including into product calculation before and after production expenses. Including these costs helps manager to determine price on product correctly.

On the first stage of the product life cycle, it is necessary to apply target costing. Expenses on research and engineering determine the future life cycle of product and therefore determine future profitability of the product.

On the second phase of life cycle, we propose to use kaizen costing. By doing this it will be possible to reduce production cost to percentage, determined by the company. In the article, we suggested reserves of cost reducing.

On the third stage, we offer to use cost benchmarking. This helps the company to apply progressive experience of other enterprises and this way to reduce own costs and increase profitability.

In Ukraine, life cycle cost calculation has not applied before. Therefore, this method will be a new experience that will help to approach European standards of cost calculating and increase profitability.

Keywords: cost, product costing, target costing, kaizen costing, cost benchmarking.

Букало Н. А., Сlepченко К. О.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВАРИАНТЫ ВЫБОРА МЕТОДОВ КАЛЬКУЛЯЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ СТАДИЙ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрен новый метод калькуляции себестоимости продукции по стадиям жизненного цикла продукции, исследованы особенности калькуляции при помощи данного метода, рассмотрены основные перспективы применения данного метода в Украине.

Ключевые слова: себестоимость, калькуляция себестоимости, жизненный цикл продукции, таргет-костинг, кайзен-костинг, бенчмаркинг, кост-килинг.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями.

На сучасному етапі розвитку бухгалтерського обліку в Україні існує багато проблемних питань щодо методики формування облікової інформації, зокрема: в частині регламентації методів калькулювання собівартості є значні недоліки. Одним з них є те, що в процесі калькулювання собівартості продукції не враховуються до-виробничі і післявиробничі витрати. Врахування таких витрат необхідне для визначення достовірної вартості виробу, формування ціни реалізації та прийняття ефективних управлінських рішень. Звідси можна визначити актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивченням окремих питань калькулювання за стадіями життєвого циклу продукту займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як:

О. В. Алексеева, Е. А. Аткинсон, Х. П. Баррінгер, Д. П. Вебер, Т. Джонсон, Р. С. Каплан, В. Е. Керімов, Р. Р. Ландерс, О. Є. Николаева, Д. Нортон, К. Сіммондз, К. Уорд, С.М. Янг та інші.

Постановка завдання.

Метою дослідження є визначення альтернативних варіантів вибору методів калькулювання стадій життєвого циклу продукції для ефективного управління діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу.

В Україні найпоширенішими методами обліку витрат є позамовний, попередільний та нормативний методи [3, с. 76].

При позамовному методі у виробничу собівартість продукції включаються усі витрати, понесені на виконання певного замовлення; при попередільному (по-процесному) – враховуються всі витрати за процесами

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

(переділами) виробництва, а за нормативного методу – витрати, розраховані на основі встановлених нормативів.

При формуванні повної собівартості виробленої продукції враховуються адміністративні та збутові витрати. Тобто, при визначенні ціни реалізації продукції суб'єкти господарювання часто враховують лише витрати, які будуть виникати в процесі її безпосереднього виробництва. А витрати, пов'язані з підготовкою виробництва та виведення продукції з ринку, досить часто визнаються витратами періоду.

З огляду на зазначене вище доцільно визначити життєві цикли виробленої продукції та розглянути альтернативні варіанти вибору методів калькулювання собівартості кожного з них.

Життєвий цикл будь-якої виробленої продукції включає:

- 1) етап науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (далі-НД ДКР), розробки та проектування;
- 2) безпосередньо виробництво продукції;
- 3) етап утилізації або виведення продукції з ринку (післявиробничого обслуговування) [9].

На нашу думку доцільно обраховувати собівартість виготовленої продукції не тільки на другому етапі – безпосереднього виробництва, але й на першому та третьому етапах – НД ДКР та утилізації (виведення продукції з ринку).

Тому доцільно запропонувати таку схему калькулювання собівартості (рис. 1):

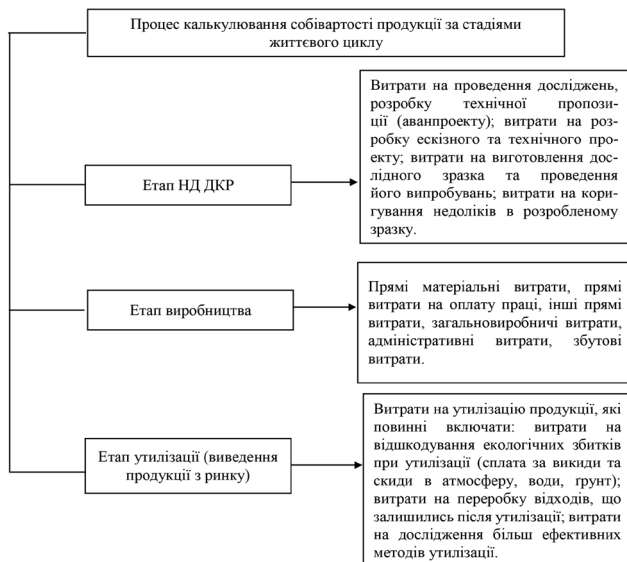


Рис. 1. Процес калькулювання собівартості продукції за стадіями життєвого циклу [1, с. 236; 6, с. 391; 8]

На першому етапі – НД ДКР доцільно застосовувати таргет-костинг. На сьогодні в Японії, США та країнах Європи при застосуванні системи таргет-костинг визначається ринкова ціна виробу та планується прибуток, який прагне отримати підприємство після продажу і на основі цього визначається собівартість (ціна – прибуток = собівартість) [2, с. 293]. При цьому, таргет-костинг за-

стосовується тільки на етапі виробництва (другий етап життєвого циклу) [9; 10, с. 245].

Пропонуємо за системою таргет-костинг визначити цільові витрати, а саме витрати на першому етапі життєвого циклу НД ДКР. Саме витрати на дослідження, розробку та проектування визначають майбутній життєвий цикл товару та очікуваний прибуток від продажу нової продукції.

В Україні доцільно застосувати цей метод при здійсненні інноваційних видів діяльності: космічний, машинобудівний, літакобудівний, хімічний (стосовно розроблення нових зразків препаратів).

Витрати на дослідження та розробку на кожен новий вид продукції повинні включати:

- витрати на оплату працівникам-дослідникам;
- витрати на оренду дослідних приміщень (інститутів, лабораторій);
- витрати на співпрацю з розробниками новітніх ідей та ескізів;
- витрати на виготовлення дослідного зразка;
- витрати на його випробування;
- витрати на впровадження його на виробництво.

На другому етапі життєвого циклу – на етапі виробництва доцільно застосовувати кайзен-костинг, оскільки він передбачає зниження витрат до певного цільового рівня [8, с. 180]. Необхідно встановити цільовий рівень, до якого підприємство має змогу знижувати витрати. Зокрема, підприємство може встановити граничні показники зниження витрат внутрішнім розпорядчим документом:

- «... - на сировину і матеріали - 15-30%;
- на паливо та енергію – на 20-45%;
- на купівельні напівфабрикати – на 15-40%;
- на оплату праці – на 10-30%;
- на соціальне страхування відповідно до оплати праці;
- на амортизацію виробничого устаткування – залежно від обраного методу нарахування амортизації (можливо знизити на 5-20%);
- витрати на утримання та експлуатацію устаткування (включаючи витрати на ремонт) – в залежності від виду виробництва та устаткування (максимум на 10-15%);
- загальновиробничі витрати – можливо знизити на 10-25%;
- на зворотні відходи та втрати від браку – максимально знизити (на 70-90%);
- інші виробничі витрати – до 30-40%...».

Резерви зниження витрат до цільового рівня розглянемо у таблиці 1.

Можливість зниження витрат та відсоток допустимого значення їх зниження кожне підприємство має встановлювати самостійно залежно від виду випуску продукції, його оборотів з випуску та продажу, системи оплати праці та інших факторів.

Важливим є те, що кайзен-костинг можна застосовувати разом з обраним методом калькулювання: за повними витратами (позамовним, попередільним або

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

нормативним методами) або за змінними (директ-костинг).

Таблиця 1

Резерви зниження цільового рівня витрат у калькуляції
[9, с. 75; 10, с. 285]

№ з/п	Стаття калькуляції	% зниження витрат	Резерв зниження витрат
1	Сировина і матеріали	15-30	Виробництво власними силами; пошук шляхів її здешевлення без погіршення якості (за рахунок заключення більш вигідних контрактів з постачальниками, купівля безпосередньо у виробника, а не через агентів-посередників, економія за рахунок оптової купівлі та знижок постійного клієнта
2	Купівельні напівфабрикати	15-40	Виробництво власними силами з сировини і матеріалів, а не закупівля напівфабрикатів
3	Паливо та енергія	20-45	Впровадження енергозберігаючих технологій; використання альтернативних видів палива та енергії; виробництво власними силами
4	Основна та додаткова зарплата	10-30	Заміна працівників машинним виробництвом, роботами, запровадження інноваційних комп'ютерних систем для автоматизації виробництва та зменшення потреби в працівниках
5	Соціальне страхування	10-30	Зменшення зарплати призведе до зменшення витрат на соціальне страхування
6	Амортизація виробничого устаткування	5-20	Вибір найоптимальнішого методу нарахування амортизації в залежності від виду діяльності та виробництва продукції
7	Витрати на утримання та експлуатацію устаткування (включаючи витрати на ремонт)	10-15	Зменшення вартості матеріалів, призначених для обслуговування устаткування шляхом оптової закупівлі, отримання знижок; проведення вчасних заходів обслуговування та ремонту; зниження витрат на ремонт шляхом проведення ремонту власними силами, а не за допомогою підрядної організації; виробництва запчастин для ремонту власними силами
8	Загальновиробничі витрати	10-25	Зниження постійних і змінних загально-виробничих витрат вищепереліченими шляхами
9	Зворотні відходи та втрати від браку	70-90	Запровадження безвідходного виробництва; переробка відходів; впровадження новітніх зразків устаткування та технологій, списання застарілого обладнання для зменшення витрат від браку
10	Інші виробничі витрати	30-40	Зниження витрат на опалення, освітлення, водопостачання шляхом побудови власних котельні, електростанції, проведення власної системи водопостачання; за рахунок пошуку додаткових джерел зниження витрат.

При застосуванні системи кайзен-костинг цільовий рівень зниження витрат можна встановлювати не лише за економічними елементами витрат, що включаються у собівартість, але і за замовленнями (при поза-мозовному методі), за переділами (при попередільному), за нормативами (при нормативному) та за змінними витратами (при застосуванні директ-костингу).

Разом з методом кайзен-костингу на даному етапі можна застосувати кост-кілінг, який передбачає пошук резервів максимального скорочення витрат на виробництво продукції [4, с. 184], наприклад:

- застосування спеціальної системи оплати праці, спрямованої на преміювання працівників за економію ресурсів;

- преміювання за пропонування працівниками новітніх концепцій економії ресурсів;

- пошук резервів зниження собівартості за статтею сировина і матеріали шляхом знаходження аналогів якості за нижчою ціною, або за рахунок власного виробництва сировини;

- зниження витрат на паливо та енергію шляхом запровадження енергозберігаючих технологій, заміни альтернативними джерелами палива та енергії;

- зменшення транспортно-заготівельних витрат шляхом пошуку оптимальних методів та шляхів поставки, пошук надійних постачальників за нижчої ціни оплати їх послуг.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Третій етап життєвого циклу є надзвичайно важливим, оскільки кожен вид продукції проходить поступово всі етапи життєвого циклу та потребує утилізації.

На третьому етапі утилізації (виведенні продукції з ринку) доцільно застосувати бенчмаркінг витрат, суть якого полягає у співставленні досвіду одного підприємства з досвідом іншого, більш конкурентоспроможного, яке займає провідні позиції на ринку [5, с. 182; 11].

В Україні досвід бенчмаркінгу не застосовується. Тому його впровадження на підприємстві було б одним з ключових факторів зниження собівартості та відповідно, підвищення прибутковості.

Бенчмаркінг можна застосовувати не тільки на третьому етапі, але й на другому та першому, оскільки запровадження прогресивного досвіду управління витратами необхідне на всіх стадіях життєвого циклу. Проте його застосування на третьому етапі є найважливішим, оскільки в Україні немає підприємств, які б включали у собівартість виробу витрати на утилізацію та на виведення продукції з ринку, тому перейняти прогресивний досвід можна у підприємств зарубіжних країн.

Узагальнимо розглянуті методи калькулювання собівартості продукції за стадіями її життєвого циклу в таблиці 2.

Важливим є питання віднесення на собівартість витрат на збут. У США витрати на збут включаються до собівартості продукції. Витрати на збут не належать до жодного етапу життєвого циклу продукції, тому включення або не включення його у калькуляцію потребує подальших досліджень.

Таблиця 2

Методи калькулювання собівартості продукції за стадіями її життєвого циклу

Етап життєвого циклу	Метод калькулювання
Етап НД ДКР	таргет-костинг
Етап виробництва	кайзен-костинг, кост-кілінг
Етап утилізації (виведення продукції з ринку)	бенчмаркінг витрат

Отже, на кожному етапі життєвого циклу продукції важливим є пошук резервів зниження витрат. Особливу увагу треба приділити зниженню витрат на етапі НД ДКР, оскільки саме на першому етапі закладається собівартість продукції, а відповідно і прибутковість та час перебування на ринку, тобто визначається довжина життєвого циклу виробу. Кожне підприємство зацікавлене в якнайдовшому перебуванні виробу на ринку, оскільки від цього залежить обсяг отриманого прибутку від його продажів та закріплення позицій на ринку.

Щодо бази розподілу витрат на першому та третьому етапах життєвого циклу, пропонуємо витрати на дослідження та розробку та утилізацію розподіляти пропорційно до обсягів випуску продукції. База розподілу обирається відповідно до обсягів випуску, оскільки доцільно розподілити дані витрати саме на обсяг випущеної продукції. Було б не доцільно розподіляти їх пропорційно до фонду заробітної плати або безпосередньо витрат на виробництво, оскільки в такому випадку значно зросте ціна кожного виробу.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що необхідним є калькулювання за стадіями життєвого циклу продукції, а не лише на етапі виробництва. Калькулювання за стадіями життєвого циклу дає змогу:

- 1) максимально точно визначити ціну виробу;
- 2) запобігти неврахуванню витрат на НД ДКР та утилізацію у собівартості та відповідно у ціні;
- 3) підвищення прибутковості підприємства;
- 4) закладення у собівартість та, відповідно, у ціну товару утилізаційного збору, що дозволить покрити витрати на утилізацію товару;
- 5) витрати на НД ДКР, закладені у ціну дадуть змогу реінвестувати отримані кошти від продажу продукції у нові дослідні роботи.

В Україні впровадження прогресивного досвіду калькулювання за стадіями життєвого циклу сприятиме розвитку досліджень у виробництві, покращення екологічної ситуації через закладення в собівартість та, відповідно, у ціну утилізаційних витрат та, таким чином, винайдення та запровадження способів безвідходного або маловідходного виробництва.

ЛІТЕРАТУРА:

- 1.Аткинсон Э. А. Управленческий учет: [пер. с англ.] / Энтони А. Аткинсон, Раджив Д. Банкер, Роберт С. Каплан, Марк С. Янг – [3-е изд.]. – М.: Вильямс, 2005. – 880 с.
- 2.Афанасьев М.В. Экономика предприятия: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / За редакцією проф. М.В. Афанасьєва. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 410 с.
- 3.Грещак М. Г., Коцюба О.С. Управление витратами: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К. : КНЕУ, 2002, – 131 с.
- 4.Желтова М. Ф. Кайзен-костинг и таргет-костинг как направление повышения эффективности деятельности предприятий АПК [Текст] / М. Ф. Желтова, И. Ф. Меркулова // Молодой ученый. - 2013. - №12.
- 5.Козак Н. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії // “Управление компанией” (до 2002 года – “Рынок капитала”). – 2007. – № 1–2 (січень).
- 6.Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник/Н.В. Краснокутська - К.:КНЕУ,2003.– 504 с.
7. Лепетан І. М. Методи обліку витрат: зарубіжний та вітчизняний досвід [Електронний ресурс] / І. М. Лепетан, Г. Біла. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/7_97403.doc.htm
- 8.Поповская М.К. Преимущества и недостатки систем управления затратами [Електронний ресурс] / М. К. Поповская. - Режим доступу: <http://www.rae.ru/forum2012/pdf/3330.pdf>
- 9.Скрипник М. І. Життєвий цикл та методи калькулювання за стадіями [Електронний ресурс] / Маргарита

та Скрипник. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_1/24.pdf

10. Слепченко К. О. Розробка життєвого циклу продукту в діагностиці собівартості продукції на підприємстві / К. О. Слепченко, О. І. Гадзевич // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – № 794.

11. Фещур Р. В. Бенчмаркінг як ефективний засіб зниження витрат виробництва Р. В. [Електронний ресурс] / Р. В. Фещур, Н. Р. Яворська, Т. В. Меренюк. - Режим доступу:

<http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/269/1/08.pdf>

12. Фроленко Р. В. Інтегрована система стратегічного управління витратами промислових підприємств / Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2010 - №15

УДК 657.412.2:631.11 (477.53)

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ НА БАЗІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Слободяник К.П., студентка 5 курсу

Науковий керівник Ткаченко І.В. старший викладач

Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського

Анотація: в статті розглянуто можливість об'єднання підприємств сільськогосподарської галузі в агрохолдинг з метою створення на його базі корпоративного пенсійного фонду. Запропоновано схему процесу формування активів КНПФ агрохолдингу.

Ключові слова: корпоративний недержавний пенсійний фонд, агрохолдинг, активи, інвестиції, формування стратегії діяльності.

Summary: The possibility of merging firms in the agricultural sector agricultural holding to create on its basis a corporate pension fund is considered in the article. The scheme of the process of forming assets CNPF agricultural holding.

Keywords: corporate pension fund, agricultural holdings, assets, investments, strategy formation activities.

Постановка проблеми. На сьогодні потреба в реформуванні пенсійного забезпечення викликана низкою об'єктивних факторів, серед них особливе місце займають низький рівень пенсійного забезпечення більшості населення України і погіршення демографічної ситуації. Тому нинішня пенсійна реформа України має напрям на формування системи недержавного пенсійного забезпечення, що базується на принципах самостійності, незалежності та відповідальності за планування свого життя громадянином.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На даний момент є незначна кількість наукових досліджень, присвячених системі недержавного пенсійного забезпечення загалом та корпоративним пенсійним програмам зокрема. Істотний внесок у формування національної концепції пенсійного забезпечення зробили такі вчені: С. Брагін [3], Ю. Конопліна [7], Ю. Кривобок [8], М. Мальований [9], А. Надточій [10], Е. Лібанова [11]. А питанням розвитку агрохолдингових структур присвячені праці вітчизняних та зарубіжних економістів В. Андрійчука [1], А. Афіногентової [2], Є. Гудзя [4], С. Дем'яненка [6]. Разом з тим, варто відмітити про недостатність розробки проблем функціонування діяльності галузевих корпоративних пенсійних фондів.

Постановка завдання. Альтернативою подальшого нормального функціонування Пенсійного фонду, соціального захисту осіб пенсійного віку є розвиток недержавного пенсійного забезпечення у вигляді створення недержавних корпоративних пенсійних фондів, що набуває особливого соціального значення для держави, підприємств та громадян країни. З метою поліпшення стану пенсійного забезпечення працівників, зокрема сільсько-

господарської галузі, доцільно здійснювати об'єднання підприємств в агрохолдинг, операційна діяльність яких просторово розосереджена, а бізнес-координації відбуваються на основі прийняття рішень у материнських структурах, зі створенням на його базі галузевого корпоративного пенсійного фонду.

Вклад основного матеріалу дослідження. Відомі в економічній науці об'єктивні переваги крупнотоварного виробництва на сьогодні практично реалізуються створенням так званих агрохолдингів. Дані підприємства для України є відносно нові, їх становлення, розвиток та перспективи потребують відповідного наукового обґрунтування з тим, щоб вони могли зайняти відповідну нішу у структурі аграрного бізнесу в Україні як ефективна і рівноправна організаційна форма господарювання, що є особливо актуальним у період переходу до земельних відносин ринкового типу, оскільки це має не лише економічне, а й соціальне значення.

Агрохолдинги охоплюють весь цикл виробництва, переробку та реалізацію продукції й виділяються цілеспрямованим відтворенням галузі на новій технологічній, організаційній і ресурсній основі. Об'єктивні техніко-економічні переваги агрохолдингів, можна відзначити у: високому рівні продуктивності праці, економії капітальних і експлуатаційних витрат на одиницю площі, більшій можливості для раціональної організації виробництва, використанні техніки, досягнень науки і прогресивної практики, зберіганні та реалізації продукції в кращі строки й вищої якості.

Одним із чинників, що зумовлюють успіх розвитку агрохолдингів, є налагодження ефективного менеджменту виробничих процесів, складовими якого висту-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

пають: підготовка та підвищення кваліфікації персоналу, управління ринковими ризиками, оптимізація фінансово-інвестиційної діяльності з урахуванням єдиної місії компанії й завдань на довгострокову перспективу, контроль за раціональним управлінням бізнес-процесами [5].

Загалом, система управління та координаційних засад розвитку агрохолдингів передбачає існування у них традиційних схем делегування повноважень на корпоративній основі. Це свідчить про наявність у них класичної корпоративної організаційної структури і систему управління конгломератного типу, що забезпечує вплив материнської структури агрохолдингу на дочірні й асоційовані підприємства, філії, представництва.

В процесі здійснення сільськогосподарського виробництва агрохолдинги залучають працю, навички і вміння людей, що живуть у місцевості знаходження дочірніх підприємств. Отже, їхня участь у бізнесі холдингу дозволяє вести мову про формування економічних передумов розвитку сільського соціуму, що зумовлене створенням робочих місць та забезпеченням матеріального достатку працівників.

З метою подальшої мотивації працівників на роботу в агрохолдингу, і, як результат, - отримання додаткових поповнень до державної пенсії, вважаємо за необхідне створити на базі агрохолдингу недержавний пенсійний фонд (на прикладі підприємств сільськогосподарської галузі, що здійснюють діяльність у Полтавській області). Акумуляція на пенсійних рахунках коштів співробітників (структур, які забезпечують життєдіяльність кластеру) є способом стимуляції працівників, та водночас внески в фонд є джерелом додаткових інвестиційних ресурсів, які можуть бути спрямовані на активізацію інноваційної діяльності.

Недержавні пенсійні фонди є фінансовими інститутами соціального захисту у майбутньому нині працюючих. Недержавний пенсійний фонд (НПФ) – юридична особа, створена відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення», що має статус неприбуткової організації, яка функціонує і здійснює діяльність винятково з метою накопичення пенсійних внесків на користь учасників пенсійного фонду з подальшим управлінням пенсійними активами і здійсненням пенсійних виплат [13].

За останні роки в Україні значного розвитку набули корпоративні пенсійні фонди, як один з видів недержавного пенсійного страхування. Корпоративні пенсійні фонди створюються однією або декількома юридичними особами-роботодавцями, до яких можуть приєднуватися роботодавці-платники. Учасниками корпоративного НПФ можуть бути виключно фізичні особи, які перебувають у трудових відносинах з роботодавцями-засновниками або роботодавцями-платниками такого фонду. Право участі у корпоративному НПФ належить усім найманим працівникам юридичної особи, що є засновником або роботодавцем-платником такого фонду.

Розвиток корпоративних пенсійних фондів заснований на застосуванні корпоративних програм з ура-

хуванням інтересів держави, роботодавців і найманих працівників. Корпоративні НПФ виступають у ролі інституційних інвесторів, адже вони акумулюють грошові кошти юридичних та фізичних осіб у вигляді пенсійних внесків і дають зобов'язання їх збільшити шляхом інвестування в різні фінансові інструменти. Схематично на рисунку 1 подано розподіл пенсійних активів корпоративних НПФ.

Інвестиційна політика НПФ повинна бути спрямована на досягнення такого рівня прибутковості інвестицій, який компенсуватиме інфляційні знецінення накопичених коштів та забезпечуватиме дохід, достатній для відшкодування адміністративних та операційних витрат і приносить ще додатково 2-4 відсотки чистого прибутку [12].

Задля підвищення ефективності інвестицій оцінюються їх якісні фактори: дохідність, ліквідність, ризикованість. Ефективним вважається такий портфель, який має максимально очікувану дохідність та найнижчу ризикованість.

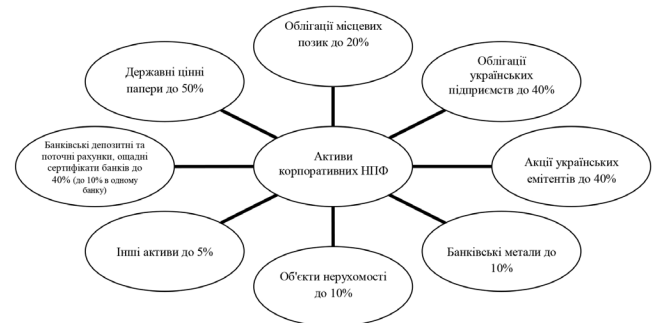


Рис. 1 Розподіл пенсійних активів корпоративних НПФ із урахуванням обмежених розмірів

* складено автором на основі джерела [13]

Інвестування коштів корпоративних НПФ відбувається в процесі управління портфелем пенсійних активів, що визначає дотримання низки вимог та певних процедур. Серед яких виділяють: формулювання інвестиційних цілей, формування інвестиційної політики, обрання портфельної стратегії, вибір інвестиційних інструментів і оцінка ефективності інвестування. Суттєвим фактором, що впливає на розмір інвестиційного доходу, є також те, що розмір залучених пенсійних внесків є незначним для забезпечення можливості здійснення диверсифікації пенсійних активів у дохідні фінансові інструменти. Крім того, такий інструмент, як державні цінні папери, цінні папери місцевих рад, як основні інструменти вкладення пенсійних коштів, не має широкого попиту серед управляючих компаній у зв'язку з низьким рівнем дохідності.

Найчастіше добровільні пенсійні системи функціонують через недержавні корпоративні і галузеві пенсійні фонди, які на відміну від державних, не потребують додаткових державних коштів та не користуються прямими державними гарантіями, а в основному роблять ставку на фінансові ринки, які дозволяють отримати певний рівень доходу на заощаджені кошти громадян.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Основним завданням функціонування корпоративного агрохолдингу в умовах мінливої ситуації на ринку фінансових послуг є забезпечення виконання поточних зобов'язань перед учасниками з нарахування і виплати пенсій працівникам, а також планування стратегії збереження та примноження пенсійних накопичень шляхом розміщення пенсійних коштів у дохідні активи. Так, планування має початися з розробки стратегічного плану залучення й інвестування активів, який надає орієнтири оцінки успішної роботи фонду. Вихідною точкою управління активами є розробка обсягів і шляхів надходження пенсійних внесків.

При розподілі (диверсифікації) активів агрохолдингу між різними видами вкладів: банківські депозитні та поточні рахунки, ощадні сертифікати банків, державні цінні папери; облігації місцевих позик; облігації українських підприємств; акції українських емітентів та інші. При формуванні інвестиційної політики з управління активами агрохолдинг повинен враховувати обмеження щодо інвестування коштів, що розміщуються в певні види активів або в активи певних емітентів, що встановлюються законодавством і регулюючими органами (рис. 1). Диверсифікація вкладів знижує ризики, пов'язані з можливістю недоодержання прогнозованого (очікуваного) доходу або навіть втрати інвестованої суми, що зростають при вкладенні коштів в один або навіть в обмежене коло інвестиційно-привабливих об'єктів.

За базу для створення агрохолдингу взято підприємства, що працюють у сільськогосподарській галузі, територіально розташовані у Семенівському, Глобинському та Кременчуцьких районах Полтавської області. Розглянемо результати формування доходної частини агрохолдингу та факторів, що впливають на її величину у вигляді побудованої моделі стратегії діяльності агрохолдингу з метою своєчасного передбачення можливих ризиків управління ними (рис. 2).

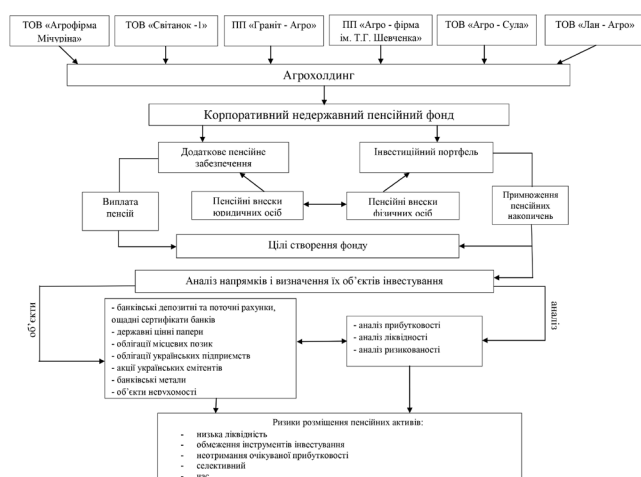


Рис. 2 Процес формування активів КНПФ агрохолдингу

Висновки. Отже, створення корпоративного пенсійного фонду на базі агропромислових підприємств, що територіально розташовані у Семенівському, Гло-

бинському та Кременчуцьких районах Полтавської області, дає можливість отримання додаткових гарантій матеріального забезпечення найманим працівникам після виходу на пенсію, що забезпечить їм гідний рівень життя, та створення інвестиційного портфеля з метою примноження пенсійних накопичень шляхом їх інвестування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку / В.Г. Андрійчук. — Ніжин.: Вид-во «Аспект-Поліграф», 2007. — 212 с.
2. Афиногентова А.А. Теоретико-методологические основы формирования единой агропродовольственной политики / А.А. Афиногентова // Региональные агросистемы: экономика и социология. — 2009. — № 1. — С. 15—23.
3. Брагин С. Недержавні пенсійні фонди на не-ефективному фондовому ринку: приклад України / С. Брагин, О. Макаренко // Вісник НБУ. — 2011. — № 2. — С. 44—47.
4. Гудзь Е.Е. Особенности становления и тенденции развития интеграционных процесов в АПК Украины: финансовый аспект / Е.Е. Гудзь // Интеграция и дезинтеграция в агропромышленном комплексе экономики: традиционный и инновационный подходы. — М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2009. — 925 с.
5. Данкевич А. Є. Організаційно-економічні засади розвитку агрохолдингів / А. Є. Данкевич // Економіка АПК. — 2012. — № 1. — С. 139-147.
6. Дем'яненко С. Агрохолдинг в Україні: процес становлення та розвитку / С. Дем'яненко // Економіка України. — 2009. — № 12. — С. 50 - 61.
7. Конопліна Ю.С. Підвищення ефективності функціонування системи соціального страхування шляхом розвитку корпоративного пенсійного забезпечення Вісник Української банківської справи №2(25) 2008 р.
8. Кривобок Ю. Для надійної діяльності НПФ / Ю. Кривобок // Вісник Пенсійного фонду України. — 2012. — № 1. — С. 36—37.
9. Мальований М. І. Стан та проблеми розвитку системи недержавного пенсійного страхування в Україні [Електронний ресурс] / М. І. Мальований. — Режим доступу: <http://www.udau.edu.ua/library.php?pid=1535>.
10. Надточій А. О. Аналіз досвіду роботи недержавних пенсійних фондів / А. О. Надточій // Держава та регіони. — 2009. — № 1. — С. 142-146.
11. Пенсійна реформа в Україні: напрями реалізації (колективна монографія) / за ред. Е.М. Лібанової. — К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2010. — 270 с.
12. Шабанова О.В. Управління активами недержавних пенсійних фондів / О. Шабанова // Вісник університету банківського діла Національного Банку України. — 2009. — Випуск 3. — С. 232-235.
13. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» від 09.07.2003 №1057-IV [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Смерічевський Сергій Францевич, доктор економічних наук, професор;

Клімова Олена Ігорівна, кандидат економічних наук

Анотація. Досліджено теоретичні та практичні аспекти злиттів і поглинань у банківському секторі економіки зарубіжних країн на прикладі США, Німеччини та Японії. Розглянуто характерні відмінності у процесах злиттів і поглинань у банківському секторі економіки, які притаманні США, Німеччині та Японії. Проаналізовано фактори, що активізують або стримують процеси злиттів і поглинань у банківському секторі економіки цих країн. Визначено низку негативних аспектів, які можуть виникнути внаслідок злиттів і поглинань у банківській сфері зарубіжних країн.

Ключові слова: злиття, поглинання, банківський сектор, зарубіжні країни, активізація, негативні аспекти.

Summary. Theoretical and practical aspects of mergers and acquisitions in banking sector of economy of foreign countries on the example of the United States, Germany and Japan investigated. The characteristic differences in the processes of mergers and acquisitions in banking sector of economy, peculiar to United States, Germany and Japan, considered. Factors, activating or restraining processes of mergers and acquisitions in banking sectors of economy of these countries, analysed. A number of negative aspects, that may result in mergers and acquisitions in banking sector of foreign countries, determined.

Keywords: mergers, acquisitions, banking sector, foreign countries, activation, negative aspects.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Процеси злиттів і поглинань наразі є однією з основних тенденцій світового фінансового ринку. Активізація діяльності комерційних банків на ринку злиттів і поглинань характерна як для країн із розвинутою ринковою економікою, так і для країн із ринками, що розвиваються (країни Східної Європи, Азіатські країни, країни Латинської Америки), яким такі процеси не були притаманні раніше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і прикладних проблем злиттів і поглинань у банківському секторі економіки країни та її регіонів присвячена велика кількість наукових праць як зарубіжних учених (М. Аффініт, А. Бергер, І. Вальтер, Ф. Девіс, Х. Джонсон та ін.), так і вітчизняних науковців (Г. Азаренков, М. Алексеєнко, С. Богма, Т. Васильєва, О. Діденко, І. Івасів, К. Кіреєв, С. Козьменко та інші). Зарубіжні країни мають великий досвід із питань злиттів і поглинань у банківській сфері, у той час як вітчизняні комерційні банки ще не накопичили такого досвіду. Отже, дослідження досвіду провідних зарубіжних країн становить значний інтерес з точки зору подальшого порівняння зарубіжної та вітчизняної практики банківських злиттів і поглинань, а також у контексті імплементації певних зарубіжних досягнень з цієї проблеми у вітчизняній банківській практиці.

Метою статті є дослідження місця й ролі процесів злиттів і поглинань у діяльності комерційних банків провідних зарубіжних країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш за все, необхідно з'ясувати сутність термінів «злиття» та «поглинання» у контексті банківських уста-

нов. Згідно із зарубіжною практикою категорії «злиття» та «поглинання» іноді ототожнюються, не визначаючи чітко вираженої різниці між двома термінами. У міжнародному банківському середовищі використовується термін *mergers&acquisitions (M&A)* [2].

Традиційно основна частка злиттів і поглинань у вартісному вираженні припадала на такі країни, як США та Великобританія, у той час як країни континентальної Європи та Японія до 90-х років минулого століття характеризувалися значно більшою низькою інтеграційною активністю. Відмінності в інтенсивності й спрямованості процесів злиттів і поглинань між цими країнами дозволяють припустити існування певних об'єктивних характеристик середовища, що визначають ключові відмінності у процесах злиттів і поглинань за участю комерційних банків. На основі порівняльного аналізу економічних систем США, континентальної Європи та Японії необхідно ідентифікувати ці фактори, а також визначити специфіку й ефективність процесів злиттів і поглинань у даних країнах.

Активізація ринку злиттів і поглинань передбачає три ключові компоненти: наявність привабливих для інвестора потенційних об'єктів (наявність мотивів для покупки); наявність доступних об'єктів (можливість для інвестора придбати контроль, тобто наявність у власників мотивів для продажу); наявність джерел фінансування угод злиттів і поглинань (механізм кредитування такого роду угод, можливості фінансування угод за рахунок ринку цінних паперів).

Можливість фінансування реального сектора економіки за рахунок ринків капіталу обумовила у США та Великобританії паралельний розвиток ринку цінних па-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

перів і банківської системи та орієнтацію комерційних банків на роздрібний банківський бізнес, тобто обслуговування дрібних і середніх клієнтів. Фінансова система, в якій ринок цінних паперів відіграє ключову роль у фінансуванні компаній, впливає на цільові настанови економічних суб'єктів, пов'язуючи їх з індикаторами фондового ринку (орієнтація компаній на ринкову капіталізацію, показник прибутку на акцію тощо). Високий ступінь розвитку ринку цінних паперів також обумовлює значні можливості фінансування угод злиттів і поглинань.

Незважаючи на вищезазначені фактори, ринок злиттів і поглинань у банківському секторі економіки США не завжди був настільки активний, як протягом останніх десятиліть. Причиною тому було жорстке регулювання банківської діяльності, яке тривалий час обумовлювало низький ступінь її інноваційності [5, с. 109], низьку привабливість акцій банків (до 1970-х років ціна акцій перевищувала балансову вартість у середньому лише на 10-15 відсотків [7, с. 303]). Слабка інтенсивність злиттів і поглинань у банківській сфері США спостерігалась до 1980-х років: протягом 50-ти років (з 1930-х до 1980-х років) кількість банківських злиттів і поглинань становила 75-150 угод на рік.

Для американської економіки характерний низький ступінь державного втручання. Державне регулювання діяльності комерційних банків у США традиційно спрямоване на підтримку конкуренції й зниження ризиків банківської системи. На участь комерційних банків у процесах злиттів і поглинань впливало тверде регулювання створення банківських відділень (до 1994 року), законодавчо закріплений спеціалізований характер банківської діяльності (зокрема, розмежування комерційної та інвестиційної банківської діяльності), наявність географічних обмежень на розширення банків за межі штату базування (до 1994 року), заборона на участь комерційних банків у капіталі нефінансових компаній (до середини 1990-х років), тверде антимонопольне регулювання банківської сфери. Стримуючи процеси злиттів і поглинань, державне регулювання разом із тим до 1994 року обумовлювало їхню важливу роль у банківському секторі економіки США як основного способу розширення банків в інші штати.

Лібералізація законодавства в 1990-х роках (фактична відмова від моделі спеціалізованої банківської діяльності, зняття обмежень на міжштатні злиття) привела до активізації процесів злиттів і поглинань: злиття банків у 1990-х роках стали елементом структурної адаптації банківського сектора економіки США до посилення конкуренції, яка тривалий час була фактично обмежена законодавством.

Серед основних особливостей злиттів і поглинань за участю комерційних банків у США слід відмітити такі.

По-перше, основна частка великих угод злиттів і поглинань у банківському секторі економіки США укладається між найбільшими банківськими холдинговими компаніями, які внаслідок особливостей регулювання

діяльності комерційних банків є домінуючою організаційною структурою у сфері комерційної банківської діяльності США, або їх дочірніми компаніями.

По-друге, характерною рисою американської моделі ринку корпоративного контролю є відкритий характер угод. Особлива увага при здійсненні операцій злиттів і поглинань приділяється процесу інформування трьох груп: акціонерів, банківських співробітників і ринкових аналітиків. Якщо більшість акціонерів не оцінюватимуть угоду як сприятливу для росту їх добробуту в майбутньому, вони можуть блокувати її шляхом голосування або почати скидати акції, що призведе до падіння курсу акцій та негативної зміни вартості угоди.

По-третє, характерною рисою банківських злиттів у США є скорочення витрат за рахунок скорочення чисельності відділень і персоналу як обов'язковий елемент злиття. Наприкінці минулого століття у банківській сфері США сформувалась модель, відповідно до якої злиття повинне забезпечувати скорочення витрат на 25-50%.

На сьогоднішній день консолідаційні процеси за участю банків у США не втрачають популярності, кількість комерційних банків продовжує зменшуватись за рахунок злиттів і поглинань. Так, станом на 30 вересня 2013 року кількість комерційних банків у США становила 5844 установи. Зважаючи на той факт, що на даний момент найбільші чотири банки у США (JPMorgan Chase&Company, Bank of America Corp., Citigroup Inc., Wells Fargo&Company) сконцентрували у своїх руках активи на загальну суму близько 7 трлн дол. (або майже 56%), експерти та науковці, однак, не виключають подальшого скорочення кількості банків та активізацію злиттів і поглинань як основних форм консолідації капіталу в банківській сфері. Основними стимулами до об'єднання капіталів для американських банків виступають: підвищення конкуренції на міжнародному та національному рівні, прагнення досягти економії на веденні бізнесу, створення достатньої капітальної бази для протистояння кризовим явищам, а для деяких банків – це єдиний варіант для того, щоб залишитись на ринку банківських послуг [1].

У США очікується нова хвиля консолідації серед дрібних і середніх банків. Американський банківський сектор економіки, як і раніше, відносно роздроблений, наслідки змін у законодавстві стимулюють багато фінансових інститутів шукати партнерів для злиття. Особливої значущості у цій ситуації набувають поправка Дурбана та закон Додда-Франка, які підвищують витрати на дотримання нормативно-правових вимог і змушують дрібні банки зміцнювати свій капітал і збільшувати масштаби діяльності. Великі канадські комерційні банки вийшли з фінансової кризи, маючи стійкі позиції, й зараз активно купують компанії та портфелі активів усередині країни та у США. Подібно своїм колегам у США канадські банки націлені на подальше зростання, проявляють інтерес не до європейського ринку, що відчуває труднощі, а скоріше, до країн Латинської Америки та Азіатсько-Тихоокеанського регіону [4].

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

У Німеччині та Японії комерційні банки традиційно відіграють ключову роль у фінансуванні економічного росту та орієнтовані на оптову банківську діяльність, тобто обслуговування великих корпоративних клієнтів.

У Німеччині злиття та поглинання у банківській сфері обмежуються наявністю можливостей росту за рахунок внутрішніх джерел (завдяки моделі універсальної банківської системи). Міжбанківським злиттям і поглинанням у Німеччині також перешкоджає галузева структура власності: висока (близько 75%) частка державної та пайової (взаємної) власності; поширеність стратегічних альянсів між фінансовими інститутами, між банками й нефінансовими інститутами, закріплених взаємною участю у капіталі; наявність у банків ключових акціонерів, які традиційно не розглядають великі пакети акцій банків як такі, що призначені для продажу (родинний або закритий характер бізнесу). Основною європейською формою об'єднання, у тому числі й банків, традиційно є не злиття та поглинання, а стратегічні альянси, при яких компанії поєднують свої ресурси й зусилля для досягнення спільних цілей, не поступаючись при цьому власною незалежністю.

Для країн континентальної Європи завжди була характерною тенденція до формування місцевими й регіональними банками груп (а також союзів або банківських клубів), здатних ефективно конкурувати з національними ключовими банками. Процеси концентрації банківського капіталу завжди були значною мірою пов'язані з процесами концентрації у виробничій сфері та взаємно підсилювали один одного.

У сучасній європейській банківській сфері можна виділити такі основні напрямки угод за участю комерційних банків: міжбанківські злиття та поглинання на внутрішньому ринку; злиття та поглинання між банками різних країн – міжнародні угоди; придбання комерційними банками страхових компаній; придбання комерційними банками країн франко-германського блоку інвестиційних банків. При цьому поведінка банків свідчить про пріоритетний для них характер злиттів і поглинань на внутрішніх (національних) ринках.

На відміну від американської моделі швидко поглинання, європейська модель злиттів може бути охарактеризована як поступальна, що включає два етапи: стратегічний альянс, закріплений взаємною участю у власності, як підготовчий етап до повного злиття та повне злиття.

Скороченню персоналу в Європі перешкоджають жорсткість трудового законодавства, що встановлює високий рівень соціальних і компенсаційних виплат і накладає на роботодавця зобов'язання з працевлаштування звільненого працівника. Це робить процес звільнення менш масштабним і більш повільним у порівнянні зі США й Великобританією. Тому характерною рисою європейських злиттів і поглинань є підвищена увага до проблем працевлаштування персоналу, систем оплати праці й пенсійного забезпечення, адаптації співробітників до структурних змін.

Сьогодні економічне зростання й боргова криза в Європі радикально змінюють ситуацію у банківському сегменті ринку злиттів і поглинань. Політична та економічна невизначеність в єврозоні ускладнює прогнозування рівня знецінення активів, заважає домовлятися про ціну угод, а також залучати фінансування та одержувати схвалення з боку акціонерів. Окрім того, криза суттєво впливає на довіру до угод, а отже, не сприяє активності на ринку злиттів і поглинань [3].

Характерними рисами японської економіки є спеціалізований характер банківської діяльності; заходи щодо залучення постійних акціонерів компаній та банків, перехресна власність як основний спосіб передачі власності між економічними суб'єктами; сильне втручання держави в економічні процеси (у тому числі протекціоністська політика відносно фінансового сектора); валютний контроль та обмеження доступу іноземних фінансових інститутів на японський ринок фінансових послуг. Основою японської економіки є фінансово-промислові групи (кейрецу), члени яких пов'язані відносинами власності й неформальними зв'язками, центром яких є великі японські банки (система «основних» банків).

Ключовими перешкодами активізації злиттів і поглинань в Японії традиційно були соціально-культурні фактори, у тому числі взаємовідносини працівника й фірми, орієнтація на мораль і групову поведінку, принцип консенсусу. В японському суспільстві традиційно ставилися до М&А як до процесів соціально руйнівних, що підривають основи японського суспільства. Японська модель злиттів заснована на принципі виняткової добровільності й солідарної позиції акціонерів, персоналу та профспілок.

Як свідчать аналітики, в останні роки кількість і вартість угод злиттів і поглинань у банківському секторі економіки в усьому світі неухильно знижуються. Хоча за останні десятиліття більшість угод злиттів і поглинань на ринку фінансових послуг здійснювалися саме у цьому секторі [3].

Протягом 2014 року вартість угод М&А у банківському секторі світової економіки знизилась на 0,4% по відношенню до загальної вартості М&А-угод в усіх секторах світової економіки (рис. 1).

Така ситуація може бути наслідком радикальної зміни економічного та регуляторного середовища. Так, абсолютна неможливість прогнозування регуляторних змін веде до невизначеності в усіх секторах економіки, зокрема й у банківському секторі, що деструктивно впливає на можливість банків планувати та здійснювати злиття й поглинання. Національні та міжнародні регуляторні норми змушують банки до реструктуризації. Найбільш очевидним прикладом є Базель III, що стимулюватиме банки до збільшення власного капіталу та може привести до консолідації на деяких ринках.

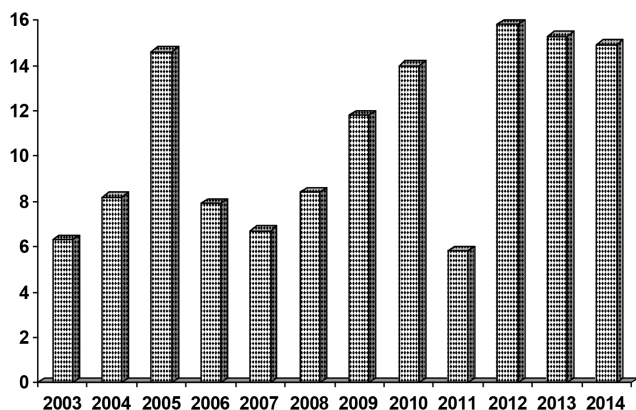


Рис. 1. Вартість угод M&A у глобальному банківському секторі у % до вартості угод M&A у секторах світової економіки [6]

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз зарубіжного досвіду показує, що наявність ринку корпоративного контролю та активність, напрямки й моделі злиттів і поглинань залежать від сукупності взаємозалежних економічних і позаекономічних факторів – умов, в яких діють економічні суб'єкти: тип фінансової системи (ключовими елементами якої є переважний тип корпоративного управління, основне джерело фінансування реального сектора та основна сфера діяльності банків); базові принципи системи соціально-економічних відносин (гармонія інтересів, консенсус, конкуренція), що впливають на цільові настанови й способи поведінки економічних суб'єктів; пріоритети державного регулювання в економіці; структура власності у банківській сфері. Ці умови також визначають модель банківських злиттів і те, наскільки злиття та поглинання сприяють вирішенню актуальних завдань для банківського сектора економіки тієї або іншої країни. Отже, активізація процесів злиттів і поглинань у зарубіжних країнах відображає зміну ключових елементів у вищенаведених «класичних» моделях конкурентного середовища: можна говорити про тенденцію до зближення англо-американської та європейської моделей середовища, що проявляється у підвищенні ролі ринків капіталу й поширенні універсальної банківської діяльності.

Таким чином, процеси злиттів і поглинань у банківській сфері неможна трактувати однозначно як позитивні або негативні. З одного боку, вони надають позитивні можливості, якими, однак, слід вміти скористатись. З іншого боку, необхідно враховувати побічні негативні ефекти, які дані процеси можуть спричинити: вплив злиттів і поглинань на якість обслуговування банківських клієнтів; на дрібних акціонерів; на вкладників, платників податків і стабільність банківського сектора; на співробітників банків, що зливаються; на конкуренцію на ринку банківських послуг; проблема збереження національного контролю над фінансовими потоками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Васильєва Т.А. Злиття та поглинання в банківському секторі економіки: порівняння досвіду США та України / Т.А. Васильєва, С.Д. Богма // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1: Економіка: зб. наук. праць. Вип. 4 (12). – Чернігів: ЧДІЕУ, 2011. – С. 244-249.
2. Діденко О.М. Особливості процесів злиття та поглинання банків / О.М. Діденко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2011. – Вип. 3: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/pspe/2011_3/Didenko_311.htm.
3. Носкова Е. К сделкам нет доверия / Е. Носкова. // Российская бизнес-газета: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/05/07/banki>.
4. Перспективи злиттів і поглинань банківського сектора в різних регіонах світу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~2/30/all/2013/04/22/300793>.
5. Сорос Дж. Алхимия финансов / Дж. Сорос. – М.: Инфра-М, 1997. – 416 с.
6. [Electronic Resource]. – Access Mode: <https://www.thomsononeim.com>.
7. McCoy J. B. Bottomline Banking: Meeting the Challenges for Survival and Success / J.B. McCoy, A. Frieder, B. Hedges. – IRWIN, 1994. – 370 p.

ДЕПОЗИТАРНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В СТАНІ РЕФОРМУВАННЯ

Стасіневич Світлана Анатоліївна,

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,

доцент кафедри біржової діяльності

Національного університету біоресурсів і природокористування України

Висвітлені основні напрями реформи депозитарної системи України: структурної перебудови, трансформаційних процесів в діяльності її учасників в умовах удосконалення законодавчо-нормативної бази та запозичення передового зарубіжного досвіду. Наведені перші результати запровадження нововведень.

Цінні папери, фондовий ринок, депозитарій, кліринг, реформа.

Постановка проблеми. Український фондовий ринок має невелику історію існування: в умовах відсутності за радянських часів будь-якої практики функціонування ринку цінних паперів він практично був започаткований лише після набуття Україною незалежності.

Основною функцією, яку виконує ринок цінних паперів є забезпечення коштами виробництва шляхом перерозподілу інвестиційних ресурсів. Тому результативне його функціонування – це один з найважливіших факторів ефективності економіки країни в сучасних умовах. Для виконання цієї функції фондовий ринок потребує розвинутої інфраструктури – запровадження широкого спектру інструментів та механізмів взаємодії учасників ринку. Одним із сегментів інфраструктури ринку цінних паперів є депозитарна система. Формування ефективної депозитарної системи є необхідною умовою забезпечення всього комплексу законних прав та інтересів інвесторів, та є засобом стимулювання нагромаджень і трансформації заощаджень в інвестиції. Наразі депозитарна система України перебуває в стані реформування.

Започаткування даного реформаційного процесу знайшло своє втілення у Законі України «Про депозитарну систему України» № 5178-VI від 6 липня 2012 року, який у повному обсязі набув чинності з 12 жовтня 2013 року [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти проблем розвитку фондового ринку та його інфраструктури представлені численними працями вчених-дослідників. Серед них вітчизняні вчені: О. Барановський, А. Головка, О. Курінний [1], О. Мозговий, С. Москвін [2], В. Соколов, Г. Терещенко [8], А. Федоренко, С. Хоружий [2].

Унікальність зазначеної реформи полягає в тому, що відбулася практично «ревізія» депозитарних активів країни, яку з часів приватизації ніхто не проводив. При цьому діяльність депозитарної системи ні на хвилину не зупинилася. Станом на 16 жовтня 2013 р. (остаточний момент введення в дію Закону) загальний обсяг депози-

тарних активів Центрального депозитарію України досяг майже 915,3 млрд грн [10].

Настав час підвести перші підсумки трансформації депозитарного забезпечення в Україні. Враховуючи актуальність проблеми дана стаття має за мету висвітлити особливостей реформування депозитарного комплексу країни та результатів їх реалізації на практиці.

Виклад основного матеріалу. В Україні діяла децентралізована депозитарна система, в умовах якої ПрАТ «Всеукраїнський депозитарій цінних паперів» (ВДЦП) і Національний Депозитарій України (НДУ) обслуговували корпоративні папери і папери місцевих позик, а Національний банк України (НБУ) здійснював депозитарне обслуговування розміщення та обігу державних цінних паперів. Разом з тим передовий світовий досвід свідчить про необхідність іншого підходу до організаційного формування депозитарного забезпечення ринку цінних паперів.

Наявність одного депозитарію, який обслуговує професійних учасників ринку, мінімізує ризики, пов'язані зчасною поставкою цінних паперів проти платежу, а також гарантує нормальний режим взаємодії учасників ринку з різних країн в єдиній глобальній мережі [1].

Основними завданнями нового закону є уніфікація принципів та порядку здійснення діяльності учасниками депозитарної системи та взаємодії між ними, формування централізованої депозитарної системи в Україні.

При цьому Закон спрямовано на удосконалення діючої депозитарної системи відповідно до тенденцій на світових фінансових ринках та адаптуючи її до змін, що сталися в законодавстві України протягом останніх років.

В результаті реформування депозитарна система України зазнала суттєвих структурних змін.

Зберігачі, які вели рахунки власників цінних паперів, та реєстратори власників іменних цінних паперів, які склали нижній рівень депозитарної системи згідно із Законом України «Про Національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

в Україні» № 710/97-ВР від 10 грудня 1997 року [5], припиняють свою діяльність у вказаному статусі з огляду на припинення дії їх ліцензій. Водночас Закон № 5178-VI від 6 липня 2012 року надав можливість таким особам до 12 жовтня 2013 року привести свою діяльність у відповідність із вимогами Закону та подати Національній Комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) документи, необхідні для видачі нових ліцензій на здійснення діяльності депозитарних установ [4]. Якщо в 2010 р. в Україні функціонувало 297 реєстраторів (що складало майже 50% всіх учасників депозитарної системи), то станом на кінець серпня 2013 р. їх чисельність скоротилась до 120 реєстраторів.

Таким чином, важливим елементом реформи депозитарної інфраструктури є ліквідація інституту реєстраторів власників іменних цінних паперів, які нерідко виступали в якості інструменту реалізації рейдерських захоплень. Для реалізації цієї складової депозитарної реформи усі акції повинні були переведені в електронну форму. Цю вимогу було висунуто ще в 2008 році у Законі України «Про акціонерні товариства» № 514-VI від 17 вересня 2008 р. [11] – процес дематеріалізації (переведення із документарної форми в без документарну) даних цінних паперів мав завершитися 29 жовтня 2010 року, однак затягнувся на роки. На виконання нових законодавчих норм НКЦПФР анулювала ліцензії всіх зберігачів та реєстраторів і видала близько 300 ліцензій депозитарним установам.

З 12 квітня 2014 року усі цінні папери бездокументарної форми існування блокуються на рахунках у цінних паперах власників у зберігачів та на рахунках таких зберігачів, відкритих у депозитаріях, крім НДУ, та на рахунках депозитаріїв, відкритих у НДУ, до моменту передачі глобальних сертифікатів цих випусків на зберігання до НДУ.

НКЦПФР підготувала ряд нормативних документів на виконання цієї норми Закону. Зокрема, це Положення про порядок дематеріалізації іменних цінних паперів (Рішення № 932 від 30 травня 2013р.) – вводить новації, пов'язані зі спрощенням обліку ЦП та приведенням нинішніх стандартів депозитарного обліку у відповідність з міжнародними, а також Порядок передачі цінних паперів на депозитарне обслуговування до Центрального депозитарію (Рішення № 430 від 26 березня 2013р.) і Порядок передачі інформації, що міститься в системі реєстру власників іменних цінних паперів, до системи депозитарного обліку (Рішення № 729 від 18 квітня 2013р.). Два останніх документи регламентують передачу стратегічно важливої інформації і, власне, цінних паперів до Центрального депозитарію, який вестиме облік всіх цінних паперів у країні (крім облігацій внутрішньої державної позики та муніципальних) [11].

Щодо Національного депозитарію України, то відбулося оновлення установи: НДУ перетворено в Центральний депозитарій. Активно триває передача глобальних сертифікатів від Всеукраїнського депозитарію цінних паперів (ВДЦП) до НДУ – близько 900 випусків на місяць [10]. Власність на цінні папери акціонерів пе-

реходить під захист більш чіткої депозитарної системи, акумульованої в особі Центрального депозитарію.

Результати запровадження централізованого обліку цінних паперів представлені в табл. 1.

Показники діяльності Центрального депозитарію України (ПАТ «НДУ») в пореформений період [10]

Показники	Значення станом на 05.09.2014
Кількість клієнтів, одиниць:	
Емітентів	10676
Зберігачів	430
Депозитаріїв-кореспондентів	3
Загальний обсяг депозитарних активів, млн грн	969 293,2
Обсяг цінних паперів, номінованих в іноземній валюті, тис. грн.	549 758,3
Обсяг цінних паперів дематеріалізованих випусків, млн грн.	157 630,3
Загальна номінальна вартість знерухомлених цінних паперів відповідно до свідоцтв про знерухомлення іменних цінних паперів, які тимчасово зберігаються в НДУ, млн грн.	11 399,9
Кількість випусків, які знаходяться на обслуговуванні в НДУ, шт.	12834
з них дематеріалізованих випусків	4 185

Серед структурних нововведень Закону «Про депозитарну систему України» необхідно виокремити появу нового потужного учасника – Розрахункового центру з обслуговування договорів на фінансових ринках.

Розрахунковий центр (РЦ) – ПАТ «Розрахунковий центр з обслуговування договорів на фінансових ринках», створено на базі ПрАТ «Всеукраїнський депозитарій цінних паперів», який, змінивши своє найменування, залишатиметься на вітчизняному фондовому ринку. Разом з тим варто звернути увагу, що повноваження Розрахункового центру обмежуються правочинами, укладеними на фондових біржах та поза ними, коли розрахунки здійснюються за принципом «поставка цінних паперів проти оплати». В інших випадках розрахунки за цінними паперами повинні й надалі здійснюватимуться у порядку, визначеному сторонами таких правочинів [9].

Розрахунковий центр має статус банківської установи та підлягає нагляду зі сторони НБУ. Крім того, центр є учасником системи електронних платежів.

З жовтня 2013 р. біржові операції здійснюються через Розрахунковий центр, який виконує функції центрального контрагента. Таким чином, розроблені та профінансовані біржами системи центральних контрагентів вже не потрібні.

Позитивним фактором концентрації розрахунково-клірингової функції в межах створеного Розрахункового центру є зменшення операційно-розрахункових ризиків щодо операцій з цінними паперами, оскільки НБУ вже має достатній досвід забезпечення функціонування системи електронних платежів, яку визнано однією з кращих в Європі ще при її впровадженні в 90-х роках минулого століття.

Передача глобальних сертифікатів від Розрахункового центру (РЦ) до НДУ пройшла досить вдало у повній відповідності із запланованим графіком. Причому паралельно була здійснена інвентаризація депозитарних активів. Базовий депозитарний актив вже обліковується у НДУ. З Розрахункового центру було передано більше 9 тис. випусків цінних паперів до НДУ. Таким чином, функції обліку цінних паперів і клірингу розділені між двома установами – Центральним депозитарієм та Розрахунковим центром».

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Розрахунковий центр набув статусу банківської установи, достатньо оперативно виконавши всі вимоги Національного банку і отримавши генеральну валютну ліцензію та ліцензію Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку на провадження професійної діяльності на фондовому ринку – клірингової діяльності, в цілях регламентації якої НКЦПФР затверджено Положення про клірингову діяльність (Рішення №429 від 26 березня 2013 р.) [11].

Це був перший приклад репрофільювання небанківської фінансової установи в банк на вітчизняному фінансовому ринку. В результаті, РЦ функціонує як банк (з певними обмеженнями щодо банківських операцій) та як клірингова установа, що взаємодіє з Центральним депозитарієм та депозитарієм Національного банку. Розрахунковий центр відкриває поточні та клірингові рахунки учасників ринку, кількість яких постійно збільшується. При цьому запроваджуються достатньо жорсткі вимоги щодо розкриття інформації. Завдяки новим механізмам швидкість розрахунків збільшилася в кілька разів.

Однією з особливостей процесу реформування даного сегменту депозитарної системи було те, що Розрахунковий центр, продовжуючи виконувати депозитарні функції, готував базу для своєчасного та якісного старту своєї роботи з новими повноваженнями та функціями. Національний депозитарій, у свою чергу, спрямував значні зусилля на впровадження оновленого програмно-технічного комплексу системи.

Особливістю роботи Розрахункового центру є поєднання в системі клірингового обліку Розрахункового центру інформації про поточний стан активів учасників клірингу в облікових системах обох депозитаріїв – Центрального депозитарію та депозитарію НБУ. У кліринговій системі Розрахункового центру учасник клірингу одночасно може провадити операції з активами, що обліковуються у трьох облікових системах – Центральному депозитарію, депозитарію НБУ та банківській установі Розрахунковий центр. Фактично операція у обліковій системі депозитарію буде здійснюватися не за розпорядженням учасника клірингу, а за розпорядженням Розрахункового центру, що є наслідком проведення операції у кліринговій системі Розрахункового центру. Таким чином, учасникам клірингу не потрібно для проведення операції взаємодії з двома технологічними платформами брати участь у забезпеченні грошових розрахунків у технології, які прийняті кожним депозитарієм окремо, або конкретно біржею [9].

Таким чином, необхідне лише одне автоматизоване робоче місце, де торговець цінними паперами бачить інформацію щодо заблокованих цінних паперів та про наявність чи можливість здійснити на певну суму коштів угоди. За результатами даних операцій на фондовій біржі чи поза нею, розрахунки в депозитарії і грошові розрахунки у Розрахунковому центрі проводяться автоматично.

Також позитивним нововведенням є можливість учасників через Розрахунковий центр, за умови участі в тій чи іншій біржі, здійснити блокування цінних паперів

для укладання угод чи грошових коштів, незалежно від того, під яку біржу вони заблоковані. Через клірингову систему учасник може подати заявку, розмежувати свій пул грошових коштів, чи пул цінних паперів під конкретну біржу, або під декілька бірж, обравши для себе найприйнятлівіші за інструментарієм торги [3].

Наразі клірингова система завершує налаштування для розвитку фондового ринку України. До клірингової системи у Розрахунковому центрі підключається все більше і більше учасників. Без залучення додатковий лімітів на учасника клірингу, який може надати Розрахунковий центр, глибина фондового ринку України щоденно сягає 1 млрд. гривень з урахуванням укладання угод щодо державних, корпоративних, муніципальних цінних паперів.

Для забезпечення виконання біржових угод щодо цінних паперів ПАТ «Розрахунковий центр» уклав договір про кліринг та розрахунки за правочинами щодо цінних паперів з 10 фондовими біржами: ПрАТ «Фондова біржа ІННЕКС», ПАТ «Київська міжнародна фондова біржа», ПАТ «Фондова біржа «ПЕРСПЕКТИВА», ПрАТ «Українська міжнародна фондова біржа», ПрАТ «Придніпровська фондова біржа», ПАТ «Фондова біржа ПФТС», ПАТ «Східно-Європейська фондова біржа», ПАТ «Українська біржа», ПрАТ «Українська фондова біржа», ПрАТ «УМВБ» [9].

Аналіз діяльності Розрахункового центру з обслуговування договорів на фінансових ринках вже в перші місяці 2014 р. (практично на старті пореформеного періоду) показав, що кількість угод, укладених на фондових біржах домінує над кількістю та вартістю позабіржових угод (табл. 2) [9]. За показником кількості угод превалював біржовий ринок корпоративних цінних паперів: лише протягом 15-19 вересня 2014р. було укладено понад 20 тис. угод. За вартісним обсягом переважають угоди, укладені щодо державних цінних паперів на біржовому ринку: в аналізованій тижневий період вересня 2014 р. обсяг цих угод досяг майже 10 млрд грн.

Угоди, укладені Розрахунковим центром на фондових біржах та поза фондовими біржами в окремі періоди 2014 р. [9]

Види ЦП	20.01.14 – 27.01.14		14.04.14 – 22.04.14		07.07.14 – 11.07.14		15.09.14 – 19.09.14	
	Кількість угод, шт.	Обсяг, млн грн.	Кількість угод, шт.	Обсяг, млн грн.	Кількість угод, шт.	Обсяг, млн грн.	Кількість угод, шт.	Обсяг, млн грн.
Угоди укладені на фондових біржах								
Державні	278	7473,4	285	4051,1	334	6820,3	485	9956,6
Корпоративні	11044	833,2	19256	464,3	13 558	650,1	20 002	1460,9
Угоди укладені поза фондовими біржами								
Державні	36	3313,8	61	2 885	29	2543	28	1064,4

В частині клірингової діяльності статистика 2014 р. має вигляд, представлений в табл. 3, яка демонструє поступове нарощення і цього виду діяльності РЦ: зростає кількість рахунків/субрахунків учасників клірингу, їх клієнтів, а також кореспондентських рахунків банків-кореспондентів.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Кількість відкритих клірингових рахунків
Розрахунковим центром в 2014 р. [9]

Види рахунків	Станом на			
	27.01.14	22.04.14	14.07.14	22.09.14
Клірингові рахунки/субрахунки учасників клірингу.	868	901	902	954
Клірингові субрахунки клієнтів учасників клірингу	786	998	1 076	1 215
Кореспондентські рахунки банків-кореспондентів	102	108	120	121

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Прийняття та реалізація Закону України «Про депозитарну систему України» сприяє інноваційному розвитку фінансового сектору економіки та усуненню донедавна існуючих прогалин законодавства України у сфері обліку прав власності на цінні папери (зокрема за рахунок ліквідації подвійних реєстрів акціонерів), а також запроваджує чіткі та прозорі механізми здійснення розрахунків за правочинами щодо цінних паперів.

Функції обліку цінних паперів і клірингу розділені відтепер між двома відповідними установами, ведеться один реєстр власників цінних паперів, що збільшує захист прав інвесторів та мінімізує їх ризики.

Це реальний шанс провести якісні зміни, які будуть мати позитивний вплив на інвестиційний клімат в державі й всю економіку країни. Впроваджена депозитарна модель відповідає міжнародній практиці. Як підсумок, має бути отримано уніфіковану і надійну систему, що вселить довіру іноземних інвесторів до українського фондового ринку.

Нова депозитарна система розпочала реально функціонувати. Однак, реформа ще не скінчилася. Існує ще цілий ряд проблем, пов'язаних із не актуалізованими рахунками у цінних паперах, передачею державних й муніципальних цінних паперів до центрального депозитарію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Курінний О. Світові депозитарні системи / О. Курінний // Ринок цінних паперів України. – 2009. – № 2-3. – С. 46-50.
2. Москвін С.О., Посполітак В.В., Хорунжий С.Г. Депозитарна діяльність: навчальний посібник / С.О. Москвін, В.В.Посполітак, С.Г.Хорунжий. – К.: АДС УМК-Центр, 2010. – 416 с.
3. Правила клірингу Публічного акціонерного товариства «Розрахунковий центр з обслуговування договорів на фінансових ринках»: рішення правління ПАТ «Розрахунковий центр з обслуговування договорів на фінансових ринках» № 35 від 10 вересня 2013 р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ausd.com.ua>.
4. Про депозитарну систему України: Закон України № 5178-VI від 6 липня 2012 р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
5. Про Національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні:

Закон України № 710/97-ВР від 10 грудня 1997 р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

6. Про цінні папери і фондову біржу: Закон України № 3480-IV від 23 лютого 2006 р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

7. Регламент проведення депозитарної діяльності Центрального депозитарію цінних паперів, затверджений рішенням правління ПАТ «НДУ» № 1/6 від 15 квітня 2014 р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csd.ua>.

8. Терещенко Г.М. Проблеми та перспективи розвитку Національної депозитарної системи як складової фондового ринку України / Г.М. Терещенко // Фінанси України. – 2006. – № 10. – С. 86-95.

9. www.ausd.com.ua.

10. www.csd.ua.

11. www.rada.gov.ua.

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Романовська Вікторія Миколаївна

студент-магістр

Ларіонова Катерина Леонідівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Хмельницький національний університет

Стаття присвячена дослідженню особливостей правового регулювання валютних операцій банківських установ в умовах економічної кризи та внесено пропозиції щодо подальшого вдосконалення нормативної бази.

Ключові слова: правове регулювання, валютні операції, валютне законодавство, Національний банк України, іноземна валюта, ліцензія, ліміт відкритої валютної позиції.

The article investigates peculiarities of legal regulation of foreign exchange transactions of banks in case of crisis and made proposals for further improving the regulatory framework.

Keywords: legal regulation, foreign exchange, currency legislation, the National Bank of Ukraine, foreign currency, license, the limit of open currency positions.

Постановка проблеми. У фінансовій діяльності незалежної суверенної України важливу роль відіграє валютне законодавство, за допомогою якого встановлюється правовий режим здійснення валютних операцій на території України, а оскільки валютні відносини наділені ознаками хаотичності, які гостро проявляють в нинішній економічній кризі, необхідність оптимізації регулювання міжбанківського валютного ринку викликана потребою ефективної організації валютних відносин.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми міжбанківського валютного ринку є вельми дискусійними і досліджуються у працях Портнкової Г., Щербакової О., Журавка Ф., Костюченка О., Шереметьєвої О. Однак, з подальшим поглибленням економічної кризи питання аналізу та удосконалення правового регулювання залишається досить актуальним.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз останніх змін нормативної бази щодо регулювання валютних операцій та висунення пропозицій щодо подальшого її вдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Під валютним регулюванням розуміють діяльність держави, спрямовану на регламентацію міжнародних розрахунків і порядку здійснення угод з валютними цінностями. Валютне регулювання в державі, будучи нормативним, здійснюється укладенням міжнародних валютних угод та виданням нормативних актів у сфері валютних відносин, відіграє значну роль у здійсненні державою відповідної валютної політики, в організації валютних відносин і визначення правового режиму операцій з валютними цінностями [9].

Одним з основних документів, який регулює операції з валютними цінностями, визначає статус валюти України як єдиного законного засобу розрахунків на всій території України, містить визначення понять,

якими оперує валютне законодавство, встановлює загальні принципи валютного регулювання: обов'язкове ліцензування при здійсненні валютних операцій, а також обов'язкове декларування валютних коштів, функції державних органів та установ кредитно-фінансового характеру при регулюванні та здійсненні валютних операцій, права та обов'язки суб'єктів валютних відносин, відповідальність за порушення валютного законодавства є Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19 лютого 1993 року [1].

Також, важливе значення для регулювання валютного ринку України мало ухвалення в 1999 році Закону України «Про Національний банк України», відповідно до якого Національний банк діє як уповноважена державна установа при застосуванні законодавства України про валютне регулювання і валютний контроль [3].

Також слід зазначити, що 6 листопада 2012 року вступив в дію Закон України № 5480-VI «Про внесення змін у деякі законодавчі акти України щодо розширення інструментів впливу на грошово-кредитний ринок», згідно з яким НБУ надається право тимчасово (на термін до 6 місяців) запроваджувати (з подальшим скасуванням після стабілізації ситуації на внутрішньому валютному ринку і урівноваження платіжного балансу України) норми про обов'язковий продаж частини надходжень в іноземній валюті. Крім того, згідно даного закону, НБУ має право тимчасово змінювати терміни розрахунків за операціями експорту та імпорту товарів [2]. Даний законопроект сприятиме тому, що грошові кошти резидентів в період погіршення стану платіжного балансу зможуть сприяти покращенню вітчизняної економіки за рахунок скорочення термінів інвестування (кредитування) економіки інших держав.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Ураховуючи суспільне політичне напруження, невизначеність щодо подальшого розвитку ситуації, а також беручи до уваги економічні проблеми, пов'язані з проведенням антитерористичної операції на території України, з метою врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України 22.09.2014 року Правлінням НБУ було затверджено Постанову № 591 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України», згідно якої надходження в іноземній валюті, зазначені в абзаці першому цього пункту, підлягають обов'язковому продажу на міжбанківському валютному ринку України, у тому числі безпосередньо Національному банку України, у розмірі 75 відсотків. Решта надходжень в іноземній валюті залишається в розпорядженні резидентів та нерезидентів і використовується ними відповідно до правил валютного регулювання [7].

Щодо фізичних осіб, то НБУ скасував вимогу щодо обов'язкового продажу на міжбанківському валютному ринку України надходжень із-за меж України в іноземній валюті на користь фізичних осіб. Відповідну Постанову № 423 Правління НБУ прийняло 15 липня 2014 р. згідно з постановою «іноземна валюта, переказана з-за кордону на користь фізичної особи-резидента і нерезидента для виплати готівкою без відкриття рахунку, може бути виплачена одержувачу в один операційний (робочий) день у сумі, що не перевищує в еквіваленті 150 000 гривень. Якщо сума переказу (переказів), що надійшов (надійшли) в один операційний (робочий) день, перевищує в еквіваленті 150 000 гривень, то банк такий переказ (перекази) у повній сумі зараховує на поточний рахунок в іноземній валюті отримувача»

Проте, згідно з Постановою НБУ від 03.03.2015 № 160 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» уповноважені банки зобов'язані обмежити видачу (отримання) готівкових коштів в іноземній валюті або банківських металів з поточних та депозитних рахунків клієнтів через каси та банкомати в межах до 15 000 гривень на добу на одного клієнта в еквіваленті за офіційним курсом Національного банку України [8].

Також згідно з цією Постановою дозволяється здійснювати операції з продажу готівкової іноземної валюти або банківських металів одній особі в один операційний (робочий) день у сумі, що не перевищує в еквіваленті 3 000 гривень у межах однієї банківської установи.

Окрім того, за дорученням фізичних осіб за межі України здійснюються перекази іноземної валюти за поточними валютними неторговельними операціями: без підтвердних документів з поточного рахунку в іноземній валюті або без його відкриття – на суму, що в еквіваленті не перевищує 15 000 гривень в один операційний (робочий) день.

Варто також зазначити, що з 03.03.2015 року по 03.06.2015 року Національний банк України заборонив зняття готівкових коштів в іноземній валюті з платіжних карт, тобто видача готівкових коштів у межах України за електронними платіжними засобами, що емітовані як ре-

зидентами, так і нерезидентами, здійснюється виключно в гривнях

Порядок ввезення, переказування і пересилання з-за кордону, а також вивезення, переказування і пересилання за кордон резидентами і нерезидентами валюти України визначає Національний банк України.

Національний банк України зобов'язаний здійснювати політику, спрямовану на підтримання валюти України, і з цією метою може виступати суб'єктом міжбанківського валютного ринку України. НБУ видає індивідуальні та генеральні ліцензії на здійснення валютних операцій, які підпадають під режим ліцензування згідно з Декретом Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю».

Безпосереднє здійснення операцій на міжбанківському валютному ринку дозволяється лише суб'єктам цього ринку: Національному банку України; уповноваженим банкам (комерційним банкам, які одержали ліцензію НБУ на право здійснення операцій з валютними цінностями); уповноваженим кредитно-фінансовим установам, які одержали ліцензію НБУ на здійснення операцій з валютними цінностями; валютним біржам.

Уповноважені банки та інші кредитно-фінансові установи, що одержали ліцензію НБУ, мають право:

- від свого імені купувати і продавати іноземну валюту на міжбанківському валютному ринку України за дорученням і за рахунок резидентів і нерезидентів;
- від свого імені і за свій рахунок купувати іноземну валюту готівкою у фізичних осіб – резидентів і нерезидентів, а також продавати її фізичним особам – резидентам [декрет].

Уповноважені банки та уповноважені установи, здійснюючи операції з купівлі-продажу іноземної валюти за власні кошти, зобов'язані, крім загальних правил, також додержуватися додаткових обмежень. Такі операції, зокрема, повинні здійснюватись тільки в межах ліміту відкритої валютної позиції, який визначає Національний банк України [4]. (рисунок 1).

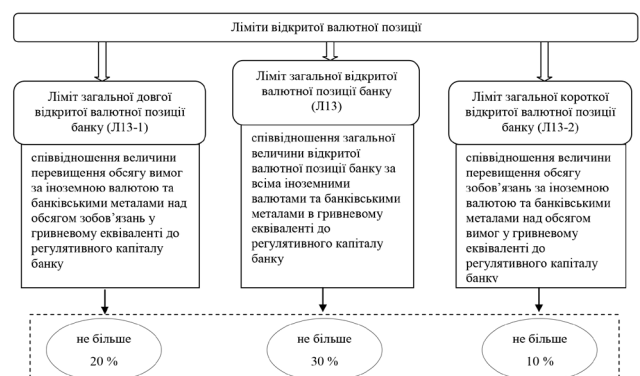


Рисунок 1 – Характеристика лімітів відкритої валютної позиції

Основні недоліки аналізу й контролю валютного ризику лише на базі встановлених лімітів валютної позиції полягають у такому:

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

- вищезазначені ліміти встановлюються на однаковому рівні для всіх валют, тоді як окремі валюти мають різну волатильність до гривні, і таким чином генерують різний рівень валютного ризику;
- ліміти валютної позиції фіксують розмір відкритої позиції на кінець робочого дня, тоді як банки, що активно займаються торговельними операціями з валютою, можуть мати значні відкриті позиції протягом цього дня, що на мінливих ринках може призвести до втрат при закритті цих позицій;
- банк може підтримувати відкриту позицію, яка буде на кінець кожного робочого в межах відповідних лімітів, протягом достатньо тривалого часу, що генеруватиме значний валютний ризик і потенційно може призвести до значних втрат капіталу;
- зазначені ліміти не фіксують розмір операційного ризику, пов'язаного з неадекватною системою контролю (порушення лімітів, помилки при укладанні та супроводженні угод, шахрайські дії і т.д.), а також низькою кваліфікацією спеціалістів.

Висновки. Отже, за результатами дослідження наведемо узагальнений перелік розглянутих нами основних та деяких додаткових нормативно-правових актів, що сприяють регулюванню валютних операцій банківських установ.(таблиця 1).

Таблиця 1
Нормативно-правові акти щодо регулюванню валютних операцій банківських установ

Основні нормативно-правові акти щодо регулюванню валютних операцій банківських установ
– Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19.02.1993
– Закон України «Про внесення змін у деякі законодавчі акти України щодо розширення інструментів впливу на грошово-кредитний ринок» від 06.11.2012
– Закону України «Про Національний банк України» від 20.05.1999
– Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000
– Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 23.09.1994
– Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000
– Постанова НБУ № 758 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» від 01.12.2014
– Положення НБУ № 306 «Про порядок реєстрації та ліцензування банків, відкриття відокремлених підрозділів» від 08.09.2011 р
– Постанова НБУ № 160 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» від 03.03.2015
– Постанова НБУ № 278 «Зміни до Інструкції про порядок організації та здійснення валютно-обмінних операцій на території України» від 11.08.2011 року
– Постанова Правління НБУ N 49 «Положення про валютний контроль» від 08.02.2000
– Постанова Правління НБУ № 591 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України» від 22.09.2014
– Постанова Правління НБУ № 423 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України» від 15.07.2014
– Постанова НБУ № 107 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України та встановлення лімітів відкритої валютної позиції банку» від 28.02.2009
– Постанова НБУ № 712 «Зміни до Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах» від 06.11.2014
– Інструкція НБУ «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні» від 28.08.2001

Таким чином, в даний час у зв'язку з коливаннями на ринку встановлення основних довгострокових норм та засобів регулювання є недоречним, проте коли ситуація в країні стабілізується є необхідність удосконалення нормативно-правової бази регулювання валютних відносин в Україні, одним із можливих напрямів вирішення проблеми правової регламентації валютних операцій українських комерційних банків є розробка та прийняття Банківського кодексу України, в якому були б детально врегульовані відносини між банківською установою та її клієнтами. Таким чином, вдасться обґрунтувати кон-

цептуальні підходи до вирішення проблем визначення та правового регулювання банківських валютних відносин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19.02.1993 № 15-93 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
2. Закон України «Про внесення змін у деякі законодавчі акти України щодо розширення інструментів впливу на грошово-кредитний ринок» № 5480-6 від 6.11.2012 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Закон України «Про Національний банк України» № 679-14 від 20.05.1999 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
4. Інструкція НБУ «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні» № 368 від 28.08.2001 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
5. Костюченко О.А. Банківське право України Підручник. - 3-тє вид / О.А Костюченко – К.: Видавництво А. С. К. , 2003. — 928 с.
6. Мацелик М. О. Фінансове право: [Текст] : навчальний посібник / М. О. Мацелик, Т. О. Мацелик, В. А. Пригоцький. - К.: Знання, 2011. - 815с.
7. Постанова НБУ «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України» № 591 від 22.09.2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
8. Постанова НБУ «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» № 160 від 03.03.2015 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
9. Шереметьєва О. Ю. Проблеми правового регулювання валютних ризиків / О.Ю. Шереметьєва // Адвокат. — 2004. — № 6. — С. 18-22.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСНОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сукч Олена Миколаївна

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Черкаського державного технологічного університету

Стаття присвячена розробці комплексної системи планування соціально-економічного розвитку регіону. У статті досліджено теоретичні аспекти програмно-цільового методу управління соціально-економічного розвитку регіону; комплексні програми як інструмент програмно-цільового методу управління соціально-економічним розвитком регіону; реалізації конкретних комплексних програм.

Ключові слова: бюджетна програма, комплексна програма, бюджетні ресурси, розвиток регіону, механізм реалізації програми.

The article is devoted to the development of an integrated system of planning of socioeconomic development of the region. Theoretical aspects of the program-oriented method of management over social and economic development in the region are considered in the article; complex programs as an instrument of the program-oriented management method of social and economic development of the region; the realization of the specific complex program.

Keywords: budget program, a comprehensive program, budgetary resources, the development of the region, the mechanism of implementation of the program.

Постановка проблеми. Загострення проблем фінансового забезпечення адміністративних одиниць України пов'язане з першочерговою необхідністю усунення нерівномірності фінансового забезпечення території, підтримкою соціально-економічної рівноваги, вдосконалення територіальної структури комунального господарства, забезпечення зайнятості населення та інше. У цих умовах виправдано використання таких ефективних методів дії на економіку як програмно-цільового планування бюджетів місцевого рівня, яке дозволяє вирішувати стратегічні проблеми розвитку адміністративної одиниці відповідно до єдиної політики держави.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. В Україні запровадження програмно-цільового планування було обумовлено ухваленням Бюджетного кодексу України [4], а також, інших законодавчих і нормативних документів, що регулюють основні принципи бюджетного програмування в нашій країні. При цьому на місцевому рівні не відбувається комплексного і системного становлення програмно-цільового методу планування.

До теперішнього часу в Україні накопичений значний досвід розробки бюджетних програм. Не дивлячись на відмінності в приналежності (державна, місцева), їх розробка повинна здійснюватись за єдиним методологічним принципом, а відмінності в методичних підходах до їх складання повинні бути зумовлені урахуванням специфіки особливостей розвитку відповідних територій.

Проблемам сучасного формування і виконання бюджетних програм присвячені роботи вітчизняних учених: Беседіна В.Ф. [3], Павлюк К.В. [6], Чугуно-

ва І.Я. [8], Федосова в.М. [9], а також російських учених: Афанасьєвой М.П. [1], Бараховського А.С. [2], Лаврова А.М. [5], Райзберга Б.А. [7] та інших.

Але, не дивлячись на значні досягнення в галузі дослідження бюджетних програм, не вирішеними залишаються питання пов'язані з реалізацією бюджетних програм місцевого рівня і підходів до формування комплексних бюджетних програм, направлених на забезпечення соціально-економічного розвитку адміністративної одиниці.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування методичних підходів побудови та реалізації комплексної бюджетної програм місцевого рівня.

Вклад основного матеріалу дослідження. Основою діяльності органів місцевого самоврядування є вирішення пріоритетних проблем, пов'язаних із створенням якісного, комфортного та безпечного середовища для населення адміністративної одиниці, про це переконливо свідчить сучасна практика державного устрою та вектор розвитку сучасної України, тенденції та реалії реформи місцевого самоврядування. Разом з тим, успішна реалізація своїх повноважень і функцій органами місцевого самоврядування в містах, включаючи й міста обласного підпорядкування, залежить від того, наскільки ефективно органи влади використовуватимуть наявні та отримані в їх розпорядження ресурси. З цією метою органи місцевого самоврядування в межах своїх повноважень встановлюють пріоритети, а на їх основі забезпечують комплексний розвиток основних галузей місцевого господарства, приватного сектора, і в першу чергу вдосконалення соціальної сфери на місцевому рівні.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Оптимізація управлінських рішень у галузі розвитку адміністративної одиниці має враховувати багато обставин та може здійснюватися різними способами й на різних етапах управлінського процесу. Найбільш важливими чинниками, які слід брати до уваги в процесі управління на місцевому рівні є:

- а) ресурсна база органу управління;
- б) соціальна відповідальність бізнесу, перш за все корпорацій, що володіють великими виробництвами;
- в) соціальна диференціація населення та його готовність до нововведень.

Ресурсна база, на яку може спиратися орган місцевого самоврядування складається з матеріально-технічних компонентів і фінансових коштів та людського потенціалу.

Вагомим є соціальна диференціація населення та його готовності до нововведень. Створення стійкого позитивного відношення до влади в значній частини електорату та участі населення в управлінні справами регіону та суспільства ефективніше, якщо органи державної влади вступають у діалогічні відносини із структурами цивільного суспільства адже вони мають такі засоби організації комунікативного діалогу, як розробка і ухвалення відповідних місцевих бюджетних програм і здійснення соціальних проектів.

З метою оптимального використання обмежених бюджетних ресурсів та максимального забезпечення нагальних потреб доцільно запровадити формування комплексної середньострокової бюджетної програми, що буде направлена на розв'язання одночасно декількох проблем місцевого рівня. Серед таких програм можуть бути програми соціального розвитку, зокрема, комплексна програма благоустрою пляжних територій та зон відпочинку, програма підтримки культурної сфери регіону тощо, а джерелами її фінансування можуть бути визначені кошти місцевого бюджету, трансферти з бюджетів інших рівнів, інвестиції, ресурси корпоративних структур та населення.

Основною метою формування комплексної програми є вирішення проблем розвитку окремої галузі чи адміністративної одиниці, забезпечення концентрації фінансових, матеріально-технічних, інших ресурсів, а також координації діяльності місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, територіальних органів міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій для розв'язання найважливіших проблем у випадку, якщо зазначені проблеми не можуть бути розв'язані в процесі їх поточної роботи.

Так, наприклад, програма благоустрою адміністративної одиниці дозволить розв'язати відразу декілька питань. По-перше: пляжні території є об'єктом комунальної власності міста. Програмою може бути передбачено облаштування території необхідним обладнанням та розміщення на ній об'єктів соціально-культурної сфери (кафе, водних атракціонів, тощо). Власники комерційних об'єктів, що будуть встановлені на визначеній території можуть виступати в ролі інвесторів

у розвиток комунального об'єкту на умовах пільгового оподаткування та ін.

Комплексна програма підтримки культурної сфери може передбачати виділення юридичним та фізичним особам земельних ділянок на пільгових умовах, які в свою чергу повинні забезпечити будівництво майданчиків відпочинку, будинків творчості, тощо.

Розробка запропонованих комплексних місцевих бюджетних програм є усвідомленою необхідністю, оскільки на сучасному етапі не повністю використовуються їх переваги як інструменту управління бюджетними витратами. До таких переваг віднесено:

- організаційна і фінансова участь приватних інвесторів в реалізації державних заходів;
- кількісний і вартісний вираз цілей і результатів місцевих бюджетних програм;
- призначення єдиного державного замовника по заходах схожої спрямованості;
- галузева і територіальна інтеграція бюджетних програм.

Формування та реалізація комплексної програми доцільно здійснювати в три етапи. Важливо відзначити, що кожен з етапів має своє принципове значення як для вироблення стратегії розвитку адміністративної одиниці, так і для майбутньої її успішної реалізації в цілому.

У ході реалізації першого етапу, організаційно-підготовчого етапу, робота має будуватися так:

1) створення робочої групи з питань бюджетної політики та комплексного планування розвитку. До складу робочої групи мають входити фахівці з бюджетного планування, керівництво адміністративної одиниці, представники підприємницьких структур, громадськість, як кінцевий користувач послуг що будуть реалізовуватись в ході виконання комплексної бюджетної програми місцевого рівня;

2) з метою професійної перепідготовки працівників органів місцевого самоврядування з урахуванням нових вимог комплексного планування та управління освітою, забезпечення єдиного методологічного підходу до постановки завдань по формуванню пріоритетів розвитку і визначенню «точок економічного зростання» для стратегічного планування, здійснити навчання держслужбовців, що залучаються до розробки комплексної бюджетної програми на місцевому рівні.

На другому, прогностико-аналітичному етапі, розробляється середньострокова комплексна бюджетна програма, що включає бюджетні програми різного підпорядкування, але направлені на досягнення єдиної мети.

На третьому, звітному етапі пропонуємо здійснювати самооцінку та внутрішній моніторинг реалізації комплексної бюджетної програми.

По суті, комплексна бюджетна програма місцевого рівня – це низка комплексів (автономних за формою, але гармонійно взаємозв'язаних за цілями й змістом), що направлені на досягнення єдиної мети забезпечення соціальних гарантій населення та сталого економічного розвитку адміністративної одиниці.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Формування та реалізація комплексної бюджетної програми відповідно до пріоритетів розвитку адміністративної одиниці дозволяє забезпечити стійкий соціально-економічний розвиток адміністративної одиниці, вирішення комплекс з трьох взаємозв'язаних стратегічних завдань:

1. Підвищення якості життя і безпеки життєдіяльності населення. Досягнення результатів у цій сфері припускає розвиток демографічної політики, рівня життя і зайнятості населення, екології, охорони здоров'я, освіти, культури, спорту, суспільній безпеці і інших.

2. Розвиток економічного потенціалу адміністративної одиниці, що припускає створення сприятливого соціально-економічного і правового клімату для господарюючих суб'єктів, зростання малого і середнього бізнесу, залучення інвестицій в економіку адміністративної одиниці.

3. Удосконалення системи управління місцевою освітою, орієнтованою на розвиток і вдосконалення діяльності органів місцевого самоврядування, реформування муніципальних фінансів, ефективне управління територіальною власністю.

Основною умовою реалізації Комплексної бюджетної програми місцевого рівня є залучення в економіку і соціальну сферу адміністративної одиниці достатніх фінансових ресурсів.

Як основний принцип формування системи програмних заходів і визначення об'ємів їх фінансування доцільно використовувати принцип пріоритетної необхідності і обґрунтованої достатності. У результаті в Комплексну програму включаються лише пріоритетні заходи, необхідність реалізації яких пов'язана з базовими центрами розвитку основних галузей життєзабезпечення адміністративної одиниці. При цьому обсяги необхідного фінансування заходів Комплексної бюджетної програми будуть визначені виходячи з об'єктивної обґрунтованої потреби, яка на сьогоднішній день у деякій мірі перевищує фінансові можливості бюджету адміністративної одиниці в частині спрямування засобів на здійснення капітальних вкладень і бюджетних інвестицій у розвиток економіки адміністративної одиниці. Це дозволить, з одного боку, виділити і включити в Комплексну бюджетну програму дійсно необхідні та першочергові для розвитку міста заходи, з іншого – реально обґрунтовані необхідні для їх реалізації фінансові ресурси. Невідповідність необхідних і наявних обсягів коштів міського бюджету дозволить визначити перспективні завдання нарощування власних доходів бюджету міста та залучення зовнішніх державних і корпоративних інвестицій.

Кожна бюджетна програма у складі комплексної, оцінюється системою кількісних і якісних показників ефективності кінцевих результатів, де оцінюються економічні, соціальні, науково-технічні, екологічні та інші ефекти, що повною мірою відображають корисність (очікувану, отриману) реалізації програми, ефективність обслуговування нею відповідних користувачів. Розрізняють показники прямого ефекту (результат від реалізації

програми); перерозподіленого ефекту (дія програми на аналогові сфери діяльності); повного ефекту (сума прямого і перерозподіленого ефекту). Показники ефекту програми можуть бути як абсолютними, так і порівняльними (обчислюються як приріст в порівнянні з початком здійснення програми). Для характеристики кінцевих результатів можуть бути використані також показники, що відображають відношення ефекту до витрат.

На підставі відібраних програм уточнюється й деталізується кінцева мета комплексної бюджетної програми місцевого рівня. Для забезпечення досягнення кінцевої мети формується комплекс підцілей. Забезпечується співставність цілей і підцілей по масштабу й значенню. Уточнення цілей здійснюється за допомогою експертів. Цілі комплексної програми будуються відповідно до суті програмної проблеми. Вважаємо, що доцільно опрацювати ієрархічну структуру цілей і завдань програми з тим, щоб побудувати «дерево цілей». Здійснюється розрахунок потреби в усіх видах ресурсів, встановлюються способи їх покриття.

Оцінюються кінцеві економічні і соціальні результати, ефективність комплексної програми в цілому. Обґрунтовуються пропозиції по складу виконавців та їх повноважень, програмним завданням і термінам виконання.

Розрахунково-обґрунтована програма разом із заходами щодо організаційно-планового супроводу, який включає механізм управління програмою на різних етапах її реалізації, системою заходів і відповідальності розробників за окремими етапами може бути представлена як складова Програми соціально-регіонального розвитку регіону і включена в перелік бюджетних програм місцевого бюджету.

Результативність комплексної місцевої бюджетної програми, що буде реалізовуватись на місцевому рівні доцільно визначати за двома напрямками: за напрямками реалізації програми та за напрямками оцінки.

Програми, що будуть включені до комплексної місцевої програми повинні відповідати таким вимогам: вимірність – показник піддається виміру в незмінних одиницях; обґрунтованість – показник відбиває максимально повно те, що необхідно оцінити; однозначність – показник має чітке, загальноприйняте визначення й одиниці виміру; стійкість – у ході оцінки доступні часові (динамічні) зрізи даних по показнику; доступність – дані, необхідні для розрахунку показника, доступні в традиційних джерелах інформації; досяжність – поставлене цільове значення показника може бути досягнуте з використанням наявних ресурсів; прив'язаність до певного звітного періоду; специфічність і конкретність – показник відноситься до конкретної організації чи програми.

Отже, ефективність реалізації комплексної програми передбачає:

- вибір показників та оцінка соціального ефекту (у натуральній/умовній або грошовій формі);
- оцінка витрат, пов'язаних з досягненням соціального ефекту;

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

- розрахунок інтегрального критерію.

Для вирішення поставленого завдання пропонуємо схему реалізації комплексної бюджетної програми місцевого рівня, у якій усі програми, які мають бути профінансовані в поточному році, групуються за напрямками, визначається їх економічна цінність, доцільність фінансування та ефект від їх реалізації (рис. 1).

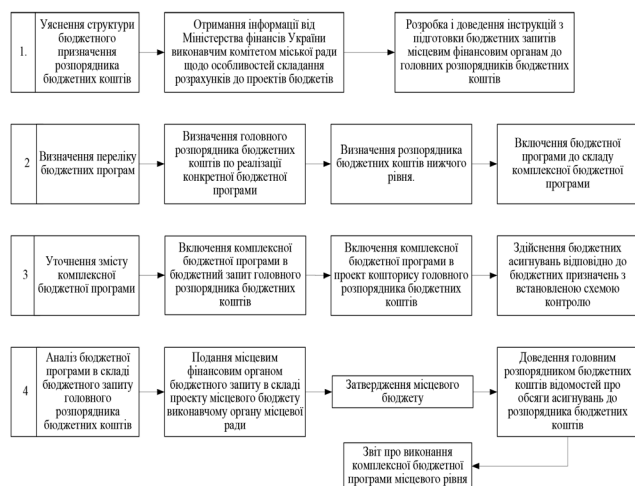


Рис. 1. Схема реалізації комплексної програми місцевого рівня

Реалізація комплексної бюджетної програми, що відображає запропонована схема, – це досить тривалий шлях, який вимагає знання бюджетного законодавства, активних дій по лобюванню відповідних проектів як на державному, так і на місцевому рівні. Відповідно до схеми визначено, що бюджетна програма є комплексним документом, що використовується для плану діяльності головних розпорядників бюджетних коштів; напрацювання бюджетного запиту розпорядником коштів; формування кошторисів установ, закладів або заходів; напрацювання перспектив розвитку бюджетного закладу; прийняття рішення місцевими органами влади про включення програми до проекту рішення про місцевий бюджет.

Висновки. Отже, реалізація комплексної програми передбачає розв'язання низки проблем регіонального значення, а й відповідно потребує залучення не лише бюджетних ресурсів а й інших можливих джерел. Досліджене питання, на наш погляд, є актуальним та потребує подальшого дослідження та впровадження у практичну діяльність місцевих органів влади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєва М.П. Взаимосвязь аудита эффективности и финансового анализа / М.П. Афанасьєва // Финансовый контроль. – 2003. – № 4. – С. 51–56.
2. Бараховский А. С. Основы внедрения методов бюджетирования, ориентированного на результат, в условиях казначейской системы исполнения бюджета / А.С. Бараховский. – М.: РОХОС, 2004. – 261 с.

3. Бесєдін В. Ф. Прогнозування і розробка програм. / Науково-дослідний економічний інститут / В.Ф. Бесєдін. – К.: Науковий світ, 2000. – 468 с.

4. Бюджетный кодекс Украины. – К.: Атика, 2010. – 105 с.

5. Лавров А.М. Среднесрочное бюджетирование / А.М. Лавров // Финансы. – 2005. – № 6. – С. 62–67.

6. Павлюк К.В. Проблемы розвитку програмно-цільового методу у бюджетному процесі / К.В. Павлюк // Наукові праці НДФІ. – Вип. 4(33). – 2005. – С. 42–54.

7. Райзберг Б.А. Программно-целевое планирование и управление: учебник / Б.А. Райзберг, А.Г. Лобко – М.: ИНФРА-М, 2002. – 428 с.

8. Чугунов І.Я. Розвиток програмно-цільового методу планування бюджету / І. Я. Чугунов, І.В. Запатріна // Фінанси України. – 2008. – № 5 – С. 3–14.

9. Федосов В.М. Сутність і проблематика бюджетування: українські реалії / В.М. Федосов, Т.С. Бабич // Фінанси України. – 2008. – № 1. – С. 3–23.

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Східницька Г. В.

к.е.н., в.о. доцента кафедри фінансів і кредиту

Львівського національного аграрного університету

Анотація. У статті розглянуто необхідність фінансового оздоровлення підприємств в сучасних умовах господарювання. Для реалізації фінансового оздоровлення в збиткових підприємствах запропоновано використовувати стратегічний підхід з метою встановлення перспективних цілей розвитку таких суб'єктів господарювання. Виокремлено основні напрями стратегічного фінансового оздоровлення кризових підприємств.

Ключові слова: фінансове оздоровлення, стратегія, стратегічне фінансове оздоровлення, кризові підприємства, фінансові ризики.

Annotation. The article deals with the need for financial recovery companies in the modern business environment. To implement the financial recovery in unprofitable businesses use strategic approach proposed to establish long-term goals of such entities. Author determined basic directions of strategic financial crisis recovery companies.

Key words: financial improvement, strategy, strategic financial recovery, enterprise crisis, financial risks.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Стан вітчизняної економіки на сучасному етапі ринкових відносин, що характеризується невизначеністю господарської діяльності, складним і суперечливим характером трансформаційних процесів, обумовлює необхідність реорганізації систем і механізмів управління фінансами підприємств. Суттєво підвищується значимість забезпечення фінансової стійкості підприємств як ключового фактора їх функціонування та розвитку.

Як підказує практика, фінансово стабільні вітчизняні підприємства орієнтовані на адаптацію до складних ринкових умов господарювання, виявлення і оптимальне використання своїх конкурентних переваг на ринку, збільшення своєї ринкової вартості. Однак, значна частина вітчизняних підприємств в даний час знаходиться в кризовому стані, що пов'язане не стільки з дефіцитом фінансових коштів, скільки з низьким рівнем фінансового менеджменту і відсутністю обґрунтованих фінансових стратегій.

Сучасний стан управління фінансами підприємств перешкоджає подальшому просуванню реформ в Україні, негативно впливає на всі складові фінансової системи країни та її економічний потенціал. На цій основі завдання нинішнього етапу розвитку економіки визначають особливі вимоги до фінансового оздоровлення збиткових підприємств.

Пріоритетний характер набуває проблема створення стратегій та засобів, за допомогою використання яких можливе часткове фінансове оздоровлення кризових підприємств. Вирішення цієї проблеми вимагає якнайшвидшого поглиблення теоретичних досліджень,

присвячених стратегічному підходу до фінансового оздоровлення підприємств, які функціонують на межі банкрутства, розробки практичних напрямів забезпечення цього процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий вплив на розвиток теорії і практики фінансового оздоровлення та покращення підприємницької діяльності внесли дослідження сучасних західних дослідників П. Л. Бернстайна, Э. Боді, Р. Брейлі, Дж. Стігліца, Дж. Ван Хорна і ін. Авторами вказаних досліджень визначені роль і місце фінансових відносин у процесі фінансової діяльності, проаналізовані аспекти прийняття фінансових та інвестиційних рішень, планування фінансової діяльності, а також розроблені і апробовані на практиці методики оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання.

Теоретичні і практичні аспекти оцінки фінансової стійкості підприємств, способів їх фінансового оздоровлення, а також можливість адаптації зарубіжних моделей оцінки рівня фінансової спроможності підприємств в сучасних умовах належним чином функціонувати, окреслені в наукових дослідженнях російських вчених М. Балабанова, Е. Бикової, С. Ковальова, Е.Негашева, Д. Шеремети.

Велике значення у дослідженні даної проблеми відіграло ознайомлення з науковими публікаціями таких учених, як А. Гончарів та О. Жарковська, в яких розкриваються різні складові процесу фінансового оздоровлення економічно і фінансово нестійких підприємств, що впливають на кінцеві результати діяльності суб'єктів господарювання, а також пропонуються програми їх фінансового оздоровлення.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

У ряді наукових робіт А. Глухова [1], С. Глуценка [2, С.7-11], О. Демченка [3], В. Красношапки [6], А. Крутіка [7, С. 152-154] проблема фінансового оздоровлення кризових підприємств розглядається в контексті антикризового управління.

Однак, вивчення вказаної проблеми дає підстави зробити висновок про те, що, не дивлячись на велику наукову і практичну цінність проведених досліджень та обґрунтовані в них методики оцінки рівня фінансової спроможності підприємств характеризуються відсутністю єдиного комплексного підходу до аналізу даної проблеми стосовно збиткових підприємств і тому потребують доопрацювання.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Метою даної роботи є обґрунтування стратегічного підходу до фінансового оздоровлення підприємств в сучасних умовах ринкових перетворень і виокремлення основних напрямів забезпечення стратегічного фінансового оздоровлення кризових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Фінансова система підприємства, з одного боку, входить до складу системи вищого рангу (фінансової системи суспільства), а з іншого боку, є часткою економічної системи підприємства і, у свою чергу, включає велику кількість локальних систем (підсистем). Вона не є замкнутою, а відкритою системою, спираючись на власні ресурси, функціонує і розвивається за допомогою взаємодії із зовнішнім середовищем. Функціональна спрямованість фінансових відносин є ефективністю, що забезпечує їх, як в середині фінансової системи підприємства, так і в зовнішньому середовищі.

З позицій стратегічного підходу до фінансового оздоровлення підприємств слід звернути увагу на те, що для своєчасного виявлення ознак кризового стану та усунення руйнівного впливу негативних факторів на фінансову систему, необхідно на стадії розробки загальної фінансової стратегії враховувати як її складову стратегію фінансового оздоровлення, яка повинна базуватися на наступних принципах:

- забезпечення альтернативності стратегічного фінансового вибору;
- облік відкритості фінансової системи підприємства;
- облік базових стратегій діяльності підприємства;
- диференціація ознак кризового стану за ступенем небезпеки для фінансового розвитку підприємства;
- рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства;
- постійна готовності до реагування на появу ознак кризового гостану підприємства.

Парадигма стратегічного управління фінансовою діяльністю виходить із встановлення перспективних цілей розвитку фінансових відносин і розкриття об'єктивних і стійких взаємозв'язків між зазначеними цілями та засобами їх досягнення.

Система стратегічних цілей повинна забезпечувати:

- вибір найбільш ефективних напрямів фінансового оздоровлення;
- формування необхідного обсягу фінансових ресурсів і оптимізації їх складу;
- найбільш оптимальний рівень фінансових ризиків в процесі здійснення оздоровчих заходів, спрямованих на оздоровлення здатності вирішення поточних завдань і всіх функцій фінансової системи підприємства.

Стратегічне фінансове оздоровлення кризових підприємств слід проводити за наступними напрямками:

1. Мобілізація фінансово-інвестиційних ресурсів. Збиткове підприємство, як правило, втрачає можливість безперешкодно залучати фінансово-інвестиційні ресурси для технологічного та організаційного оновлення виробництва. Тому мобілізація цих ресурсів за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел сприятиме процесу фінансового оздоровлення такого підприємства.

2. Оптимізація структури капіталу. Співвідношення позикових і власних коштів підприємства є одним із критеріїв його фінансової стійкості. Діяльність будь-якого підприємства, орієнтованого на зростання ринкової вартості, в сприятливих умовах супроводжується випереджаючим зростанням власного капіталу. Однак, відсутність або низька частка позикового капіталу знижує можливості підприємства, обмежуючи зростання позитивного фінансового результату. Оздоровлення здатності регулювання фінансових потоків з метою їх оптимізації також є важливим елементом фінансового оздоровлення кризового підприємства.

3. Підвищення платоспроможності та ліквідності. Втрата підприємством здатності платити за своїми зобов'язаннями свідчить про його фінансову неспроможність. Отже, система заходів, спрямованих на зростання його платоспроможності та ліквідності, може сприяти його фінансовому оздоровленню.

4. Зростання позитивних фінансових результатів. Підтримання високого рівня платоспроможності та ліквідності підприємства при не ефективному розподілі грошових доходів і надходжень по всіх стадіях господарського кругообігу може стати причиною зниження прибутку підприємства. Тому система заходів по збільшенні фінансових результатів при систематичному контролі показників платоспроможності та ліквідності, сприятиме ефективному функціонуванню локальних ланок фінансової системи підприємства і відновленню фінансової стійкості.

Висновки з даного дослідження. З метою підвищення ефективності процесу стратегічного фінансового оздоровлення необхідно здійснювати періодичний контроль реалізації обраної стратегії фінансового оздоровлення на основі розрахунку та оцінки комплексу показників, обумовлених відповідною базовою стратегією фінансового оздоровлення. Це слугитиме основою недопущення поступового зникнення з ринкових позицій підприємств, які ще не в змозі на рівних правах конкуру-

вати з іншими підприємствами суміжних галузей, а також забезпечить поступовий розвиток збиткових суб'єктів господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Глухов А. Ю. Розробка заходів фінансового оздоровлення підприємств в умовах кризи / А. Ю. Глухов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58281.doc.htm.

2. Глущенко С. В. Особливості заходів фінансового оздоровлення (санації) суб'єктів економіки. – Наукові записки. Том 107. Економічні науки. – 2010 – С.7-11.

3. Демченко О. В. Фінансове оздоровлення сільськогосподарських підприємств в умовах кредитної рестрикції / О. В. Демченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.innoveconom.in.ua/archive/innEco_2-40/66.pdf.

4. Зятковський І. В. Фінансове оздоровлення підприємств: теорія і практика: моногр. / Зятковський І.В. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 344 с.

5. Коваленко М. А., Лобанова Н. В. Оцінка ефективності санації підприємств / Коваленко М. А., Лобанова Н. В. // Фінанси України. – 2010. – № 3. – С.147-151.

6. Красношарпа В. В. Фінансові стратегії у контексті антикризового управління / В. В. Красношарпа, О. В. Моргун. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nauka.com.ua/?op.=18z=1834.

7. Крутик А. Б. Антикризисный менеджмент: Превентивные методы управления / А. Б. Крутик, А. И. Муравьев. – СПб.: Питер, 2001. – 430 с. 10. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: моногр. / О.О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 268 с.

8. Шолудько О. В. Основні підходи до оздоровлення сільськогосподарських підприємств / О. В. Шолудько, О. В. Грицина. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe.

КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

Титарчук І.М.

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів

Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Волинець Іванна Василівна

Студентка ОКР «Магістр»

Спеціалізація «Фінансова аналітика у сфері бізнесу»

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м Київ

Стаття присвячена дослідженню кредитної діяльності банків. В статті визначено роль та місце кредитних операцій банку, розглянуто шляхи стимулювання вітчизняного підприємництва шляхом залучення банківського капіталу. Аналіз існуючої системи банківського кредитування в Україні, яку виконано на матеріалах ПАТ «ПроКредит Банк».

The article investigates the credit activities of banks. The article defines the role and place of credit transactions examined by stimulating domestic business by bringing the bank capital. Analysis of the existing system of bank lending in Ukraine, which is made on the materials PJSC «ProCredit Bank».

Ключові слова: банківський кредит, кредитні відносини, кредитна діяльність, кредитні операції, класифікація кредитів, форми кредитування.

Keywords: bank loans, credit relations, credit activity, credit operations, credit classification, form of lending.

Постановка проблеми. На сьогодні банківський кредит являється головним джерелом забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери господарювання. Він є незамінною базою капіталовкладень, тому кредитні відносини мають забезпечувати прогресивний розвиток вітчизняного товаровиробника.

Разом з тим, однією з головних проблем кредитної діяльності є досить високий ризик здійснюваних кредитних операцій. На це впливають такі основні фактори:

- незадовільний фінансовий стан більшості суб'єктів підприємництва;
- законодавча недосконалість питань захисту інтересів кредитора від кредитних ризиків;
- відсутність висококваліфікованих кадрів у цій сфері діяльності та інше.

Кожній фінансово-кредитній установі саме кредитні операції приносять найбільші доходи і від того, наскільки правильно будуть обрані методи і дотримані умови кредитування, в значній мірі, залежить результат кредитної операції. Необхідність застосування нових методів і підходів до вдосконалення кредитної діяльності банків обумовлює актуальність обраної теми статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади та деякі практичні аспекти функціонування банківських інституцій, зокрема комерційних банків, в умовах становлення ринкової економіки висвітлили в своїх наукових працях такі вчені як Васюренко О.В.,

Воронової Л.К., Жарій Я. В., Жучкова С.В., Загорський В.С., Ковальов, О.П., Крупка М.І., Лаврушин О.І., Лобода, Д.Л., Міщенко В. І., Мороз А.Н., Олійник В.О. Савлук М.І., Сало І.В., Скаско О.І., Шепіль, О.О. та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наведені вище вчені розглядають коло проблем, які виникають в процесі взаємодії банківських установ та їх клієнтів, рекомендують свої шляхи розв'язку існуючих труднощів. Однак, в їх публікаціях залишається мало висвітленою проблема аналізу та оцінки ресурсів комерційного банку, які використовуються для активізації підприємництва, а саме проблема стимулювання вітчизняного підприємництва шляхом залучення банківського капіталу, необхідність цього процесу та можливості його поширення в рамках всієї національної економіки України.

Ціль статті. На основі викладеного можна сформулювати ціль статті, яка полягає в розробці пропозицій щодо подальшого вдосконалення банківського кредитування в Україні. Це передбачає впровадження перспективних напрямків і надання конкретних пропозицій з питань вдосконалення здійснення кредитної діяльності комерційними банками на основі опрацювання теоретичних матеріалів, розкриття діючої практики організації кредитних операцій в банках і здійсненого аналізу.

Вклад основного матеріалу дослідження. Кредитна діяльність сучасних комерційних банків досить багатогранна і включає різні форми та види позичок, на-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

даних юридичним або фізичним особам для одержання доходів, а також банківські послуги кредитного характеру [2].

Кредити банківської системи, надані суб'єктам підприємницької діяльності, за галузями економіки станом на кінець 2013 року розподілились так:

- позички, спрямовані в промисловість, — 40,0%;
- торгівлю та громадське харчування — 35,8%;
- сільське господарство — 6,6%;
- транспорт — 3,4%;
- будівництво — 2,4%;
- інші галузі народного господарства — 11,8% [11].

У таблиці 1. розглянуто такий розподіл на прикладі ПАТ «ПроКредит Банк» (табл. 1). Якщо звернутись до структури кредитного портфеля ПАТ «ПроКредит Банк», то протягом 2013 року 49% портфеля припадає на кредити клієнтам, основною діяльністю яких є торговельні і посередницькі операції і 21% – кредитування сільського господарства. Слід зазначити, що даний підхід – досить виправданий у поточній ситуації, тому що саме ці 2 сфери діяльності потребують в поточний період найбільше фінансових ресурсів для стабільного і динамічного й функціонування. Помітно те, що ПАТ «ПроКредит Банк» взяв курс на збільшення частки сільськогосподарських підприємств у загальному портфелі банку. Тільки за останні три роки число таких позичальників зросло майже на половину і зайняло чільне місце в структурі всього кредитного портфеля (21% у 2013 році).

Таблиця 1.

Структура кредитного портфеля по галузевій класифікації ПАТ «ПроКредит Банк»

Класифікація позичальників по галузях основній діяльності	Період					
	01.01.2012		01.01.2013		01.01.2014	
	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%
Торгівля	327895	20	831980	50	948908	49
Сільське господарство	265840	17	311646	19	398323	21
Виробництво	119530	8	158482	10	179256	9
Сфера послуг	81133	5	146080	9	178911	9
Транспорт зв'язок	60034	4	129828	8	176602	9
Фізичні особи	737426	45	57379	3	30984	2
Інші	20551	1	16218	1	16945	1
Всього кредитів та авансів клієнтам	1641086	100	1651613	100	1930001	100

У той час дана класифікація досить умовна, тому що досить важко визначити галузеву приналежність діяльності позичальника.

Протягом 2013 року у структурі кредитного портфеля спостерігається значна перевага кредитів з заставним забезпеченням майном (усього 82%), особливо транспортними засобами □ 35,3% та об'єктами іншої, ніж житлова нерухомість - 30,3% від усіх кредитів у портфелі. Слід зазначити, що інші форми забезпечення – поручительство, гарантії, а також застава фінансових засобів, у т.ч. і на рахунках банку в сукупності забезпечують 5% портфеля. А бланкові, тобто незабезпечені кредити становлять 13% від усього портфеля.

Згідно з чинним законодавством комерційні банки надають своїм клієнтам різні види кредитів, які можна класифікувати за різними ознаками. Єдиних світових

стандартів при їхній класифікації не існує [5]. У кожній країні є свої особливості. В Україні кредити класифікуються в залежності від:

- галузевої спрямованості;
- об'єктів кредитування;
- його забезпеченості;
- терміновості кредитування та ін [2].

ПАТ «ПроКредит Банк» входить до групи однієї менних банків, що діють в 22-х країнах світу. Акціонери банку - міжнародні фінансові організації і компанії, такі як Європейський банк реконструкції і розвитку; Міжнародна фінансова корпорація; Німецько-український фонд. Почав роботу в Україні в лютому 2001 року як банк, що надає кредити представникам мікро-, малого та середнього бізнесу [8].

Основні показники діяльності ПАТ «ПроКредит Банк» свідчать про її динамічний характер протягом останніх трьох років. Не дивлячись на незначне зменшення активів на 2,4% та скорочення зобов'язань банку на 5,5% в 2013 році, в ПАТ «ПроКредит Банк» спостерігається значне збільшення прибутку на більш ніж 370% в порівнянні з 2011 роком, що, без сумнівів, є позитивним для досліджуваного банку. Загальний обсяг капіталу має тенденцію до збільшення, про що свідчить його підвищення на 24% на кінець 2013 року. Показник статутного капіталу протягом останніх трьох років зберіг своє значення на рівні 298,3 млн. грн.

Станом на 01.01.2014 р. банк мав в портфелі 13 760 кредитів на загальну суму 1930 млн. грн., що перевищує показник 2011 року на 5,8 процентних пунктів. Протягом 2013 року банк обслуговувалося 168051 клієнтів, з яких 23 523 – суб'єкти господарювання, 144 511 – фізичних осіб. Крім того, певну питому вагу (12,7%) зобов'язань банку складають довгострокові кредити, які отримані від міжнародних та інших фінансових організацій – 253, 493 млн. грн.

В 2013 році, незважаючи на відносно несприятливі макроекономічні умови, банк ефективно здійснював діяльність, досягнувши добрих фінансових результатів та підтримував на протязі всього року стабільну позицію з ліквідності. При цьому, суттєвих змін у фінансово-господарській діяльності Банку не відбулося, склад акціонерів залишався незмінним, статутний капітал знаходився на рівні попередніх двох років.

Разом з тим, наведене дослідження показало, що на структуру кредитного портфелю головним чином впливає висока ризиковість здійснюваних кредитних операцій. Таким чином, можна запропонувати наступні шляхи вдосконалення та розвитку кредитної діяльності в Україні:

- запровадження нових видів банківських продуктів для фізичних осіб з орієнтацією на найменш захищені верстви населення;
- створення програми з кредитування підприємств, які бажають створити власну справу (кредитування стартового капіталу);
- стимулювання потенційних клієнтів для отримання кредиту саме в комерційних банках шляхом

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

впровадження диференціації рівня процентних ставок відповідно до результатів аналітичної роботи стосовно кожного індивідуального позичальника та відповідно до умов позичкової операції, визначених у процесі структурування кредиту;

– розширення складу фінансових коефіцієнтів, які використовуються банком для аналізу кредитоспроможності позичальника, що дає можливість отримати різнобічну оцінку його господарської діяльності та у певній мірі нівелювати розбіжності, що можуть виникати між прогнозованими і фактичними тенденціями, що складаються у процесі індивідуального відтворення;

– вдосконалення роботи щодо оцінки ділової репутації клієнта;

– розроблення мінімального переліку необхідних документів для оформлення кредиту та скорочення часу отримання кредиту;

– акцентування уваги та роз'яснення на значимих аспектах кредитної угоди;

– постійне залучення клієнтів шляхом проведення рекламних акцій та презентацій;

– створення позитивного образу банку для клієнтів.

Висновки і пропозиції. Реалізація наведених рекомендацій та впровадження досвіду здійснення банківських операцій щодо надання банківських кредитів дозволить ПАТ «ПроКредит Банк» комфортно почуватися в ситуації, що склалася на грошово-кредитно-ринку України.

Таким чином, для ефективної співпраці комерційних банків і суб'єктів господарювання, банки повинні змінити свої традиційні загальні підходи до кредитування і застосовувати індивідуальний підхід до кожного позичальника, врахувавши потреби кожного сектора економіки та можливості погашення для окремого позичальника. У цьому плані банкам варто звернути увагу на зарубіжні кредитні технології, які розробляють для кожного позичальника індивідуально, залежно від оцінки позичальника, кредитної історії, його доходів, потреб у кредитних ресурсах та особливостей сфери його діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Жучкова С. Організація управління діяльністю банків в Україні / С. Жучкова // Персонал.-2009.- 782с.

2. Жарій Я. В. Особливості управління діяльністю комерційного банку в умовах фінансової кризи / Я. В. Жарій // Вісник ЧДТУ. - 2009. - 363с.

3. Крупка М.І. Тенденції та проблеми формування ринку кредитних послуг в Україні / М.І. Крупка, О.І. Скаско // Вісник НБУ. – 20012. – 332с.

4. Ковальов, О.П. Методологія управління кредитними // Формування ринкових відносин в Україні (укр.). – 2011. – 336с.

5. Лобода, Д.Л. Аналіз зарубіжних методик расчета портфельних кредитних ризиків // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 9:

Збірник наукових праць: Наукове видання.-Суми: Мрія-1 ЛТД; УАБС, 2014. – 374 с.

6. Міщенко В. І. Ліквідність банківської системи України: Науково-аналітичні матеріали / В. І. Міщенко, А. В. Сомик. – К.: Національний банк України; Центр наукових досліджень, 2013. – 180 с.

7. Скаско О. І. Удосконалення механізмів обліку кредитних операцій банку / О. Скаско // Формування ринкової економіки в Україні. // УДК 336.711.65 – 2009-Вип. 19. С. 430–433

8. Шепіль, О.О. Методика сценарного аналізу портфельного кредитного ризику банку // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: погляд у майбутнє : матеріали XV студентської науково-практичної конференції. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 312с.

9. <http://www.aub.com.ua>. – Офіційний сайт Асоціації українських банків

10. <http://www.bank.gov.ua> – офіційний сайт Національного банку України;

11. <http://www.procreditbank.com.ua> – Офіційний сайт ПАТ «ПроКредит Банк»;

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Толкачєва Елена Георгиевна,

к.э.н., доцент кафедры банковского дела, анализа и аудита

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Аннотация: В статье предложена система показателей оценки финансового риска субъекта хозяйствования, позволяющая изучить вероятность возникновения угроз в ходе реализации финансовой политики. Данный аналитический инструментарий может быть использован как внешними, так и внутренними субъектами анализа.

Abstract: In article the system of indicators of an assessment of financial risk of the subject of managing allowing to study probability of emergence of threats during realization of financial policy is offered. These analytical tools can be used by both external, and internal subjects of the analysis.

Ключевые слова: финансовый риск, критерии оценки риска, источники финансирования, финансовая устойчивость, диагностика.

Key words: financial risk, criteria of an assessment of risk, financing sources, financial stability, diagnostics

В условиях динамичного развития экономики, стохастичности рынка и постоянно нарастающей конкурентной борьбы возрастает роль и значимость оценки рисков в процессе управления субъектом хозяйствования. Проблема исследования рисков хозяйственной деятельности организации является актуальной как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Методика анализа рисков организации представляет большой интерес не только для оценки деятельности ее партнеров, но и для собственной самооценки, осуществляемой с точки зрения внешних пользователей информации.

Вопросами идентификации показателей для оценки финансового риска уделялось внимание со стороны отечественных и зарубежных авторов, в частности Гапоненко А.Л. [2], Григорьевой Т.И. [3], Ефимовой О.В. [1], Жарылгасовой Б.Т. [4], Когденко В.Г. [5], Любушкина Н.П. [6], Маркарбян Э.А. [7], Савицкой Г.В. [8]. Однако обзор, систематизация и обобщение публикаций по вопросам анализа, оценки и управления риском показывают, что до настоящего момента не разработан инструментарий количественной оценки хозяйственного риска, отсутствуют научно-обоснованные рекомендации границ допустимости уровня риска для конкретных ситуаций, что и определило целевой характер написания статьи.

Финансовый риск зависит от неопределенности, связанной с политикой организации в области привлечения, размещения и использования финансовых ресурсов, обусловлен стоимостью источников финансирования и инвестиционной привлекательностью субъекта хозяйствования.

Основными факторами, определяющими финансовую политику организации, являются:

структура и динамика источников финансиро-

вания. Чем больше долгосрочных источников финансирования (собственного капитала и долгосрочных обязательств), тем выше финансовая устойчивость организации. При этом должно выполняться следующее неравенство, когда темпы роста собственного капитала ($Tr_{СК}$) и активов (Tr_A) должны быть выше темпа роста обязательств организации (Tr_O):

$$Tr_{СК} \geq Tr_A \geq Tr_O \quad (1)$$

Соблюдение данного соотношения свидетельствует о наращивании собственного капитала и повышении его долевого участия в активах организации, что влечет укрепление ее финансовой устойчивости;

структура активов организации. Чем больше долгосрочных активов и ниже оборачиваемость всего имущества, тем больше потребность в долгосрочных источниках финансирования, тем меньше величина собственных оборотных средств, а следовательно, ниже финансовая устойчивость организации;

соответствие состава и структуры активов и источников финансирования по абсолютным значениям, удельным весам в итоге баланса и срокам оборачиваемости. Оптимальным считается соотношение, когда собственный капитал и долгосрочные обязательства являются источниками финансирования активов с длительным сроком использования, а краткосрочные обязательства – активов с коротким сроком использования. При этом скорость обращения краткосрочных активов должна быть выше скорости привлечения краткосрочных обязательств в оборот организации, что позволит своевременно рассчитываться по расчетам с кредиторами, по кредитам и займам;

цена привлекаемых источников финансирования и ее соотношение с рентабельностью активов. Чем

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

выше рентабельность активов, тем доступнее кредитные ресурсы для организации.

Финансовый риск организации связан с риском потери платежеспособности и падения ее финансовой устойчивости. Риск неплатежеспособности субъектов хозяйствования возрастает при следующих условиях: когда коэффициенты текущей ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами имеют значения ниже нормативных значений; увеличивается доля просроченной кредиторской задолженности; замедляется оборачиваемость краткосрочных активов; возрастает период погашения задолженности дебиторами и как следствие кредиторской задолженности.

Риск падения финансовой устойчивости организации увеличивается вследствие отсутствия или недостаточности собственных оборотных средств, роста убытков, замедления времени обращения краткосрочных активов, что приводит к увеличению потребности в дополнительных источниках финансирования операционного цикла.

Оценить финансовый риск организации предлагается на основе использования следующей системы показателей:

Коэффициент капитализации (отношение долгосрочных и краткосрочных обязательств к собственному капиталу) – по мере увеличения соотношения между заемными и собственными средствами ожесточаются условия кредитования организации, растет вероятность ее банкротства и финансовый риск;

Дифференциал финансового рычага – повышение данного показателя (разности между рентабельностью активов и процентной ставкой за кредит) свидетельствует о возможности организации дополнительно привлекать банковские кредиты без ущерба получить отрицательный финансовый результат, что является мерилом низкого финансового риска;

Коэффициент текущей ликвидности (отношение краткосрочных активов к краткосрочным обязательствам) – чем выше значения этого коэффициента, тем выше ликвидность организации, т.е. возможность субъекта хозяйствования в перспективе погасить краткосрочные обязательства за счет средств полученных от реализации краткосрочных активов по балансовой стоимости, что снижает риск потери платежеспособности и банкротства. Однако, следует отметить, что для отнесения организации к той или иной категории по уровню финансового риска, кроме соответствия коэффициента текущей ликвидности значениям указанным в таблице 1, должны быть выдержаны следующие соотношения темпов изменения выручки от реализации товаров (Tr_B), краткосрочных активов (Tr_{KA}) и краткосрочных обязательств (Tr_{KO}) [9]:

– для организаций с низким риском –
 $Tr_B \geq Tr_{KA} \geq Tr_{KO}$;
– для организаций с умеренным (средним) риском –
 $Tr_{KA} \geq Tr_B \geq Tr_{KO}$;
– для организаций с высоким риском –
 $Tr_{KA} \geq Tr_{KO} \geq Tr_B$ или $Tr_{KA} \geq Tr_{KO} \geq Tr_B$;

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (отношение собственных оборотных средств к краткосрочным активам) – рост данного коэффициента свидетельствует о сокращении финансового риска. Основная проблема «неблагополучных» организаций состоит именно в отсутствии собственных оборотных средств или в их незначительной сумме. И наоборот, чем большая часть краткосрочных активов обеспечена собственными финансовыми ресурсами, тем уверенней организация противостоит воздействию негативных факторов внешней финансовой среды. Собственные оборотные средства необходимы для поддержания финансовой устойчивости организации, поскольку превышение краткосрочных активов над краткосрочными обязательствами означает, что организация не только может погасить свои краткосрочные обязательства, но и имеет собственные финансовые ресурсы для расширения своей деятельности в будущем;

Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (отношение долгосрочных и краткосрочных обязательств к итогу баланса) – слишком большое привлечение заемных средств для формирования активов организации уменьшает ее финансовую самостоятельность, а потому препятствует развитию, что повышает уровень ее риска;

Время погашения дебиторской задолженности (отношение средней величины дебиторской задолженности к однодневной выручке от реализации продукции, товаров, работ, услуг) – замедление сроков погашения дебиторской задолженности приводит к увеличению потребности в кредитах, росту расходов по оплате процентов по ним, а, следовательно, к снижению прибыли и увеличению уровня риска;

Коэффициент возврата на полный капитал. Данный коэффициент определяется как отношение суммы чистой прибыли и процентов, уплаченных за кредит, скорректированных на ставку налога на прибыль к средней стоимости активов, умноженное на 100%. Он характеризует отдачу активов, сформированных как за счет собственных источников финансирования, так и за счет кредитов банка. Повышение данного коэффициента свидетельствует об эффективности управления активами организации, что снижает уровень финансового риска;

Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала, умноженное на 100%) – рост показателя свидетельствует о повышении результативности использования собственных финансовых ресурсов и инвестиционной привлекательности организации, что сокращает уровень финансового риска.

Шкала оценки финансового риска приведена в таблице 1.

Таким образом, предлагаемый инструментальный анализ финансового риска даёт возможность оценить уровень рискованности организации в процессе управления финансовыми ресурсами. Разработанная шкала критериев оценки финансового риска позволяет уско-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ритель диагностику финансовой политики субъекта хозяйствования и однозначно оценить степень его риска (низкий, умеренный, высокий). Данный методический инструментарий может быть адаптирован к деятельности субъектов хозяйствования с учётом их организационно-экономических и отраслевых особенностей.

Таблица 1
Примерные критерии оценки финансового риска организации

Показатель	Низкий риск	Умеренный (средний) риск	Высокий риск
1. Коэффициент текущей ликвидности	более 1,201	1,001 – 1,200	менее 1,000
2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	более 0,101	0,001 – 0,100	менее 0,001
3. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	до 0,500	0,501 – 0,600	более 0,601
4. Коэффициент финансовой независимости	более 0,501	0,401 – 0,500	менее 0,400
5. Коэффициент капитализации	до 0,800	0,801 – 1,000	более 1,000
6. Соотношения темпов роста выручки от реализации товаров (Tr_B), остатков краткосрочных активов (Tr_{KA}) и краткосрочных обязательств (Tr_{KO})	$Tr_B \geq Tr_{KA} \geq Tr_{KO}$	$Tr_{KA} \geq Tr_B \geq Tr_{KO}$	$Tr_{KO} \geq Tr_{KA} \geq Tr_B$ или $Tr_{KA} \geq Tr_{KO} \geq Tr_B$
7. Соотношения темпов роста остатков собственного капитала (Tr_{CK}), активов (Tr_A) и обязательств организации (Tr_O)	$Tr_{CK} \geq Tr_A \geq Tr_O$	$Tr_A \geq Tr_{CK} \geq Tr_O$	$Tr_O \geq Tr_A \geq Tr_{CK}$ или $Tr_O \geq Tr_{CK} \geq Tr_A$
8. Соотношения темпов роста чистой прибыли ($Tr_{чп}$), средней величины собственного капитала ($Tr_{СК}$) и средней стоимости активов (Tr_A)	$Tr_{чп} \geq Tr_{СК} \geq Tr_A$	$Tr_{СК} \geq Tr_{чп} \geq Tr_A$	$Tr_A \geq Tr_{СК} \geq Tr_{чп}$ или $Tr_A \geq Tr_{чп} \geq Tr_{СК}$
9. Соотношения темпов роста прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг ($Tr_{п}$), выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (Tr_B) и средней стоимости активов (Tr_A)	$Tr_{п} \geq Tr_B \geq Tr_A$	$Tr_B \geq Tr_{п} \geq Tr_A$	$Tr_A \geq Tr_B \geq Tr_{п}$ или $Tr_A \geq Tr_{п} \geq Tr_B$
10. Время погашения дебиторской задолженности, дни	до 10,0	10,1 – 15,0	более 15,1
11. Рентабельность собственного капитала, %	более 2,01	0,01 – 2,00	менее 0,00
12. Коэффициент возврата на полный капитал, %	более 2,51	1,01 – 2,5	менее 1,00

Примечание. – Источник: собственная разработка

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ финансовой отчетности [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. – Электрон. дан. и прогр. – М. : Омега-Л, 2011.
2. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление : учеб. для вузов / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2010.
3. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз : учеб. для вузов / Т.И. Григорьева. – М.: Юрайт, 2011.
4. Жарылгасова Б.Т. Анализ финансовой отчетности : учеб. для вузов / Б.Т. Жарылгасова. – М. : Омега-Л, 2011.
5. Когденко В.Г. Экономический анализ [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / В.Г. Когденко. – Электрон. дан. и прогр. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
6. Любушкин Н.П. Экономический анализ [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / Н.П. Любушкин. – Электрон. дан. и прогр. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
7. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – Электрон. дан. и прогр. – М.: КноРус, 2011.
8. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности : метод. аспекты / Г.В. Савицкая. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 272 с.
9. Толкачёва Е. Г. Методические аспекты комплексной оценки рисков в торговле / Е. Г. Толкачёва // Бухгалтерский учёт и анализ. – 2010. - №8. – С. 3-6.

ЗАСТОСУВАННЯ ГІДРОТЕРМІЧНИХ ІНДЕКСІВ ПРИ СТРАХУВАННІ ВРОЖАЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР

Томашевський Юрій Михайлович,

к.е.н., в.о. доцента кафедри фінансів і кредиту,

Львівський національний аграрний університет

Анотація. Стаття присвячена обґрунтуванню теоретико-методологічних пропозицій і практичних рекомендацій щодо удосконалення і підвищення ефективності чинної практики системи страхування врожаю сільськогосподарських культур. Запропоновано використання економічно обґрунтованого підходу здійснення страхування в рослинництві, зокрема, застосування гідротермічного індексу в якості впливу рівня рівномірності у часі атмосферної вологості та температури на врожайність озимої пшениці.

Ключові слова: природно-кліматичний ризик, сільськогосподарські культури, страховий захист сільськогосподарських підприємств, індексне страхування, державне субсидування сільськогосподарського страхування, страховий ринок, система страхування.

Annotation. Article is devoted to the substantiation of theoretical and methodological proposals and practical advices in regard to improve and enhance the efficiency of insurance system of agricultural crops. The working out of new insurance product of insurance of agricultural crops has been substantiated. The classification of agricultural risks has been improved. The proposals for improving insurance defense of producing crop production from natural and climatic risks with regard to foreign experience have been worked out.

Keywords: natural-climatic risk, agriculture crops, insurance protection of agricultural enterprises, index insurance, state subsidies for agricultural.

Постановка проблеми. Страхування є одним з найдієвіших засобом забезпечення захисту майнових прав та інтересів суб'єктів господарювання у сільсько-му господарстві. Оскільки виробництво сільськогосподарської продукції значною мірою залежить від природно-кліматичних умов, що безпосередньо впливають на якість та обсяги одержаного врожаю, нагальною в цих умовах стає необхідність страхування сільськогосподарських культур від таких несприятливих погодно-кліматичних умов, як заморозків, злив, сильних дощів, повеней, граду тощо. Тому страховий захист врожаю сільськогосподарських культур та подальше удосконалення системи страхування є актуальною проблемою, розв'язання якої дозволить підвищити конкурентоспроможність товаровиробників і зростанню продовольчої безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань організації і розвитку страхування присвячені праці вітчизняних і зарубіжних учених-економістів. Зокрема, проблемами страхування врожаю сільськогосподарських культур, присвятили свої праці: В. Д. Базилевич, К. Г. Воблий, Н. М. Внукова, О. О. Гаманкова, О. Є. Гудзь, П. А. Лайко, С. А. Навроцький, С. С. Осадець, С. Д. Пушак, Р. П. Смоленюк, та ін. Проте питання використання новітніх практик та методик агрострахування в сучасних умовах вимагає дедалі більшої уваги. Тому, порівняння різних методів здійснення страхування врожаю сільськогосподарських культур та

виокремлення найбільш ефективних в розрізі певних регіонів є актуальним і вимагає подальшого дослідження з метою практичного застосування.

Постановка завдання.

Традиційне страхування врожаю, що забезпечує відшкодування збитків окремому суб'єкту, переважно пов'язане із значними адміністративними витратами (моніторингом за діяльністю підприємства, оцінкою збитків, стандартизацією контрактів тощо). Як зазначає професор Гудзь О.Є., воно також потребує значних інвестицій для проведення актуарних розрахунків, а також в моніторинг урожайності в господарствах аби запобігти великим втратам [1, с. 75]. Крім того, класичне страхування врожаю пов'язане зі значними ризиками (природно-кліматичними, виробничо-технічними, фінансово-комерційними та політико-правовими), які можуть відбутися одночасно, а тому вимагають додаткових витрат на проведення перестрахування. Зазначені додаткові витрати можуть бути досить значними для країни, яка має незначний досвід або взагалі не має досвіду надання послуг страхування такого типу, заявляє професор Дема Д. І. [2, с. 286-287]. Отже, традиційне страхування врожаю не можна вважати цілком прийнятним для України в сучасних умовах розвитку ринкових відносин. Тому, завданням даної статті є представлення результатів дослідження можливостей використання погодних індексів, з метою удосконалення страхування врожайності сільськогосподарських культур від несприятливих при-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

родно-кліматичних явищ з урахуванням рівня рівномірності впливу природних властивостей.

Виклад основного матеріалу. Одним із методів страхування урожаю сільськогосподарських культур від погодно-кліматичних ризиків, який зменшує додаткові витрати, є страхування на основі погодніх індексів. При цьому страхові виплати встановлюються за допомогою об'єктивного параметра – певної комбінації низки пов'язаних з погодою метричних показників, зокрема, кількість опадів, вологість ґрунту та їх рівномірності у часі. Страхування на основі погодніх індексів, на нашу думку, є найбільш придатним для сільськогосподарського виробництва в регіонах України, де поширені втрати врожаю внаслідок посухи, надмірного зволоження, вимерзання тощо. При цьому, витрати на моніторинг страхування на основі погодніх індексів, як зазначають вчені економісти Лайко П.А. та Пушак С.Д., є меншими, оскільки немає необхідності у визначенні обсягу збитків на рівні окремого господарства [3, с. 224; 4, с. 295-296]. Інформація про погодні умови на певний час однаково доступна як застрахованій особі, так і страховикові, на відміну від традиційного страхування на рівні окремого господарства, де виробник завжди більше обізнаний про врожай, ніж страховик [4, с. 296]. Тому, страхування із застосуванням погодніх індексів може бути економічно вигіднішою альтернативою класичному страхуванню врожаю сільськогосподарських культур, яке допомагає уникненню проблем, пов'язаних з ризиком матеріальної шкоди.

Однією з основних культур у Львівській області є озима пшениця. Життєвий цикл озимої пшениці складається з таких фенологічних фаз як сходи, проростання, кушніння, вихід у трубку, колосіння, цвітіння і стиглість. Як стверджує Шолойко А.С., кожна стадія розвитку пов'язана з морфологічними змінами у фізіології рослин та висуває свої вимоги до погодніх умов для оптимального росту і стиглості культури [5, с. 162-163]. Однак, у більшості випадках агрокліматичні ресурси Львівської області не достатньо повно відповідають цим вимогам. Зокрема, середня температура січня -5°C , липня від $+18^{\circ}\text{C}$ у центральній частині області та до $+12^{\circ}\text{C}$ в горах. Річна кількість опадів складає 750–1000 мм. Тобто, у Львівській області переважає помірно-континентальний клімат.

Аналіз показників врожайності озимої пшениці у Львівській області свідчить про значні коливання врожайності в регіоні в розрізі низки років та відображає вплив агрокліматичних ризиків, властивих цій галузі. Для виробництва озимої пшениці в регіоні найбільшим ризиком, у порядку зменшення значимості, є надмірне зволоження, вимокання, вимерзання, град і пожежі. Водночас поширення шкідників більшість виробників вважає керованим ризиком. Тому, в регіоні, як зазначає Навроцький С.А., безумовно є потенціал, необхідний для реалізації страхування на основі погодніх індексів [6, с. 66].

Основним фактором, який перешкоджає отриманню високих врожаїв озимої пшениці у Львівській

області, є надлишкова волога в ґрунті і в повітрі під час періоду вегетативного розвитку, хоча середня урожайність в Україні за минулий рік становила 33,6 ц/га [10]. Зокрема, всі райони області стикаються з частими дощами. Ймовірність сильної і середньої зволоженості в регіоні в період вегетації складає 15-20% і, відповідно, 40-50%. Перший критичний період, в якому формування врожаю озимої пшениці дуже чутливий до надлишку вологи – це період від виходу в трубку до фази колосіння. За оцінками Українського гідрометеорологічного центру оптимальна потреба озимої пшениці у воді під час цієї стадії, порівняно з кліматичними умовами цього періоду в області, становить 80%. Другий критичний період для озимої пшениці – це фази від колосіння до молочної стиглості. Велика кількість вологи в цей період є безпосередньою причиною гниття коренів і стебла та вилягання культури (рис.1).

Надмірна вологість характеризується значними опадами і низькою температурою атмосферного повітря, що шкодить вегетації рослин і сприяє істотному зниженню врожайності (рис.2).

З метою зменшення невідповідності між страховими продуктами, що пропонуються в даний час та ризиками виробництва, з якими стикаються виробники, розроблений індекс оцінки ризиків надмірної вологи, який охоплює період від середини квітня по червень. Зокрема, велика кількість дощів, що випадає нерівномірно в часі, сприяє надлишковій зволоженості ґрунту та призводить до надмірного постачання рослин вологою, а отже, до їх передчасного в'янення і загибелі. Погодні умови, які характеризуються тривалим дощовим періодом, низькою температурою повітря і його високою вологістю, на практиці визначають за допомогою гідротермічного коефіцієнту [7, с. 11; 8, с. 340]. Водночас агрокліматичні умови Львівської області здебільшого характеризуються періодичною зміною тривалих дощів та зниженням температури періодом високої температури і засушливості. Тому гідротермічний коефіцієнт недостатньо повно відображає вплив погодніх умов на урожайність окремих культур. З метою більш повного визначення впливу погодніх умов на урожайність сільськогосподарських культур необхідно враховувати не лише загальну (середню) вологість і температуру, але і їх рівень рівномірності упродовж певного періоду.

Вплив вологості і температури на урожайність певних культур з врахуванням рівня їх рівномірності пропонуємо визначати за допомогою гідротермічного індексу (ГТІ), за формулою 1:

$$\text{ГТІ} = \frac{\sum R (15 \text{ квітня} - \text{червень})}{0,1 \times \sum T (15 \text{ квітня} - \text{червень})} \times \frac{\sum R_{\text{ф}} - \sum R_{\text{о}}}{\sum R_{\text{о}}} \times \frac{\sum T_{\text{ф}} - \sum T_{\text{о}}}{\sum T_{\text{о}}} \quad (1)$$

де R – середньодобова кількість опадів; T – середньодобова температура; R_ф – фактична середньодобова кількість опадів для вирощування озимої пшениці; R_о – оптимальна середньодобова кількість опадів для вирощування озимої пшениці; T_ф – фактична середньодобова температура вирощування озимої пшениці; T_о –

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

оптимальна середньодобова температура вирощування озимої пшениці.

Гідротермічний індекс можна застосовувати для періодів, коли середньодобові температури стабілізуються на рівні понад +10°C. Зазвичай, у Львівській області цей період починається з 15 квітня. Умови, необхідні для отримання відмінного врожаю, спостерігаються при гідротермічному індексі рівному 1,0-1,4. Якщо ГТІ більше або дорівнює 1,6 – врожайність знижується в результаті надмірної вологості. Якщо ГТІ менше або дорівнює 0,6 – рослини пригнічуються в результаті посушливих умов.

За нашими дослідженнями, виробники озимої пшениці витрачають переважно 10 тис. грн. на гектар виробничих витрат і витрат на матеріально-технічні ресурси упродовж всього періоду вегетації культури. Для покриття витрат на виробництво і матеріально-технічні ресурси потрібно встановити ліміт договору страхування від заморозання, який охоплює період з середини квітня по червень, на рівні 10 тис. грн. на застрахований гектар. У випадку повної загибелі врожаю внаслідок завищеної зволоженості (наприклад, у разі ГТІ > 2,1), виробнику буде відшкодовано 10 тис. грн. на застрахований гектар, щоб компенсувати втрати. Інтервал вимірювання індексу цього страхового договору можна встановити за показниками Українського гідрометеорологічного центру. Залежність величини страхових виплат на гектар посіву озимої пшениці від гідротермічного індексу наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Інтервал вимірювання гідротермічного індексу

Гідротермічний індекс	Страхові виплати на гектар посіву культури
1,61-1,65	2000 грн. (20% втрат)
1,66-1,70	3000 грн. (30% втрат)
1,71-1,75	4000 грн. (40% втрат)
1,76-1,80	5000 грн. (50% втрат)
1,81-1,85	6000 грн. (60% втрат)
1,86-1,90	7000 грн. (70% втрат)
1,91-1,95	8000 грн. (80% втрат)
1,96-2,00	9000 грн. (90% втрат)
□ 2,01	10000 грн. (100% втрат)

Джерело: запропоновано автором на основі власних досліджень

У разі часткової загибелі врожаю внаслідок надмірних дощів (наприклад, ГТІ дорівнюватиме 1,79), виробнику буде відшкодовано 5 тис. грн. на застрахований гектар для відшкодування 50% втрати врожаю і, отже, його інвестицій. У разі ще більшої вологості (наприклад, в випадку ГТІ – 1,97), виробнику буде відшкодовано 9 тис. грн. на застрахований гектар для відшкодування 90% втрати врожаю. Зміни залежності величини страхових виплат від гідротермічного індексу наведено на рис. 1.

Укладання страхових договорів з врахуванням гідротермічного індексу має здійснюватися на основі використання даних найближчої метеостанції Українського гідрометеорологічного центру для забезпечення найкращого можливого страхового покриття для товаровиробника. Так, розвиток мережі спостережень за метеоумовами може бути обмежувальним фактором для застосування цього виду страхування в регіонах, де немає метеостанції [9, с. 92; 10].

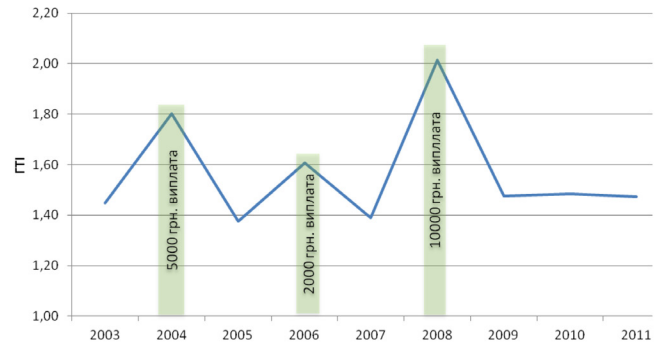


Рис 1. – Гідротермічний індекс та пов'язані з ним виплати відшкодувань (гіпотетична модель)

Джерело: на основі власних досліджень

Перевага страхових договорів на основі погодних індексів полягає в тому, що, беручи до уваги об'єктивний характер погодного індексу, такі договори можуть бути швидко застраховані та перестраховані учасниками міжнародного погодного ринку. А даний страховий продукт буде найбільш придатним для сільськогосподарських підприємств Львівщини.

Висновки. Удосконалення страхування врожаю сільськогосподарських культур із застосуванням гідротермічних індексів дозволяє зробити такі висновки: по-перше, на врожайність сільськогосподарських культур значний вплив здійснюють погодні умови, а традиційні страхові продукти з їхніми недоліками, недостатньо повно задовольняють потреби сільськогосподарських підприємств у страховому захисті. По-друге, застосування гідротермічних індексів з врахуванням рівня рівномірності впливу погодних властивостей сприятиме підвищенню об'єктивності погодного страхування, яке є простішим та зрозумілішим за інші страхові продукти (мультиризикове страхування, страхування окремих ризиків, страхування від повної та часткової загибелі тощо) та знизить рівень зловживань та підвищить швидкість страхових відшкодувань. По-третє, спростить доступ страхувальників до страхування сільськогосподарських культур завдяки зниженню адміністративних витрат на моніторинг і оцінку збитків, а також здешевить дане страхування за рахунок більших обсягів страхування і стандартизації контрактів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гудзь О. Є. Страхування агроризиків та напрями розвитку агрострахування в Україні / О. Є. Гудзь // Економіка АПК. – 2006. - №8. – С. 72-76.
2. Дема Д.І. Аналіз та перспективи розвитку страхування природнокліматичних ризиків в рослинництві / Д.І. Дема // Вісник ЖНАЕУ, - №1(26), – 2010, С.285-293.
3. Лайко П. А. Страхування природно-кліматичних ризиків у рослинництві: монографія / П. А. Лайко, С.Д. Пушак // К. : ННЦ Інститут аграрної економіки, 2009. – 320 с.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

4. Пушак С. Д. Індексне страхування сільськогосподарських культур / С. Д. Пушак // Наук. вісник Нац. аграр. ун-ту. – 2006. – Вип. 102. – С. 292 – 297.

5. Шолойко А.С. Класичні та індексні страхові продукти для галузі рослинництва / А.С. Шолойко // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 3. – С. 161 – 165.

6. Навроцький С. А. Шляхи вдосконалення сільськогосподарського страхування / С. А. Навроцький // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т.Шевченка : Сер. Економіка. – 2002. - № 60-61. – С. 66-67.

7. Селянинов Г.Т. Агроклиматическая карта мира. – Л.: 1966. – 12 с.

8. Сельско-хозяйственный энциклопедический словарь / Главный редактор: В. К. Месяц. — М.: Советская энциклопедия, 1989. – 540 с.

9. Смоленюк Р.П. Актуальні питання страхового захисту в сільському господарстві / Р. П. Смоленюк // Регіональні перспективи: наук.-практ. журнал. – Полтава. 2001. №2-3 (15-16), – С. 91 – 93.

10. Агрострахование в Украине: Анализ работы и перспективы развития – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :URL http://www.agroinsurance.com/ru/agribusiness_insurance/?pid=2496. – Назва з екрана.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ

Усков Игорь Валерьевич, д.э.н., профессор кафедры финансов и кредита
Национальной академии природоохранного и курортного строительства,
г. Симферополь

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МЕСТНЫХ ФИНАНСОВ В УКРАИНЕ

Особенности становления бюджетного регулирования в системе местных финансов. У статті розкрито сутність і роль бюджетного регулювання в умовах трансформації системи місцевих фінансів. Розроблені і запропоновані комплексні напрями і етапи щодо розвитку механізму бюджетного регулювання.

Ключові слова: місцеві фінанси, органи місцевої самоврядуності, фінансові ресурси, механізм організації місцевих фінансів, місцеві бюджети.

Особенности становления бюджетного регулирования в системе местных финансов. В статье раскрыта сущность и роль бюджетного регулирования в условиях трансформации системы местных финансов. Разработаны и предложены комплексные направления и этапы по развитию механизма бюджетного регулирования.

Ключевые слова: местные финансы, органы местного самоуправления, финансовые ресурсы, механизм организации местных финансов, местные бюджеты.

Features of becoming of the budgetary adjusting are in the system of local finances. In the article essence and role of the budgetary adjusting is exposed in the conditions of transformation of the system of local finances. Developed and offered complex directions and stages on development of mechanism of the budgetary adjusting.

Keywords: local finances, organs of local self-government, financial resources, mechanism of organization of local finances, local budgets.

Постановка проблеми. В условия трансформації економіки України, єе євроінтеграційного курсу розвитку система бюджетного регулювання повинна бути направлена на забезпечення ефективного і раціонального вирівнювання доходного і расходного потенціалу територіальних образований, забезпечення обґрунтованого розподілу доходних джерел і расходних повноважень між рівнями бюджетів. Механізм бюджетного регулювання повинен сприяти регулюванню соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць, забезпечувати стимулювання розвитку податкового потенціалу місцевих органів влади.

Бюджетне регулювання сприяє фінансово самодостаточному розвитку територіальних образований, направлено на збільшення виробничої і невиробничої сфер на місцевому рівні, розвиток малого і середнього бізнесу, збільшення обсягу інвестиційних ресурсів як на регіональному, так і на внутрішньорегіональному рівнях. С допомогою системи бюджетного регулювання досягається узгодження ключових питань в області бюджету і податкового навантаження між рівнями державної і місцевої влади, створюються фонди, направлені на забезпечення горизонтального

фінансового регулювання бюджетної забезпеченості територіальних образований.

Проблемам становлення і розвитку механізму бюджетного регулювання присвячені роботи наступних учених: Т.Г. Бондарук [1], Т.І. Ефименко [2], Л.В. Лисяк [3], І.О. Луїна [4], Ц.Г. Огонь [5], В.М. Опарин [6], К.В. Павлюк [7], І.Я. Чугунов [8], С.І. Юрій, В.М. Федосов [9].

При цьому, незважаючи на значительні роботи в області розвитку механізму бюджетного регулювання залишаються значительна кількість проблем, пов'язаних з встановленням ефективних методів і напрямків розвитку цього механізму в умовах трансформації системи місцевих фінансів.

Постановка задачі. Метою статті є визначення основних комплексних і взаємопов'язаних напрямків по розвитку механізму бюджетного регулювання в умовах проводимої бюджетної децентралізації, створення фінансово самостійних органів місцевого самоуправління.

Результати. В основу бюджетного регулювання, покладено розмежування доходів і витрат між рівнями бюджетної системи, здійснювані в відповідності з розподілом повноважень органів госу-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

дарственной исполнительной власти и местного самоуправления. Разграничение доходов, осуществляемое на единых подходах для бюджетов соответствующего уровня, не даёт возможности полностью сбалансировать все бюджеты по причине объективных отличий в формировании доходов и объемах расходов бюджетов различных территорий. С целью обеспечения сбалансированности бюджетов применяется бюджетное регулирование (вертикальное и горизонтальное бюджетное выравнивание).

Бюджетное регулирование позволяет создать необходимых исходных условий для достижения сбалансированности всех звеньев бюджетной системы с учетом возлагаемых на них расходных полномочий при соблюдении минимальных государственных социальных стандартов, исходя из имеющегося доходного потенциала территорий и необходимости стимулирования расширения ими собственной доходной базы.

При недостаточности реализации указанной цели собственных (закрепленных) доходов вышестоящие органы власти осуществляют бюджетное регулирование через систему взаимосвязанных форм вертикального и горизонтального выравнивания бюджетов нижестоящих органов власти. В связи с этим залогом эффективного функционирования модели межбюджетных отношений является наличие научно обоснованных форм и методов вертикального и горизонтального бюджетного выравнивания.

В экономической литературе отсутствует единый подход по определению понятия “бюджетное регулирование”. Часто его отождествляют с понятием “межбюджетные отношения”.

Т.Г. Бондарук определяет бюджетное регулирование как процесс сбалансирования доходов и расходов бюджетов разных уровней, которые входят в бюджетную систему по вертикали и горизонтали [1, с. 228].

К.В. Павлюк бюджетное регулирование рассматривает как систему взаимосвязанных методов, способов, правовых норм формирования, распределения бюджетных ресурсов для сбалансирования интересов общества и граждан в процессе экономического и социального развития [7, с. 342].

И.О. Лунина рассматривая понятия “бюджетное регулирование” и “межбюджетные отношения”, приходит к выводу, что понятие “бюджетное регулирование” является составляющим элементом и подчинено понятию “межбюджетные отношения” [4, с. 53].

И.Я. Чугунов считает, что сущностью “бюджетного регулирования” проявляется в разработке основных направлений формирования и использования бюджетных средств, исходя из необходимости решения задач, которые стоят перед обществом на определённом этапе его развития [8, с. 3].

Анализ различных точек зрения на значение и роль бюджетного регулирования в системе межбюджетных отношений позволил автору диссертации предположить, что бюджетное регулирование – понятие более узкое, чем межбюджетные отношения. С нашей точки зрения бюджетное регулирование необходимо рассма-

тривать как систему взаимосвязанных методов, способов, правовых норм формирования, распределения, перераспределения бюджетных ресурсов для сбалансирования интересов общества и граждан в процессе экономического и социального развития.

Бюджетное регулирование предусматривает сбалансирование нижестоящих бюджетов (до минимального уровня) посредством распределения средств между бюджетами в форме нормативных отчислений от регулирующих налогов, выделения трансфертов, дотаций, субвенций и другой финансовой помощи. Именно в процессе бюджетного регулирования возникают межбюджетные отношения. Однако межбюджетные отношения не ограничиваются бюджетным регулированием.

Бюджетное регулирование непосредственно оказывает влияние на обоснованное и пропорциональное распределение финансовых ресурсов между уровнями бюджетов, способствует проведению эффективного выравнивания доходных и расходных возможностей местных органов власти, обусловленное действием социально-экономических и природных факторов и условий. В настоящее время в Украине применяется следующий механизм вертикального бюджетного регулирования (рис 1).



Рис 1. Механизм вертикального бюджетного регулирования в Украине (Составлено автором)

Исследование трудов учёных [1-9] показывает, что в условиях трансформации экономики Украины механизм вертикального бюджетного регулирования не способствует комплексному развитию системы межбюджетных отношений, и в совокупности всей системы местных финансов на местном уровне. Целесообразным для нашей страны является разработка дееспособной системы горизонтального выравнивания доходных и расходных возможностей местных органов власти. Автор предлагает в Украине создать следующий механизм эффективного горизонтального бюджетного регулирования (рис. 2).

Законодательное урегулирование процесса горизонтального и вертикального бюджетного регулирования будет способствовать обоснованному распределению централизованной финансовой помощи между уровнями бюджетов, обеспечит повышения финансово-самодостаточного развития территориальных образо-

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

ваний. Бюджетное регулирование должно стать эффективным инструментом по реализации государственной бюджетной политики на местном уровне.

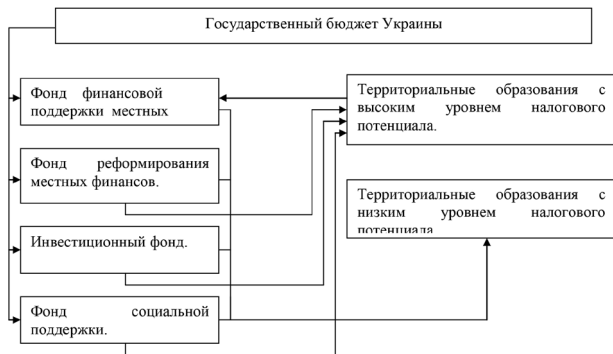


Рис. 2. Механизм горизонтального бюджетного регулирования в Украине (Составлено автором)

Действующая в настоящее время в Украине система бюджетного регулирования, как уже отмечалось выше, не создает мотивацию региональным и местным органам власти к повышению уровня мобилизации финансовых ресурсов, к расширению собственной доходной базы, порождает иждивенческие настроения. В бюджетной практике превалирует ориентация на выравнивающую функцию межбюджетных отношений, в то время как их стимулирующая функция используется недостаточно.

Между тем реализация именно стимулирующей функции бюджетного регулирования позволяет создать условия для повышения уровня социально-экономического развития территориальных образований, душевых показателей экономического и налогового потенциала, бюджетной обеспеченности; и таким образом способствует снижению напряженности межбюджетных отношений, их оптимизации. Следует отметить, что именно отсутствие системного подхода к реформированию бюджетного регулирования на местном уровне является основным препятствием всеобъемлющей реформы бюджетного регулирования в Украине.

Целью реформирования бюджетного регулирования на государственном и местном уровнях в рамках трансформированной модели финансовых взаимосвязей в бюджетной системе является сокращения разрыва в уровне социально-экономического развития регионов и территориальных образований и стимулирование соответствующих органов к росту бюджетных доходов. В условиях трансформации бюджетно-налоговой системы Украины бюджетное регулирование должны способствовать обеспечению обоснованного распределения доходных источников и расходных полномочий между уровнями бюджетов, создание дееспособной системы горизонтального и вертикального бюджетного выравнивания, на основании создания фондов финансовой и инвестиционной поддержки местных органов власти.

Создание фондов финансовой и инвестиционной поддержки местных органов власти должно предусматривать выделения источников необходимых для их фор-

мирования, направлений их использования, принципов, условий, целей и задач их функционирования, особенностей их создания на государственном и местном уровнях. Местные фонды финансовой поддержки местных органов власти должны способствовать обоснованному выравниванию доходного и расходного потенциалов территориальных образований, на основании объективных показателей налогового потенциала территорий и совокупного индекса расходов.

Реформирование бюджетного регулирования в Украине необходимо начинать с проведения комплексной административно-территориальной реформы. Реформа административно-территориального устройства страны должна быть направлена, в первую очередь, на создание базовой единицы – территориальной громады. В этом вопросе необходимо использовать опыт европейских стран. Без создания эффективной территориальной громады Украина не будет иметь дееспособного местного самоуправления.

Административно-территориальная реформа, в первую очередь, связана с процессами децентрализации, происходящими в стране. Эффективно функционирующая и развивающаяся система межбюджетных отношений не может базироваться на всеобщей централизации финансов, которая практикуется в Украине, а требует оптимизации интересов государства, регионов и местного самоуправления.

Принятие децентрализованной модели принятия и выполнения административных решений в Украине позволит осуществить делегирования большего количества полномочий местным органам власти при обоснованном разграничении доходных полномочий между уровнями бюджетов. Децентрализация позволит обеспечить большую эффективность управления за счет сокращения многоэтапного процесса выполнения решений и повышения, тем самым, оперативности работы органов государственного управления. Повышение роли органов местного самоуправления в процессе принятия решений относительно выбора услуг, которые предоставляются на местах, позволит обеспечить наиболее адекватный их набор.

Значительное внимание при разработке эффективного и обоснованного механизма бюджетного регулирования должно быть уделено разработки обоснованных и комплексных мероприятий по развитию программно-целевого метода планирования на местном уровне. Создание эффективного механизма программно-целевого метода планирования на местном уровне позволит: обеспечить сокращения неэффективных расходов, повысить качественные параметры по предоставлению бюджетных услуг населению, создать эффективную и обоснованную систему контроля над формированием и исполнением бюджетных программ.

Создание фондов местного развития (для улучшения механизма осуществления облигационных и кредитных займов местных органов власти), фондов финансовой и инвестиционной поддержки местных органов власти, системы оценки налогового потенциала

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

территорий выступает основой по развития механизма бюджетного регулирования и в совокупности трансформации системы местных финансов.

9. Фінанси: підручник / [С.І. Юрій, В.М. Федосов, Л.М. Алексеєнко та ін.]. – К.: Знання, 2008. – 611с.

ВЫВОДЫ. Таким образом, комплексное развитие системы местных финансов должно предусматривать оптимизацию механизма бюджетного регулирования, на основании развития системы вертикального и горизонтального бюджетного регулирования. Создания фондов финансовой и инвестиционной поддержки местных органов власти является основой по снижению перераспределения субъективных централизованных межбюджетных трансфертов, создаёт экономические стимулы для органов местного самоуправления по развитию их финансового потенциала.

При этом в условиях трансформации системы местных финансов развитие как вертикального, так и горизонтального бюджетного регулирования непосредственно зависит от эффективности разработки модели бюджетного устройства страны, обоснованности механизма распределения доходных источников и расходных полномочий между уровнями бюджетов, качественных показателей внедрения программно-целевого метода планирования и системы оценки управления местными финансами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бондарук Т.Г. Щодо визначення місцевого самоврядування / Т. Г. Бондарук // Економіст. – 2006. – № 6. – С. 44 – 46.

2. Єфіменко Т. І. Дінаміка доходів бюджету та валового внутрішнього продукту: методологія та методика порівняльного аналізу // Наукові праці НДФІ. – 2004. – № 1–2 (24–25). – С. 11 – 21.

3. Лисяк Л. В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України: монографія / Л.В. Лисяк. – К.: НДФІ, 2009. – 600с.

4. Луніна І.О. Формування місцевих бюджетів в контексті завдань адміністративно-територіальної реформи / І.О. Луніна // Економіка України. – 2006. – № 1. – С. 23 – 31.

5. Огонь Ц.Г. Проблеми підвищення ефективності формування та використання бюджетних коштів / Ц.Г. Огонь // Наукові праці НДФІ – 2005. – Вип. 4(33) – С. 27 – 33.

6. Опарін В. М. Фінансова система України (теоретико-методологічні аспекти): монографія / В.М. Опарін. – К.: КНЕУ, 2005. – 240 с.

7. Павлюк К.В. Бюджет і бюджетний процес в умовах транзитивної економіки України: монографія / К.В. Павлюк. – К.: НДФІ, 2006. – 584с.

8. Чугунов І.Я. Бюджетна система як інструмент регулювання економічного розвитку: автореферат дисертації на здобуття наук. ступ. д-ра економ. наук: спец 08.04.01 „Фінанси, грошовий обіг і кредит” / І.Я. Чугунов. – Київ: НАН України. Ін-т екон. прогнозування, 2003. – 37 с.

ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА РІВЕНЬ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ

Чайковська Марина Андріївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

Артеменко Ольга Тарасівна

студентка кафедри менеджменту

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

Анотація: В статті розглянуто динаміка валютного курсу та рівня інфляції України у 1998-2014 рр. Виявлено основні причини девальвації національної валюти, вплив валютного курсу на рівень інфляції. Досліджено основні показники інфляції, ефект переносу валютного курсу на рівень споживчих цін.

Ключові слова: інфляція, валютний курс, індекс Пааше, індекс споживчих цін, ефект переносу, девальвація, індекс цін виробників.

Summary: In this article considers the dynamics of the exchange rate and inflation in Ukraine 1998-2014 biennium. The basic reasons for the devaluation of the currency, the exchange rate impact on inflation. The basic inflation, exchange rate effect transfer to the level of consumer prices.

Key words: inflation, currency exchange, index Paashe, cost-of-living-index, effect transfer, devaluation, price of producers index.

Постановка проблеми. Сучасний стан фінансової сфери та політична нестабільність в країні зумовила падіння національної валюти. Вплив валютного курсу на рівень цін в національній валюті визначається ефектом переносу. Ця проблема має два аспекти: по-перше, вивчення залежності внутрішніх цін імпортованих товарів від валютного курсу; по-друге, вплив курсу на загальний рівень внутрішніх цін [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Л. Корхонен і П. Вачтел досліджували масштаб і швидкість ефекту переносу валютного курсу на рівень споживчих цін в країнах СНД у 1999–2004 рр. [2]. З'явилися дослідження, в яких вивчається вплив динаміки на різні індекси цін. Взаємозв'язок між валютним курсом і цінами розглядається через механізм формування цін на імпортовані товари. Якщо ціни на ці товари встановлюються у валюті країни-виробника, то спостерігається повний ефект переносу курсу. Але якщо ці ціни формуються у валюті країни-виробника, то ефект переносу відсутній. Дослідження Кампра Дж. і Голдберга Л. показують, що на практиці як в розвинутих, так і в країнах, що розвиваються спостерігається частковий ефект переносу [1].

Проблемам розвитку інфляційних процесів у сучасних умовах, чинникам які їх провокують приділяється увага з боку науковців, серед них Біла С., Гальчинський А., Ковальчук Т., Коваль М., Лукінов І., Лютий І.,

Мельник О., Савлук М., Харічков С., Чухно А., Яроцька Т. та ін. Проте, дослідження негативних проявів інфляційних процесів в Україні є однією з найгостріших проблем сучасного розвитку економіки.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу валютного курсу на рівень інфляції у нестабільних умовах економіки України.

Вклад основного матеріалу.

Відповідно до Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку №29 Україну можна віднести до країн з гіперінфляційною економікою тому що: більшість населення прагне зберігати свої заощадження в грошовій формі або у відносно стабільній іноземній валюті; населення в цілому розглядає грошові суми не з позицій місцевої валюти, а з позицій щодо стабільної іноземної валюти; продаж і купівля в кредит проводяться за цінами, які повинні компенсувати очікуване зниження купівельної спроможності місцевої валюти протягом періоду кредитування незалежно від величини цього періоду; процентні ставки, заробітна плата й ціни пов'язані з індексом цін; накопичена або сукупна інфляція за три роки наближається або перевищує 100% [7].

Інфляція - це знецінення грошей, спричинене диспропорціями в суспільному виробництві й порушенням законів грошового обігу, яке виявляється у стійкому зростанні цін на товари і послуги [4]. Для вимірювання

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

інфляції найчастіше застосовують два види індексів цін: індекс Леспейреса (індекс споживчих цін), індекс цін виробників та індекс Пааше (дефлятор ВВП). Індекс інфляції (індекс споживчих цін) - показник, що характеризує динаміку загального рівня цін на товари та послуги, які купують населення для невиробничого споживання [6].

Базова інфляція у вересні-жовтні 2014 р. становила 2.7% за місяць та зросла до 17.0% у річному вимірі. Продовжили суттєво зростати ціни на непродовольчі товари, зважаючи на суттєву частку імпорту серед них. Значно подорожчали одяг та взуття (на 6.4%; 0.9 в. п. – внесок у зміну індексу споживчих цін) в умовах сезонного зростання їх імпорту за курсом, сформованим після девальвації. Зростання індексу споживчих цін у вересні 2014 р. прискорилося до 2.9%, у жовтні становило 2.4%, у річному вимірі споживча інфляція підвищилася до 19.8%, що було обумовлено:

- посиленням тиску на ціни з боку курсового чинника;
- завершенням впливу від'ємного сезонного чинника;
- підвищенням акцизів на тютюнові вироби [3].

Розглянемо більше детально динаміку валютного курсу та рівень інфляції за часи незалежності України в табл.1.

Таблиця 1

Динаміка валютного курсу та рівня інфляції України у 1998-2014 рр. [5]

Роки	Курс долара, грн.	Рівень інфляції річний, щомісячний*, %
Лютий 1998	1,7 - 2	120
Лютий 2000	5,60	125,8
Вересень 2004	5,33	112,3
Квітень 2005	5,05	110,3
Вересень-грудень 2008	7,70	122,3
Листопад-грудень 2012	7,99	99,8
Лютий-квітень 2014	7,99-12,00	103,3*
Вересень 2014	13,89	102,9*
Листопад 2014	16,00	120 прогноз.

Девальвація гривні до долара США у серпні 2014 р. (на 12.5%) спричинила посилення інфляційного тиску у вересні. Високі девальваційні очікування (на рівні понад 16 грн./дол. США на наступні 12 місяців). Девальвація гривні, а також підвищення граничних цін на газ для промислових підприємств у вересні (на 3.2%) обумовлювали підвищення цін в експортоорієнтованих галузях:

- у металургійному виробництві ціни зросли на 4.2% за місяць, що забезпечило найбільший внесок у зміну індекс цін виробників (0.7 в. п.);
- у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції ціни зросли на 4.1%, що було спричинено також підвищенням зовнішніх цін на окрему хімічну продукцію, зокрема на аміак на 13.1% [3].

Україні зробила світовий рекорд у рівню девальвації національної валюти в 2014 році. Національний банк України виконав рекомендації Міжнародного валютного фонду щодо відмови від фіксованого курсу національної валюти. Національний банк мав 40, 5 т. золота в сховищах, але всього за місяць обсяг золотих запасів знизився до 26,2 т. Це пояснюється тим, що у вересні було прийнято рішення збільшити частку долара в ре-

зервному портфелі за рахунок продажу частини золотого запасу [8, с. 21].

Небазова інфляція становила 2.2% за місяць (зросла до 22.7% у річному вимірі) та була обумовлена переважно адміністративною складовою, а також подорожчанням сирих продуктів. Зростання адміністративно регульованих цін, яке тривало високими темпами останні півроку, у жовтні становило 2.7% (25.5% у річному вимірі), забезпечуючи 0.6 в. п. внеску в зміну індекс споживчих цін. Підвищилися тарифи на житлово-комунальні послуги (у жовтні – на опалення – на 10.8%; 0.2 в. п. – внесок в інфляцію) і ціни на підакцизні товари.

Суттєвим залишалось зростання цін на сирі продукти (2.1% за місяць), що продовжило визначатися підвищенням виробничих витрат та гривневого еквіваленту світових цін на продовольство, а також незначним сезонним чинником (0.3 в. п.). У жовтні вперше з початку року знизилася вартість палива (на 2.0%) на фоні здешевлення нафти на світових ринках. У річному вимірі ціни на паливо суттєво збільшилися (на 52.8%).

Подорожчання широкого переліку продовольчих товарів було різною мірою стримане обмеженнями їх експорту до Російської Федерації. Цим чинником було суттєво стримано зростання вартості сирів, зважаючи на високі (відносно внутрішнього споживання) обсяги їх експорту до Росії та низькі можливості для диверсифікації такого експорту. Подорожчання сирів за місяць становило 1.5%, а в річному вимірі прискорилося з 8.0% на початку року до 13.3% у жовтні (0.3 в. п. – внесок у зміну базового індексу споживчих цін) [3].

В умовах низької інфляції ефект переносу нижче, оскільки здатність центрального банку втримувати ціни на поточному рівні вище. Величина ефекту позитивно залежить від середнього рівня інфляції: збільшення інфляції на 10% призводить до росту ефекту переносу на 5% протягом одного кварталу та на 6% протягом 20 кварталів [2]. Ефект переносу валютного курсу на рівень цін в національній валюті реалізується через:

- прямий вплив на ціни імпорту кінцевої продукції;
- зміна цін на вітчизняну продукцію внаслідок подорожчання проміжної імпортової продукції;
- зміна цін на вітчизняні товари, які конкурують з імпортними;
- зміна загального рівня цін в економіці, яке визвано збільшенням/зменшенням швидкістю обороту грошей внаслідок доларизації економіки на фоні послаблення курсу національної валюти.

Висновки

Сучасна інфляція в Україні характеризується 100% девальвацією, емісією гривні для покриття дефіциту бюджету та різким зниженням притоку іноземних інвестицій, тобто негативні наслідки для вітчизняної економіки суттєво глибші ніж для переважної більшості країн світу. Емпіричні дослідження показують, що на практиці як в розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються спостерігається частковий ефект переносу валютного курсу на рівень цін.

Секція 4. Ефективність функціонування фінансово-кредитних систем

Найважливішими з внутрішніх причин інфляції є: значне зростання дефіциту державного бюджету та державного боргу, зумовлених непродуктивними державними витратами; надмірна емісія паперових грошей, яка порушує закони грошового обігу; мілітаризація економіки, що відволікає значну частину ресурсів в оборонну промисловість; збільшення податкового тягаря на товаровиробників.

Ступінь впливу курсу на ціни може залежати від інфляційних очікувань. Інфляція більш передбачувана і менш шкідлива в умовах сприятливого економічного середовища. Основним фактором, який обумовлює підвищення споживчих цін, за очікуваннями сучасного бізнесу є обмінний курс. Інфляційне таргетування, що не базується на основних макроекономічних показниках, що припускає маніпуляцію інфляційними очікуваннями і контроль над грошовою масою, може негативно позначитися на економічному зростанні. У ряді випадків для боротьби з інфляцією можливе застосування політики цін і доходів. Перспективами подальших розробок у даному напрямку є формування умов макроекономічної стабілізації інфляційних процесів при проведенні дієвої антимонопольної політики і боротьби з корупцією.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Campa J. M., Goldberg L. S. Exchange Rate Pass-through into Import Price: A Micro or Macro Phenomenon? // NBER Working Papers 8934. - 2002. - 140 p.
2. Korhonen L., Wachtel P. A Note on Exchange Rate Pass-through in CIS Countries // BOFIT Discussion Papers. - № 2. - 2005. - 15 p.
3. Аналітичні матеріали Національного банку України: Аналіз інфляції інфляції [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=CB64AF260D430457F6A4039AF4C23D27?id=5034801>
4. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. - 7-ме вид., стер. - К.: Знання-Прес, 2008. - 719 с.
5. Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2014 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Михайловська І.М., Ларіонова К.Л. Гроші та кредит: Навчальний посібник. - Львів: Новий Світ-2000. - 2006. - 432 с
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 29: фінансова звітність в умовах гіперінфляції [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_048
8. Романюк О. Уйти в сумрак // Корреспондент. – 28 листопада 2014. - № 47 (637). – 20-21 с.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ

Аксенов И.М., д.э.н., профессор

Фертюк С.В., к.э.н.,

Хмельницкого кооперативного торгово-экономического института

Опыт последних кризисных лет и развала экономики Украины показывает, с ростом конкуренции на рынке транспортных услуг каждый вид транспорта активно стремится сохранить долю рынка или завоевать дополнительные позиции. Выполнить эту задачу можно лишь при условии применения в системе управления хозяйственной деятельностью конкурентных стратегий, основанных на системном подходе и использовании маркетинговой информации, полученной методом системного анализа. Время, когда управленческие решения в любой сфере деятельности и, особенно, в сфере перевозок, направленных на удовлетворение потребности населения в перемещении и экономик в перевозке грузов, принимались без системного подхода и маркетинговых данных, безвозвратно прошло. Конъюнктурная ситуация на рынке транспортных услуг и положение экономик страны обязывает железные дороги (как и другие виды транспорта) искать решения и действия, позволяющие одерживать победу в конкурентной борьбе. Новые условия выдвинули новые требования.

Сегодня необходимо оперативно выяснять причины возникновения (обострения) конкуренции на конкретных сегментах рынка перевозок и определять первоочередные вопросы, которые следует решать в конкурентной борьбе.

Обычно люди, откликающиеся на предложения вида транспорта, чувствуют себя уверенно и обладают определенным опытом выбора оптимального из них, благодаря уже имевшему место использованию или приобретению проездных документов, выполнению заявок на перевозки грузов и сроков перевозки. Теперь же потребители транспортных услуг имеют более широкий взгляд на ценность, а именно гарантию выполнения заказа о обеспечения перевозки по конкурентоспособной цене. Те же, кто впервые столкнулся с проблемой выбора вида транспорта, главное внимание обращают на цену.

При системном подходе к выбору стратегии необходимо учитывать экономические преобразования в Украине, в том числе на транспорте, усложняющие взаимоотношения между участниками рынка транспортных услуг. Затрудняются они потому, что в организации перевозки грузов и пассажиров участвует большинство подразделений транспорта при тесной технологической взаимосвязи всего комплекса информационных технологий.

Внедрение компьютеризации значительно сократило время подготовки исходной информации и продолжительность разработки технологических документов и

оформления перевозок. Это позволяет перейти на принципиально иной вариант управления ими — по состоянию. Для обеспечения такого механизма управления процессом перевозок обязательно необходимы точные данные: о спросе на них и наличии ресурсов, необходимых для их осуществления, а также об оперативной ситуации на полигонах.

Кроме названных данных, для большей информированности транспортных субъектов хозяйствования, в целях обоснованности выбора стратегии и принимаемых управленческих решений, направленных на снижение рисков, нужны оперативные данные об основных и дополнительных услугах необходимых потребителям. Информация нужна и для комплексного воздействия на конкурентные позиции на рынке транспортных услуг и обеспечения эффективной своей деятельности. Такую информацию получают в результате проведения маркетинговых исследований.

Созданные стандарты поведения покупателей транспортных услуг, значительно влияют на их воззрения и образ жизни, выступая в качестве важнейшего средства конкурентной борьбы в современных рыночных отношениях.

При системном подходе к выбору стратегии основные задачи маркетинговых подразделений — с учетом информации по приведенным выше аспектам, определять потребности покупателей на рынке транспортных услуг и его целевых сегментах, а также обозначить задания для производственно-технических служб и создать благоприятные условия для реализации продукции и определить стратегический курс субъекта хозяйствования — краткое определение общей стратегии.

Системный подход дает возможность предсказать, как будет развиваться система перевозок, если изменится внешняя среда или какая-нибудь из компонент целой системы. Его иначе называют — принципом системного движения. Исполнение системного подхода на практике позволяет определять не только новые задачи согласно выбранной стратегии, но и характер всей управленческой деятельности (научной, технической, технологической, экономической и организационной), совершенствование которой обусловлено самой природой — экономическим значением грузовых и социальным — пассажирских перевозок.

Перевозки это также система, которая, как и любая другая, всегда погружена в окружающую среду и воздействует на нее, а окружающая среда действует на данную систему. Чтобы определить что входит в контур

Секція 5. Маркетинг в системі торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

(границы) системы и что в окружающую среду необходимо использовать принцип доказательства от противного. Если система сможет работать без какого-то элемента, выполняя свои основные функции, то элемент не должен входить в систему, если нет, то да.

Данные, получаемые в процессе маркетинговых исследований методом системного анализа, можно подать по форме, представленной таблицей 1.

Таблица 1.

Элементы стратегии	Стратегия лидерства	Стратегия Дифференциации	Стратегия фокусировки на наиболее важных сегментах транспортного рынка
1	2	3	4
Стратегическая цель	Завоевание большей доли на сегментах рынка транспортных услуг.	Завоевание большей доли на основных сегментах рынка транспортных услуг.	Завоевание господствующего положения на сегментах рынка, которые дают максимальные доходы, где потребности и предпочтения покупателей отличаются от других видов транспорта.
Основа конкурентного преимущества	Умение предоставлять более качественные услуги и без изменения цены уменьшать затраты до меньших уровней чем на др. видах транспорта.	Способность предлагать пассажирам услуги лучшего качества чем у конкурентов и их широкого ассортимента, интенсивная реклама услуг.	Обеспечение наименьших издержек, связанных с обслуживанием потребителей на главных сегментах рынка перевозок и способность предложить для потенциальных покупателей новые услуги, соответствующие их запросам.
Широкий ассортимент услуг	Отличное качество предоставляемых услуг, сопутствующих перевозке, поиск снижения издержек.	Обеспечение транспортными и сопутствующими услугами таких качеств, которые потребители готовы оплачивать. Внимание покупателей к «премиальной» цене, необходимой для покрытия дополнительных затрат на обеспечение более качественных услуг.	Ассортимент услуг, приспособленный для удовлетворения особых запросов клиентов на конкретном сегменте рынка перевозок.
Основной принцип обслуживания пассажиров	Постоянный поиск новых технологий обслуживания и способов снижения цен при сохранении качества услуг.	Предоставление клиентам объективной информации об отличиях и преимуществах новых услуг и способах их оплаты	Акцентирование усилий на крайне специфических запросов пассажиров.

Системный подход составляет теоретическую базу современного маркетинго-логистического менеджмента и его применение требует новой методологии — системного анализа для описания моделей объектов маркетинга (например, поведения потребителей) и принятия управленческих решений с учетом совершенствования рыночных отношений в Украине, а также использования опыта формирования систем [1-3,5].

Согласно положений системного подхода, при рассмотрении экономической проблемы функционирования перевозок и разработке стратегического курса надо найти взаимосвязанные части (участки конвейера) и включать их в систему, формируемую для ее решения. Именно в этом проявляется главный принцип системного подхода. Взаимосвязанными участками конвейера — грузовые и пассажирские перевозки являются службы: пассажирская, перевозок, пути, локомотивная, вагонная и др.

В любой области научно-технической деятельности нельзя сделать что-либо существенное, если сосредоточить внимание и усилия на узком аспекте (например, на развитии какой-то парадигмы). На первый взгляд, — это сужение поиска, условие как будто грамотного решения проблемы. Но постоянное участие ученых и специалистов в такого рода программах развития парадигм нередко приводит к тому, что они теряют панорамное видение всего фронта работ и предлагают способы решения проблемы и выбора стратегии, которые на практике не дают эффекта, а приносят убытки (например, необоснованное экономически реформирование отрасли, закупка электропоездов «Хюндай» без маркетингового исследования рынка транспортного машиностроения и т. д.).

Системный анализ — прикладная наука, нацеленная на выяснение причин реальных сложностей, возникающих перед «обладателем проблемы» — организационно-экономическом механизме обеспечения эффективности функционирования перевозок, и выработку оптимальной стратегии устранения их убыточности (эффективнее — путем перехода на маркетинго-логистический менеджмент).

В наиболее развитой форме при использовании системного анализа при выборе стратегии предусматривается и непосредственное вмешательство в проблемную ситуацию, практически улучшающее ее.

Особенности современного системного анализа объясняются самой природой сложных систем перевозок. Поскольку цель проведения системного анализа их экономики — поиск способа ликвидации убыточности пассажирских или, как минимум, выяснение причин, и повышение эффективности грузовых, то для выполнения анализа необходимо привлечь широкий спектр средств, использовать возможности различных отраслей науки и практических сфер деятельности.

С одной стороны, системный анализ — это прикладная диалектика, и при его выполнении большое значение следует уделять методологическим аспектам системного исследования. С другой стороны, прикладная его направленность приводит к использованию всех наличных средств

научных исследований — математики, вычислительной техники, моделирования, натуральных наблюдений и экспериментов. Методология системного анализа предполагает объединение разносторонних частей и фактов в одно целое для того, чтобы учесть их взаимную обусловленность и увидеть перспективу развития изучаемого объекта — экономических проблем перевозок и стратегии решения проблемы.

Главным результатом системного анализа должно быть создание единой методологии решения проблемы. Логическая целостность методологии системного анализа построена на ряде постулатов: структура стратегии решения проблемы предполагается достаточно устойчивой (и даже стандартной), меняются только методы ее решения в зависимости от области приложения анализа. Таким образом, при использовании системного анализа «мобилизуются» методы различных наук, после определения их роли и места в решении соответствующей проблемы [3, 4].

Анализ перечисленных здесь и других задач и вопросов, возникающих в процессе изменения конъюнктуры на рынке перевозок, имеет важнейшее значение при разработке стратегии конкурентной борьбы. Их незнание или недооценка системного подхода приводит к проигрышу на рынке в целом и на его сегментах. Довольно часто проигрыш бывает обусловлен отсутствием маркетинга и плохой его организацией, низкого качества услуг и недостаточного их ассортимента, а также отсутствием анализа ценовой стратегии и политики цен конкурентов, а особенно анализа запросов потребителей, влиянием рекламы на спрос. На рынке транспортных услуг и дру-

Секція 5. Маркетинг в системі торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

гих рынках побеждает тот, кто проводит массированную рекламу, смещая интерес потребителей к своим услугам даже в тех случаях, когда они объективно ничем не лучше продукции конкурентов.

Результаты анализа ассортимента своих услуг и услуг, предоставляемых конкурентами, а также данные об уровне цен на них и о запросах потребителей на конкретную услугу являются основой выбора конкурентной стратегии для любого вида транспорта.

Анализ ассортимента услуг целесообразно начинать с оценки успешности продажи основных услуг и аналогичных услуг конкурента. Какова их доля на рынке транспортных услуг, прибыльны ли они для субъекта хозяйствования, каков темп роста их продаж? Затем результаты анализа систематизировать по форме табл. 2

Таблица 2

Систематизация маркетинговых исследований

Факторы обострения конкуренции	Вопросы (элементы исследования)
1. Ограничение круга потребителей транспортных услуг (из-за повышения тарифов на перевозки и цен на услуги, понижения покупательной способности населения и т. п.)	Кто отдает предпочтение конкретному виду транспорта (какие категории потребителей)? Потребители транспортных услуг отдают предпочтение услугам конкурентов, а не вашим. Почему? В какие периоды покупается основной объем перевозок и дополнительных услуг, на каких сегментах рынка, на какие маршруты и направления? Какие категории пассажиров покупают билеты в вагоны СВ, какие – в купейные, плацкартные, общие и т. д. Какие категории вагонов заказывают грузоотправители?
2. Ограниченность возможностей продажи своих услуг	Какую стратегию (стратегии) рекламы необходимо использовать? Каким СМИ отдать предпочтение для проведения рекламной компании? Каким образом активизировать реализацию своих услуг? Как варьировать цены на основные и сопутствующие услуги?
3. Ограниченность ресурсов	За какие сегменты следует бороться с другими видами транспорта (сегменты туристических групп, перевозки студентов и школьников, сегменты перевозки массовых, сезонных грузов и т. п.)? Каких специалистов следует привлечь, чтобы победить в конкурентной борьбе в целом на транспортном рынке или на конкретном сегменте? Какие финансовые возможности можно задействовать для улучшения качества своих услуг или расширения их ассортимента, развития инфраструктуры и др.?
4. Затруднения, связанные с выбором направления исследования	В каких странах, на каких международных маршрутах следует сосредоточить усилия в конкурентной борьбе с другими видами транспорта (на какие международные маршруты назначить поезда или прицепные вагоны, какие поезда отменить)?

Услуги, доля продаж которых на рынке транспортных услуг выше, чем у конкурентов (особенно основная – доставка к месту назначения) и которые прибыльны, следует сохранить, увеличивая объемы их продаж. Издержки на такие услуги – обычно самые низкие на рынке, поэтому они пользуются повышенным спросом и прибыль от их реализации самая высокая.

Услуги, доля продаж которых на рынке транспортных услуг ниже, чем у конкурентов, формируют большие издержки. Без инвестиций и расширения их ассортимента транспортному субъекту хозяйствования сохранить свое положение на рынке трудно, а иногда и невозможно. Большой прибыли от продаж таких услуг не получится. Следовательно, данные услуги поглощают финансы субъекта хозяйствования и отрасли. Чтобы увеличить прибыль от таких услуг, необходимо добиться увеличения (роста) их продаж путем улучшения качества до уровня более высокого, чем у конкурентов.

Практика показывает, что услуги, которые поглощают до 80% прибыли, необходимо снимать с продажи.

Усилия следует направлять на те из них, которые приносят прибыль и повышают конкурентоспособность перевозок, а следовательно, доходы и прибыль, что является конечной целью предприятий и видов транспорта.

Более точно учесть информацию о конкурентах позволяет анализ их ценовой политики. С позиций экономической науки ценность любой услуги, в том числе и в сфере перевозок, определяется как та польза, которую она приносит потребителю транспортных услуг – грузоотправителю и пассажиру. Иначе говоря, это та выгода, ради получения которой потребитель готов заплатить за услугу (основную – доставку к месту назначения и услуги, сопутствующую перевозке) требуемую цену. Безусловно, каждый потребитель определяет ценность услуги субъективно. Однако маркетинговые исследования, проводимые в странах с развитыми рыночными отношениями, показали, что и субъективные оценки подчиняются определенным закономерностям. В связи с этим имеется возможность получить представление о восприятии потенциальными потребителями экономической ценности своих услуг и аналогичных услуг различных видов транспорта, удовлетворяющих одну и ту же потребность (доставка к месту назначения, организация питания на вокзалах или в пути следования и т. д.).

Характер восприятия уровня цен на перевозку и сопутствующие услуги основной массой потребителей определяется на основе данных маркетинговых исследований или путем опроса экспертов. В случае, если экономическая ценность услуги определяется одним параметром, важность которого для потенциальных покупателей услуг прямо пропорциональна ее полезности, вместо детального обследования их мнений, ценность услуги можно определить более простым способом. Составляется потребительская матрица (карта рынка). Ее простейший вид представлен на рис. 1.

По вертикали обозначаются значения основного параметра (качество услуги), а по горизонтали – абсолютные уровни цен. Сведением воедино на одном графике параметров двух родов и размещением знаний соответствующих параметров каждой конкурирующей услуги на поле графика получаем карту рынка рис. 1..

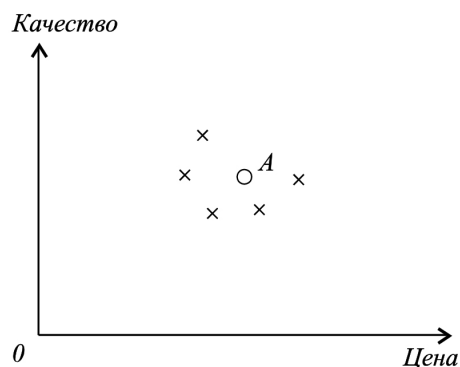


Рис. 1. Простейшая потребительская матрица (карта рынка)

Рисунок 1 показывает, что на рынке перевозок с услугой, предоставляемой видом транспорта (точ-

Секція 5. Маркетинг в системі торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

ка А), рядом існують аналогічні послуги інших видів транспорту, вельми близько оцінювані потенційними грузоотправителями і пасажирями по співвідношенню «ціна/якість». Слідовательно, щоб досягти підвищення попиту і зростання продажів на нову послугу А1, потрібно донести до потенційних покупців послуг її переваги, т. є. «дифференціювати» її в її представленні. Сделати це можна шляхом зміни ціни (щоб вона була більш доступною для основної маси споживачів) або підвищити якість надаваної послуги (збільшити швидкість доставки, змінити розклад руху, скоротити час оформлення квитків, підвищити гарантованість їх покупки, покращити смакові якості продуктів харчування в вагоні-ресторані і т. п.).

Обобщено це можна зобразити як два варіанти завоювання переваги перед конкурентами – «віддалення від конкурента».

При підвищенні рівня цін економічна цінність послуги (послуг) даного виду транспорту (рис. 2, точка А1) підвищується за рахунок покращення параметрів її якості (якості послуги). Така стратегія (означена стрілкою) отримала назву «стратегія дифференціювання».

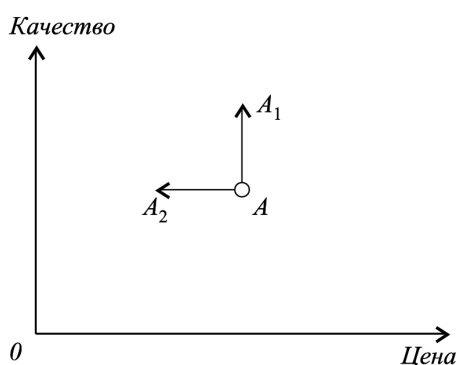


Рис. 2. Варіанти конкурентних стратегій, спроможних змінити думку потенційного пасажира об послугі

Другим варіантом (точка А2), що вид транспорту або його суб'єкт господарювання прагнуть підвищити конкурентоспроможність своєї послуги шляхом зниження рівня ціни при збереженні її якості. Така стратегія називається стратегією «фокусування на витратах».

Стратегія підвищення конкурентоспроможності послуги (послуг) за даним варіантом може застосовуватися лідером транспортного ринку, на даний момент – суб'єктами господарювання транспортного комплексу, ціна доставки вантажу або поїздки на якому обходиться покупцям послуг дешевше, ніж на інших видах транспорту.

Як видно, межі дійсності виду транспорту або його суб'єктів господарювання й при виборі варіанта зміни положення (позиції) своєї послуги на карті транспортного ринку залежать від обраної конкурентної стратегії.

Необхідно вивчати цінову стратегію і політику цін конкурентів, визначати на основі даних

маркетингових досліджень категорію споживачів, що купують конкретну послугу (наприклад, користуються послугами сервіс-центрів, що купують місця СВ, надаючи перевагу купейним, плацкартним або місцям загального користування).

При такій конкурентній стратегії важливість послуги проявляється в тому, що підвищення економічної цінності послуги можна досягти за рахунок впровадження нової технології, витрати на яку не приведуть до необхідності підвищення цін, що буде позитивно оцінено потенційними пасажирами.

В залежності від ситуації на транспортному ринку можна також застосовувати модифіковані варіанти стратегій підвищення конкурентоспроможності послуг. Такі стратегії можуть відрізнятися комбінаціями напрямків зосередження зусиль і рівнями зміни якості послуг і їх економічної цінності.

На рис. 3 показані вісім принципово різних варіантів стратегії підвищення конкурентоспроможності транспортної послуги шляхом зміни рівня її якості і економічної цінності (рівня ціни).

Варіанти 1 і 7 розглянуті вище. Розглянемо економічний зміст інших варіантів стратегій (2–5, 6–8).

При здійсненні стратегії за варіантом 2 суб'єкт господарювання залізничної дороги покращує якість надаваних послуг на ринку перевезень (відкриває сервіс-центр або «комерційний куточок» на вокзалі) і підвищує ціни на них за більш досконале обслуговування (і тільки!). З фінансової точки зору успіх суб'єкта господарювання в цьому випадку буде залежати від сумми витрат, понесених на вдосконалення обслуговування (створення у потенційних пасажирів думки про те, що вдосконалення відбулося). Це є така стратегія підвищення конкурентоспроможності своїх послуг в сфері перевезень, що опуклеться тільки в тому випадку, якщо ціна за кожну послугу буде збільшена на суму більшу, ніж удільні витрати на відкриття сервіс-центру («комерційного куточка») і впровадження нової технології обслуговування (підвищення якості надання послуги або послуг).

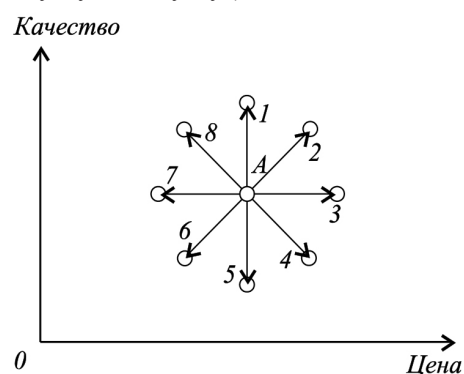


Рис. 3. Можливі комбінації зміни стратегії конкурентоспроможності

Секція 5. Маркетинг в системі торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Применение такой стратегии связано с риском, так как услуги с повышенной ценой не будут привлекать основную массу потенциальных покупателей. На практике это подтверждается на примере работы сервис-центров, открытых на вокзалах, куда пассажиры «привлекаются» путем выделения большего количества мест на поезда, чем в общие кассы. Такая стратегия ухудшает имидж железных дорог и создает предпосылки для уменьшения доходов в будущем. Установлено, что при данной стратегии сегодня заработаешь тысячи, а когда потенциальные потребители (грузоотправители и пассажиры) поймут суть стратегии – потеряешь миллионы.

Вариант 3 – повышается цена на услугу (услуги) без улучшения ее качества. В таком случае предприятие может добиться повышения прибыльности при условии, если на конкурентных видах транспорта цены на услуги-аналоги будут одновременно повышены, но на больший уровень.

Вариант 4 – повышение цены на услугу (услуги) при снижении ее экономической ценности (закончился пиковый период, а после этого повысили стоимость проезда). Такая стратегия в сфере перевозок может использоваться только в том случае, когда имеет место повышенный спрос на поездки или отправления грузов (пример: дефицит мест на заграничные поезда 1991–1993 гг.), а также в том случае, если аналогичную стратегию проводят конкуренты. Тогда преимущество можно получить за счет несколько меньшего отношения «цена–качество».

Вариант 5 – снижение качества услуги при той же цене. Такая стратегия вообще нежелательна, и в сфере перевозок в условиях развития транспортного рынка использовать ее нежелательно – это проигрыш в конкурентной борьбе за потребителя и потеря доходов. В такой ситуации субъект хозяйствования транспортного комплекса или вид транспорта могут оказаться, когда конкуренты на транспортном рынке улучшили качество своих услуг-аналогов (или убедили в этом потенциальных пассажиров), но цены на них не повышали. В этом случае у потенциальных потребителей может сложиться отрицательное представление о качестве обслуживания на данном виде транспорта – снизилась экономическая ценность отношения «цена–качество» услуг. Пассажиры или грузовладельцы уйдут на другой вид транспорта.

Вариант 6 – снижаются цены и качество услуги. Такая стратегия применима на отдельных сегментах транспортного рынка в целях привлечения потенциальных потребителей с низкой покупательной способностью и наименее требовательных к качеству обслуживания, при условии сохранения самых низких уровней издержек по сравнению с издержками конкурентов. Повышение прибыли в данном случае достигается за счет увеличения объема продаж.

Самой эффективной является стратегия варианта 8 – повышение качества обслуживания (экономической ценности услуг) при снижении цены. Данная стратегия, как показала практика стран с совершенными рыночными отношениями, почти всегда гарантирует улучшение

позиций на рынке перевозок. Подтверждением этого является пример деятельности дешевых авиакомпаний зарубежных стран. После 11 сентября 2001 г. (террористических акций в США) такие компании получают прибыль от авиаперевозок, а дорогие терпят убытки. Дешевые авиакомпании создали новую технологию обслуживания пассажиров, обеспечивающую одновременно с низкой стоимостью полета улучшение качества обслуживания и снижение своих издержек за счет повышения спроса. Однако следует учитывать, что «качество требует затрат», поэтому применение стратегии по варианту 8 следует экономически обосновывать и точно прогнозировать спрос на свои услуги на основе анализа маркетинговых данных.

На выбор максимально обоснованной конкурентной стратегии существенное влияние оказывает также анализ данных, полученных в процессе детального изучения потребителей транспортных услуг и их запросов. Ни один вид транспорта не может достичь превосходства над конкурентами за счет количества услуг и продвижения их на рынок перевозок. Необходимо выбирать приоритеты и выработать стратегию, наиболее соответствующую тенденциям развития ситуации на рынке и оптимально использующую имеющиеся преимущества.

Смысл конкурентной борьбы заключается не столько в действиях против конкурентов, сколько в завоевании конкретных категорий потенциальных пассажиров и отправителей груза, пользующихся пока услугами конкурентов. Эффективное изучение потребителей возможно лишь при постоянном проведении соответствующих маркетинговых исследований, а не эпизодическом. На основании анализа данных с помощью специальных методов выясняют, какие комбинации «цена – основной параметр услуги» покупатели транспортных услуг хотели бы найти на рынке и сколько покупателей имеют сходное мнение. Проведение таких маркетинговых исследований должны осуществлять квалифицированные маркетологи. Анализ данных соответствующих исследований позволит составить карту рынка перевозок (грузовых или пассажирских) и тех «свободных» зон или сегментов, завоевание которых может быть целью новых конкурентных стратегий вида транспорта и его предприятий [1, 2, 7, 8].

Таким образом, правильно организованное изучение ассортимента услуг, предоставляемых (потребителям услуг, а также анализ цен на свои услуги и услуги конкурентов и, в первую очередь, самих потребителей создают основу выбора конкурентных стратегий в сфере перевозок. Стратегия маркетинга – формирование целей, достижение их и решение задач предприятия-производителя по каждому отдельному товару, по каждому отдельному рынку на определенный период. Стратегия предприятия разрабатывается на основе исследований и прогнозирования конъюнктуры товарного рынка, изучения покупателей, товаров, конкурентов и других элементов рыночного хозяйства и формируется в целях осуществления производственно-коммерческой деятельности в полном соответствии с рыночной ситуацией и

**Секція 5. Маркетинг в системі торгівлі,
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

возможностями предприятия. Стратегия конкуренции должна быть четкой и ясной, понятной также и коллективу субъекта хозяйствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аксьонов І. М. /Маркетинго-логістический менеджмент в сфері перевозок – Навчальний посібник – видав. Основа (електронний варіант) – 2012. – 289с.
- 2 И.М. Аксенов Выбор конкурентных стратегий в сфере пассажирских перевозок //Залізничний транспорт України. – 2002. – №3. – С. 45 – 50.
3. Орловский П.Н. Системный анализ (основные понятия, принципы, методология)// Учеб. пособие. – Киев: Минобразования Украины, ИСМО, 1996. – 360 с.
- 4 Спицнадель В.Н. Основы системного анализа// Учеб. пособие. – С-Пт.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2000. – 212 с.
5. Терещенко В. І. ТЗ5 Організація і управління: Досвід США.— К.: Т-во «Знання» УРСР, 1990.—486
7. Форд. Г. Моя жизнь, мои достижения – М. Наука. – 1997.- 286с
8. В.И.Щелкунов Деловые стратегии и менеджмент Украины 21 века.— К.: Наук. думка. 2002.— 416с.

ТЕОРЕТИКО-ЕВОЛЮЦІЙНИЙ АСПЕКТ ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Бобрицька Н.Д.,

асистент кафедри маркетингу

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Анотація. У статті розкрито еволюційні особливості формування зарубіжних та вітчизняних наукових поглядів щодо сутності та особливостей маркетингу у туризмі; проаналізовано передумови, етапи та особливості розвитку туристичного маркетингу в Україні та світі.

Annotation. The article deals with evolutionary features of formation of foreign and domestic scientific views about the nature and characteristics of marketing in tourism; analyzes prerequisites, stages and characteristics of tourism marketing in Ukraine and the world.

Ключові слова: маркетинг, туристичний маркетинг, туристична галузь, туристичний продукт, туристична послуга, еволюція.

Key words: marketing, tourism marketing, tourism, tourist product, tourist services, evolution.

Постановка проблеми. Формування ринкової економіки в Україні посилює інтерес до форм і методів туристичного обслуговування населення. Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в його організаційній структурі та в спрямованості розвитку. Туристичні підприємства для успішної роботи та зайняття своєї ніші на ринку послуг повинні використовувати маркетингову діяльність, для того щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги. Таким чином, сьогодні туристичний маркетинг потребує особливої уваги та додаткового вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти маркетингу туристичної діяльності знайшли своє відображення у працях відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: Є. Альткорн, Б. Берман, М. Біржаков, В. Демидов, А. Дурович, Р. Дж. Еванс, П. Зав'ялов, Д. Ісаєв, К. Каспар, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Ланкар, М. Мальська, М. Окландер, П. Рот, Б. Соловйов, О. Старостіної, Л. Шульгіна, В. Фрайер та ін. Але, незважаючи на велику кількість публікацій на тему ролі маркетингу в туристичній галузі, недостатня увага приділена еволюційному аспекту даного питання.

Формулювання цілей статті.

Метою статті є дослідження еволюції поняття та теоретичних особливостей туристичного маркетингу, формулювання пропозицій щодо подальших напрямів досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Уперше незалежна Україна заявила про себе як про самостійного партнера туристичного ринку на Варшавському туристичному ярмарку і туристичному салоні м. Познань в 1993, уклавши понад 300 контрактів, переважно з приймання туристів у країні. Основою відродження туристичної індустрії стало створення державного комітету з туризму, розробка закордонних актів, що регулюють туристичну діяльність, ліцензування підприємств,

установ, фірм і компаній галузі туризму. У 1994 році почалася атестація готельно-туристичних підприємств, було організовано перший в Україні Міжнародний туристичний салон «Україна-94», в роботі якого взяли участь 79 фірм із 26 країн Європи, Азії, Африки, Північної Америки, а також 226 вітчизняних фірм. Ці заходи сприяли піднесенню галузі туризму (у 1994 р. кількість туристів, які відвідали Україну, в чотири рази перевищила рівень 1992 р.). Однак туристичні ресурси використовуються не в повному обсязі, оскільки одночасна місткість природних ресурсів України з урахуванням можливого навантаження та екологічних вимог - до 50 млн. осіб (фактичний рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів - 7-9%). Це спричинено відсутністю коштів на проведення маркетингу туризму в Україні; необхідністю отримання візи для в'їзду в Україну, що викликає негативне ставлення в потенційних туристів; низький рівень сервісу. З огляду на це, Україна сьогодні не створює відповідної конкуренції з туризму багатьом країнам Центральної та Східної Європи, що межують із нею, в яких скасовано візові вимоги до громадян Сполучених Штатів, Канади і країн-членів Європейського Союзу, інтенсивно здійснюється маркетинг туристичних послуг та продуктів. Світовий досвід засвідчує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, оскільки витрати на створення одного робочого місця тут у 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4,2 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Україна має вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинуту транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами. Забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за чіткої організації туризму, створення і зміцнення матеріально-технічної бази, залучення до неї досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови ефективного маркетингового управління туризмом [11].

Туризм має специфіку, яка відрізняє його не тільки від торгівлі товарами, але і від інших форм торгівлі послугами. Тут має місце торгівля як послугами, так і товарами (за оцінками фахівців, частка послуг в туризмі складає 75%, товарів - 25%), а також особливий характер споживання туристичних послуг і товарів на місці їх виробництва.

За умов традиційного виробництва, де результатом діяльності є товар, поняття маркетингу має більш конкретний зміст. В туризмі результат діяльності зводиться до туристичного продукту або послуги, яким притаманні певні специфічні особливості, які суттєво впливають на маркетингову діяльність в туризмі.

Як немає однозначного визначення маркетингу в цілому, так і відсутнє єдине трактування маркетингу туризму [15]. Зав'ялов П.С. і Демидов В.Є. розглядають маркетинг як вид ринкової діяльності, при якому «виробником використовується системний підхід і програмно-цільовий метод рішення господарських проблем, а ринок, його вимоги та характер реакції є критеріями ефективності діяльності» [10], котрий як і будь-який вид діяльності піддається плануванню [9].

Дж. Р. Евансом і Б. Берманом було сформовано більш чітке, стисле, точне і конкретне визначення: «маркетинг - це передбачення, управління і задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території й ідеї за допомогою обміну» [3]. Але маркетинг продовжує свій розвиток постійно [12].

Своє трактування поняття «маркетинг» наводить Соловійов Б. На його думку маркетинг означає системний підхід до управлінської діяльності з чітко поставленою метою, ретельно розробленою системою заходів щодо досягнення цієї мети і відповідним організаційно-технічним, комерційним і фінансовим механізмам для її здійснення [13].

Визначення туристичного маркетингу вперше було дане Й. Кріппендорфом у 1971 р. – він розглядає маркетинг у туризмі як «систематичну і скоординовану націленість підприємницької політики туристичних підприємств, а також приватної і державної туристичної політики на локальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях на певні групи споживачів із метою отримання прибутку» [5]. Це визначення носить виражений глобальний характер і дається з позиції значимості й функціональності маркетингу для туристичного підприємства, яке має за мету задоволення потреб споживачів. Х. Метце розширив визначення маркетингу в туризмі, виходячи з позиції відповідальності суспільства по відношенню до природи.

У 80-х роках багато публікацій зарубіжних було присвячено маркетингу в туризмі. Їх особливість полягає в тому, що в кожній публікації використовується загальне поняття «маркетингу туризму», яке майже кожен автор інтерпретує із власної точки зору як за змістом, так і стратегічно. Виняток становлять публікації, в яких з початку 80-х років опрацьовуються специфічні, новітні підходи в маркетингу туризму. У 1984 р. К. Каспар сформував маркетингову концепцію, згідно якої марке-

тинг туризму повинен більше брати до уваги суспільні аспекти туризму. В цьому розумінні, він говорить про багатомірний маркетинг у туризмі [8]. К. Каспар трактує туристичний маркетинг «як спрямовану на ринок туристичну політику як туристичних підприємств, так і туристичних організацій приватної і публічно-правової природи, яка відповідає запитам ринку» [4]. Цю думку підтримує В. Фрейер, який розглядає туризм в його наслідках та зв'язках із навколишнім середовищем, і не тільки власне економічних. Він говорить про «цілісний маркетинг»: «...враховуючи, що туризм можна розглядати як орієнтований на майбутнє, взаємопов'язаний з іншими галузями економіки, то будемо говорити про суспільно свідомий, екологічно орієнтований, інтернаціонально спрямований або суспільно відповідальний маркетинг туризму» [2].

Ф. Хубер дає наступне визначення: «Маркетинг туризму вимагає виконання функцій, які відповідають потребам ринку на всіх стадіях туристичного обслуговування» [1]. Х. Данузер окреслює маркетинг в туризмі як «спрямовані на ринок товари та послуги туристичного підприємства, що відповідають запитам ринку». Дані визначення роблять наголос на туристичній пропозиції, яка відповідає запитам ринку. Визначають туристичний маркетинг як «серію основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і вирішення поставлених завдань» П. Ланкар та Р. Оллье. Головне, на що повинні бути спрямовані ці методи і прийоми, виявлення можливостей найбільш повного задоволення потреб людей з точки зору психологічних і соціальних факторів, а також на визначення способів найбільш раціонального з фінансової точки зору ведення справ туристичними організаціями (підприємствами, бюро чи асоціаціями), що дозволяють враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних продуктах» [6]. Автори наведеного вище визначення досить вузько трактують поняття маркетингу в туристичній галузі. Це виявляється в тому, що воно включає тільки загальномаркетинговий підхід і практично не враховує специфіки туристичних товарів та послуг. Усі наведені вище визначення туристичного маркетингу в повній мірі розкривають суть та значення туристичного маркетингу.

Етапи становлення маркетингу в туризмі:

– 1905 - 1925 рр. відбувається пропаганда і реклама туризму в травні 1925р. На Гаазькій конференції створюється міжнародний союз організацій, що займаються пропагандою туризму.

– 1925 - 1969 рр. відбувається регулювання туристичних потоків, врегулювання попиту, необхідно направляти попит. У 1967р. освоєння американського ринку.

– 1970- 1980 здійснюються прийоми, спрямовані на дослідження туристичного ринку, на трансформацію ринку турпослуг. Зростання нового ринку пропозицій припинений, попит збільшується.

– 1980-наст вр. 80-і роки зростання туристських пропозицій в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, нові туристські дестинації - Таїланд, Китай, Японія, В'єтнам.

Як свідчать дослідження Л.М.Шульгіної, в Україні у пострадянський період становлення маркетингу в діяльності туристичних підприємств пройшло чотири основні етапи [14]:

– „Розвал старої системи” (1991-1993 рр.), що безпосередньо пов’язаний загальною руйнацією планової системи організації туризму, що існувала за радянських часів. На ринку з’являються нові підприємці, які організовують тури з комерційною метою для так званих „човників”. Маркетинг практично не використовується.

– „Зародження” (1994-1995 рр.), на якому у забезпеченні споживачів виникає попит на дорогий відпочинок. Ресурсний капітал формується у великих підприємств, що стали спадкоємцями радянської системи туризму. Водночас частина профспілкових працівників (які мали досвід в організації туристичної діяльності, стійкі ділові контакти та доступ до фінансових ресурсів) відкривають приватні туристичні підприємства. Роль маркетингу фрагментарна: з’являється потреба в обміні ринковою інформацією з метою просування туристичного продукту.

– „Бурхливий розвиток” (1996-1998 рр.) характеризується посиленням ролі комунікативної складової комплексу маркетингу туристичного підприємства. Суттєво зростає кількість підприємств, що функціонують на туристичному ринку, в їх асортиментній структурі переважають пакетні тури до основних центрів розвитку Європейського туризму. З основної маси виділяються підприємства, що займаються спеціалізованим туризмом, спостерігається розподіл підприємств на великі, середні, малі.

– „Відпрацювання правил діяльності” (1999 – 2004 рр.) – маркетингова діяльність туристичного підприємства в основному орієнтується на вдосконалення збутових технологій. Спостерігається поглиблення спеціалізації діяльності туристичних підприємств, які відповідно до законодавства поділяються на операторів та агентів. В регіонах України з’являються місцеві туристичні оператори, що реалізують місцеві туристичні продукти. Водночас на український ринок виходять великі зарубіжні оператори, які спеціалізуються на організації турів до своїх країн.

Чаплінський Ю.Б. [7] припускає, що починаючи з 2005 р., після згаданих вище етапів наступив етап „Формування стабільних взаємовідносин з іншими учасниками ринку”. Основною його характеристикою є використання маркетингу з метою налагодження довготривалих ділових стосунків з іншими учасниками туристичного ринку. Спостерігається суттєве розширення асортименту туристичних послуг, які супроводжуються впровадженням інновацій в маркетингову товарну політику та призводять до розробки індивідуальних турів.

Всесвітня туристична організація виділяє три головні функції маркетингу в туризмі:

1) Встановлення контактів з клієнтами має на меті переконати їх у тому, що заплановане місце відпочинку і існуючі там служби сервісу, пам’ятки і очікувані вигоди повністю відповідають тому, що бажають отримати самі

клієнти.

2) Розвиток припускає проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту. У свою чергу подібні нововведення повинні відповідати потребам і перевагам потенційних клієнтів.

3) Контроль передбачає аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відображають дійсно повне і успішне використання наявних у сфері туризму можливостей.

Отже, туристичний маркетинг як породження ринкової економіки в певному сенсі є філософією виробництва, повністю підпорядкованою умовам і вимогам туристичному ринку. При цьому сам ринок, його вимоги є постійно змінюваними, рухомими під впливом науково-технічних і соціальних факторів.

Висновки. Таким чином, еволюція наукових підходів щодо маркетингу туризму обумовлена розвитком товарообмінних процесів у часовому і галузевому вимірах. Загальною закономірністю еволюції маркетингу туризму як самостійної галузі знань протягом ХХ ст. виступає його збагачення інноваційними концепціями та підходами, інструментами маркетингової діяльності, що дозволяли на кожному окремому етапі підвищувати конкурентоспроможність спочатку окремого підприємства, а згодом і всієї галузі за рахунок більш повного опанування інформацією про стан попиту, врахування індивідуальних та суспільних запитів споживачів туристичних послуг, а згодом і цілеспрямованого впливу на цільову аудиторію та налагодження двосторонньої довгострокової взаємодії зі споживачами з метою глибокої диверсифікації туристичних продуктів у відповідності до потреб сучасного інформатизованого та глобалізованого суспільства.

Використання маркетингу як інструментарію при вирішенні сучасних

проблем туристичних підприємств вимагає подальших, глибших досліджень щодо особливостей його функціонування та його впливу на управління діяльністю підприємства загалом. Потребує подальших досліджень альтернативні стратегії управління туристичним підприємством на засадах маркетингу в сучасних кризових умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Trier Tourismus Bibliografien. Marketing im Tourismus. Bd. 2. — Trier, 1993.
2. Freyer W. Tourismus-Marketing: marktorientiertes Management im Mikround Makrobereich der Tourismuswirtschaft. — München, Wien : Oldenbourg, 2001. — 745 p.
3. Hippelvon E. Lead Users: a Source of Novel Product Concept// Management Science. - 1986. - №7. - P.791-805.
4. Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. — Bern, Stuttgart, Wien : Haupt, 1996. — 194 p.

5. Krippendorf J. Marketing im Fremdverkehr. — Wien, 1971.
6. Академия рынка: Маркетинг. Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Буккерель, П. Ланкар и др.— М. : Экономика, 1993. — 572 с.
7. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. - Випуск 2. - С.226-231.
8. Галух Г.А., Регіональний туристичний маркетинг: теоретико-еволюційний аспект // научного журналу «Геополітика і екогеодинаміка регіонів», Том 8, Випуск 1-2, Симферополь 2012, 142с.- с.23-28.
9. Деян А. Реклама.- М.:А/О Изд. Група «Прогресс»,1993.
10. Маркетинг: [Підручник для вищих навч. закладів]/ За ред. О.М.Азарян. - К.:НМЦВО МОІН України, НВФ «Студ-центр», 2003. - 400 с. с.9
11. Розвиток туристичного бізнесу регіону: Монографія/ За ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. - Чернівці: Книги – XXI, 2007.
12. Сиденко В.И. Основы научных исследований. - Харьков: Вища школа, 1979. - 235 с.].
13. Соловьев Б. Методологические и информационные основы маркетинга // Бизнес. - 1992. - №5. - С. 14-15.
14. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : [монографія] / Шульгіна Л.М. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 597 с. , с.30-31
15. <http://vokrug-sveta.com.ua/kifyak-sytj-i-soderzhaniye-marketinga-vtyrisme.html>

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ

Болотова Инна Сергеевна,

ассистент кафедры маркетинга и менеджмента,

Белгородский университета кооперации экономики и права

Аннотация: В статье показана важность выставочных мероприятий как одного из этапов маркетинговых коммуникаций. Подчеркнута важность выставки, которые прочно заняли свое место в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия. Обращено внимание на классификацию выставочно-ярмарочную деятельности. Представлена информация по выставочным мероприятиям ТПП «Белэкспоцентр».

Annotation: The article shows the importance of exhibition events as one of the stages of marketing communications. The importance of the exhibition, which has firmly established its place in the complex of marketing communications company. Attention was drawn to the classification of exhibition and fair activity. Presents information on the ECC «Belekspocentr».

Ключевые слова: выставка, классификация выставок, выставочно-ярмарочная деятельность, маркетинговое коммуникации.

Keywords: exhibition, classification of exhibitions, exhibition and fair activities, and marketing communications.

Важную роль в формировании положительного восприятия организации, ее товаров или услуг играет выставочно-ярмарочная деятельность, позволяющая использовать все необходимые методы и способы для освоения рыночного пространства и при этом достигать оптимальных результатов от коммуникационной работы. В настоящее время, коммуникации в сфере выставочно-ярмарочной деятельности занимают важнейшее место можно сказать, ключевое направление в создании наиболее благоприятных для компании условий бизнеса.

Мы считаем, что выставочно-ярмарочная деятельность, служит одним из важнейших инструментов активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, способствующие к привлечению, в том числе иностранных инвестиций, внедрению высокотехнологических производств, укреплению экономического потенциала региона.

Д. А. Шевченко считаем, что выставка - специфическая форма маркетинговой коммуникации (рекламы и PR, стимулирования продаж), при которой на относительно небольшой по размерам оборудованной территории демонстрируются для продажи образцы новых товаров или предлагаются услуги с целью последующей их реализации [9].

По мнению Стрельцовой О.А. и мы его полностью разделяем, главное отличие выставки от других методов продвижения в том, что выставка - потенциальная возможность комплексного и высококонцентрированного воздействия на потребителя с использованием практически всех форм и методов продвижения в одном месте и в одно время [8].

Развитие выставочной деятельности в системе

торговых палат – одно из ключевых направлений их работы. Одна из важнейших задач сегодня – серьезное усиление научно-методической работы, совершенствование мер правового регулирования, системы координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Немаловажными, по нашему мнению, являются задачи по совершенствованию информационно-аналитического, методического и кадрового обеспечения, развитию материально-технической базы и инфраструктуры, качественному улучшению мер по обеспечению безопасности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, а также разработка нормативных документов и актов в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, усиление законодательной активности на федеральном уровне [1].

Для создания эффективной системы координации и поддержки выставочной индустрии необходимо сначала систематизировать и классифицировать выставочно-ярмарочную деятельность (рис.).

В настоящее время в Белгородской области уделяется большое внимание многочисленным программам по всевозможному спектру направлений, прежде всего, в торговой деятельности, представленные в выставочно-конгрессном комплексе «Белэкспоцентр», который десять лет работает на рынке выставочных услуг, из них восемь лет входит в состав Международного Союза выставок и ярмарок.

За время его функционирования проведено 136 мероприятий, в которых приняли самое активное участие более 12 тысяч предприятий из 14 стран и практически всех регионов России. Выставки проходят на достаточно высоком уровне и пользуются популярностью

у делового сообщества не только нашей области. К нам постоянно приезжают посетители из Курска, Воронежа, Липецка, Харькова. Выставки поддерживаются губернатором области, правительством области, областной Думой, ассоциациями и гильдиями области. Нас знают как внутри страны, так и за рубежом.

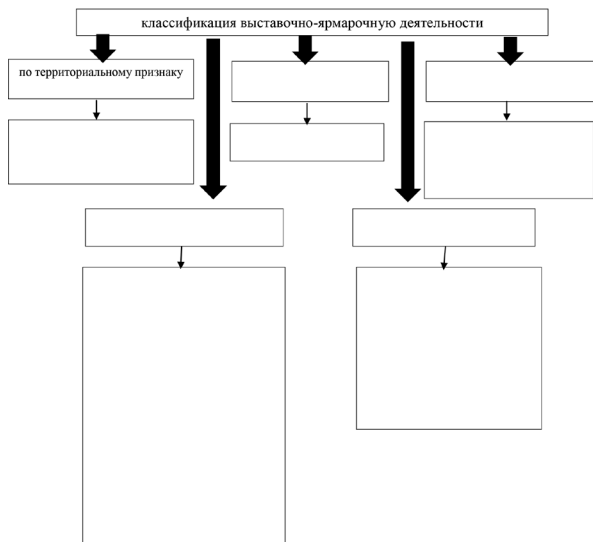


Рис.1. Классификация выставочно-ярмарочную деятельности

Одним из основных направлений выставочной деятельности «Белэкспоцентр» является прежде всего установление, а также укрепление деловых контактов между товаропроизводителями Белгородской области и регионов России, что способствует привлечению в область деловых партнеров и инвестиций, также немаловажным моментом является продвижение организациями своих товаров и услуг области как на российском, так и на зарубежном рынках[1].

Реализация выставочной деятельности в Белгородской области пользуется весомой популярностью как среди участников, так и среди профильных посетителей. Участие в выставочно-конгрессном комплексе «Белэкспоцентр» дает возможность для экспонентов расширить рынок сбыта проводимой продукции.

В работах выставочной деятельности традиционно принимают участие представители профильных департаментов администрации области и города, специалисты строительных подразделений и промышленных предприятий, представители проектных, строительных, монтажных, торговых организаций Белгородской, Курской, Липецкой, Воронежской, Орловской, Тамбовской областей и близлежащих областей стран Европы, индивидуальные предприниматели и жители города (табл. 1).

Необходимость наличия в Белгородской области современных выставочных центров обусловлена увеличением объемов продаж, повышением эффективности работы предприятий.

Формирование системы регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности является задачей политической, экономической и национальной,

при решении которой необходим комплекс правовых, организационных, научно-технических, производственно-технологических, проектных и финансовых мероприятий [6,7].

Таблица 1

Информация по выставочным мероприятиям за 2013 год ТПП «Белэкспоцентр»

Тематика проводимых выставок	Кол-во участников		Кол-во посетителей	Выставочная площадь, кв. м	
	Национальных	Иностранных		Национальными участниками	Иностранцами участниками
Малый и средний бизнес. Инновации. Инвестиции. Нанотехнологии.	230	35	1500	2100	700
Выставки домашних животных. Выставки собак. Выставки кошек	156	20	1268	1300	540
Энергосбережение и электротехника. Жилищно-коммунальное хозяйство	268	21	1740	2500	640
Информационные технологии. Безопасность. Связь	310	10	1547	2700	305
Культура и искусство	125	5	558	1900	45
Мебель, офисное и торговое оборудование	50	4	735	2500	300
Медицина и здравоохранение	120	35	1164	1600	700
Промышленные выставки	78	7	987	2200	200
Рекламная и издательская деятельность	354	5	821	2540	400
Сельское хозяйство, пищевая промышленность	211	0	713	2010	0
Строительство и недвижимость	194	2	864	2680	200
Текстиль. Мода. Косметика. Ювелирные выставки, предметы роскоши	287	31	1600	2360	700
Товары народного потребления	350	29	1740	2450	650

Регулирование выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Белгородской области отображено на рис.2.

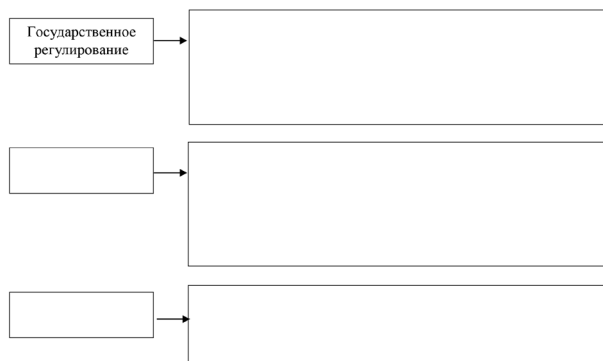


Рис.2. Регулирование выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Белгородской области

Мы считаем, что на основании вышеизложенного, есть необходимость определить важнейшие приоритеты выставочно-ярмарочной деятельности Белгородской области:

- обеспечение возможностей для предприятий Белгородской области более масштабного представления своей продукции;
- эффективное взаимодействие областных управленческих структур с организаторами выставок, мероприятиями, организациями и повышение качества проведения выставочной и конгрессной деятельности в регионе;

- оптимизация интегральной бюджетной отдачи от выставочно-ярмарочной деятельности в Белгороде и области за счет развития отраслей, вовлекаемых в выставочный процесс.

Резюмируя все вышесказанное, мы считаем, что сегодня одним из основных видов деятельности, способствующих формированию единого экономического пространства и условий для свободного перемещения товаров и услуг, развитию экономических связей, как между конкретными предприятиями, так и между регионами, и тем самым оказывающих воздействие на развитие экономики регионов, является выставочная деятельность. ТПП Белгородской области является содействием развитию экономики Белгородской области, привлечение товаропроизводителей из других регионов России, СНГ и дальнего зарубежья, формирование устойчивых товаро-промышленных связей предприятий области с другими регионами, активное продвижение товаров и услуг предприятий области на российский и зарубежный рынки, укрепление потребительского рынка Белгородской области, привлечение в область деловых партнеров и инвестиций. Мы сегодня должны четко понимать, что государство должно помогать нашему товаропроизводителю в конкурентной борьбе, создавать все условия, чтобы не расшатать устои отечественного бизнеса. Важно, чтобы выставки не переставали служить инструментом поддержки российского предпринимательства и продвижения отечественных разработок.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Болотова И.С. Содержательный контекст и перспективность развития выставочного маркетинга как инструмента формирования маркетинговой политики предприятия [Текст] / И.С. Болотова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2014. - № 3 (51). - С. 449-453

2. Кравченко, Е.Ю. Проблемы развития социальной сферы в современных условиях [Текст] / Е.Ю. Кравченко // В сборнике: Фундаментальные исследования в естественнонаучной сфере и социально-экономическое развитие Белгородской области» Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. Белгород. - 2013. - С. 318-324.

3. Осадчая, С.М. Социально-этический маркетинг как основа функционирования организации и прогрессивная концепция отношений с покупателем [Текст] / С.М. Осадчая // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2011. - № 4. - С. 172-179.

4. Роздольская, И.В. Инкорпорирование креативных элементов в процессы управления в условиях развития интерактивной маркетингово-инновационной среды [Текст] / И.В. Роздольская // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2014. - № 1 (49). - С. 46-54.

5. Роздольская, И.В. Маркетинговая составляющая привлекательности социального проекта [Текст] /

И.В. Роздольская // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2012. - № 1. - С. 21-26.

6. Роздольская, И.В. Сервисная концепция маркетинга: специфика проявления и практика использования [Текст] / И.В. Роздольская, Ю.А. Беседина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2009. - № 4-2. - С. 28-32.

7. Роздольская, И.В. Формирование системы рыночного позиционирования и использования результатов инновационной деятельности в контексте реализации концепции маркетинга инноваций [Текст] / И.В. Роздольская, К.В. Лихонин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2011. - № 3. - С. 65-74.

8. Стрельцова, О. А. Продвижение товаров на основе выставочной деятельности (на примере парфюмерно-косметических выставок Российской Федерации): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. - М., 2005.

9. Шевченко, Д. А. Реклама. Маркетинг. PR: Учебно-справочное пособие (ГРИФ) [Текст] / Д.А. Шевченко // МГОУ, РГГУ. - 2009. - 476.

10. Rozdolskaya, I., E. Evtushenko, I. Somina and I. Degaltseva, 2014. Problem-oriented way and multi-aspect character of research of innovative management of competitive enterprises at the stage of global transformations. Life Science Journal, 11(9): 963-970.

11. Rozdolskaya, I., M. Ledovskaya and I. Afanasiev, 2013. Innovation Consulting Services Within the Context of the Formation of a New Model of Marketing Innovation. World Applied Sciences Journal, 25(6): 956-960.

УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ МАРКЕТОЛОГІВ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО САМОМЕНЕДЖМЕНТУ

Дибчук Л.В.,

к.і.н., доцент кафедри маркетингу

Пітик О.В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Вінницький кооперативний інститут

В статті визначено роль самоменеджменту у професійному розвитку особистості, проаналізовано практичні аспекти самовиховання та самоуправління для фахівців з маркетингу. Наголошується на необхідності формування навичок само менеджменту на шляху професійного становлення і розвитку у спеціалістів первинних ланок.

Ключові слова: час, самоменеджмент, тайм-менеджмент, управління, планування, фахівець з маркетингу.

In the article the role of self-management in the professional development of the individual, analyzed and practical aspects of self-government for marketing professionals. The need for the skills of self management towards becoming a professional development specialist and primary links.

Keywords: time, self-management, time management, planning, marketing specialist.

Поняття «самоменеджмент» було введено в науковий обіг Л. Зайвертом, керівником Інституту раціонального використання часу в Німеччині. Однак деякі його елементи почали розроблятися набагато раніше. Найстарішим напрямом самоменеджменту вважається тайм-менеджмент, який пов'язують з іменем видатного римського філософа-стоїка Луція Аннея Сенеки і його «Моральними листами до Луцилія». Саме в першому листі свого останнього твору Сенека порушує питання обмеженості людського життя та необхідності раціонального використання часу.

Інтерес до цієї проблеми обумовлений логікою розвитку управлінських знань. Завдання ефективного використання робочого часу завжди актуальне для багатьох працівників, адже часто вони управляють не тільки своїм власним часом, але і робочим часом своїх підлеглих [2].

У закордонній практиці підготовки управлінських кадрів давно використовується технологія тайм-менеджменту як складова самоменеджменту. Плануючи і раціонально організовуючи свою роботу і життя, людина забезпечує корисне і доцільне використання своїх духовних і фізичних сил.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Описані в літературі концепції самоменеджменту будуються на певній ідеї, згідно якої формується система методик і прийомів роботи над собою: концепція Л. Зайверта – це ідея економії свого часу; М. Вудкока і Д. Френсис – ідея подолання власних обмежень; В.А. Андрєєва – ідея саморозвитку особистості; А.Т. Хроленка – підвищення особистої культури ділового життя; у концепції Бербель і

Хайнца Швальбе – ідея досягнення особистого ділового успіху тощо [8].

Питання формування ефективного розподілу часу досліджували сучасні вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема М. Богуш-Дант, А. Кравченко, С. Маркова, Л. Стрельнікова, В. Усов, Є. Чернишова. Їх дослідження переважно зосереджені на вивченні методик управління часом керівників та їх безпосередніх помічників, алемалодослідженою є роль ефективного розподілу часу спеціаліста з маркетингу, який може обіймати посади рекламного агента, торговельного представника, організатора збуту, дилера, бренд-менеджера, спеціаліста з маркетингових досліджень, логістики, товарно-цінової політики.

Мета статті: визначити основні методи і шляхи управління часом як основної функції тайм-менеджменту та ефективної складової само менеджменту фахівців з маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Вміння налагоджувати стосунки з людьми - це менеджмент, а вміння «домовлятися» з часом - самоменеджмент. Причому якість останнього визначає ефективність першого. Самоменеджментом називають послідовне і доцільне використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці, для того, щоб оптимально використовувати свій час.

Самоменеджмент, перш за все, - це самоорганізація, вміння управляти собою, керувати процесом управління в найширшому значенні слова - в часі, в просторі, спілкуванні. Оволодіти даною наукою не так просто, і молодому фахівцю треба починати все-таки з самоосвіти, і в частині набуття знань, і в частині їх практичної

реалізація.

До найбільш важливих переваг самоменеджменту відносять:

- виконання роботи з меншими витратами;
- кращу організацію і результати праці;
- зменшення поспіху і стресів;
- наявність мотивації і отримання задоволення від роботи;
- зростання кваліфікації, зменшення помилок при виконанні функціональних обов'язків;
- меншу завантаженість роботою;
- досягнення життєвих і професійних цілей найкоротшим шляхом [8].

Можна виділити основні напрямки, через які здійснюється управління робочим часом, а саме: постановка мети, планування, прийняття рішень, реалізація та організація рішень, з визначення пріоритетів, контроль за досягненням мети і виконанням плану.

Щоб досягти успіху, необхідно визначити мету, для досягнення якої необхідне планування, що дозволить знайти коротший шлях, сконцентрувати увагу на найбільш важливих справах, встановити реальні терміни виконання. Основний секрет ефективності роботи фахівця – правильний розподіл робочого часу. Відоме правило «10:90» свідчить, що 10% часу, витрачені на планування свого часу, економлять 90% робочого часу.

Основні правила планування робочого часу:

- складання плану у письмовій формі;
- при плануванні великих завдань слід передбачати їх виконання невеликими частинами. Саме тому, що при виконанні великих і непростих завдань результат віддалено в часі, людям властиво їх уникати або надовго відкладати [4].

Ефективними є використання наступних методів розподілу часу на етапі планування:

- *Співвідношення 60:40.* Досвід свідчить, що краще всього складати план лише на певну частину часу і пам'ятати: заплановані справи не мають займати понад 60% робочого часу. Неодмінно залишайте резерв для непередбачених справ.

- *Регулярність – системність – послідовність.* Над планами робочого часу потрібно працювати регулярно та системно, доводячи до кінця розпочаті справи.

- *Фіксація результатів замість дій.* Деякі працівники інколи орієнтуються на процес діяльності, а не на її результат. Немає нічого легшого, чим бути зайнятим, немає нічого важчого – бути результативним.

- *Терміни виконання для всіх видів діяльності потрібно встановлювати точно.* Але необхідно розуміти, що план – це не закон, а інструмент досягнення результатів. Планувати слід розумно: день не має бути одноманітним, треба чергувати важке з легким, нудне з цікавим. Плани ні в якому разі не є чимось незмінним, навпаки, їх рекомендується регулярно переглядати.

Основними шляхами управління і збереження часу для фахівця з маркетингу є:

1) Точне визначення своєї мети. Наприклад, закінчити вивчення цінової політики конкурентів, чи розроб-

ка варіантів анкет і обговорення їх з керівництвом.

2) Зосередження на головному. Фіксація найтерміновіших справ.

3) Встановлення конкретних термінів. Терміни мають бути реальними, інакше не вдасться виконати свої обов'язки [3].

4) Навчіться бути рішучим. Не відкладайте справи з дня на день. Розташовуючи визначені факти, вирішуйте і дійте. І вже якщо ви щось зробили, то не гайте часу на довгі роздуми про доцільність прийнятого рішення. Часто, наважуючись на рішучий крок, наприклад, розробку нового бренду, працівник радиться з колегами на кожному етапі. Думки розбігаються і дискусія лише збирає час. Не рідкісні випадки, коли креативні ідеї були осміяні, а з часом визнавалися найкращими і приносили компанії високі прибутки.

5) Навчіться говорити «Ні». Якщо ви не навчитесь цьому, то виявитесь залученими до таких справ, якими ніколи не зайнялися б за власним бажанням.

6) Не відволікайтесь на телефонні розмови. Користуйтеся телефоном лише при необхідності отримати якісь відомості, зробити замовлення, виправити непорозуміння, віддати вказівку або домовитися про зустріч [2].

До уваги слід взяти і витрати часу при використанні Інтернет-ресурсів. Почавши справу з перечитання важливого листа, який надійшов електронною поштою, працівник часто перечитує звичайні новини в Інтернеті, переходячи з сайту на сайт, залучається до листування в соціальних мережах з друзями і знайомими.

7) Використовуйте час повністю. Під час поїздки, очікування можна зайнятися такими справами, як планування свого дня, обмірковування майбутніх завдань, переглядання записника, що стануть в нагоді у подальшій роботі. Доцільно мати заготовки механічної роботи (підрахунок таблиць, заповнення звітів), які можна теж виконувати, наприклад, при непередбачуваній затримці наради.

8) Вирішуйте проблеми і завдання в процесі їх надходження. Не варто занадто перейматися наступним днем, щоб не виснажувати свої фізичні і моральні сили. Якщо перевірка документів керівництвом планується на завтра, то сьогодні слід зробити все можливе для їх впорядкування, але максимально відсторонившись від гіпотетичних діалогів наступного дня.

9) Слідкуйте за тим, на що ви витрачаєте вільний час. Ми могли б зберегти багато годин, якби були трохи вимогливішими до вибору кінокартин і телепередач, які дивимось, а також книг і журналів, які читаємо.

Як зазначалось, фахівці з маркетингу можуть обіймати різні посади, з ненормованим робочим днем, який важко розпланувати за традиційними принципами. Наприклад, торгові представники не можуть точно спланувати кількість часу, необхідного для формування замовлень, отримання документації, спілкування зі службою логістики, затримками в дорозі тощо. Тому одним з методів ефективного управління часом торговельних представників є планування справ на тиждень у другій половині дня в п'ятницю, коли майже всі завдання ви-

конані і ділова активність клієнтів знижена. Ефективному плануванню часу сприяє підвищення рівня мотивації торгового представника, адже чим більше часу він проведе з різними клієнтами, тим більше можливостей підвищити свій власний дохід.

Висновки. Кожній людині потрібно серйозно підходити до організації вільного і робочого часу. Звичайно, жодна людина не може і не повинна використовувати всі методи управління часом одночасно, а дотримуватись певної послідовності. Ефективне управління часом не лише дозволяє нам зробити свій робочий день продуктивнішим, а й знімає психологічні перевантаження, що виникають внаслідок браку часу і негативно впливають на продуктивність праці та задоволеність нею.

Впровадження самоменеджменту персоналу необхідно розпочинати з діагностики типу колективу, що дозволить сформулювати конкретні цілі і визначити якими шляхами розвивати самоменеджмент. Регулярний моніторинг рівня розвитку та ефективності самоменеджменту персоналу дозволить генерувати і впроваджувати адекватні методи розвитку та регулювання цього процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богуш-Дант М. Инструменты планирования в работе поморника руководителя / М. Богуш-Дант // Секретарь-референт. – 2012. – №3. – С.42-44
2. Зайверт Л. Ваше время – в ваших руках / Л. Зайверт. – М. : Экономика, 1991. – 125 с.
3. Корякіна Н. Ефективне управління часом: тренінгові поради / Н. Корякіна // Персонал. – 2013. – №6. – С.36-45.
4. Кравченко А. Анализ рабочего времени и поиск резервов: волшебный элексир для трудоголиков / А. Кравченко // Секретарь-референт. – 2012. – № 3. – С. 46-51.
5. Маркова С. В. Управлінські підходи до формування системи менеджменту якості підприємства засобами розвитку персоналу та самоменеджменту / С. В. Маркова, А. С. Чкан, О. М. Олійник // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 7. – С. 194-201.
6. Стрельнікова Л. Нотування справ – основа тайм-менеджменту / Л. Стрельнікова // Секретарь-референт. – 2009. – №6. – С.80-85.
7. Усов В. Тайм менеджмент в системе внутрифирменного обучения / В. Усов, С. Французова // Менеджмент и менеджер. – 2006. – №5. – С.57-63.
8. Штепа О. Теорія самоменеджменту / О. Штепа // Соціальна психологія. – 2010. – № 3. – С. 111-123
9. Чернишова Є. Концептуальні підходи до реалізації ідеї тріумфу особистості у контексті її саморозвитку / Є. Чернишова // Вища школа : наук.-практ. вид. – 2013. – № 8. – С. 78-88.

МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ

Жуков Святослав Августович,

к.е.н., с.н.с., доц.,

в.о. зав. кафедри економічної теорії

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Анотація. В науковій статті досліджений сучасний розвиток таких процесів, як глобалізація, регіоналізація та їх гібриду – глокалізація. Автором зазначені причини та передумови зміни орієнтації міжнародної маркетингової діяльності підприємств з урахуванням сучасних тенденцій розвитку глокалізації. Визначені шляхи переорієнтації: з глобальної стратегії на регіонально орієнтовану (транснаціональну) та змішану – глокальну маркетингову стратегію розвитку підприємства.

Ключові слова: глобалізація, регіоналізація, глокалізація, міжнародна маркетингова діяльність, глобальна стратегія, глокальна стратегія, глобальний маркетинг, транснаціональний маркетинг, регіональний маркетинг, глокальний маркетинг.

Summary. In the scientific article the modern development processes such as globalization, regionalization and their hybrid – glocalization. The author of these reasons and prerequisites change the orientation of the international marketing activities of enterprises based on current trends of glocalization. The ways reorientation, with a global strategy focused on regional (transnational) and mixed – marketing glocalization as development strategy.

Keywords: globalization, regionalization, glocalization, international marketing activity, global strategy, strategy of glocalization, global marketing, transnational marketing, regional marketing, marketing glocalization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Для світової економіки дедалі характерним є посилення інтернаціоналізації та глобалізації виробничих систем і процесів. Інтеграція, регіоналізація та глобалізація неодмінно впливають на якість усіх сторін життєдіяльності населення планети та є генераторами відповідних наслідків у більшості країн світу. Такі сучасні процеси супроводжується бурхливим розвитком фірм-гігантів – транснаціональних корпорацій, метою діяльності яких є повна й інтегрована участь у функціонуванні ринків по всьому світу.

Важливе місце в діяльності ТНК належить управлінню міжнародним маркетингом на всіх рівнях ведення господарської діяльності – мікро- (підприємств), мезо- (мереж взаємозв'язаних організацій – галузей або певних територій), макро- (національного господарства), мега- (інтеграційних угруповань країн), метарівня (у масштабах усього світу).

У неоекономічному (постіндустріальному) суспільстві ХХІ століття крім обсягу вирішуваних маркетинговим менеджментом проблем змінилося й якість у порівнянні з попереднім століттям. Це вимагає нових підходів, культури та філософії маркетингу, і все це – з урахуванням двох протилежних сучасних процесів – глобалізації та регіоналізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Бага-

то наукових праць присвячені проблемам глобалізації та регіоналізації. Серед учених, які їх досліджували можна відмітити: Батченко Л.В. [2], Борсукову С.В. [3], Гончарову О.В. [5], Кудряшову І.А. [8], Лукьяненко Д.Г. [4], Скринько М.М. [9], Сосько С.П. [9], Поручника А.М. [4], Шавкуна І.Г. [14] та інших. Натомість проблемами міжнародного маркетингу в контексті глобалізаційних і регіоналізаційних тенденцій займалася незначна кількість українських учених, зокрема Азарян Е.М. [1], Канищенко О.Л. [6], Корж М.В. [7], Тарлопов, І.О. [12], Циганкова Т.М. [13]. Наукові розвідки згаданих українських учених є важливими, однак, ще недостатньо визначений вплив глобалізації та регіоналізації на міжнародний маркетинговий менеджмент. Отже, це потребує додаткових досліджень у цьому напрямку.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Кардинальні зміни сучасних соціально-економічних реалій потребують ґрунтовного вивчення впливу глобалізації та регіоналізації на міжнародний маркетинг, зокрема розробку його стратегії та управління.

Вклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Науково-технічний прогрес сприяє стрімкому підвищенню ефективності виробництва та продуктивності праці, збільшенню обсягів випуску продукції, розширення та швидку зміну її асортименту. Все це неминуче приво-

дить до посилення конкурентної боротьби за ринки збуту і відповідно впливу на споживачів [3, с. 173].

Глобалізація світової економіки, як закономірний процес активізації зв'язків між національними економіками окремих країн, безпосередньо чи опосередковано впливає на всі підприємства, незалежно від їхньої присутності на іноземних ринках. Це має об'єктивну основу, яка дозволяє підприємствам та їх країнам стати органічною частиною світового господарства з притаманними їй закономірностями: революція в інформаційних технологіях; економічна революція; налагодження горизонтальних зв'язків у світових економічних структурах тощо [7, с. 17].

Канадські дослідники стверджували, що для нового глобального світу, характерна «глокалізація» [16]. Глобальні та регіональні (локальні) тенденції, як зазначив Роланд Робертсон, «у кінцевому рахунку взаємодоповнювані та взаємопроникають один в одного, хоча в конкретних ситуаціях можуть прийти в зіткнення». Він також наголошував, що глокалізація є феномен нерозривності та взаємодоповнювання зовні суперечливих процесів глобалізації та локалізації, які взаємно здійснюються у теперішній час [15, с. 30].

Отже, можна зазначити, що людство вступило у нову «постглобальну» фазу розвитку – «глобальну регіоналізацію», тобто нерозривну єдність глобального і регіонального (локального), коли локальне є аспектом глобалізації, а глобальне створює локальне. Для цього доречним є лозунг: «Мислити глобально, але діяти локально» [14, с. 93]. Однак цей лозунг не є універсальним і, тим більше, не може бути панацеєю успіху на світовій арені.

Як наслідок глокалізації, зростаюча взаємозалежність країн всього світу через виробничу кооперацію спричинила усвідомлення великими промисловими підприємствами необхідності врахування двох протилежних тенденцій: по-перше, більш глобального підходу до своєї діяльності, а відтак орієнтації на технологію глобального маркетингу, а по-друге – необхідності врахування існуючих принципових і різносторонніх відмінностей між країнами світу, або макрорегіонами (інтеграційними угрупованнями країн), тобто орієнтації на регіональний і диференційований маркетинг.

Це в свою чергу складає основу проблем, які виникають у підприємств при здійсненні міжнародної маркетингової діяльності. Серед них: 1) соціально-культурні та побутові (різні культури та мови, відмінності в інтелектуальному розвитку та ментальності, звички і традиції); 2) економічні (різні економічні системи і ступінь відкритості/закритості ринків, різні умови збуту, валютні відмінності, різний рівень розвитку інфраструктури і конкуренції); 3) політично-правові (різні політичні системи, відмінні правові стандарти). Все це для міжнародних підприємств під час розробки їхньої міжнародної маркетингової стратегії доводиться робити складний вибір між глобалізацією та відданістю національним (регіональним) інтересам (диференціація). Такий вибір яскраво ілюструє матриця (рис. 1), яка

удосконалена за розробкою К.Барлетт і С.Гошал. Вчені, досліджуючи практику міжнародного маркетингового менеджменту виявили, з одного боку, конфлікт між прагненням транснаціональних корпорацій (ТНК) щодо однорідності маркетингових підходів по всьому світу та розробленим світовим стандартам, що є більш прибутковим через менші витрати на маркетинг (притаманне глобальному маркетингу), з іншого – привернення уваги на різницю національних смаків споживачів з різних країн (характерне для регіонального маркетингу).

		<i>Регіоналізація (диференціація)</i>	
		<i>низька</i>	<i>висока</i>
<i>Глобалізація (інтеграція)</i>	<i>висока</i>	1 Глобалізаційна стратегія	3 Змішана стратегія
	<i>низька</i>	2 Змішана стратегія	4 Регіонально орієнтована стратегія

Рис. 1. Матриця «глобалізація – регіоналізація»*
* – удосконалено автором за джерелом [10, с. 120]

Виходячи з цих двох протилежних підходів, ТНК може скористатись перевагами глобалізації (поле 1) за рахунок переваг масштабів і цінової конкуренції або ж перевагами диференціації (поле 4), яка дає можливість запропонувати місцевим споживачам унікальні товари (послуги). Зазначені поля матриці є сферами прийняття простих, але ризикованих стратегічних маркетингових рішень. Для прикладу можна назвати деякі успішні ТНК, які діють у полі 1: «Дженерал Електрик», «Моторола», «Філіпс», «Нокія». Інші сфери потребують прийняття менш ризикованих, однак не менш складних комплексних рішень. Стратегії для поля 2 пов'язані зі стандартизованим маркетингом, однак ситуації можуть вимагати децентралізації маркетингового менеджменту з пристосуванням до особливостей окремих країн. У полі 3 потреби інтеграції та диференціації є високими і ця ситуація вимагає прагнення інтеграції виробництва з поєднанням із вимогами регіональної диференціації в маркетингу. Це поле становить собою найвизначніший виклик для ТНК, оскільки воно за своєю природою є міжкультурним і асоціюється з формулою локалізації глобального фокусу [10, с. 120].

Актуальність прийняття підприємством глобального підходу залежить від особливостей зовнішнього середовища. Його Жан-Жак Ламбен запропонував оцінювати за двома вимірниками:

1) глобальних сил, які підштовхують до стандартизації та обумовлені різними причинами: і поведінкою покупців, і потенціалом економії на масштабі, і конкуренцією і т. д.;

2) регіональних (локальних) сил, які привертають увагу до регіональних особливостей, зокрема різноманітності культур і/або правових норм, специфіки збутової системи тощо [9, с. 56].

На основі цього Ж. Ламбен для кожного з вимірів виділив два рівні – низький і високий, що дозволяє побудувати двовимірну матрицю, представлену на рис. 2. Таким чином, отримуємо чотири варіанти міжнародного середовища, кожен з яких вимагає специфічної організаційної форми.



Рис. 2. Матриця аналізу міжнародного середовища [9, с. 56]

Аналізуючи рисунок 2, змодельюємо ситуацію в полях матриці.

1. У глобальному середовищі сили, що штовхають до стандартизації, є потужними й на них не мають впливу регіональні сили. Для таких ринків кращою є глобальна організація, а його середовищу властиві, по-перше, засекреченість виробництва, особливо в секторі високої технології, де регіональна специфіка відсутня або несуттєва, а по-друге, тенденція розвитку спрямована в бік централізації відповідальності.

2. На протигагу глобальному середовищу, в мультинаціональному домінують місцеві особливості, смаки, традиції поведінки та правові норми – тобто все те, що властиво тільки певній країні. Таке середовище характерне, зокрема, для харчової промисловості, коли смаки, кулінарні традиції роблять сильний вплив на переваги та купівельні звички. Це спонукає підприємства максимально адаптуватися до місцевих особливостей і до децентралізації своєї міжнародної організації.

3. У нейтральному міжнародному середовищі, що характерно, наприклад, для цементної промисловості та чорної металургії, як глобальні, так і регіональні сили є однаково слабкі для того, щоб домінувати в якійсь одній організаційній формі.

4. Транснаціональне середовище знаходиться під сильним впливом як стандартизованих, так і регіональних сил, що в сукупності створює складну ситуацію, яка вимагає одночасно і певної централізації та координації, і збереження сильних регіональних організацій.

Яскравими прикладами переорієнтації з глобальної стратегії ведення бізнесу на транснаціональну можуть бути наступні. Торгова марка «Карлсберг» (Carlsberg), яка відноситься до глобальної марки, так як присутня в 130 країнах світу, а її смак, етикетка і формат пляшки однакові по всьому світу. Враховуючи різну культуру пива в країнах світу, більш доцільною для неї є транснаціональна структура, яка надає певну автономію регіонам. Фірма «Вольво Трак» (Volvo Truck), яке

хоча і випускає ідентичну продукцію по всьому світу, однак глобальна організація з високою централізацією не дуже пристосована до регіональних сегментів, де її дилери, які забезпечують післяпродажне обслуговування та відповідають за гарантії постійно вносять корективи у товарну політику фірми. Програмні продукти корпорації «Майкрософт» (Microsoft), такі як «Windows», «Word» і «Excel» існують у безлічі національних версій, причому, крім версій російською, польською або чеською мовами, існує навіть спеціальна англійська версія для Центральної та Східної Європи [9, с. 56-57].

Приклади показують, що вирішуючи проблему інтернаціоналізації ринків, підприємства повинні мислити глобально, здійснюючи стратегічний маркетинг, а діяти локально, здійснюючи маркетинг операційний (тактичний) з орієнтацією на певні регіональні особливості. При цьому глобальний маркетинг припускає дворівневе мислення. По-перше, слід звернути увагу на сегменти споживачів зі специфічними потребами, розподілені по всій географічній протяжності ринку. Незважаючи на те, що ці сегменти можуть бути дуже вузькими, їхній сумарний обсяг на регіональному та міжнародному рівнях може виявитися значним, тобто здатним принести підприємству економію на масштабі. У цьому сенсі глобалізація належить в основному до концепції товару, але не обов'язково зачіпає інші інструменти маркетингу, такі як комунікація, ціна та збут, що зберігають індивідуальну адаптацію до місцевих умов. Така адаптація відповідає другому рівню глобального мислення.

Однак не всі підприємства готові змінити глобальну орієнтацію маркетингу на транснаціональний маркетинг, оскільки принцип «мислити глобально, діяти локально» припускає здатність підприємства створювати товари, відволікаючись від результатів аналізу локальних потреб, а потім домагатися їх прийняття в усьому світі. Ось чому фірма «Проктер енд Гембл» (Procter & Gamble) виходить у своїй глобальній політиці з принципу «мислити глобально та локально», підкреслюючи цим необхідність розроблення товарної політики і на регіональному, і на глобальному рівнях. Ця стратегія є глобальною маркетинговою стратегією підприємства.

Така стратегія передбачає основні чотири етапи [9, с. 56]:

- аналіз локальних (регіональних) потреб у певній країні;
- глобалізація концепції товару, розробленого локально;
- адаптація товару до кожного конкретного середовища регіону;
- реалізація стратегії за допомогою адаптованого операційного маркетингу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку доцільно зробити в таких напрямках.

1. Сучасним позитивним явищем розвитку міжнародного бізнесу загалом і міжнародної маркетингової діяльності зокрема, є глокалізація, як дієвий і перспективний гібрид двох сучасних тенденцій – глобалізації та

локалізації (регіоналізації). Глокалізація – є прискорювачем міжнародної економічної діяльності завдяки пристосуванню виробництва і споживання універсальних товарів і послуг до специфіки регіонального ринку.

2. Враховуючи нове перспективне явище – глокалізацію, підприємствам доцільно переорієнтуватися з глобальної стратегії ведення бізнесу на транснаціональну: почати «мислити глобально», здійснюючи стратегічний маркетинг, а «діяти локально», проводити маркетинг операційний (тактичний) з орієнтацією на особливості певного регіону.

3. Дослідження показало, що не всі підприємства готові змінити глобальну орієнтацію маркетингу на транснаціональний маркетинг. Найбільш перспективною стратегією для глобальних підприємств є принцип «мислити глобально та локально», що означає необхідність розробки і впровадження маркетингової товарної політики як на регіональному, так і на глобальному рівнях, тобто дотримуватися глокальної маркетингової стратегії.

4. Перспективний, на думку автора, розвиток двох протилежних, але взаємозалежних процесів – глобалізації і локалізації є і буде предметом подальших наукових досліджень і дискусій в науковому колі. Для одної частини вчених ці процеси є складовими одного цілого, взаємозв'язки між якими посилюються і переплітаються. Для інших – це спільне існування протилежних, антагоністичних, з відчутними протиріччями між собою явищ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян Е.М. Международный маркетинг / Е.М. Азарян. – 3-е изд. – Харьков: Студцентр, 2003. – 202 с.
2. Батченко Л.В. Діалектика глокалізації, або локалізація як відповідь на виклики глобалізації // Прометей. – Донецьк, 2004. – Вип. 1 (13). – С. 25-29.
3. Борсукова С. В. Международная деятельность ТНК в условиях глобализации: уроки для России / Борсукова С.В.; под. ред. Е. А. Киселевой // Социально-экономическая трансформация в России: книга. – М.: МОНФ, 2001. – Вып. 131. – (Сер. «Научные доклады»).
4. Глобальна економіка XXI ст.: людський вимір: монографія / Д.Г. Лукьяненко [та ін.]; за заг. ред. Д.Г. Лукьяненка та А.М. Поручника. – К.: КНЕУ, 2008. – 420 с.
5. Гончарова О.В. Понятійно-категорійна сутність та основні засади глокалізації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Formuvannya-rynkovoi-ekonomiky/FRE-2009-22/2009_22-goncharova.pdf.
6. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств: Монографія / О.Л. Каніщенко. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
7. Корж М.В. Маркетингова діяльність підприємств в умовах глобалізації: монографія / М.В. Корж, С.А. Жуков. – Краматорськ: ДДМА, 2012. – 252 с.
8. Кудряшова И.А. Концептуально-теоретические основы глокализации мировой экономики / Кудряшова

И.А. // Вопросы новой экономики. – 2007. – №1. – С.1-10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsei.ru/downloads/vne/n01-07.pdf>.

9. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с французского. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

10. Панченко, Є. Г. Міжнародний менеджмент: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Є. Г. Панченко – К.: КНЕУ, 2007. – 468 с.

11. Сонько С.П. Інфраструктура в умовах транзитивної економіки: монографія / Сонько С.П., Скринько М.М. – Харків: Екограф, 2004. – 256 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.udau.edu.ua/assets/files/zbirniki/monographs/Infrastruktura_monografia_Sonko.pdf.

12. Тарлопов І.О. Тенденції розвитку міжнародного маркетингу та напрямки реалізації / І.О. Тарлопов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2 (80). – с. 129-139.

13. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології / Т.М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.

14. Шавкун І.Г. Менеджмент XXI століття: колізія між глобалізацією і регіоналізацією. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. – Вип. – 35. Запоріжжя: ЗДІА, 2008. – С. 90-99. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_35_8.pdf.

15. Robertson R. Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity // Global Modernities / Ed. by M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson. – L., 1995. – P. 25- 44.

16. Spiegler M. Glocalization: Easier Said Than Done // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thestandard.com/article/display/0,1151,18890,00.htm>.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Котикова О. І., доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки підприємств

Тесляр В. О., студентка

Миколаївський національний аграрний університет

Досліджено та проаналізовано показники економічної ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. В результаті визначено основні показники та методи оцінки ефективності маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, оцінка ефективності, управління маркетинговою діяльністю, сільське господарство.

Investigated and analysed the indicators of economic efficiency of marketing activity of the agricultural enterprises. In result defined a main indicators and methods of an assessment of efficiency of marketing are as.

Keywords: marketing, efficiency assessment, management of marketing activity, agriculture.

Постановка проблеми. Перехід України до ринкової економіки та поглиблення ринкових процесів в економіці України визначає необхідність переорієнтації виробничо-комерційної діяльності господарюючих суб'єктів щодо задоволення потреб споживачів на основі концепції маркетингу. Через нестабільність попиту на ринку сільськогосподарської продукції виникає потреба в постійному пошуку більш ефективних напрямів товарної та цінової політики, каналів розподілу продукції, методів формування попиту і стимулювання збуту, активізуючи цим на підприємствах аграрного сектора маркетингову діяльність. Вплив маркетингової діяльності на економічні показники розвитку підприємства є беззаперечним аргументом актуальності проблеми і необхідності підвищення ефективності використання маркетингу в сільськогосподарських підприємствах, а також обґрунтування єдиних показників комплексної оцінки ефективності маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань оцінки ефективності маркетингової діяльності присвячено праці вчених-економістів: О. А. Воронова, О. М. Валькова, Л. О. Стрія, А. В. Войчака, В. Ф. Бевзенка, І. Х. Баширова, Н. М. Козуба та багатьох інших. Проте наука досі не виробила єдиних методичних основ комплексної оцінки ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств, доступної для практичного використання в аналітичній роботі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження і систематизація показників ефективності маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для подальшого визначення показників оцінки ефективності маркетингу необхідно, насамперед, надати визначення поняттю «ефективність маркетингу».

Ефективність маркетингу – це [1]:

- показник того, наскільки оптимальними є маркетингові заходи у тому, що стосується зменшення витрат та досягнення результатів у короткостроковій та довгостроковій перспективі;
- відношення результату (ефекту) від проведення маркетингових заходів до всієї сукупності витрат, необхідних для їхнього здійснення;
- показник ефективності комплексу маркетингу (маркетинг-міксу), який може вимірюватися в натуральних (речовинних і нематеріальних) і вартісних формах.

Точність оцінки ефективності маркетингової діяльності залежить від правильного врахування відповідних маркетингових витрат, а також пов'язаних фінансових результатів.

З метою удосконалення маркетингової діяльності підприємств, їх ринкової орієнтації, отримання можливостей залучення інвестицій необхідно оцінювати рівень маркетингу, а також цілеспрямовано та своєчасно управляти ним. Оцінка маркетингу може проводитись на основі двох підходів до збору даних – опитування менеджерів та незалежної експертизи стану маркетингу. Перший більш прийнятний для отримання інформації менеджерами з метою подальшого удосконалення управління маркетингом, оскільки він вимагає менших витрат часу. Другий більш складніший, він вимагає більше часу, оскільки пов'язаний з аудитом стану маркетингової діяльності підприємства.

Система маркетингу аграрної галузі економіки має свої особливості, які визначаються специфікою сільськогосподарської продукції, а саме: об'єкти маркетингу відрізняються нешироким і неглибоким асортиментом продукції, обмеженими ресурсами, відчувається значний вплив природно-кліматичних умов на результати виробництва, існує залежність між якістю продукції та

строками і умовами збирання, зберігання та транспортування, а також специфічні умови функціонування ринку продукції сільського господарства.

Оцінка ефективності маркетингу сільськогосподарських підприємств є досить складним завданням, оскільки не завжди є можливість виразити кількісний ефект, що отримується за рахунок маркетингових заходів.

Ефективність маркетингової діяльності (індекс доходності) в загальному вигляді визначають як відношення сукупного дисконтованого прибутку, отриманого від реалізації маркетингових заходів у кожному році розрахункового періоду, до сукупних дисконтованих витрат на здійснення цих заходів.

Маркетингова діяльність ефективна, якщо індекс доходності більше ставки на капітал, і неефективна – якщо менший. Для оцінки маркетингової діяльності необхідно формувати параметри, що характеризують діяльність кожного бізнес-підрозділу або групи продукції: дохід від реалізації, частку підприємства на відповідному ринку, маржинальний та чистий прибуток. При цьому грошова виручка від реалізації продукції (дохід) є комплексним показником і показує не лише успішність зусиль по збуту продукції, але й правильність обраної ціни.

Дослідження даної проблеми дозволило нам виділити такі основні методи оцінки ефективності маркетингу: якісні, кількісні, соціологічні, бальні та інформаційні (таб. 1).

Таблиця 1
Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності

Методи	Характеристика
- якісні	передбачають використання маркетингового аудиту, у ході якого здійснюється незалежне періодичне всебічне дослідження маркетингового середовища, цілей, стратегій і результатів діяльності підприємства для виявлення проблем і розробки плану дій щодо поліпшення стану маркетингу. Включає шість складових: аудит маркетингового середовища, маркетингової стратегії, організації маркетингу, маркетингових систем, маркетингової прибутковості та функцій маркетингу.
- кількісні	вимагають порівняння витрат на маркетинг з отриманим валовим прибутком, а також витрат на рекламу до обсягу продажу. Вони характеризують кінцеві фінансові результати діяльності підприємства [5]; показники доходів і прибутків, платоспроможності, обороту товарних запасів та ефективності маркетингових заходів [2]; показники, пов'язані з покупцем; поведінка покупця; показники відносно конкурентів; інновації та фінансові показники; математична модель ефективності системи маркетингу яка являє собою суму добутків вагового коефіцієнта кожної підсистеми або складової видів маркетингової діяльності на ефективність відповідної підсистеми маркетингу або виду маркетингової діяльності [3].
- соціологічні	націлені на використання інструментів прикладної соціології – розробку програми соціологічного дослідження і, відповідно до неї, проведення самого дослідження.
- бальні	передбачають поділ ефективності на окремі заходи та підготовку переліку критеріїв відповідності структур та концепцій маркетингу з виставленням балів по кожному критерію.
- інформаційні	передбачає використання спеціальних комп'ютерних програм таких, як "Marketing Expert", "Clientele", "БЕСТ-маркетинг", "Стратегія", "Галактика-Маркетинг", "Олімп-маркетинг". Більшість програмних продуктів дає можливість виконувати основні маркетингові завдання (аналіз ринку, товару, прогноз і аналіз продажу, планування маркетингової діяльності) і підтримувати типові методи (SWOT-аналіз, метод "4p" та ін.).

Джерело: систематизовано автором з використанням [4]

На нашу думку, більш інформативними та доцільними при визначенні ефективності маркетингу на сільськогосподарському підприємстві є кількісні методи, запропоновані Канищенко О. Л. (табл. 2).

Таблиця 2
Кількісні методи оцінки ефективності маркетингу

Показник	Метод розрахунку
Ефективність витрат на маркетингові програми	$E_{md} = \frac{\Delta Pr}{V_m}$ де $\Delta Pr = V_e - V_b$ $V_m = I_c + I_v$
Ефективність маркетингових процесів (управління та адаптація)	$E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{Vmr_i}$ $E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{Vsp_i}$ $E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{Vmix_i}$
Загальна ефективність маркетингу	$E_m = \frac{\sum \Delta Pr_i}{\sum (Vmr_i + Vsp_i + Vmix_i)}$

Джерело: [5]

Де: ΔPr – приріст обсягу реалізації товарів та послуг; Vm – сукупні витрати на маркетинг; V_e – обсяг реалізованих товарів і послуг на кінець періоду; V_b – обсяг реалізованих товарів та послуг на початок періоду; I_c – матеріальні витрати на маркетинг; I_v – фонд оплати праці менеджерів; ΔPr_i – приріст обсягу реалізації товарів і послуг на певному ринку; Vmr_i – витрати на дослідження на певному ринку; Vsp_i – витрати на реалізацію стратегічних планів на певному ринку; $Vmix_i$ – витрати на реалізацію комплексу маркетингу на певному ринку.

Отже, з метою вдосконалення маркетингової діяльності та підвищення конкурентоспроможності, сільськогосподарським підприємствам необхідно регулярно здійснювати оцінку ефективності маркетингу в основі якої покладено комплексне використання вищезазначених методів.

Висновки. Оцінка ефективності маркетингу повинна бути якомога більш конкретною та комплексною. Перелік показників є індивідуальними для кожного сільськогосподарського підприємства і залежать від виду діяльності, етапу розвитку господарства, стану ринку тощо. Важливим є те, що ефективність маркетингу потрібно оцінювати за тривалий період часу, а не за результатами поточної діяльності. Розглянуті вище підходи мають свої переваги й недоліки.

Підвищити ефективність маркетингу в аграрному підприємстві можливо шляхом: налагодження безпосередніх контактів між виробниками і споживачами; організації маркетингової діяльності, спрямованої на розвиток підприємницької ініціативи, що передбачає розробку конкурентоспроможних ідей, їх оперативну реалізацію; в основу виробничої та ринкової стратегії має бути покладена концепція життєвого циклу продукту, а також необхідність заміни існуючого продукту новим, конкурентноспроможнішим (збільшення частки на ринку екологічно чистої продукції).

ЛІТЕРАТУРА

1. Ефективність маркетингу / [Електронний ресурс] : Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D>

0%95%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96% — Назва з екрану.

2. Войчак А. В. Маркетингові дослідження: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. В. Войчак — К.: КНЕУ, 2001. — 119 с.

3. Стрій Л. О. Маркетингове управління на рубежі XXI століття: системне дослідження: Монографія. — Одеса: Астропринт, 2000. — 304 с.

4. Автоматизация маркетинговой деятельности / [Електронний ресурс] : Режим доступу : <http://www.coolreferat.com/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%> — Назва з екрану.

5. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств : монографія / О. Л. Каніщенко. — К. : Знання-Прес, 2007. — 448 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ І СПОСОБИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Кузьменко Оксана Валеріївна

заступник директора з навчально-виховної роботи

Ленковецької ЗОШ I-III ступенів, вчитель географії і економіки, спеціаліст вищої категорії.

Анотація. Стаття присвячена вивченню ефективності Інтернет реклами та шляхів її підвищення. Метою є вивчення ефективності Інтернет реклами, окреслення її переваг і недоліків, цільової аудиторії і групи товарів, оптимальних для даного способу просування. Наводяться рекомендації щодо підвищення ефективності Інтернет реклами.

This article deals with efficiency learning of Internet advertisement and ways its raising.

The purpose is learning efficiency of Internet advertisement, delineation its advantages and shortcomings, audience and group of goods, optimal to this way of promoting.

The references of rise in efficiency of Internet advertisement has it.

Ключові слова:реклама, ефективність реклами, маркетинг, контент, сегментація ринку.

Рекламна середу різних форм просування товару є найкращим засобом доступу до масової аудиторії - найшвидшим і найдешевшим в розрахунку на одного споживача. Крім того, реклама - така форма просування, над якою організація зберігає найбільший контроль. З розвитком науково-технічного прогресу користування комп'ютером, а разом з ним і Інтернетом, стало нормальним процесом майже для кожної людини. Отже Інтернет реклама є сучасним і перспективним способом просування товарів. Проблемою, яка розглядається у даній статті є дослідження ефективності Інтернет реклами, порівняння її із традиційними видами реклами, визначення переваг і недоліків даного виду реклами.

Реклама має давню та цікаву історію. До питань теорії та практики реклами зверталися спеціалісти різних країн. Створена велика бібліотека наукових та популярних робіт по рекламі, особливо в США. Генеалогічне дерево реклами сягає своїми коріннями до перших кроків організації людського суспільства. Західні дослідники характеризують її як процес інформування. Цю точку зору поділяють і вітчизняні спеціалісти в області реклами: Л.Ю.Германова, Н.С.Добробабенко, І.А.Гольман та інші. Щодо Інтернет реклами експертна група NeuroFocus, порівнюючи ефективність різних видів рекламної продукції, дійшли висновку, що найефективнішими є короткі, яскраві меседжі. Висновок ґрунтується на вивченні психології споживача. Реклама у Інтернеті є предметом праць Бутиріної М. В., Сидорова С. А., Соловійова С. Г., Ценева В. А. Вчені Р.Зеф та Б.Аронсон формулюють визначення Інтернет-реклами: «Інтернет-реклама-конвергенція традиційної реклами і маркетингу прямого відгуку. Інтернет-реклама-це конвергенція брендинга, розповсюдження інформації і продажів-усе в одному місці». Проте реклама все ще залишається явищем загадковим та повним протиріч і є широким полем дослідницької діяльності.

Дана стаття присвячена вивченню ефективності Інтернет реклами, окресленню її переваг і недоліків, ці-

льової аудиторії і групи товарів, оптимальних для даного способу просування. Вирішення мети пропонується реалізувати через завдання:

- Характеристика реклами, як елементу системи маркетингових комунікацій. Виділення особливостей Інтернет реклами.
- Вивчення методик оцінки ефективності та чинників, які впливають на ефективність реклами.
- Виявлення цільової групи споживачів Інтернет реклами і кола товарів, які доцільно просувати у такий спосіб.
- Формулювання рекомендацій щодо підвищення ефективності Інтернет реклами

Реклама (від лат. Reclamare - «стверджувати, викрикувати, протестувати») - інформація, поширена будь-яким способом, в будь-якій формі і з використанням будь-яких коштів, адресована невизначеному колу осіб і спрямована на привернення уваги до об'єкта рекламування, формування або підтримка інтересу до нього і його просування на ринку. Реклама відрізняється величезним розмаїттям форм. Однак її головне, традиційне призначення - забезпечення збуту товарів та прибутку рекламодавця.

Формуючи попит і стимулюючи збут, примушуючи споживачів купувати товари і прискорюючи процес «купівлі-продажу», а звідси оборотність капіталу, реклама виконує на ринку економічну функцію. Крім того, вона здійснює й інформаційну функцію. У цій ролі реклама забезпечує споживачів направленим потоком інформації про виробника і його товари, зокрема, їх споживчої вартості.

Разом з тим, очевидно, що, будучи частиною системи маркетингу, реклама переступає вузькі рамки інформаційної функції і бере на себе ще функцію комунікаційну. За допомогою застосовуються в процесі вивчення рекламної діяльності анкет, опитувань, збору думок, аналізу процесу реалізації товарів підтримується зворотний зв'язок з ринком і споживачем. Це дозволяє

контролювати просування виробів на ринок, створювати і закріплювати у споживачів стійку систему переваг до них, у разі необхідності швидко коректувати процес збутової і рекламної діяльності. Таким чином реалізуються контролююча і коректуюча функції реклами.

Використовуючи свої можливості спрямованого впливу на певні категорії споживачів, реклама все в більшій мірі виконує функцію управління попитом. Керуюча функція стає відмітною ознакою сучасної реклами, приреченою тим, що вона є складовою частиною системи маркетингу. При організації рекламної кампанії важливим є вибір носія реклами.

Стрімке зростання можливостей використання Інтернету та його користувачів стали невід'ємною частиною життя, оскільки чимало часу люди витрачають на користування Мережею, пошуком там необхідної інформації, переглядом новин та соціальних мереж. В результаті досить важливим кроком у розвитку реклами став такий її різновид як Інтернет-реклама. Оскільки вона є досить зручною у розміщенні, та її можуть продивитись необмежена кількість людей. Існують чимало видів реклами в Мережі, які спрямовані на певні групи людей, містять різного роду інформацію та використовують різні типи та місця розміщення. Основними видами реклами є:

- веб-сайт – це головна ланка Інтернет-реклами. На ньому міститься вся необхідна інформація про товари, послуги, підприємство в цілому та безпосередні контакти об'єкту пошуку;

- пошукова реклама – оптимізація сайту під пошукові системи, тобто визначення рейтингу сайту, чим вищий рейтинг тим швидше користувач знайде даний сайт через пошукову систему;

- вірусний маркетинг – досить поширений і цікавий вид Інтернет-реклами, що створює текст, відео-ролик, фото-колаж, будь-що, що може зацікавити і привернути увагу користувачів;

- контекстна реклама – полягає у розміщенні рекламних оголошень поруч з пошуковими запитам користувачів, переважно це короткі текстові оголошення, які містять ключові слова пошуку;

- банерна реклама – це в основному графічні зображення чи анімації, яка використовується для того, щоб користувач міг впізнати бренд, який рекламується;

- медійно-контекстна реклама – медійно-контекстний банер з'являється на сайтах партнерів, в результаті пошукових запитів;

- реклама в соціальних мережах. Останнім часом все більше набирає обертів і стає одним з найпопулярніших видів реклами. Це тематична реклама на блогах, форумах, та у соціальних мережах.

Інтернет-реклама порівняно з традиційними її формами має масу переваг: високий маркетинговий потенціал, вихід на цільову аудиторію в глобальному масштабі, легка доступність для споживача, значні можливості опису продукції, стає більш масовою з кожним роком, привертає увагу потенційних споживачів. Крім вищесказаного бурхливий розвиток служб доставки

товару в Україні за останні роки призвів до активізації Інтернет торгівлі. А отже все більше коло споживачів більш активно цікавиться рекламою товарів у мережі. За умов звуженого доступу до товарів у мешканців малих населених пунктів Інтернет є чи не єдиним джерелом доступу до певних товарів.

Але Інтернет-реклама має і свої недоліки, серед яких головними є зменшення кількості людей, які довіряють рекламі в Інтернет, складність пошуку потрібного сайту з потрібною рекламою, не всі люди мають доступ до мережі Інтернет, особливо це стосується мешканців сільської місцевості. Крім того вища Інтернет активність притаманна молодшому поколінню. Старші люди надають перевагу іншим джерелам інформації, а, отже не є цільовою аудиторією даної реклами. Відповідальність рекламодавця за рекламні оголошення у Інтернеті важко проконтролювати. Це призводить до появи великої кількості зловживань і шахрайських схем.

Ефективність реклами – це відповідність отриманих при проведенні рекламної кампанії результатів меті за мінімальних затрат. Основні проблеми оцінки ефективності полягають у неможливості точно визначити зростання доходів продавця від реклами. Як наслідок – оцінка ефективності являє собою вивчення чинників, проблем і питань які практично неможливо точно виміряти. Однак неможливість точного вимірювання загальної ефективності реклами не означає, що вивчення не проводиться.

Значення ефективності реклами можуть бути знайдені різними способами. Ці способи можна поділити на прямі і непрямі. Прямі способи ґрунтуються на безпосередньому підрахунку результатів продажів, отриманих під впливом реклами. Причому зазвичай спочатку використовується один з непрямих способів.

Непрямі способи, у свою чергу, поділяються на:

- 1) способи щодо визначення кількості клієнтів та кількості рахунків;

- 2) способи з визначення суми продажу.

Ефективність реклами в Мережі оцінюється за допомогою певних методів: метод технологічного моніторингу, котрий дозволяє визначити кількість відвідувачів, ступінь їхньої активності, за допомогою лічильників та cookie-файлів, які дозволяють виявити постійних відвідувачів; метод опитування серед користувачів Інтернету авторитетними консалтинговими компаніями; метод проведення фокус-груп до і після рекламних кампаній; що дозволяє оцінити позиції торгової марки до та після проведення реклами; метод підрахунку кількості посилань на інших сайтах.

Оцінка ефективності реклами проводиться для визначення дієвості та доцільності її впровадження. Адже, оцінивши ефективність реклами наступним кроком є прийняття рішення щодо її продовження, удосконалення або припинення. Так замовник вирішує чи варто вкладати кошти у цю рекламу чи ні. Підвищення ефективності реклами в Інтернеті передбачає моніторинг та врахування постійних змін в поведінці споживачів, зміні попиту на певні групи товарів. Також враховуються де-

мографічні, економічні, соціальні фактори при проведенні Інтернет реклами. Оскільки Інтернет реклама має бути орієнтована на певний сегмент людей та змінюватися відповідно змінам у бажаннях споживачів.

На ефективність Інтернет реклами значний вплив відіграють наступні чинники:

- популярність місця розміщення реклами,
- необхідність рекламованого товару (роботи, послуги) серед відвідувачів місця розміщення;
- помітність реклами, її дизайн, креативність;
- популярність даної фірми-рекламодавця;
- організація роботи продавця після рекламної кампанії;
- кон'юнктура ринку, структура і динаміка

Варто пам'ятати, що ні одне рекламне оголошення не є в рівній мірі привабливим для всіх. Воно може і повинно бути цікаво якийсь певної групи споживачів. При сегментації ринку споживачів звичайно користуються демографічними факторами, до яких належать вік, рівень доходів, стать, освіта, національність, релігійні переконання і місце проживання людей, які є адресатами реклами. Інтернет реклама розрахована на людей молодшого і середнього віку, які є активними користувачами Мережі. Це переважно мешканці міст, які мають досить високий рівень освіти і не найнижчий рівень доходів. Отже рекламодавці мають орієнтуватись на потреби цієї групи осіб. А які товари варто просувати через Інтернет? Ця проблема досить актуальна. Існують сайти для моніторингу Інтернет ринку, для прогнозування пошуку товарів. Це, зокрема, Google – <https://adwords.google.com/select/KeywordTool>, Rambler – <http://adstat.rambler.ru/wrds>, Yandex - <http://wordstat.yandex.ru/>. Крім того, за результатами дослідження спеціалістами Рунета були визначені групи товарів, які найчастіше продають через Інтернет-магазини, Інтернет-аукціони, веб-дошки об'яв інші ресурси по збуту продукції. До складеної топ-десятки увійшли: 10 місце – велика побутова техніка, 9 – квитки на різні заходи і транспорт, 8 – карти оплати, 7 – одяг, 6- програмне забезпечення, 5- товари для дітей, 4- косметика, 3- мобільні телефони і комплектуючі до них, 2- ноутбуки і планшети, 1- дрібна побутова техніка.

Підсумовуючи вищесказане зазначимо, що для підвищення ефективності реклами через Інтернет важливо правильно обрати тип та місце розміщення реклами. Маркетологи повинні пам'ятати про такі чинники як помітність реклами, її дизайн, креативність, популярність даної фірми-рекламодавця, організація роботи продавця тощо. Правильно обрана цільова аудиторія – це також шлях до успіху рекламної кампанії. Моніторинг Інтернет ринку і достовірна інформація про успішність продажів даної групи товарів через Мережу дозволить прийняти правильне рішення щодо розміщення рекламної інформації.

Дана тема перспективна щодо подальших досліджень у напрямку вивчення найбільш перспективних рекламних ходів і визначення найбільш придатних для просування через Інтернет товарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі [Текст] / М. В. Бутиріна. – Дніпропетровськ : Слово, 2009. – 368 с.
- 2.Мамикін А.А. Стратегія і тактика маркетингу в Інтернет [Текст] // Маркетинг у Росії і за кордоном. - 2000. - № 2.
- 3.Петрушко М. В. Авторитет как фактор убедительного рекламного текста [Текст] / М. В. Петрушко // Вестник МГУ. Серия 10 : Журналистика. – 2000. – № 2. – С. 35–48.
- 4.Подпружнікова О. П. Характерні персонажі в телевізійній рекламі як засіб переконання й залучення уваги реципієнтів [Текст] / О. П. Подпружнікова // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. – 2010. – Т. 40. – С. 213–216.
- 5.Психология дизайна и рекламы: секреты PR-технологий [Текст] / С. А. Сидоров. – Минск : Современ. школа, 2007. – 256 с.
- 6.Соловйов С. Г. Реклама в галузі науки і техніки (за матеріалами періодичної преси) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. : спец. 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології» [Текст] / Соловйов С. Г. – К., 2007. – 22 с.
- 7.Ценев В. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр) [Текст] / В. Ценев. – М. : Бератор, 2003. – 200 с.
8. Шляхтін С. Реклама в Інтернеті - реальність і прогнози [Текст] // Світ комп'ютерів. 2005. № 3.
- 9.Снічук О. А. Вплив засобів масової інформації на формування гендерних стереотипів [Електронний ресурс] / О. А. Снічук. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/ONG/Psihologia/12_snichuk.doc.htm.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНОЕКОНОМІЧНИХ СТРЕТЕГІЙ ВИБІРКИ КРАЇН ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

Покрас О. С.

Стеченко Д. М.,

доктор економ. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

Наведено актуальність дослідження, зв'язок з останніми публікаціями, поставлено завдання та перелічено методи, з допомогою яких виконано роботу. Надано визначення поняттю «зовнішньоекономічна стратегія країни». Надано визначення поняттю «SWOT-анліз» як інструменту для проведення дослідження. Проведення SWOT-анлізу шляхом побудови матриці для вибірки країн з перехідною економікою, а саме: Таджикистан, Киргизстан, Україна, Азербайджан, Казахстан, Російська Федерація, Вірменія та виявлення сильних та слабких сторін країн даної вибірки, а також їхніх можливостей та загроз в розвитку. Для кожної країни наведено ряд рекомендацій щодо покращення її зовнішньоекономічної стратегії за допомогою використання зовнішніх та внутрішніх переваг та зменшення негативного впливу слабких сторін та загроз. Визначено спільні проблеми вибірки країн з перехідною економікою та шляхи їх усунення.

Ключові слова: зовнішньоекономічна стратегія, країни з перехідною економікою, SWOT-аналіз зовнішньоекономічних стратегій країн, проблеми країн з перехідною економікою.

Приведены актуальность исследования, связь с последними публикациями, поставлена задача и перечислены методы, с помощью которых выполнена работа. Дано определение понятию «внешнеэкономическая стратегия страны». Дано определение понятию «SWOT-анализ» как инструменту для проведения исследования. Проведение SWOT-анализ путем построения матрицы для выборки стран с переходной экономикой, а именно: Таджикистан, Кыргызстан, Украина, Азербайджан, Казахстан, Российская Федерация, Армения и выявление сильных и слабых сторон стран данной выборки, а также их возможностей и угроз в развитии. Для каждой страны приведен ряд рекомендаций по улучшению ее внешнеэкономической стратегии посредством использования внешних и внутренних преимуществ и уменьшения негативного влияния слабых сторон и угроз. Определены общие проблемы выборки стран с переходной экономикой и пути их устранения.

Ключевые слова: внешнеэкономическая стратегия, страны с переходной экономикой, SWOT-анализ внешнеэкономических стратегий стран, проблемы стран с переходной экономикой.

WAYS OF IMPROVING FOREIGN ECONOMIC STRATEGIES OF COUNTRIES WITH TRANSITION ECONOMIES IN TRANSITION WITH SWOT-ANALYSIS

Given the relevance of the study, due to the latest publications, task lists and the methods by which the work is done. Given the definition of «foreign economic strategy of the country.» A definition of the concept of «SWOT-anliz» as a tool for research. Conducting SWOT-anliz by constructing a matrix for a sample of countries with economies in transition, namely Tajikistan, Kyrgyzstan, Ukraine, Azerbaijan, Kazakhstan, the Russian Federation, Armenia, and to identify the strengths and weaknesses of the sample, as well as their opportunities and threats to development. For each country, a number of recommendations for improving its foreign economic strategy through the use of internal and external benefits and reduce the negative impact of weaknesses and threats. Identify common problems sample of countries with economies in transition, and how to overcome them.

Keywords: foreign economic strategy, countries with economies in transition, SWOT-analysis of the foreign policies of countries, the problems of the transition economies.

Вступ. Зовнішньоекономічна стратегія країни є ключовим напрямком державної політики, спрямованої на формування та розвиток зовнішньоекономічних зв'язків з іншими країнами. Вона передбачає здійснення державою в майбутньому кроків для досягнення поставленої мети (згідно обраного напрямку діяльності),

підписання угод тощо.

Поняття зовнішньоекономічної стратегії та стратегічного управління були присвячені роботи таких вчених як Г. Мінтцберг, В. Л. Дикань, І. Ансофф], А. А. Томпсон, М. Портер, М. Мескон, Б. Карлофф, П. Дойль, Л. С. Шеховцева, О. С. Виханський, Р. А. Фатхутдинов,

Н. В. Куденко, В. Ю. Фролова. Було надано визначення поняттям стратегії, зовнішньоекономічної стратегії, історії виникнення даних понять та їх особливостям.

Постановка завдання. Метою даної роботи є проведення SWOT-аналізів для семи країн з перехідною економікою та знаходження недоліків їхніх зовнішньоекономічних стратегій, надання рекомендацій щодо їх виправлення.

Методологія. Для аналізу ефективності зовнішньоекономічних стратегій країн було використано метод SWOT – аналізу, що є матрицею з чотирьох елементів: сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для покращення іміджу країни. Для формування висновків та рекомендацій використовувався метод узагальнення.

Результати дослідження. Для удосконалення зовнішньоекономічної стратегії країн необхідно спочатку проаналізувати загальну економічну ситуацію в країні, як зовнішню, так і внутрішню. Необхідно виокремити її переваги та недоліки, та навести практичні рекомендації щодо подолання останніх.

В маркетингу найбільш застосовуваними є SWOT-та PEST-аналізи. SWOT включає в себе сильні та слабкі сторони, переваги та недоліки. PEST дозволяє виявити політичні, економічні, соціальні та економічні аспекти зовнішнього середовища. Останній більше підходить для аналізу зовнішнього середовища підприємства, вивчає ринок. SWOT-аналіз вивчає положення підприємства (а в нашому випадку країни) на ринку відносно інших суб'єктів діяльності. Отже, для покращення зовнішньоекономічної стратегії країн потрібно здійснити її комплексну оцінку, виявити переваги та недоліки, загрози та можливості. Для цієї мети найкраще підходить здійснення SWOT – аналізу, що включає вищевказані складові. Надалі пропонується надати практичні рекомендації з приводу усунення недоліків та мінімізації загроз, а також для якнайкращого використання переваг та можливостей.

На основі зовнішньоекономічних стратегій країн можна побудувати скорочені SWOT-матриці для кожної з них та надати рекомендації щодо їх удосконалення.

SWOT-аналіз зовнішньоекономічного положення Азербайджану представлено в табл. 1.

Для покращення зовнішньоекономічної стратегії Азербайджану варто здійснити наступні стратегічні кроки:

- зробити акцент на великі експортні можливості енергетичних ресурсів та дотримуватись взаємовигідних умов при створенні договорів;
- запровадити туристичні програми, що найповніше використовують можливості рекреаційного комплексу;
- використовувати наявний ІТ потенціал країни для розбудови економіки;
- запровадити програму боротьби з корупцією на всіх рівнях;
- урегулювати зовнішні конфлікти;
- боротися з екологічними проблемами;
- розробити загальну та чітку державну стратегію

розвитку, яка допоможе покращити міжнародний імідж країни.

SWOT-аналіз для Вірменії представлено в табл. 2.

Таблиця 1

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Азербайджану

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Зовнішня торгівля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сира нафта (84,6 % загального експорту); - поклади природного газу (2,7 % імпорту); - розвинений сільськогосподарський сектор. <p>Високий рівень освіти (99,5 %).</p> <p>Відносно висока безпека життя (1,031), легке ведення бізнесу (1,19) та низькі податки (40% від прибутку).</p>	<p>Імпорторієнтованість економіки, причому імпортується в основному товари з високою доданою вартістю – обладнання, машини, транспорт (загалом - 27,2 % імпорту або 2629,6 млн. дол. США).</p> <p>Відсутність чіткої стратегії розвитку країни.</p> <p>Велика корупція (коефіцієнт ставлення до корупції - 0,274), соціальна нерівність (GINI = 0,395).</p> <p>Політична нестабільність (індекс державної слабкості 0,358).</p> <p>Висока ймовірність природних захворювань (0,531).</p>
Можливості	Загрози
<p>Налагодження зв'язків з іншими державами з приводу постачання нафти та газу (у січні 2011-го року між Європейським Союзом і Азербайджаном було підписано спільну декларацію про «Південний газовий коридор»).</p> <p>Розвиток у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій.</p> <p>Вигідне географічне положення (близькість до країн Європи).</p> <p>Великі можливості для розвитку туристично-рекреаційної сфери.</p> <p>Партнерство у багатьох міжнародних організаціях: ООН, ОБСЄ, ЄС, НАТО, ОІК, СНД, Рада Європи.</p>	<p>Несприятлива екологічна ситуація.</p> <p>Наявність загрози щодо Нагорного Карабаху та окупація даної території Вірменією.</p> <p>Загроза політичних конфліктів з найближчими сусідами: Російською Федерацією, Грузією.</p> <p>Близькість до Ірану та РФ, що є сильними конкурентами з приводу енергоресурсів.</p> <p>Втеча капіталу з країни в офшорні зони, виведення грошових ресурсів з економіки.</p>

Складено за [1; 2; 3]

Таблиця 2

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Вірменії

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Зовнішня торгівля (перспективні експортні галузі):</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінеральні продукти 401 млн. дол. (28,0 %); - дорогоцінне каміння 533,2 млн. дол. (частка – 37,3 %); - сільськогосподарська продукція 323,2 млн. дол. (22,6 %). <p>Високий рівень освіти (99,7 %).</p> <p>Достатньо добре сформований національний бренд Вірменії.</p> <p>Відносно високі якість життя (0,771), безпека життя (1,188) та сталий розвиток (1,958).</p> <p>Висока легкість ведення бізнесу (1,52) та порівняно низьке оподаткування (39% від прибутку).</p>	<p>Імпорторієнтованість економіки, імпортується в основному товари з високою доданою вартістю – обладнання, хімічна промисловість, продукти харчування, сировина.</p> <p>Відсутність чіткої стратегії розвитку країни.</p> <p>Велика корупція (0,349), соціальна нерівність (0,338).</p> <p>Політична нестабільність (індекс державної слабкості - 0,426).</p> <p>Висока ймовірність природних захворювань</p> <p>Енергозалежність від Ірану та РФ.</p> <p>Недовикористання можливостей розвитку сільського господарства (задіяна лише половина родючих земель).</p> <p>Високий рівень злочинності.</p>
Можливості	Загрози
<p>Є членом багатьох міжнародних організацій: ЄврАзЭС, ООН, Організації договору про колективну безпеку, ОБСЄ, ОІК, Організації чорноморського економічного співробітництва, Ради Європи, СНД, ТРАСЕКА.</p> <p>Сприятливий інвестиційний клімат: запровадження політики «відкритих дверей» щодо іноземних інвестицій та захист їх спеціальним законом.</p> <p>Високий (найвищий серед країн СНД) показник економічної свободи, що може стимулювати підприємницьку діяльність резидентів та нерезидентів.</p> <p>Вигідне географічне положення (близькість до країн Європи та Азії).</p>	<p>Екологічна загроза для життя людей та живих організмів.</p> <p>Наявність конфліктів з Азербайджаном щодо Нагорного Карабаху.</p> <p>Загроза політичних конфліктів з найближчими сусідами: Туреччиною, Грузією.</p> <p>Багато великих компаній Вірменії належать російським власникам, що може змусити їх діяти не в інтересах вірменської економіки.</p>

Складено за [1; 4]

Для покращення зовнішньоекономічної стратегії Вірменії пропонується:

- використання сприятливих можливостей для привернення інвестицій у найперспективніші сфери економіки;
- мирне врегулювання конфліктів з сусідами;
- проведення ряду екологічних заходів;
- розвиток сільського господарства за рахунок припливу іноземних інвестицій.

SWOT Казахстану представлено у табл. 3.

Таблиця 3

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Казахстану

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Експортноорієнтована економіка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінеральне паливо (68,9 %); - залізо і сталь (6,4 %); - руди (4,3 %); - мідь (4,1 %); - продукти хімічної промисловості (3,8 %). <p>Високий рівень освіти (99,6 %).</p> <p>Наявність чіткої стратегії розвитку та покращення іміджу країни, яку регулює президент.</p> <p>Достатньо добре сформований національний бренд Казахстану.</p> <p>Відносно високі якість життя (0,69), безпека життя (1,2) та сталий розвиток (1,96).</p> <p>Сільськогосподарський потенціал.</p>	<p>Велика корупція (показник ставлення до корупції – 0,35), соціальна нерівність (GINI = 0,34).</p> <p>Немає чітко вираженої стратегії щодо раціонального використання надр, сільськогосподарських площ.</p> <p>Висока ймовірність природних захворювань.</p> <p>Недостатньо високі показники легкості ведення бізнесу (1,39) та сили державної влади (0,44).</p> <p>Недовикористання можливостей щодо туристичної сфери (наприклад, екотуризм в Приараллі).</p> <p>Високий рівень злочинності.</p>
Можливості	Загрози
<p>Географічне положення на перехресті доріг в Євро-Азійському регіоні.</p> <p>Підтримка реформ з боку іноземних держав і організацій.</p> <p>Переваги нових інформаційних і телекомунікаційних технологій для великої, але малонаселеної країни.</p> <p>Членство в багатьох міжнародних організаціях: ООН, ОБСЄ, ШОС, ОІК, Організації договору про колективну безпеку (ОДКБ) та СНД.</p>	<p>Екологічні проблеми.</p> <p>Наявність конфліктів з Азербайджаном щодо Нагорного Карабаху.</p> <p>Проблемні сусіди: конфлікт Узбекистану та Таджикистану, проблемна ситуація в Киргизстані.</p> <p>Загроза погіршення іміджу внаслідок проведення асоціації у свідомості сторонніх оцінювачів Казахстану з Узбекистаном, Таджикистаном тощо.</p> <p>Загроза тероризму.</p> <p>Загроза трудових конфліктів.</p>

Складено за [1; 5; 6]

Отже, для підвищення економічної ефективності уряду Казахстану варто звернути увагу на наступні кроки:

- боротьбу з корупцією та соціальною нерівністю (підвищення рівня життя населення), причому почати потрібно з подолання хабарництва на рівні державних службовців;
- повне використання можливостей сільського господарства та паливно-енергетичного комплексу, пошук нових ринків збуту;
- боротьба з тероризмом;
- розвиток ІТ сфери;
- подолання екологічних проблем.

Наступною країною, що розглядається в контексті дослідження, є Киргизстан. Його SWOT представлено в табл. 4.

Отже, для підвищення економічної ефективності уряду Киргизстану варто звернути увагу на:

- мирне врегулювання конфліктів;
- привернення кваліфікованих спеціалістів для

розбудови економіки;

- привернення інвестицій;
- використання рекреаційного потенціалу (екстремальний туризм);
- зменшення корупції.

SWOT-аналіз для Російської Федерації можна представити наступним чином (табл. 5).

Таблиця 4

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Киргизстану

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Експортний потенціал становлять перли, дорогоцінні камені, метали, монети (33,8 %), мінеральне паливо, масла, продукти її перегонки (10,5 %), транспорт, крім залізничного, трамвайного (7,3 %), одяг.</p> <p>Високий рівень освіти (99,3 %).</p> <p>Важливу роль відіграє розвинений агропромисловий комплекс.</p> <p>Є рекреаційні ресурси (сприятливі умови для екстремального туризму – 3 місце в світі).</p> <p>Відносно висока легкість ведення бізнесу (1,21) та порівняно невисоке оподаткування (34 %).</p> <p>Є програми щодо сприяння покращенню інвестиційного клімату та залучення іноземних інвестицій.</p>	<p>Імпортноорієнтованість економіки (імпортується трудомістка стратегічні товари): мінеральне паливо, масла, продукти її перегонки (21,7 %), транспорт, крім залізничного, трамвайного (12,6 %), машини, ядерні реактори, котли (7 %), електричне та електронне обладнання (4,9 %), фармацевтичні товари (3,5 %), залізо і сталь (3,1 %), виробі з чорних металів.</p> <p>Брак висококваліфікованих кадрів.</p> <p>Відсутність чіткої стратегії розвитку країни.</p> <p>Велика корупція (0,25), соціальна нерівність (0,39), низька якість життя (0,56).</p> <p>Політична нестабільність (0,29).</p> <p>Висока ймовірність природних захворювань (0,53).</p> <p>Високий рівень злочинності.</p>
Можливості	Загрози
<p>Киргизстан є членом 92 міжнародних організацій, у т. ч. ООН (з 1992 р.), ОБСЄ (з 1992), Світової Організації Торгівлі (з 1998), СНД, ЄврАзЄс, Організації Ісламського Співробітництва, ШОС, ОДКБ.</p> <p>Завдяки вільним економічним зонам можливе залучення інвестицій з-за кордону.</p>	<p>Екологічні проблеми.</p> <p>Міжетнічні зіткнення (нестабільність на Півдні країни).</p> <p>Можливі конфлікти з Узбекистаном, Афганістаном.</p> <p>Виведення коштів в офшорні зони.</p>

Складено за [1; 7]

Таблиця 5

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Російської Федерації

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Експортноорієнтована економіка: мінеральне паливо, масла, продукти її перегонки (57,9 %), залізо і сталь (3,8 %), перли, дорогоцінні камені, метали, монети (2,7 %), добрива (1,7 %), машини, ядерні реактори, котли (1,7 %).</p> <p>Високий рівень освіти (99,5 %).</p> <p>Є вільні економічні зони: "Санкт-Петербург", "Виборг", "Находка", "Янтар", "Сахалін", "Давурія", "Алтай", "Кузбас", "Садко", "Технополіс Зеленоград", "Сва", "Магадан".</p> <p>Є потенціал для рекреаційного бізнесу (туризму).</p> <p>Географічне розташування у двох континентах.</p> <p>Наявність чіткої стратегії розвитку країни.</p>	<p>Велика корупція (0,28).</p> <p>Політична нестабільність (0,37).</p> <p>Висока ймовірність природних захворювань (0,42).</p> <p>Високий рівень злочинності.</p>
Можливості	Загрози
<p>Наслідки Олімпіада 2014 – покращення міжнародного іміджу.</p> <p>РФ є членом наступних міжнародних організацій: Союзна держава (РФ та Білорусь), ООН, СНД, ОДКБ, ОБСЄ, Організація чорноморського економічного співробітництва, Рада Європи, Велика вісімка, Велика двадцятка, БРІКС, АТЕС, ШОС, Центрально-Азійське співробітництво, Євразійська економічна співнота, ISO, Міжнародний олімпійський комітет, СОТ.</p> <p>Завдяки наявності в межах країни вільних економічних зон можливе залучення інвестицій з-за кордону.</p>	<p>Екологічні проблеми.</p> <p>Етнонаціональні конфлікти.</p> <p>Наявність гарячих точок та сепаратистських течій в середині країни (Чечня).</p> <p>Конфлікти з найближчими сусідами відносно територій.</p> <p>Відтік висококваліфікованих кадрів за кордон.</p> <p>Виведення коштів в офшорні зони.</p>

Складено за [1; 8]

Отже, Російській Федерації для покращення зовнішньоекономічної стратегії варто:

- запровадити активну програму боротьби з корупцією, особливо на рівні державної влади;
- сприяти залученню інвестиційних коштів;
- розвиток інновацій;
- подолання проблеми відтоку інтелектуального капіталу шляхом забезпечення висококваліфікованих кадрів належними умовами праці та оплатою праці;
- мирне подолання міжнародних конфліктів (як внутрішніх, так і зовнішніх).

Таблиця 6

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії Таджикистану

Сильні сторони	Слабкі сторони
Експортний потенціал становлять алюміній і вироби з нього (63,3 %), бавовна (13,2 %), руди, шлак і зола, продукти харчування.	Імпорторієнтованість економіки (імпортується трудоємкі стратегічні товари): нафтопродукти, машини та обладнання, продукти рослинного походження, глинозем, транспортні засоби.
Високий рівень освіти (99,6 %).	Відсутність чіткої стратегії розвитку країни.
У Таджикистані діють вільні економічні зони «Сугд», «Пяндж», «Дангара», «Шкашим».	Висока корумпованість (0,23), соціальна нерівність (0,39), низька якість життя (0,66).
Є потенціал для рекреаційного бізнесу (туризму).	Політична нестабільність (0,3).
Є експортером зрідженого газу.	Висока ймовірність природних захворювань (0,53).
Вигідне транзитне положення.	Енергозалежність від РФ.
	Важке ведення бізнесу та дуже високе оподаткування.
	Високий рівень злочинності.
Можливості	Загрози
Є поклади нафти, газу та вугілля, з приводу розробки цих ресурсів ведуться переговори.	Екологічні проблеми.
Вигідне географічне положення (близькість до країн Європи та Азії).	Наявність конфліктів з Узбекистаном через побудову Рогунської ГЕС.
Є членом ООН, ОБСЄ, ОІК, Організації економічного співробітництва тощо.	Загроза сепаратизму в районі Бадахшану.
Завдяки вільним економічним зонам можливе залучення інвестицій з-за кордону.	Зростання ісламізації країни.
	Виведення коштів в офшорні зони.

Складено за [1; 9]

Отже, для налагодження стратегії Таджикистану потрібно:

- вирішення проблеми розробки енергетичних родовищ та знаходження партнерів щодо даних заходів, зниження енергозалежності;
- зниження податків, корупції для запобігання втечі капіталу з країни, оскільки навіть наявні вільні економічні зони нездатні вирішити дану проблему;
- залучення інвестиційних коштів при використанні вільних економічних зон;
- впровадження державних програм всебічного підвищення рівня життя та сприяння вільній торгівлі та нарощування експортного потенціалу;
- мирне вирішення конфліктів.

SWOT-аналіз України можна представити наступним чином (табл. 7).

Для подолання проблем та використання можливостей Україні варто сформувати та скоординувати зовнішньоекономічну стратегію наступним чином:

- впровадити програму боротьби з корупцією, причому почати з верхівки влади;

- знизити оподаткування, щоб зробити відмивання коштів не вигідним;
- стабілізувати політичну ситуацію;
- використовувати аграрний потенціал країни, залучати інвестиції;
- після стабілізації в політиці розгорнути програму привернення туристів;
- сприяння розвитку підприємництва та підтримка вітчизняного виробника власними споживачами.

Таблиця 7

SWOT-аналіз зовнішньоекономічної стратегії України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Експортний потенціал становлять чорні метали, продукти рослинного походження, механічні та електронні машини, транспортні засоби, хімічні речовини.	Імпорторієнтованість економіки. Основними товарами, що імпортуються, є мінеральне паливо, масла, продукти її перегонки (30,9 %), машини, ядерні реактори, котли (8,5 %), електричне та електронне обладнання (7 %).
Високий сталий розвиток (1,89).	Відсутність чіткої стратегії розвитку країни.
Високий рівень освіти (99,7 %).	Соціальна нерівність (0,28), середній показник якості життя (0,67), велика корумпованість на всіх рівнях (0,26).
Є потенціал для рекреаційного бізнесу (туризму).	Висока ймовірність природних захворювань.
Вигідне територіальне положення (транзит природного газу).	Енергозалежність від РФ.
Високий транспортний потенціал, інфраструктура.	Важке ведення бізнесу (0,77) та порівняно високе оподаткування (55 % прибутку).
30 % світових чорноземів.	Нестабільність і непередбачуваність у політиці та економіці (0,48), високий рівень злочинності.
Можливості	Загрози
Є поклади нафти, газу та вугілля, з приводу розробки цих ресурсів ведуться переговори.	Екологічні проблеми (особливо через Чорнобильську АЕС).
Є членом ООН, Ради Європи, ОБСЄ, ГУАМ, Організації чорноморського економічного співробітництва, Чорноморської військово-морської групи, Єдиного економічного простору, СОТ.	Наявність конфліктів з Російською Федерацією.
Великі аграрні можливості.	Загроза територіальній цілісності держави.
Виробництво і продаж військової техніки.	Зростання незадоволеності населення та погіршення міжнародного іміджу.
Участь у світових проєктах з освоєння космосу.	Виведення коштів з країни – втеча капіталу з економіки.
Олімпіада 2022 в Україні.	Відтік висококваліфікованих кадрів за кордон.

Складено за [1; 10]

Висновок. Отже, для покращення стратегії зовнішньої економіки даних країн варто здійснити кілька важливих для кожної з них кроків: боротьба з корупцією, починаючи з верхівки влади (майже в усіх даних країнах остання є основним її джерелом), подолання соціальної нерівності, проблеми відтоку кваліфікованих кадрів (шляхом збільшення зайнятості та підвищення оплати праці), мирне врегулювання конфліктів як в середині країн, так і ззовні, розвиток перспективних сфер економіки (особливо експортних), раціональне використання ресурсів. За допомогою інтегрального показника територіального бренду можна пояснити місце даних країн у світовій економіці.

Корупція, в першу чергу, є проблемою саме на рівні верхівки влади, коли заради власної вигоди державні діячі можуть знехтувати інтересами держави. Саме тому активну боротьбу з корупцією треба почати саме з владної верхівки. Насамперед повинно бути передбачено суттєве підвищення заробітних плат (офіцій-

них) для всіх працівників державного сектора (в ідеалі – до європейського рівня) та підвищення мір покарання за корупцію. Проблема соціальної нерівності, у дечому, є наслідком корумпованості, тому для її подолання варто усунути першопричину.

Проблему відтоку кадрів варто вирішувати комплексно через подолання безробіття та загального покращення рівня життя, стимулювання економіки (особливо найперспективніші сфери, пов'язані з високими технологіями). Це підвищить рівень заробітних плат та надасть можливість працевлаштування місцевому населенню.

Мирне врегулювання конфліктів можливе лише за наявності поміркованої політики суто в інтересах даної держави (в тому числі, відсутність впливу на неї з-зовні).

Розвиток перспективних сфер економіки можливий лише за покращення інвестиційного клімату, зниження податкового тягаря та полегшення ведення бізнесу (відсутність різночитань у податковому законодавстві, необтяжливість оподаткування, стабілізація економіки).

Раціональне використання ресурсів варто запровадити в числі державних програм як обов'язкове до виконання, адже більшість природних ресурсів є вичерпними. Це дозволить підвищити ефективність роботи усіх економічних одиниць, допоможе зменшити негативний вплив на екологію.

Наукова новизна дослідження полягає у використанні SWOT-аналізу для надання загальної характеристики зовнішньоекономічним стратегіям обраних країн.

Знайдені визначні риси допомагають виявити основні внутрішні та зовнішні проблеми країн (слабкі сторони та загрози), а також виявити загальні для всієї вибірки проблемні питання, що потребують комплексного вирішення.

У перспективі пропонується розширити вибірку країн та провести PEST-аналіз для подальшого поглиблення пошуку проблем зовнішньоекономічних стратегій країн.

ЛІТЕРАТУРА

- 1.Офіційний сайт World Data Center. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wdc.org.ua>
- 2.Офіційний сайт Азербайджану. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://azerbaijans.com>.
- 3.Офіційний сайт Benefitsinfo. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.biznesinfo.az/businesspractice/finance/params/ln/ru/article/79694>.
- 4.Офіційний сайт Фонд Норвек. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.noravank.am/rus/articles/detail.php?ELEMENT_ID=2596.
- 5.Офіційний сайт Tengri News. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/eti-desyat-brendov-sozdali-imidj-kazahstanu.
- 6.Офіційний сайт BBC. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/russian/international/2014/02/140210/>.
- 7.Офіційний сайт КиргизКабар. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kabar.kg/rus/kabar/full/6900>.

8.Внешнеэкономическая стратегия Российской Федерации до 2020 года – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreigneconomicactivity/vec2020>.

9.Офіційний сайт Asia Plus. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.tj/ru/news/kak-podnyat-imidzh-tadzhikistana>.

10. Офіційний сайт Bohush Communications. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bohush.org.ua/publikacii/detail.php?ELEMENT_ID=8.

СУТНІСТЬ ТА ЕЛЕМЕНТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Рудь Лариса Павлівна

к.е.н., доцент

доцент кафедри економічних дисциплін

Національна Академія Національної гвардії України, м.Харків

Виконано аналіз існуючих поглядів щодо поняття «ефективність маркетингової діяльності». Наведено теоретичне обґрунтування поняття та елементів оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: маркетинг, ефективність, підприємство, ефективність маркетингової діяльності.

The analysis of current interpretations of «marketing effectiveness» concept has been conducted. Theoretical background of the concept and components of evaluation of marketing effectiveness of a commercial enterprise have been provided.

Keywords: marketing, efficiency, enterprise, marketing effectiveness.

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств одним із ключових факторів успіху є знання та застосування парадигми маркетингу, яка дає змогу суб'єкту господарювання зайняти та утримати достатню частку внутрішнього та міжнародного ринку, сформувані у споживачів позитивне ставлення до себе і отримати головний результат діяльності будь-якого підприємства – високий рівень прибутку за відносно низького рівня витрат. Тому ефективно налагоджена система маркетингової діяльності дасть змогу забезпечити належний рівень конкурентоспроможності продукції, підвищити кінцевий результат господарювання і є однією з умов успішного виживання підприємства на арені ринкової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства присвячені публікації таких дослідників, як С.С. Гарковенко, Н.В. Герасимяк, І.Л. Решетнікова, О.С. Костюк, Н.В. Тижай, Н.В. Фаєк, В.А. Верба, О.М. Гребешков, К.І. Жихарева, Н.В. Струпинська, С.Є. Єгорова, О.А. Волкова, Ю.В. Робул та інших. В багатьох працях [1, 3, 6, 9] наводиться найбільш широке узагальнююче поняття ефективності маркетингової діяльності, що означає співвідношення між результатом (ефектом) від маркетингових заходів та витратами, що з ними пов'язані.

В окремих працях можна зустріти більш деталізовані поняття ефективності маркетингової діяльності. Так, наприклад, Н.В. Струпинська вважає, що ефективність маркетингової діяльності підприємства – це здатність системи маркетингових заходів та програм забезпечувати їх результативність для задоволення потреб, запитів та інтересів суб'єктів ринку. При цьому відбувається об'єднання системного та цільового підходів: система маркетингових заходів та програм має визначені

цілі – задоволення потреб, запитів та інтересів суб'єктів ринку. Система, за умови досягнення цілей може характеризуватися результативністю; тобто за умови здатності забезпечити результативність заходів та програм, система може називатися ефективною. Таким чином, вважає автор, ефективною можна вважати таку діяльність, за якої підприємство досягає поставлених цілей, сприяє вирішенню економічних та соціальних завдань, які стоять перед суспільством, при цьому витрати суспільної праці та отриманого суспільством корисного результату є взаємозумовленими [11].

В свою чергу, С.Є. Єгорова та О.А. Волкова поділяють економічну ефективність маркетингу на зовнішню та внутрішню, стверджуючи, що внутрішня економічна ефективність маркетингу є мірою оцінки використання ресурсів організації і визначається як відношення результатів діяльності (ефекту) до витрат, що викликало цей ефект, а зовнішня ефективність маркетингу – це реалізація стратегії та отримання довгострокових результатів [4].

Ю.В. Робул у своїй статті визначає складові комплексної оцінки ефективності маркетингової політики, які враховують складний, холистичний характер концепції сучасного маркетингу. В межах холистичної концепції показник ефективності маркетингової політики повинен будуватись довкола здатності організації створювати нові цінності і доносити їх споживачеві, адаптувати поведінку споживачів до планів компанії і створення інновацій. Автор вважає, що в питанні визначення ефективності маркетингової політики видається необхідним враховувати результат маркетингових дій на приватному та суспільному рівнях, довгостроковий, стратегічний характер наслідків маркетингових рішень, цінність нематеріального ресурсу підприємства та його репутацію [10].

Відаючи належне великій значущості праць учених, необхідно підкреслити той факт, що єдність думок щодо визначення та проведення оцінки ефективності маркетингової діяльності відсутня, що і обумовило вибір теми дослідження.

Формулювання цілі статті. Проведення теоретичних досліджень і практичне впровадження отриманих результатів неможливі без чіткого понятійного апарату. Наукова спрямованість даної роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні поняття та елементів оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Взагалі під поняттям «ефективність» прийнято розуміти здатність приносити ефект, виконувати дію. Ефективність у загальному значенні – це відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його одержання. Однак на відміну від ефекту, що асоціюється з абсолютними величинами, під ефективністю прийнято мати на увазі порівняльну оцінку [7].

Перш ніж переходити до поняття ефективності маркетингової діяльності необхідно визначитися з поняттям маркетингу. Можна виокремити три підходи до визначення суті маркетингу: маркетинг як самостійний вид підприємницької діяльності; маркетинг як функція управління; маркетинг як сучасне бачення філософії бізнесу. Маркетинг як вид діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів, передбачає виконання семи основних функцій: маркетингові дослідження, розробка стратегії маркетингу, товарна, цінова, комунікаційна політики, політика розподілу і контроль маркетингової діяльності. Маркетинг як філософія бізнесу означає орієнтацію цієї діяльності фірми від проектування та виробництва до збуту товарів – на задоволення потреб споживачів і ґрунтується на таких принципах: орієнтованість на споживача, його потреби і вимоги; гнучкість у досягненні поставленої мети; комплексний підхід до розробки маркетингових планів, спрямованість на довгострокову перспективу. Маркетинг як функція менеджменту включає аналіз, планування, реалізацію і контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку [2].

Слід відмітити, що до 2010 року визначення маркетингу можна було знайти лише в науковій літературі. З прийняттям 02.12.2010 року Податкового кодексу в законодавстві України з'явилося визначення поняття «маркетинг». В статті 14 п.п. 1.108 Податкового кодексу зазначено, що маркетингові послуги (маркетинг) – це послуги, що забезпечують функціонування діяльності платника податків у сфері вивчення ринку, стимулювання збуту продукції (робіт, послуг), політики цін, організації та управлінні рухом продукції (робіт, послуг) до споживача та післяпродажного обслуговування споживача в межах господарської діяльності такого платника податків. До маркетингових послуг належать, у тому числі: послуги з розміщення продукції платника податку в місцях продажу, послуги з вивчення, дослідження та аналізу споживчого попиту, внесення продукції (робіт,

послуг) платника податку до інформаційних баз продажу, послуги зі збору та розповсюдження інформації про продукцію (роботи, послуги) [8, 12].

Як зазначалося вище, в науковій літературі можна зустріти визначення поняття ефективності маркетингової діяльності як в широкому розумінні цього слова, так і більш розгорнуті дефініції. Різні інтерпретації поняття ефективності маркетингової діяльності наведені у табл.1.

Таблиця 1

Антологія визначення терміну «ефективність маркетингової діяльності»

Автор	Трактування терміну «ефективність маркетингової діяльності»
Н.В. Герасимяк	Ефективність маркетингової діяльності у широкому розумінні цього слова означає співвідношення між результатом (ефектом) від маркетингових заходів та витратами, що з ними пов'язані [3, с. 41].
О.С. Костюк, Н.В. Тижай, Н.В. Фаск	Ефективність маркетингової діяльності можна визначити як співвідношення результатів, отриманих від маркетингової діяльності, та інвестиціями в неї [6, с.81].
В.А. Верба, О.М. Гребешков, К.І. Жихарева	Ефективності маркетингової діяльності – це співвідношення між результатами, отриманими від маркетингової діяльності (компаній, акцій, поточної маркетингової діяльності), та інвестиціями в цю діяльність. [1; 5 с.70].
Л.Л. Решетнікова	Економічна ефективність маркетингових підприємств – перевищення ефекту, що отримується від маркетингових заходів над витратами на їх проведення [9, с. 65].
Н.В. Струтинська	Ефективність маркетингової діяльності підприємства – це здатність системи маркетингових заходів та програм забезпечувати їх результативність для задоволення потреб, запитів та інтересів суб'єктів ринку [11, с. 157].
С.С. Сторова, О.А. Волкова	Внутрішня економічна ефективність маркетингу є мірою оцінки використання ресурсів організації і визначається як відношення результатів діяльності (ефекту) до витрат, що викликало цей ефект. Зовнішня ефективність маркетингу – це реалізація стратегії та отримання довгострокових результатів [4].

Якщо враховувати всі сучасні підходи до визначення сутності маркетингу, то ефективність маркетингової діяльності можна розглядати багатогранно: як відношення різноманітного результату (на всіх етапах процесу маркетингу, включаючи маркетингові дослідження, розробку стратегії маркетингу, товарну, цінову, комунікаційну політику, політику розподілу і контроль маркетингової діяльності) до усіх витрат, пов'язаних з організацією та здійсненням маркетингової діяльності.

Проведене дослідження показало, що сьогодні не існує єдиної думки щодо вибору критеріїв класифікації та об'єктів, які повинні братися до уваги під час оцінювання ефективності маркетингової діяльності. За аналізом опублікованих результатів досліджень з цієї проблеми можна визначити такі елементи оцінки ефективності: комплекс маркетингу; функції маркетингу (аналітична, виробнича, збутова, управління); результати і мотиваційний механізм діяльності маркетингологів; комерційна та комунікативна ефективність реклами, ефективність участі у виставках, ярмарках тощо; процес планування; організаційна структура управління маркетингом, зокрема кваліфікація маркетингологів; процес контролю

виконання окремих функцій маркетингу; маркетингова інформаційна система.

Для оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємств можна застосувати такі показники: рентабельність витрат на просування і збут, що характеризує ефективність збутових витрат; рентабельність маркетингових витрат, що являє собою співвідношення суми прибутку від реалізації продукції і загального обсягу витрат на маркетинг та ілюструє ефективність реалізованих підприємством маркетингових заходів; частка маркетингового персоналу в загальній чисельності персоналу підприємства; частка витрат на маркетинговий персонал, що являє собою питому вагу заробітної плати, яку отримують працівники маркетингового відділу, у загальному фонді заробітної плати підприємства.

Висновки. Враховуючи існуючі погляди на ефективність маркетингової діяльності, дане поняття можна розглядати як відношення різноманітного результату (на всіх етапах процесу маркетингу, включаючи маркетингові дослідження, розробку стратегії маркетингу, товарну, цінову, комунікаційну політику, політику розподілу і контроль маркетингової діяльності) до усіх витрат, пов'язаних з організацією та здійсненням маркетингової діяльності.

Одне із завдань майбутніх досліджень полягає у поєднанні усіх відомих методів оцінки ефективності маркетингової діяльності, проведенні їх порівняльного аналізу та апробації. Кожен з цих методів має переваги та недоліки, і вибір якогось з методів оцінки залежить від вибору цілей та об'єкта оцінювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верба В.А. Сучасні методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства [Електронний ресурс] // Маркетинг, теорія і методологія / В.А. Верба, О.М. Гребешков. – Режим доступу: <http://economica.org.ua/files/articles/market1.pdf>.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів / С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 2008. – 720 с.
3. Герасимяк Н.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингових заходів промислового підприємства / Н.В. Герасимяк // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 5-6. – С. 40-43.
4. Егорова С.Е. Анализ эффективности и аудит маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] / С.Е. Егорова, О.А. Волкова // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 1. – Режим доступа: http://auditfin.com/fin/2010/1/03_04/03_04%20.pdf
5. Жихарева К. І. Оцінка ефективності маркетингової діяльності / К.І. Жихарева // Управління розвитком. – 2012. – № 4. – С. 69 – 71.
6. Костюк О.С. Оцінювання ефективності функціонування маркетингу на підприємстві / О.С. Костюк, Н.В. Тижай, Н.В. Фаск // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – 2010. – № 690. – с. 79-84.

7. Крамаренко В.І. Особливості методики оцінки ефективності управління діяльністю туристичної організації / В.І. Крамаренко, Н.В. Радченко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2011. – № 4. – С. 166-181.

8. Податковий кодекс України // Відомості Верховної ради України. – 2011. – № 13-13, № 15-16, № 17. – 112 с.

9. Решетнікова І.Л. Оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві / І.Л. Решетнікова // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 4, Т.2. – С. 65-69.

10. Робул Ю. В. Холістична концепція маркетингу / Ю. В. Робул // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4 (2). – С. 124 - 130.

11. Струпинська Н.В. Теоретичні засади забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / Н. В. Струпинська // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 152-160.

12. Трішкіна Н. І. Методологічні основи оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємствах оптової торгівлі / Н.І. Трішкіна // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» . – 2012. – Вип. 9(1.2). – С. 192-202.

РОЗГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ МЕХАНІЗМУ АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ

Солопун Наталія Миколаївна, к.економ.н., доц., ХНАДУ

Скрипник Євген, ХНАДУ

Анотація: у статті розглянуті теоретичні аспекти розвитку міжнародних маркетингових каналів, зокрема у розрізі їх адаптивності до швидко змінюваних умов зовнішнього середовища.

Ключові слова: маркетингові канали, адаптивний механізм розвитку, адаптивний потенціал.

Annotation: The article deals with theoretical aspects of international marketing channels, including in terms of their adaptability to rapidly changing market conditions.

Keywords: marketing channels, adaptive mechanism of enterprise development, adaptive potential.

Постановка проблеми. Однією з основних умов функціонування споживчого ринку виступає організація систем розподілу товарів, які забезпечують їх рух зі сфери виробництва в сферу споживання за допомогою створення відповідних каналів. Суб'єктний склад цих каналів є відносно стабільним, представлений товаровиробниками та безліччю торгових посередників, але результативність їх функціонування є різною. Це пов'язано зі специфікою структури каналів, асортименту просуюється ними товару, кількістю учасників, розмірами витрат і доходів та багатьма іншими факторами, які необхідно враховувати при розробці напрямів їх подальшого розвитку.

Дана проблема має особливу актуальність для організацій споживчої кооперації, що створюють канали розподілу товарів для сільського сегмента споживчого ринку, з його специфічними потребами, особливої споживчої ментальністю, визначальними вимогами до товарного асортименту і формам торгового обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні проблеми маркетингу як теоретико-методологічного базису організації розподілу товарів розкриті в роботах багатьох дослідників, серед яких Котлер Ф., Лавлок К., Ламбен Ж.-Ж., Мак-Дональд М. тощо. Питання організації систем розподілу товарів вивчалися такими дослідниками, як Джоббер Д., Лайсонс К., Ліндерс М., Мартін К., Уотерс Д., Фатрелл Ч. та ін. Особливості побудови і функціонування каналів розподілу товарів в окремих товарних сегментах споживчого ринку досліджували: Горчелс Л., Маріен С., Уест Ч. тощо.

Невирішені складові загальної проблеми. Виконані різними дослідниками маркетингові розробки заслуговують високої оцінки, як в теоретичному, так і практичному плані. Однак проблематика розвитку маркетингових каналів розподілу товарів рідко виступає предметом наукових досліджень, специфіка їх формування та проблеми функціонування в організаціях споживчої кооперації до теперішнього часу не достатньо

вивчені. Складність структури і різноманіття існуючих каналів, побудованих, виходячи з досвіду і традицій торговельної діяльності організацій споживчої кооперації, уповільнюють процес руху товарів до споживача, виступають обмежуючим фактором при вдосконаленні торговельного обслуговування сільського населення і визначають необхідність розробки нових інструментів розвитку маркетингових каналів розподілу товарів.

Сукупність зазначених обставин зумовила вибір проблеми, формулювання мети написання даної статті.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є розвиток окремих теоретичних положень формування і функціонування маркетингових каналів розподілу товарів, що забезпечують їх розвиток.

Вклад основного матеріалу дослідження. У розвинутій ринковій економіці ефективне управління системою розподілу продукції є одним з найважливіших факторів успішного вирішення основної проблеми товарного виробництва – реалізації продукції. На нинішньому етапі розвитку сучасної економіки ефективне управління системою розподілу стає запорукою успішного вирішення цієї проблеми, а з точки зору господарського механізму – важливою ланкою в системі зв'язків між товаровиробником і споживачем.

Перед сучасними виробниками виникає ряд викликів, відповідаючи на які вони мають докорінно змінити стратегії розвитку каналів розподілу продукції. Найбільш сильний вплив на них чинить мережева роздрібна торгівля, що відрізняється від звичайної більшою рентабельністю і що пропонує покупцям більш широкий асортимент при найчастіше більш низьких цінах.

У той же час відбувається насичення ринків за різними товарними позиціями, що нерідко призводить до локальних криз надвиробництва, що може спричинити зниження темпів зростання виробництва. При цьому на всіх ринках споживчих товарів посилюється конкуренція, що часто призводить до їх концентрації в руках лідерів – як виробників, так і оптовиків-дистриб'юторів.

Всі вищезазначені тенденції призводять до того, що виробники змушені модернізувати збутову політику і створювати нові механізми управління розвитком, що дозволяють пристосовуватися до швидкоплинним змінам зовнішнього оточення. Саме тому ряд дослідників підкреслюють важливість адаптивного механізму розвитку, який використовується в тому випадку, коли виникає необхідність швидкого реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства [1].

Сучасне наповнення категоріальної сутності «механізму управління» вельми широко і має різнобічну спрямованість. У класичному теоретичному уявленні механізм управління розглядається як:

– якість управлінське вплив: «Механізм управління є організація впливів, спрямованих на досягнення цілей» [2];

– дію суб'єктів управління: наприклад, В. Р. Веснін відзначає [3], що: «... механізм управління є сукупність цілеспрямованих дій керівника і апарату управління за погодженням спільної діяльності людей для досягнення поставлених цілей»;

– суб'єктно-об'єктні взаємозв'язки: на думку О. Лебедева і А. Каньковской: «... механізм управління характеризує різноманіття зв'язків суб'єктно-об'єктних відносин управління» [4].

З точки зору А. Ю. Денисова «... механізм управління являє собою сукупність дій і методів впливу на діяльність людей з метою спонукання їх до досягнення організаційних цілей» [5].

Розглядаючи зміст механізму управління розвитком, виділимо механізми антикризового управління – в основі якого лежить процедура виведення господарюючого суб'єкта з кризової ситуації, за допомогою спрямованих заходів та інструментів – спостереження, санації, реструктуризації, мирової угоди тощо. Можна розглядати процесний механізм, який спирається на виділенні окремих елементів та управлінні останніми за допомогою інструментів аналізу та контролю. Його спрямованість полягає в удосконаленні окремих структурних підрозділів підприємства і бізнес-процесів. В. В. Ковальов виділяє інноваційний механізм, який передбачає реалізацію конкурентних переваг, заснованих на застосуванні нових технологій і нової продукції [6]. О. І. Мітякова і ряд дослідників підкреслюють важливість адаптивного механізму розвитку, який використовується в тому випадку, коли виникає необхідність швидкого реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства [1].

Дефініція «адаптивність» досить складна, в найбільш вузькому сенсі вона передбачає здатність системи управління забезпечувати цілеспрямована зміна параметрів, властивостей і структури підприємства у відповідь на що відбуваються зміни в зовнішньому середовищі [7]. Значимо, що сучасне виробництво має бути здатним до швидкої зміни товарного асортименту, комунікаційної платформи, каналів руху товарів тощо для досягнення стійкого положення на конкурентному ринку.

Найбільш «вузьким» місцем в процесі адаптації елементів виробничої системи до змін зовнішнього середовища можна вважати недостатньо обґрунтовані дії менеджменту підприємства в сфері маркетингу і збуту. Показники ефективності збутової діяльності багато в чому залежать від системи дистрибуції, використовуваної підприємством, що дозволяє припустити наявність зв'язку між адаптивним розвитком та організацією збутової діяльності в широкому розумінні. А в більш вузькому плані слід вважати, що адаптивний розвиток забезпечується на рівні управління каналами збуту, і наявністю логістичних схем.

Механізм забезпечення адаптивного розвитку потрібно розглядати як систему управлінських впливів на економічні відносини між суб'єктами управління, що сприяють формуванню елементів пристосованості до динамічних змін зовнішнього оточення і дозволяють збільшувати їх ринковий, виробничий і фінансовий потенціал. Забезпечення адаптивного розвитку міжнародних каналів розподілу продукції можливо тільки в тому випадку, коли механізм управління має строго налагоджену методологічну структуру.

Все сказане дозволяє припустити, що формування архітектури механізму забезпечення адаптивного розвитку, тобто внутрішнього устрою, матиме ключове значення для забезпечення розвитку промислового підприємства. Центральна роль в механізмі забезпечення адаптивного розвитку міжнародних каналів розподілу продукції відведена управлінню економічним адаптивним потенціалом.

Адаптивний потенціал промислового підприємства є ключовим фактором успіху в забезпеченні розвитку каналів розподілу. Для його оцінки можливо застосування як існуючих, так і розробка нових методичних підходів. Важливим моментом є необхідність ідентифікації ключових чинників моніторингу, якими можуть бути виробничі, фінансові та маркетингові ресурси підприємства.

Адаптивний потенціал вимірюється фінансовими ресурсами, їх наявність у підприємства визначає можливість початку виробничої діяльності, а обсяг – маневреність, запас фінансової міцності господарюючого суб'єкта та характеризує фінансовий стан підприємства. Виробничі ресурси виступають фактором, що визначають виробничу потужність підприємства, і характеризують його виробничі можливості.

Маркетинг підприємства, який, зокрема, обумовлений наявністю у підприємства каналів збуту, постійних покупців, комунікаційних можливостей, є складовою адаптивного потенціалу та виступає сполучною ланкою між підприємством, покупцями і замовниками, характеризує попит на продукцію і досягнуті фінансові результати.

Управління забезпеченням адаптивного розвитку маркетингових каналів розподілу продукції базується як на загальних закономірностях, принципах, притаманних управлінським процесам, так і на специфічних особливостях, пов'язаних з наявністю детермінованою

ланцюга «виробництво - розподіл – фінанси» окремого підприємства [8].

Саме на основі ідей загальної теорії управління слід організувати роботу щодо забезпечення розвитку маркетингових каналів розподілу продукції виробництва.

Застосування основних принципів управління можливо до будь-якого об'єкту при наступних вихідних умовах:

- наявність програм поведінки керованого об'єкта або заданого запланованого рівня параметрів його стану;
- нестійкість об'єкта відносно програми і заданих параметрів, тобто наявність у об'єкта здатності до відхилень від заданої програми або планових (нормативних) значень параметрів;
- наявність методів і засобів для виявлення і вимірювання відхилень об'єкта від заданої програми або планових значень;
- наявність можливості впливати на керований об'єкт із метою усунення виникаючих відхилень.

Забезпечення розвитку каналів розподілу продукції підприємства можливе за рахунок управління наступними складовими:

- зміни потоку фінансових ресурсів; відсутність (або низький рівень) кредиторської заборгованості; реінвестування прибутку у власну діяльність тощо, які сприяють змінам в структурі руху товару, товарної та кредитної політики;
- нарощування виробничих потужностей, випуску продукції, зростання фондо- і матеріаловіддачі, зниження фондо- і матеріаломісткості, прискорення оборотності оборотних коштів, впровадженням ресурсозберігаючої політики, призводять до істотних змін у виробничій собівартості продукції, її ціні і якості;
- посилення маркетингової активності малого підприємства, що дозволяє збільшити об'єм продажів, підвищити впізнаваність торгової марки, конкурентоспроможність, поліпшити асортимент і післяпродажне обслуговування, тим самим розширюючи частку ринку підприємства.

Вибір збутових каналів являє собою відповідальну задачу, при вирішенні якої необхідно враховувати і ту обставину, що при невеликому числі посередників легше забезпечити тісні зв'язки з ними і тим самим гарантувати собі серйозний вплив на їх роботу, домогтися бажаної підготовки збутового персоналу тощо.

Висновки. Адаптивний потенціал підприємства є ключовим фактором успіху в забезпеченні розвитку каналів розподілу. Для його оцінки можливо як застосування існуючих, так і вироблення нових методичних підходів. Важливим моментом є необхідність ідентифікації ключових чинників моніторингу, якими є виробничі, фінансові та маркетингові ресурси підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Митякова О. И. Механизмы устойчивого развития малых предприятий / О. И. Митякова – Нижегород. гос. техн. ун-т. Н.Новгород, 2004. – 185 с.
2. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления : учебник для вузов по специальности «Менеджмент» / В. И. Кнорринг. – 2-е изд., изм. и доп. – М. : Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА—ИНФРА М), 2001. – 528 с.
3. Веснин В. Р. Менеджмент : учебник / В. Р. Веснин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 504 с.
4. Лебедев О. Т. Основы менеджмента : учебное пособие / О. Т. Лебедев, А. Р. Каньковская. – 2-е изд. доп. – СПб.: «М и М», 1997. – 216 с.
5. Денисов А. Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией / А. Ю. Денисов, С. А. Жданов. – Издательство «Дело и Сервис». – 2002. – 416 с.
6. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – ООО «ТК Велби», 2002. – 424 с.
7. Толковый словарь русского языка / Под редакцией Д. Н. Ушакова. – Москва : ООО «Издательство АСТ». – 2004. – 1268 с.
8. Безрукова Т. Л. Управление адаптивным развитием маркетинговых каналов : монография / Т. Л. Безрукова, С. С. Морковина, В. Н. Островская, В. В. Салманова. – М. : ИТД «КноРус», 2010. – 210 с.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ «МЕРЕЖА» І «МІЖОРГАНІЗАЦІЙНІ ОБ'ЄДНАННЯ» ЯК НОВА ФОРМА КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

Шабан Катерина Степанівна

аспірант кафедри промислового маркетингу КПІ

У статті досліджено існуючі науково-теоретичні підходи до трактування терміну «мережа» та «міжорганізаційне об'єднання» на їх основі доведено взаємозв'язок між поняттями як нової форми конкурентної боротьби

In the article we can follow the exploration of existing scientific and theoretic approach treatment term «Network» and «Inter-Group Association». On it base is proved connections among the notions, as new form of competitive fight

Ключові слова: мережа, міжорганізаційне об'єднання, емерджентність

Keywords: Network, Inter-Group Association, Emergent Processes in Marketing

Постановка проблеми. У світлі сучасних тенденцій економічної інтеграції, конкурентні процеси в основних галузях економіки набувають особливого характеру і обумовлені наступними властивостями. По-перше, виникнення і розвиток нового глобального рівня конкурентної боротьби, коли на ринку конкурують окремі виробники та їх торгові марки, а де-факто, конкуренція відбувається між регіональними економічними системами із притаманним їх інституціональним забезпеченням [1.]. По-друге, процес скорочення життєвого циклу товару за рахунок появи нових відповідників та модифікацій виступає додатковим фактором посилення конкуренції. По-третє, процес об'єднання виробництва з постачальниками, посередниками, коли збільшується потреба в комплексних рішеннях технологічних проблем веде до появи нових форм конкурентної боротьби.

Все вище сказане, формує питання створення довготермінової переваги конкурентоспроможності українських підприємств, які могли б ефективно конкурувати не тільки на українському ринку а й на європейському. Відповіддю на це питання, було б створення міжорганізаційного об'єднання, яке вимагає подальшого глибокого дослідження та обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першими дослідниками, які найбільш чітко описали основні характеристики міжорганізаційних об'єднань були Р. Майлз, Ч. Сноу, Г. Тореллі, К. Імаї та Х. Ітамі. Серед російських та українських вчених, які досліджували дане питання були В. Катькало., С. Куш, С. Парінова, М. Румянцева, О. Третьяк, В. Дементьєв, М. Шерешева, С. Соколенко, В. Геєць, А. Мокій та інші.

Процеси формування міжорганізаційних об'єднань активно розвиваються в національній практиці і потребують чіткого розуміння функціонування цих емерджентних утворень виходячи з цінності, яку вони створюють для споживачів. Все це обумовлює актуальність даного дослідження.

Метою статті є дослідження наукових підходів до трактування термінів мережа та міжорганізаційне

об'єднання вітчизняними і зарубіжними вченими та взаємозв'язок між ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відсутність загальноприйнятого визначення «міжорганізаційне об'єднання» обумовлюється тим, що в науковій літературі для опису даного утворення використовують дефініцію як мережа. На мою думку, між цими двома поняттями можна ставити знак рівності. Оскільки організаціями є фірми (економічні суб'єкти), профспілки, політичні партії, університети, неприбуткові організації, державні установи чи органи місцевого самоврядування й безліч інших «одиниць координації, які мають певні межі й функціонують для досягнення мети або кількох цілей, що їх поділяють її члени-учасники» [4]. Мережа – це власне об'єднання цих організацій в межах ринку. Тому надалі ми будемо використовувати поняття «міжорганізаційне об'єднання». Спочатку ми розглянемо дефініції поняття «міжорганізаційне об'єднання» з позицій синтезу теоретичних принципів відомих економістів та соціологів (див. табл. 1.).

Більшість дослідників розглядали міжорганізаційне об'єднання з точки зору менеджменту. Російський вчений В. Катькало проаналізував проблему розвитку міжорганізаційного об'єднання як нової організаційної форми управління. В роботах О. Третьяк та М. Румянцевої проводиться загальний аналіз основних трактувань феномену мережевих форм міжорганізаційної кооперації. В роботі С. Куша аналізується міжорганізаційні мережі як найбільш складна форма розвитку маркетингу взаємовідносин.

Аналіз міжорганізаційного об'єднання в контексті створення цінностей для споживачів не проводився і потребує подальших наукових досліджень в цьому напрямку.

Виходячи з цього, ми запропонуємо своє розуміння міжорганізаційного об'єднання – це емерджентна система суб'єктів економічної діяльності, яка виникає в процесі ринкової кооперації, спрямована на створення конкурентоспроможного товару, який несе в собі цін-

ність для споживача, використовуючи всі можливі ресурси даної системи.

Таблиця 1.

Визначення поняття «міжорганізаційне об'єднання»

Автор	Визначення
Р. Майлз та Ч. Сноу	Новий етап у відомій еволюції організаційних структур управління фірмою: лінійна - функціональна - дивізійна - матрична - мережева [10].
К.Кук та Р.Емerson А. Грандорі та Г.Сола	Набір взаємозв'язаних мінових відносин [6]. Спосіб регулювання взаємозалежностей між фірмами, який, з одного боку відмінний від внутрішньофірмового (ієрархічного) регулювання, з іншого - від ринкової координації як відповідної реакції на сигнали ринку. В цей же час, атрибути об'єднання, такі як процес координації і структури міжфірмових коаліцій не просто гібридні форми внутрішньофірмових та ринкових аналогів, але в певній мірі унікальні характеристики, які представляють собою різноманітні їх комбінації [6].
Я.Хаканссон	Спосіб взаємодіючих фірм, яка об'єднує набір різних ресурсів та видів діяльності для представлення різноманітних продуктів (товарів чи послуг) певному сегменту ринку [8].
М. Кастельс	Відкриті структури, які можуть необмежено розширюватися шляхом включення нових вузлів, якщо ті здатні до комунікацій в рамках даної мережі [2].
С. Джонс, В. Хестерлі, С. Боргатті	Наявність обраного, стійкого і структурованого кола автономних фірм, залучених у створення товарів і послуг на основі неявних і безстрокових контрактів, що сприяють адаптації до непередбачуваних обставин оточуючого середовища, а також координації і захисту угод [9].
С.П. Куц, А.А. Афанасьєв	Сукупність юридично незалежних фірм, які взаємодіють з метою створення добавленої вартості (продукту, який володіє максимально можливою економічно обґрунтованою цінністю для кінцевого споживача) [3].
М. Ю. Шерешева	Система контрактів між формально незалежними економічними агентами з метою оптимального комбінювання і використання ресурсів, включаючи знання в експліцитній та імпліцитній формах [5].

Важливість функціонування такої системи полягає в тому, що дуже часто конкурентна перевага підприємства знаходиться не в межах власне підприємства, а в межах мережевого утворення, зокрема, так званих якірних підприємств, яке й формує попит на продукцію міжорганізаційного утворення, а саме підприємство лише бере участь у певній стадії виробництва кінцевого товару [1]. Саме ці підприємства, які в результаті створюють кінцевий продукт, є джерелом конкурентної переваги, потребують великої кількості устаткування, яке було пристосоване до його технології, та матеріалів і тим самим започатковують функціонування ринку невеликих інноваційно направлених фірм, які в майбутньому будуть генераторами конкурентних переваг. В результаті діяльності якірні підприємства вимагають зростання якості напівфабрикатів, і тим самим стимулюють ріст конкурентоздатності інших підприємств мережевого утворення.

Висновки. Підписання Україною угоди про асоціацію з Європейським союзом зумовить загострення конкуренції між українськими та європейськими виробниками та робить актуальним питання створення довготермінової переваги конкурентоспроможності українських підприємств, які могли б ефективно конкурувати не тільки на українському ринку а й на європейському.

Існування на ринку таких об'єднань як мережа дозволить створити конкурентні переваги, які стануть

«точками росту» для національної економіки. Активна взаємодія усіх партнерів міжорганізаційного об'єднання визначить ефективність, стійкість, довговічність мережі на ринку та потребує подальших наукових досліджень в цьому напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зозульов Олександр, Підмогільна Оксана. Принципи формування маркетингової стратегії: від унітарних до інтегрованих корпоративних маркетингових стратегій / Олександр Зозульов, Оксана Підмогільна // *Маркетинг в Україні / ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»*; [гол. ред. А. Ф. Павленко]. - 2013. - № 3 (77). - С. 41 - 48.
2. Кастельс М. «Становление общества сетевых структур» / М. Кастельс // «Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология» (под ред. В. Л. Иноземцева). - М., 1999. - С. 494-505. Ситник Й. С. Менеджмент організацій: навчальний посібник / Ситник Й. С. - Львів : «Тріада плюс», 2008. - 456 с.
3. Куц С.П., Афанасьєв А.А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей в России. Факультет менеджмента СПбГУ Журнал «Российский журнал менеджмента», №1 за 2004 год.
4. Ситник Й. С. Менеджмент організацій : навчальний посібник / Ситник Й. С. - Львів : «Тріада плюс», 2008. - 456 с.
5. Шерешева М.Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков. / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. - М.: МГУ, 2007.
6. Cook K., Emerson R.M. Non-exchange relationships in networks // *American Sociological Review*. 1978. Vol.43. October. P.725.
7. Grandori, A. and G. Soda (1995). "Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms." *Organization Science* 16(2): 183-214.
8. Hakansson H. 1982. *International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach*. John Wiley and Sons: Chichester.
9. Jones C. A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms / C. A. Jones, W.S. Hesterly, S.P. Borgatti // *Academy of Management Journal*. - 1997. - Vol. 2. - № 4. - P. 911-945.
10. Miles R.E., Snow C.C. *Fit, failure and the hall of fame: How companies succeed or fail*. New York, 1994.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ястремський Максим Михайлович

Хмельницький національний університет (ХНУ)

В науковій статті досліджено основні підходи до категорії «управління маркетинговою діяльністю». Визначено основні принципи управління маркетингом, методи маркетингових досліджень та дій та організацію процесу управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Ключові слова: управління маркетингом, управління службою маркетингу, управління маркетинговою діяльністю, принципи управління маркетингом, методи маркетингових досліджень, маркетингові цілі, організаційні підрозділи у службі маркетингу.

In the scientific floor investigational the basic going is near the category of «management marketing activity». Certainly basic principles of management marketing, methods of marketings researches and actions and organization of management process, marketing activity on an enterprise.

Keywords: a management, management of marketing, management, principles of management marketing, methods of marketings researches, marketings aims, organizational subsections, marketing activity, service, marketing is in service of marketing.

Постановка проблеми. В сучасних умовах вирішення проблем стабілізації економіки України пов'язано у першу чергу зі змінами структури реалізації відповідно до вимог ринку. Розвиток ринку спонукає до використання нових методів і підходів до управління та врахування світового досвіду, які переконливо свідчать про те, що основою вдосконалення управління підприємством повинні бути маркетингові дослідження щодо реалізації продукції (робіт, послуг). За жорсткої конкурентної боротьби управління маркетинговою діяльністю на підприємстві дозволяє виявити сильні і слабкі сторони господарської і фінансової діяльності та забезпечити високий рівень підготовки й прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення його ефективності і вживання в конкурентному ринковому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми управління маркетинговою діяльністю підприємства присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних учених: Р. Акоффа, В.Н. Амітана, І. Ансоффа, Я.Г. Берсуцького, С. Біра, В.М. Геєца, М.Г. Гузя, Є.П. Голубкова, П. Друкера, В.А. Забродського, Т.С. Клебанової, К.Ф. Ковальчука, Ф. Котлера, А.І. Кредісова, М.М. Лепи, Ю.Г. Лисенка, М. Портера, О.І. Пушкаря, Л.С. Ситника, А.М. Тридіда, М.Г. Чумаченка та інших. Завдяки їх зусиллям було досліджено питання підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, моделювання та прогнозування реалізації на основі факторів ринкового середовища.

Однак, певні важливі аспекти формування комплексного підходу до моделювання процесів маркетингових досліджень ринку за умов невизначеного обсягу наданих послуг і невизначеної поведінки конкурентів та споживачів розглянуто ще недостатньо.

Завдання цієї статті вбачається в розробці теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи організації управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження.

На сучасному етапі становлення ринкової економіки України зростає роль вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств. Невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності виступає розуміння та використання концепції маркетингу в управлінні підприємством. Якісна і соціальна складова маркетингу в управлінні величезна, – він зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання.

Як свідчить практика підприємств України, впровадження маркетингу хоча й набуває все більшого поширення, проте повною мірою ще не використовуються всі форми управління маркетинговою діяльністю. А це створювало б передумови для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, адаптації до постійних змін зовнішнього середовища і кон'юнктури ринку, стабільності умов господарювання.

У вітчизняній літературі часто зустрічається формулювання терміну «управління маркетинговою діяльністю», як спрощення цього поняття – формулювання «управління маркетингом» [2]. Фактично, ці два терміни означають одне й теж, маючи єдиний сенс. Більш правильно, на нашу думку, вживати поняття «управління маркетинговою діяльністю», бо воно точніше відображає сутність цього процесу. Але в роботах зустрічаються обидва формулювання і коли пишеться «управління маркетингом» мається на увазі «управління маркетинговою діяльністю».

«Управління маркетингом» (маркетинговий менеджмент) і «управління службою маркетингу» є різними поняттями. Як відомо, маркетингова служба підприємства – це спеціальний підрозділ, який здійснює свою діяльність на основі принципів і методів маркетингу з метою комплексного вивчення ринку, забезпечення стійкої реалізації товару, ринкової орієнтації виробництва і проектно-конструкторських робіт. А управління

службою маркетингу – це чітко визначена програма, розроблена на основі прийнятих рішень та стратегічних напрямів розвитку. Тому, під управлінням маркетингом (управлінням маркетинговою діяльністю) на підприємстві розуміється широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі найбільшого прибутку[1].

Процес управління матеріальними та людськими ресурсами, що забезпечують їх інтеграцію та найефективніше використання для досягнення поставлених цілей розглядається менеджментом. На основі вищесказаного, маркетинг – менеджментом, або управлінням маркетингом на підприємстві є процес аналізу, розробки та втілення в життя засобів, які розраховані на встановлення, укріплення та підтримку вигідних обмінів з покупцями для досягнення мети підприємства – отримання прибутку, зростання обсягів збуту, збільшення частки ринку тощо[3].

Виявлення на основі різноманітного аналізу тих видів продукції, що можуть забезпечити організації найбільш високий рівень прибутку, та орієнтація діяльності через планування на продаж саме таких видів продукції є найважливішим завданням маркетингової діяльності підприємства.

Управління маркетингом – процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розвитку ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обміну, який задовольняє як окремих осіб, так і фірму. Воно має за мету також розв'язання завдань впливу фірми на рівень і структуру попиту у певний проміжок часу, визначення оптимального співвідношення попиту і пропозиції, щоб фірма досягла поставленої мети [12]. По суті, воно є управлінням попитом і пропозицією і здійснюється тоді, коли одна із сторін потенційного обміну розробляє і використовує засоби досягнення бажаної дії (відгуку) інших сторін.

Проаналізувавши наведені в літературних джерелах поняття управління маркетинговою діяльністю, ми пропонуємо наступне удосконалене і розвинене його визначення, яке розглядається з позиції його призначення, сутності і системності[9]. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це система різних видів діяльності, що являють широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, пов'язаних між собою і спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі найбільшого прибутку. Це поняття, на наш погляд, враховує складність процесу управління маркетингом, його призначення і сутність, воно підкреслює системність цього процесу, бо управління маркетингом має здійснюватись системно і комплексно.

Управління маркетингом може здійснюватись з позицій п'яти підходів: вдосконалення виробництва,

товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу[4].

Концепція вдосконалення виробництва стверджує, що споживачі будуть прихильні до товарів, які широко поширені і доступні за ціною, а як наслідок – компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу. Застосування цієї концепції підходить в двох ситуаціях: коли попит на товар перевищує пропозицію і коли собівартість товару дуже висока і її необхідно понизити, для чого потрібно підвищити продуктивність.

Концепція вдосконалення товару стверджує, що споживачі прихильно відноситимуться до товарів, що пропонують найвищу якість, кращі експлуатаційні характеристики і властивості, тому компанія повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару. Негативний момент цієї концепції є те, що споживачі насправді задовольняють не потребу в конкретному товарі, а свої потреби, які можуть бути задоволені товарами іншого роду.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що споживачі не купуватимуть товари компанії в достатній кількості, якщо компанія не зробить достатніх зусиль у сфері збуту і стимулювання. Сфера застосування згаданої концепції – просування на ринок товарів так званого пасивного попиту (страховки, енциклопедичні словники та ін.).

Концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення мети організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішим і продуктивнішим, ніж у конкурентів способами. Орієнтація в даній концепції йде на потреби клієнтів.

Концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що завдання компанії – встановлення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими і продуктивнішими способами з одночасним зміцненням благополуччя споживача і суспільства в цілому. Дана концепція намагається вирішити протиріччя між задоволенням справжніх потреб клієнтів і їх довготривалим благополуччям.

З названих підходів випливають основні принципи управління маркетингом на підприємстві: орієнтація на споживача, адаптивність і гнучкість, спрямованість на перспективу, вплив на споживача, комплексність, системність, свобода споживача і виробника, обмеження потенційного збитку, задоволення базових потреб, економічна ефективність, інновації, навчання та інформування споживача, захист споживача. Ці принципи визначають конкретні напрями діяльності підприємств, що здійснюються в рамках маркетингу, зміст і спрямування його основних функцій, для яких властивий еволюційний розвиток на підприємствах[7].

В системі управління маркетинговою діяльністю підприємства виділяють наступні методи маркетингових досліджень та дій, що наведені на рисунку 1.1:

- вивчення зовнішнього середовища;
- вивчення наявних та планування майбутніх товарів;

- планування руху та продажів товарів;
- забезпечення формування збуту та стимулювання пропозиції;
- забезпечення цінової політики підприємства;
- забезпечення необхідного рівня безпеки використання товару, захисту навколишнього середовища, вимог до споживчих властивостей товару [5].

Успішна діяльність підприємства залежить від гнучкості системи управління. Управління, яке не встигає за динамічними змінами всередині підприємства та в зовнішньому середовищі, призводить до «загибелі ідей» і робить підприємство нездатним до пристосування та подальшого розвитку.

Організація, що тяжіє до пристосування, потребує й нової технології управління, керівництва з відповідними якостями, які в сучасній науці називаються «здатністю керівників до трансформації». Тому, управління та організація процесів діяльності підприємств України сьогодні мають базуватися на засадах маркетингу та менеджменту.

Рисунок 1.1

Схема управління маркетинговою діяльністю підприємства



В сучасних умовах господарювання маркетингове управління та планування набуває великого значення [6]: стимулює їх до постійного перспективного мислення; веде до чіткішої координації зусиль фірми; веде до встановлення показників діяльності для подальшого контролю; змушує фірму чітко визначати свої завдання; робить фірму більш підготовленою до стрімких змін; наочніше демонструє взаємозв'язок обов'язків всіх посадовців.

Така постановка проблеми планування дає можливість швидше пристосуватися до нових економічних умов на ринку. Підприємство, що запроваджує у своїй діяльності управління маркетинговою діяльністю, забезпечує, завдяки цьому, для себе [7]: цільову орієнтацію ринкової діяльності підприємства, яка пов'язана з задоволенням потреб суспільства та окремих осіб; компетентність маркетингової діяльності, що виявляється в організації технологічного процесу від проєкту товару до його споживання; максимальне наближення асортименту ринкових потреб та умов споживання; аналіз ринку, тобто його потенціалу, місткості, кон'юнктури, попиту,

поведінки споживачів, можливостей фірми, конкуренції тощо; мотивація: створення відповідних матеріальних і моральних стимулів для працівників з метою забезпечення виконання ними своїх обов'язків; контроль і аналіз виконання маркетингових заходів.

Отже, маркетинговий підхід до управління підприємствами характеризує його як комплексну систему, що дозволяє зв'язати можливості господарюючих суб'єктів з потребами ринку й добитися переваг у порівнянні з конкурентами. Орієнтація підприємств на використання маркетингового підходу зазвичай вимагає зміни структури їх управління. При цьому на перше місце в управлінні господарюючими суб'єктами виходить підрозділ маркетингу і його керівники, що визначатиме в майбутньому напрями діяльності всіх інших служб, включаючи безпосередньо і виробництво [10].

Для здійснення ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві потрібно застосувати комплексний підхід, що базується на поетапній організації системи управління маркетинговою діяльністю: ситуаційний аналіз, який охоплює вивчення стану підприємства, виявлення тенденцій і формування прогнозів; маркетинговий синтез: постановка цілей і формування завдань; розробка та реалізація плану маркетингової діяльності: так звані «4Р»: product (аналіз концепцій товару, параметрів конкурентоспроможності й т.д.), place (вивчення ринків, сегментація), price (цінова стратегія), promotion (формування попиту і стимулювання продажів);- оцінка і контроль за результатами [11].

Велике значення для досягнення поставлених маркетингових цілей має створення організаційних підрозділів у службі маркетингу, рекомендується організувати такі структурні підрозділи [8]:

1) відділ з дослідження ринку, що включає: групу інформаційного дослідження; групу з дослідження попиту на продукцію, групу технічного обслуговування дослідження ринку;

2) відділ з управління асортиментом продукції (послуг), що включає групу з управління асортиментом старої продукції, групу з управління асортиментом нової продукції;

3) відділ збуту, що містить підрозділи з оперативно-збутової роботи, кількість і назва яких залежить від номенклатури виробленої продукції;

4) відділ з формування попиту і стимулювання збуту, до якого входять групи реклами і стимулювання збуту;

5) відділ сервісного обслуговування створюють лише на підприємствах, що роблять машини, складну техніку.

Невеликі організації не мають можливості містити таку велику кількість груп, тому вони організують службу маркетингу з урахуванням своєї специфіки діяльності [8].

Багато підприємств роблять кроки до того, щоб реорганізувати або створити знов систему маркетингу підприємства. Враховуючи, що більшість підприємств знаходяться в складному фінансовому положенні, зви-

чайно рекомендується почати з дій, які не вимагають значних витрат.

Висновки. Отже, процес управління маркетинговою діяльністю на підприємстві передбачає широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, пов'язаних між собою і спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі найбільшого прибутку. Якість управління та прийняття маркетингових рішень безпосередньо пов'язана з наявністю повної, актуальної й достовірної інформації про ринок, попит на товари, уподобання споживачів, ринкові ціни, дії конкурентів тощо, а також інформації про показники діяльності об'єкта управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.
2. Богомолова В.В. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства / В.В. Богомолова // Матеріали XV Міжнародної наукової конференції молодих науковців «Наука і вища освіта». У 3 ч. / м. Запоріжжя, 17-18 травня 2010 р. – Запоріжжя: ГУ «ЗІД-МУ», 2010. – Ч. 2. – С. 54-55.
3. Гринькова В.М. Інновації: проблеми науки і практики : монографія / В.М. Гриньова, А.В. Гриньов. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – С. 203-225.
4. Длігач А. Інтеграційні стратегії у системі маркетингу / А. Длігач // Маркетинг в Україні. – №3. – 2010. – С. 9-11.
5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. – 281 с.
6. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів : монографія / Ю.В. Каракай. – К. : КНЕУ, 2005. – 226 с.
7. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
8. Кіріченко О.О. Системний підхід до дослідження управління розвитком підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=2313>
9. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу / Т.І. Макаренко. – К.: ЦУЛ, 2010. – 384с.
10. Маркушина Е. П. Факторы, влияющие на результативность маркетинговой практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: markus.spb.ru/navalochnaya/mes1.shtml.
11. Олійник Т.О. Створення маркетингової діяльності на підприємстві та управління нею / Т.О. Олійник // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 207-211.
12. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш та ін.;

за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К. : КНЕУ, 2005. – 584 с.

УДК 621.365

ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В СУЧАСНИХ ГОТЕЛЯХ: СУТНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ОЦІНОЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМ ОПАЛЕННЯ

Берега Вікторія, магістрант

Коваль Ольга Андріївна, доц., к.т.н.

Національний університет харчових технологій, м. Київ

Анотація. Україна є енергодефіцитною країною, яка свої потреби в енергоресурсах задовольняє за рахунок власного виробництва лише на 45%. У ряді населених пунктів відсутній газопровід, а тому раціональним вибором стане організація електроопалення замість будинку або іншої будови. В даний час електроопалення в будівлі можна організувати різними способами. Кожен з яких, має свої особливості, переваги і недоліки. Тим не менш, який би вид електричних систем не був би обраний, важливо пам'ятати, що ціна електрики в будь-якому випадку буде набагато нижче, ніж у газу, твердого або рідкого палива.

Директива енергетичних показників в будівництві (Energy Performance of Buildings Directive), прийнята країнами Євросоюзу, говорить, що з 2020 року в Європі не можна будувати будинки за стандартом нижче, ніж пасивний будинок. У подальшому стоїть завдання зводитися пасивні будинки з нульовим споживанням енергії, переходити на нову концепцію будівництва «будинок плюс енергії» за допомогою встановленого на ньому інженерного обладнання.

Ключові слова: енергія, теплова енергія, альтернативні джерела відновлення, Сонце, ПЛЕН.

Annotation. Ukraine is an energy deficient country, which their energy needs met by own production only 45%. In some localities there is no pipeline, and therefore the rational choice will be a organization electroheating country house or other building. Methods of research. Currently, the electric heating in the building can be arranged in different ways. Each of them has its own characteristics, advantages and disadvantages. Nevertheless, whatever kind of electrical systems would not have been chosen, it is important to remember that the price of electricity in any case will be much lower than that of gas, solid or liquid fuel.

Energy Performance of Buildings Directive adopted by the countries of the European Union, says that by 2020 in Europe cannot build houses for a standard lower than that of a passive house. In the future, the task is reduced to a passive house, zero energy consumption, switch to the new concept of construction a «house plus energy using established engineering equipment.

Keywords: energy, thermal energy, alternative sources of recovery, the Sun, PLEN.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Опалення в будівлі можна організувати різними способами, які мають свої переваги і недоліки.

Баланс первинної енергії України складається в основному з природного газу, вугілля, атомної енергії та сирої нафти. Згідно зі статистичними даними за 2010 рік, 54,07% природного газу, спожитого в Україні, було імпортовано. Це складає 23,06% від загального обсягу спожитої енергії. [6]

Енергоефективність будівлі залежить від параметрів огорожувальних конструкцій, теплопостачального обладнання, регулювання температури у приміщеннях, а також від ефективності освітлення та побутової техніки. Застосування альтернативних джерел енергії, таких, як котли на біомасі, теплові насоси і сонячні (або фотоелектричні) колектори знижує потреби у традиційних джерелах енергії. [4]

Постановка завдання. Сьогодні енергозбереження - одне з пріоритетних завдань, що пов'язано з поступовим виснаженням основних енергоресурсів, зростаючою вартістю їх видобувати, а також з глобальними

екологічними проблемами.

Економія енергії - це ефективне використання енергоресурсів шляхом застосування інноваційних рішень, здійснених технічно-обґрунтованих, економічно прийнятних з екологічної безпеки й соціальної точок зору. Які не змінюють звичного життя. Тому рішення про енергозбереження було ухвалено на Міжнародній енергетичній конференції (МИРЭК) ООН. Енергозбереження у готельній сфері зводиться до зниження непотрібних втрат енергії.

Одна з найбільш дорогих на нинішній момент видів енергії – тепло. Лише, зниження втрати тепла, шляхом утеплення приміщень призводить до економії грошових ресурсів. А технології скорочення витрат цієї та інших видів енергії сьогодні безліч, що виправдовує актуальність вибору цієї теми для статті.

Формула ідеального комфорту має три основні складові: тепло, повітря, світло. Теплова складова напряму залежить від опалення. В приміщенні важливим фактором опалення є система розподілу тепла. Система розподілу вирішує два основні питання: температура

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

повітря в приміщенні та температура поверхонь дотику (підлога). Чи є система яка охоплює обидва питання одночасно, при мінімальних затратах?

Виклад основного матеріалу. У процесі підготовки роботи були проведені аналітичні дослідження та порівняльна характеристика декількох систем опалення, розкриті можливості впровадження енергозберігаючої системи опалення ПЛЕН та її вплив на людину при будівництві готелів.

Комплекс тепlopостачання розподіляється на три основні системи:

1. Система генерації (котельня, ТЕС, ТЕЦ, теплові насоси, сонячні батареї, когенерація, тригенерація і т.д.);
2. Система транспортування (трубопроводи, дроти)
3. Система розподілу у споживача (радіатори, конвектори, електрообігрівачі (інфрачервоні, масляні, прямої дії), електрична тепла підлога, тепла підлога водяна).

Система ПЛЕН відноситься до третіх систем, порівнювати системи генерації з системами розподілу невірно, тому порівняння здійснюється всередині однієї системи. Тобто: радіатори - конвектори - тепла підлога - ПЛЕН. Для аналізу ефективності, ергономічності, комфортності проаналізовано існуючі показники та запропоновано оціночні характеристики систем опалення (табл. 1). [7,8]

Енергоефективність будівлі залежить від теплофізичних характеристик, тепlopостачального обладнання, можливості регулювання температури у приміщеннях. Застосування альтернативних джерел енергії, таких, як котли на біомасі, теплові насоси, сонячні (або фотоелектричні) колектори знижує потреби у традиційних джерелах енергії.

Сонячні батареї – потребують постійної інсоляції, слугують як додаткова система енергії, мають низький ККД. Безкоштовність самої енергії (після того як у систему були вкладені чималі кошти), має високу початкову вартість і, як наслідок, тривалий строк окупності.

Теплові насоси - інноваційний і досить прогресивний варіант електричного опалення малоповерхових замських будівель, прекрасна можливість з невеликими затратами отримувати тепло і гарячу воду, проте має високу вартість. Система потребує час та робочу силу на установку. В залежності від потужності та якості системи має високі показники ККД.

Система ПЛЕН - енергоефективна альтернатива традиційним засобам опалення. Високий ККД та низька вартість на установку даної системи. Опалювальне устаткування, що працює на електричному струмі - кращий вибір для будь-якої будівлі. Сьогодні це досить популярний тип автономного опалення. [4]

ПЕРЕВАГИ ІНФРАЧЕРВОНОГО ОБІГРІВУ:

- економніше від традиційних систем опалення;
- економніше до 30% у порівнянні з традиційними системами електричного опалення; додаткова економія до 40% при використанні режиму терморегуляції (наприклад - за опалення будинку площею 100 м кв. Ви будете платити всього 100-150 гривень в місяць);

- економія в 3 рази при використанні інфрачервоного опалення як додаткового;
- незалежність від постійного дорожчання газу;
- простота і швидкість монтажу, демонтажу - при переїзді в нове житло Ви забираєте опалення з собою;
- прогріває приміщення швидко і рівномірно;
- більш високий комфорт при меншій температурі повітря;
- зменшення висихання повітря;
- не потребує гарантійного і поточного обслуговування;
- можливість гнучкого програмування мікроклімату окремо для кожного приміщення. [3]

Таблиця 1

Оціночні характеристики для порівняння систем опалення

Оціночні характеристики для порівняння систем опалення:	Водяна тепла підлога	Електрична тепла підлога	Традиційне водяне опалення з газовим котлом	Електроопалення на основі інфрачервоних обігрівачів (ПЛЕН)
Ціна капітальних витрат на 1 кв.м, або номінальна вартість за 1 год.	Приблизна вартість системи водяної теплої підлоги з бетоною стяжкою у 5-6 см. разом з роботою становить 480 грн.м ² , не враховуючи витрати на котел для нагріву води.	Приблизна вартість системи електричної підлоги на основі нагрівального електричного кабелю з бетоною стяжкою у 2-3 см. разом з роботою становить 165 грн/м ² . Споживання електроенергії 126 Вт/м ²	Номінальна витрата газу - 0,9 м ³ /год	Номінальне споживання електроенергії системи становить 2900 Вт/год.
Витрати на експлуатацію проекту	Приблизна вартість системи із врахування котла для обігріву усієї площі становить 480x56 м ² (не враховуючи обігрів коридору) = 33380 грн.	Приблизна вартість системи електричної теплої підлоги на основі нагрівального кабелю становить 165x56 м ² (не враховуючи обігрів коридору) = 9240 грн.	Приблизна вартість традиційної системи водяного опалення на конвекторах становить 11500 грн. (проект на автономне опалення, одно контурний газовий котел, трубопроводи, радіатори автономного опалення, монтаж автономного опалення).	Приблизна вартість системи електроопалення на основі інфрачервоних обігрівачів м'якої теплоти, разом з роботами по встановленню системи становить 7033 грн.
Загальна споживана потужність на годину (Вт/год)	9900 Вт/год	126x56 = 7056 Вт/год		
Середньодобове споживання електрики (газу) для системи опалення в зимовий період становить	9,9x9=89,1 кВт. 1 кВт – 0,3 грн.	7,056x9=63,5 кВт. 1 кВт – 0,3 грн.	0,9x9=8,1 м ³ 1м ³ – 1,09 грн.	2,9x9=21,6 кВт. 1 кВт – 0,3 грн.
Середньодобові витрати на опалення квартири в зимовий період	26,7 грн.	19,05 грн.	8,8 грн.	6,48 грн.

Найбільш комфортною є система променистого опалення, що дозволяє підвищити санітарно-гігієнічний стан приміщень, оскільки не допускає скупчення і підгорання пилу на радіаторах. Панелі променистого опалення влаштовують в підлозі, стелі, стінах і перегородках.

Інфрачервоне опалення ПЛЕН засновано на використанні матеріалів, які при проходженні через них електричного струму виробляють теплове випромінювання. Монтовані на стелі ПЛЕН дають Вам відчуття теплового комфорту тим же самим способом, яким дає його вам сонце. Обігрівальні елементи випромінюють довгохвильову променисту теплову складову сонячного спектру – це теплові промені. Вони нагрівають підлогу, предмети і меблі. Таке тепло знаходить акумуляцію в предметах обстановки, в підлозі, які в свою чергу віддають в навколишнє середовище вторинне тепло. У класичних системах опалення нагріте джерело тепла нагріває повітря, яке передає тепло навколишнім предметам.

Дослідження вчених показали, що найбільш корисний вплив (при помірній потужності) на організм людини надає довгохвильове інфрачервоне випромінювання (довжина хвилі 5 - 15 мкм). Саме в цьому діапазоні знаходиться випромінювання ПЛЕН і теплове випромінювання людини знаходиться в тому ж діапазоні. Вивчення впливу ІЧ випромінювання на здоров'я людини показало, що ІЧ - терапія виявилася дієвим і досить ефективним способом не тільки боротьби з простудними захворюваннями, але і зниження ваги, стимулювання діяльності шлунка, лікування целюліту. Система не спалює кисень у приміщенні і не виділяє шкідливих речовин, відсутні продукти згоряння, повітря в приміщенні - чисте й свіже. Інфрачервоні нагрівачі прекрасно підходять як для нових будівель, так і для реконструкції старих. Стійкість до низьких температур в північних районах Сибіру - до -60°C закривається 80 % стелі. ПЛЕН закривається будь-яким декоративним матеріалом, крім металу.

Витрати на опалення за допомогою системи ПЛЕН готелю на кожні 100 кв.м. становлять близько 600 грн. за місяць, і при всьому цьому їх можна знизити приблизно на чверть, застосувавши програмовані терморегулятори, які дозволяють переводити температуру в економний режим в той час, коли нікого немає в номері.

Системою опалення ПЛЕН можна керувати дистанційно — по вебу або мобільному телефону, встановивши відповідне обладнання; швидкий та простий монтаж системи - від 1-го дня в будь-який час року; можливість поетапного пуску системи; характеризується довговічністю - термін експлуатації до 50 років, гарантія - 10-25 років, що відповідає «Протоколу випробувань продукції № ІЦКБ.ПТ.047.4083» від 20.11.2008 р. Монтажні системи під «ключ» в готелі 100 кв.м. коштують близько 30 тис.грн.; система не потребує сервісного обслуговування; комфортна температура підтримується терморегулятором з точністю до 1°C в кожному окремо взятому приміщенні; система працює безшумно; вухобезпечна, так як температура нагрівання частин ПЛЕН приблизно 45°C . Застосування даної системи дозволяє значно заощадити витрати на опалення (~1грн/кв.м), при цьому відсутні витрати на узгодження (купівлю) документації, сервісне обслуговування, ремонт та інше. [5]

Для того щоб зробити розрахунки економії, необхідно поставити однакові умови при різних видах систем опалення.

Спрощений розрахунок потреб в тепловій енергії для опалювального сезону: $180 \text{ днів} * 24 \text{ години} * 5 \text{ кВт} = 21600 \text{ кВт*год}$.

Тариф на теплову енергію в Києві становить 0,794 грн./кВт*год (постанова НКРКУ від 16.05.2014 №537). Тобто затрати за опалювальний сезон становлять $21600 * 0,794 = 17150$ грн. при умові встановлення сталевих радіаторів.

Тариф на електричну енергію складає 0,969 грн./кВт*год. Таким чином $21600 * 0,969 = 20900$ грн. [9]

Економічні розрахунки доводять, що ПЛЕН – дорожчий, але це в порівнянні з центральним опаленням, якщо ці ж розрахунки зроблені для індивідуального опалення, тоді ПЛЕН виграє не лише в первинних затратах, а й надалі.

В той час, як при конвекційному опалюванні нагрівальним елементом в першу чергу нагрівається повітря, яке потім віддає тепло при циркуляції по поверхні предмету (стіни, меблі), що нагрівається, то при інфрачервоному опалюванні теплопередача відбувається в основному випромінюванням. Випромінюване тепло, потрапляючи на предмети (стіни, підлога, меблі), відбивається частково (приблизно на 15%). Його більша частина (близько 85%) предметами поглинається. [1]

В результаті того, що відсутня турбулентність повітря в приміщенні, набагато менше і циркуляція пилу, яка часто буває причиною різних хвороб. Більш рівномірною стає температура у вертикальному профілі - на $1-2^{\circ}\text{C}$ між підлогою і стелею (при конвекційному опалюванні різниця складає 1°C на 30-50 см висоти). Забезпечується вищий комфорт при меншій температурі повітря в приміщенні. Комфорт забезпечується при температурі повітря $18-19^{\circ}\text{C}$, тим самим економиться як мінімум 18-24% енергії. [2]

Висновок. У порівнянні з багатьма типами опалення (в тому числі централізованого, газового або твердопаливного), ПЛЕН має просто масу дивовижних переваг: комфорт, енергозбереження; легкість монтажу під оздоблення; високий ККД (95 %); пожегобезпечність; автоматизація управління; екологічність і може бути запропонована для застосування у якості системи опалення.

На електрику ціни підвищуються не так стрімко, як на газ, солярку, тощо. Характеризується різноманітністю модельного ряду обладнання, простотою установки і обслуговування, естетичністю і красою зовнішнього вигляду.

Опалення будинку за допомогою ПЛЕН - вигідне рішення багатьох проблем, пов'язаних із опаленням. Завдяки унікальній функціональності, надійності і диференційованій потужності агрегатів, обігрів готелів даним методом буде найбільш ефективним і менш витратним завдяки:

- простоті використання у порівнянні з газом, рідким або твердим паливом;
- випромінювання даного спектру не шкідливе для здоров'я людини;

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

- має тривалий термін експлуатації;
- не потребує не тільки значних матеріальних, часових та просторових первинних витрат, а економний і надалі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ISO DIS15985; ASTM D 5511-02 «Стандарти для визначення здатності пластикових пакувальних матеріалів до біологічного розкладання».

2. ДБН В.2.5-67:2013 Опалення, вентиляція та кондиціонування – Київ: Мінрегіон України – 2013.– 141 с.

3. Жовнір М. Олійник Є. Чаплигін С. Солома обігріє села // Зелена енергетика. – 2007. - № 5. – 53 с.

4. Дьяков О. Альтернативні джерела енергоресурсів в Українському Придунав'ї // Енергетична безпека України: зб. ст. та аналіт. матеріалів/ за заг. ред. О.О. Волович/ НІСД, Регіональний філіал у м. Одесі. – Одеса: Фенікс, 2009 356 с.

5. Інформаційний портал «EN 15459:2007, Energy performance of buildings – Economic evaluation procedure for energy systems in buildings» (Енергоефективність будівель. Оцінювання економічних показників систем енергоспоживання будівель). [Режим доступу: <http://products.ihb.com>].

6. Інформаційний портал «Енергетична стратегія України на період до 2030 року» [Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>].

7. Інформаційний портал «Державна науково-технічна бібліотека України». [Режим доступу: gntb.gov.ua/ua/n/energ/e27.jpg].

8. Інформаційний портал «Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека». [Режим доступу: www.biblioteka.uz.ua/.../2009/new.php?month=4]

9. Інформаційний портал «Технічні характеристики ПЛЕН» [Режим доступу: <http://www.estechology.ru/harakteristiki.html>].

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ УРБООБРАЗИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Влах Мирослава Романівна
кандидат географічних наук

доцент кафедри економічної і соціальної географії

Львівського національного університету імені Івана Франка

Коропецька Тетяна Опанасівна

кандидат економічних наук

доцент кафедри менеджменту та готельно-ресторанного бізнесу

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

У статті розкрито сутність історико-культурного урбообразу як єдності матеріальних та ідеальних сутностей, смислів, цінностей міського поселення; на прикладі м. Львова висвітлено особливості створення і використання історико-культурних урбообразів для розвитку ресторанного бізнесу і практики місцевого самоврядування.

Ключові слова: символічний капітал, урбообраз, історико-культурний урбообраз, ресторанный бізнес, ресторанный туризм.

The sense of historical and cultural urban images have been outlined in the article. Urban images have been shown as entities, senses, values of urban settlement. The peculiarities of the creation and the usage of historical and cultural urban images for the development of restaurant bussiness and the practice of local government on the example of Lviv are shown.

Key words: symbolic capital, urban image, historical and cultural urban images, restaurant bussiness, restaurant tourism.

Постановка проблеми. Світові тенденції, а також практика управління соціально-економічним розвитком окремих регіонів і поселень в Україні, подає приклади дедалі ширшого використання нематеріальних особливостей території. Зокрема це стосується політики територіального брендингу, основою якого виступає символічний капітал певних територіальних утворень, насамперед міст. Під символічним капіталом розуміємо певний різновид «власності» території, що сприймається суспільством, є пізнаваним і має відповідну цінність. Символічний капітал представляє собою цілісний образ території, однак він має також чітко виражені складові – природничу, історичну, культурну, соціально-економічну, що виявляється через формування окремих геобразів, які трактуються нами як сукупність матеріальних і реальних сутностей, смислів, цінностей певних місць геопростору. Символічний капітал дозволяє окремим регіонам і містам конкурувати з іншими матеріальними суб'єктами, є запорукою матеріальних інвестицій тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових публікацій останнього часу засвідчує дедалі більшу увагу дослідників до проблеми формування геобразів територіальних формувань, що дозволяє засвідчити формування нового міждисциплінарного наукового напрямку – іконографії.

Вивченню просторової картини світу, технології конструювання образів у вербальному просторі, використанню іміджу території та її успішному брендуванню у практиці регіонального менеджменту присвячені публікації Д. М. Зам'ятіна [3–6], В. В. Кулакова [9, 10] та інших дослідників. В Україні проблематиці створення адекватних урбообразів не приділено поки-що достатньої уваги. Найявні лише окремі публікації у вигляді статей, що мають постановковий характер [1–3, 11, 12].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження використання історико-культурного потенціалу м. Львова для формування відповідних урбообразів і використання їх у практиці ресторанного бізнесу.

Вклад основного матеріалу. Загальновідомо, що культурна столиця України з багатоміліардною історією,

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

європейська альтернатива Києва – місто Львів – є законодавцем моди у сфері ресторанного бізнесу і показує значні досягнення у ньому.

Тут функціонують майже усі існуючі типи ресторанних закладів відповідно до ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» від 01. 10. 2004 р. (усього приблизно 800 закладів).

Однак образ міста Львова як міста кав'ярень, ресторанів визначається не тільки їхньою загальною кількістю, якістю обслуговування клієнтів, високопрофесійним дизайном приміщень, а й оригінальними концепціями організації та функціонування. Це зумовило розвиток тут гастрономічного туризму, або точніше ресторанного туризму. Реальні кав'ярні, ресторани формують символічний ресторанний простір Львова, що ніби заповнюється запахом кави, смаком шоколаду, вина, сиру, пампухів...

З 2007 р. у місті існує мережа креативних, авторських, концептуальних ресторанів «!FEST», що успішно використовують історико-культурний потенціал міста, пропагуючи його духовні цінності і стандарти.

Львівський колорит відображений у назвах закладів, що відомі далеко поза межами міста, часто викликаючи навіть дискусії (наприклад, щодо «Криївки» чи «Мазох-кафе»). Львівська автентика відчутна й у таких назвах: «Дім Легенд», «Біля Діани», «Гасова лямпа», «Старенький трамвай», «Під Золотою Розою», «Лівий берег. Кнайпа-музей львівської опери», «Львівська копальня кави» (усього 17 закладів).

Першим закладом мережі була «Криївка» – найвідвідуваніший ресторан Європи (тільки протягом першого місяця роботи тут побувало 50 тис. відвідувачів). Концепція закладу полягає у висвітленні подій, пов'язаних з УПА, – стилізований бандерівський схрон, музика тих часів, польова кухня, військовий посуд, відповідні традиції входу за гаслом «Слава Україні!» та поведінки у ресторані.

З життям і творчістю відомого львів'янина, письменника Леопольда фон Захер-Мазоха (1836 – 1895) пов'язана ресторація «Мазох-кафе». Концепція кафе втілена як в інтер'єрі (вхід через двері, що символізують замкову шпарину; на стінах цитати і предмети, пов'язані з мазохізмом), так і в кухні (їжа з афродизіаками, атракційне обслуговування, тематичні атрибути і сувеніри тощо).

Кав'ярня «Біля Діани» асоціюється з пам'ятником Діані на площі Ринок, поблизу якого вона розміщена.

Заклад «Гасова лямпа» присвячений винайденню у Львові у 1883 р. газової лампи. Це ресторація-музей, оскільки тут представлено приблизно 200 газових ламп, є копія оригіналу найпершого винаходу. Атмосферу того часу передають назви фірмових напоїв (бензинівка, нафтівка, гасівка, солярка).

Львів початку ХХ ст. відчутний у кав'ярні «Старенький трамвай», що є точною копією вагонів львівського трамваю 1913 р. Заклад має тематичне оздоблення, продаються відповідні сувеніри, звучить батарейська музика. Це туристичний символ Львова, який використову-

вався у проморолику Львова до Євро-2012.

На вулиці Староєврейській неподалік місця, де до 1942 р. стояла синагога «Золота Роза», розташована галицька жидівська кнайпа «Під Золотою Розою». Вона оформлена з використанням скатертин ручної роботи, швейних машин, скрипок, менор. Меню закладу має вигляд літературного альманаха, що розповідає про історію євреїв Львова. У ньому відсутні ціни, що дає змогу відвідувачам торгуватися, а також представлені національні єврейські страви.

Історію Львівського театру опери та балету відтворюють артефакти, зібрані у ресторані «Лівий берег. Кнайпа-музей Львівської опери», від проекту Зигмунта Горголевського до відомих діячів, життя і діяльність яких пов'язана з театром.

Кав'ярня-книгарня «Львівська копальня кави» розкриває легенди львівської кави як корисної копалини, що мала велике значення навіть для українського державотворення (у цьому контексті варто згадати легендарну постать Юрія Кульчицького – захисника Відня від османської навали у 1683 р., який, відкривши там першу кав'ярню, навчив Європу кавувати).

Ще серед «!FEST»-проектів – мережа пекарень «Братванка», «Видавництво Старого Лева», Leopolis GrandPrix (міжнародний фестиваль ретро-автомобілів), LvivKlezFest (міжнародний фестиваль єврейської музики), міська пекарня сирників та штруделів «Львівські плячки». Свою місію холдинг емоцій «!FEST» вбачає у тому, щоб «творити унікальний простір позитивних емоцій та вражень, робити себе, місто та країну кращими» [13].

Холдинг емоцій «!FEST» знайомить з містом, з його історією, архітектурою, людьми і кухнею. Особливо варто відзначити львівську гвару, «балак на львівський смак» – мову, якою розмовляли корінні львів'яни, що мала багато польських, німецьких, єврейських запозичень. Вона віддзеркалювала поліетнічність, полікультурність міста.

Висновки. Метою статті не був аналіз фінансової діяльності холдингу «!FEST», а тим паче законність використання ним земельних ділянок у центральній частині міста чи правомірність реконструкції історичних будівель (це компетенція відповідних служб). Холдинг емоцій «!FEST» показує унікальний приклад використання історико-культурного потенціалу території з метою розвитку концептуального ресторанного бізнесу, що своєю чергою формує позитивний образ Львова – міста кави, шоколаду, авторських ресторанів. Ресторанний бренд Львова з використанням історико-культурної специфіки вирізняє місто навіть на загальноукраїнському рівні, притягуючи внутрішніх і закордонних туристів і є важливим джерелом поступлень до місцевого бюджету (ресторанний туризм).

Оскільки історико-культурний символічний потенціал міста є власністю усієї львівської громади, доречним стає запровадження місцевого збору на використання міських брендів. Опосередковано цей збір уже

надходить через інформаційну підтримку, спонсорування виставок, фестивалів, форумів тощо (організація фотовиставки «Вільні люди» у «Криївці», відзначення річниці Революції гідності на Ринку зброї «Під Арсеналом», участь у програмі XXI Форуму видавців, організація дозвілля львів'ян).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вишиванюк М. М. Інноваційні аспекти управління соціально-економічним розвитком малих міст // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – Львів : ІРД, 2008. – С. 187–197.

2. Влах М. Р., Коропецька Т. О. Урбообрази як напрям регіонального туристичного менеджменту (на матеріалах Львівської області) / Матеріали VIII наукової конференції з міжнародною участю. – Львів, 2014. – С. 152–156

3. Замятин Д. Н. Власть пространства и пространство власти: Географические образы в политике и международных отношениях. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭП). – 2004. – 352 с.

4. Замятин Д. Н. Гуманитарная география : Пространство и язык географических образов. – СПб. : Алетейя, 2003. – 331 с.

5. Замятин Д. Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов. – М. : Знак, 2006. – 488 с.

6. Замятин Д. Н. Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. – Смоленск : Ойкумена, 1999. – 256 с.

7. Замятин Д. Н., Замятина Н. Ю., Митин И. И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы / отв. ред. Д. Н. Замятин. – М. : Институт Наследия, 2008. – 760 с.

8. Замятин Д. Н. Метагеография: Пространство образов и образы пространства. – М. : Аграф, 2004. – 512 с.

9. Кулаков В. В. Гуманістичний ресурсний потенціал ландшафтних комплексів (на прикладі півдня Миколаївської області) : автореф. ... канд. геогр. наук. – К. : Київ. нац. ун-т імені Т. Шевченка, 2011. – 18 с.

10. Кулаков В. В. Ландшафтний геообраз археологічної пам'ятки «Дикий сад» у Миколаєві // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2010. – № 483. – С. 28–33.

11. Панкрухин А. П. Муниципальное управление : маркетинг территории / А. П. Панкрушин. – М. Логос, 2002; [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.koism.rags.ru/publ/indiv/25.php>

12. Сирцов О. Місто як бренд // Львівська газета. – 2012. – 26 груд.

13. Холдинг емоцій «!FEST» [Електронний ресурс] . – Режим доступу: www.fest.lviv.ua/uk./about/

УДК 65.049 (4Укр)3

УРБАНІЗАЦІЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ДЕТЕРМІНАНТ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Наталія Ганич, Галина Лабінська

асистент кафедри туризму Львівського національного університету

імені Івана Франка / Hanuch@i.ua,

доцент кафедри географії України Львівського національного університету

імені Івана Франка / Labinska@ukr.net

У статті досліджено вплив урбанізації на територіальну організацію готельного господарства високоатрактивної у туристичному відношенні Львівської області. Застосування центрографічного аналізу у дослідженні підтверджує безпосередній вплив територіальної концентрації населення у містах на місцерозташування закладів розміщення. Проте, зафіксовано також неоднозначність впливу урбанізації на географію підприємств готельного господарства у великих містах та периферійних районах області.

Ключові слова: готельне господарство, територіальна організація, заклади розміщення, урбанізація, центрографічний аналіз.

This article explores the impact of urbanization on the territorial organization of the hotel industry attractive for tourism in Lviv region. Application one of mathematical methods in the study confirms the direct impact of the territorial concentration of population in cities on the location of accommodation facilities. However, the observed impact of urbanization and poor geography companies hotel industry in major cities and peripheral districts.

Keywords: hospitality, territorial organization, accommodation facilities, urbanization, mathematical method.

Постановка проблеми. На розташування закладів готельного господарства (ГГ) впливають, з одного боку, особливості цільового призначення закладу, а з іншого – освоєність території, на якій вони розташовані, тобто рівень розвитку інфраструктури. При формуванні загальної бази розміщення слід враховувати, що головними регуляторами ринку є попит і пропозиція, а вони зосереджені, головню, у міських поселеннях, поза як і більшість населення Львівської області є міським. Крім того, розвиток готельного господарства зумовлює ціла низка факторів і умов, а також зв'язки між закладами ГГ, системою розселення і об'єктами господарювання. Стрімкий розвиток туристичної сфери у Львівській області об'єктивно зумовлює акцентування уваги на мінливій територіальній організації ГГ області та чинниках, які її детермінують, спеціалізації, видовому розмаїтті, економічних характеристиках господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку готельної справи, класифікації засобів розміщення, оцінки якості послуг готельного господарства, формування механізмів конкурентних переваг в управлінні якістю готельних послуг та інші опрацьовані вітчизняними і зарубіжними вченими і практиками: О.Агєєвою, К.Гараніною, С.Байликом, М.Бойцовою, Ю.Волковим, О.Єфимовою, Н.Кузнецовою, В.Федор-

ченко, М.Мальською, І.Пандяком, Н.Ганич та ін. У даному дослідженні ми зосередили увагу на чинниках–детермінантах географії підприємств ГГ у межах Львівської області, які часто-густо детермінують територіальний розподіл економічної діяльності не менш вагомо ніж ринкова кон'юнктура.

Постановка завдання. Мета статті – відстежити вплив чинника урбанізації на територіальну організацію ГГ Львівської області.

Вклад основного матеріалу дослідження. Тлумачний словник української мови розглядає “урбанізацію” (від латинського *urbanus* – міський) як складний соціальний процес, що впливає на всі сторони життя суспільства, розуміючи під даною дефініцією зростання ролі міст у житті країни чи регіону [8, С.464]. Ще на початку ХХ ст. професор Володимир Кубійович відзначав посилення впливу міст на спосіб життя людей, їх життєдіяльність. Академік А.В.Степаненко констатує, що процес урбанізації супроводжується формування специфічного середовища для життєдіяльності населення і суттєвими змінами у його способі життя [7]. Проф. О. Шаблій називає урбанізацією “соціально-економічний процес, що проявляється у зростанні міських поселень, концентруванні у них населення, у поширенні міського способу життя на всю мережу поселень [10, С.83].

Т.Заставецький вводить поняття “урбанізованості”, позначаючи ним ступінь розвитку міського життя, тобто стану, досягнутого у процесі урбанізації. Урбанізація може відбуватися високими темпами за низької урбанізованості, або темпи урбанізації можуть сповільнюватися за високої урбанізованості. Урбанізація та урбанізованість визначаються різними показниками. Оскільки урбанізація є процесом, її характеризують динамічні показники (темпи урбанізації), водночас урбанізованість характеризують статистичними показниками (кількість і частка міського населення, кількість міських поселень, їх площа та ін.) [3].

Побуває думка, що процес урбанізації пройшов три стадії:

- від виникнення міст до XVIII ст.;
- кінець XVIII – початок XX ст., коли відбувалося швидке зростання розмірів і чисельності міст;
- метрополізація, яка характеризується зосередженням людей, багатств, політичних, економічних, культурних установ у містах протягом XX ст.

Іноді виділяють четверту стадію – дезурбанізацію, тобто зростання передмість, міграцію у сільські райони, планування нових міст тощо [9].

У межах України упродовж II половини XX ст. Мохначук С.С. та Шипович Є.Й. виокремили три етапи урбанізації: 1) власне урбанізацію – процес росту міст; 2) розмивання ядер міст, формування агломерацій – субурбанізацію; 3) урбанізацію сільських поселень у межах урбанізованої зони – рурурбанізацію [5].

Таким чином, багатогранний процес урбанізації охоплює різноманітні аспекти розвитку міст: демографічні, соціально-економічні, етнографічні, геокультурні та ін. Підприємці, які зважають на дані аспекти у розвитку власної справи, у даному випадку у готельному господарстві, володіють стійкими конкурентними перевагами на ринку готельних послуг.

Кількість населення та його розселення на територіях формування попиту на послуги закладів розміщення слугують чи не головними чинниками розвитку ГГ. Априорі, місцями найбільшого формування такого попиту є великі міста та розвинені рекреаційно-туристичному відношенні території. З одного боку, зосереджене у містах населення забезпечує заклади розміщення робочою силою, з іншого — виступає потенційним споживачем пропонуванних готелями та іншими закладами розміщення послуг.

Зростання когорти міського населення України, яке здебільшого відбувається за рахунок міграції із сіл до міст та міжрегіональної міграції, впливатиме на зростання попиту на послуги закладів розміщення, оскільки пропорційно наростаючій міграційній активності українців (навіть вимушеній через військові дії на сході України) зростає кількість потенційних споживачів послуг індустрії гостинності. Інша справа, що такий попит є доволі диверсифікованим, насамперед за рівнем платіжеспроможності.

Рівень урбанізації у Львівській області становив 61% (станом на 1.01.2014 р.). За даним показником об-

ласть поступається загальноукраїнському (69%), проте випереджує усі області у Західному регіоні країни: серед західних областей лише у Львівській він перевищує 50%. Значна частина містян зосереджена у місті Львові (729 тис. осіб, на 1.01.2014 р.).

Застосування центрографічного аналізу у дослідженні дозволяє визначити та змістовно інтерпретувати центри ваги соціально-економічних явищ. Центр ваги має географічну природу, бо характеризується географічними координатами — характеристиками місцезнаходження явища. У випадку рівномірного розподілу явища територію його центр ваги збігається з центром ваги території. У випадку, якщо явище розміщене на території пропорційно до іншого, то їх центри ваги збігаються. Територіальна близькість центрів ваги двох явищ засвідчує наявність зв'язків між ними.

Формули для обчислення координат центра ваги:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^M p_i x_i}{P}, \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^M p_i y_i}{P},$$

де, у першому випадку:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^M p_i x_i}{P}$$

, M – кількість адміністративних одиниць (міст обласного підпорядкування та адміністративних районів області), p_i – кількість юридичних/фізичних осіб закладів розміщення i -тої адміністративної одиниці, (x_i, y_i) – координати i -тої адміністративної одиниці.

у другому випадку:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^M p_i x_i}{P}$$

, M – кількість адміністративних одиниць (міст обласного підпорядкування та адміністративних районів області), p_i – чисельність міського населення i -тої адміністративної одиниці, (x_i, y_i) – координати i -тої адміністративної одиниці.

Центр ваги географії закладів розміщення (2013 р.) припав на: **49° 36', 23° 47'**, що відповідає координатам **с. Грімне** Городоцького району Львівської області (рисунок 1, **маркер 1**);

Центр ваги географії закладів розміщення – юридичних осіб (2013 р.) припав на: **49° 39', 23° 50'**, що відповідає координатам **смт Щирець** Пустомитівського району Львівської області (рисунок 1, **маркер 2**);

Центр ваги географії закладів розміщення – фізичних осіб (2013 р.) припав на: **49° 33', 23° 44'** коло **с.Грімне** Городоцького району Львівської області (рисунок 1, **маркер 3**);

Обчислений центр ваги географії населення Львівської області (2013 р.) припав на: **49° 45', 23° 55'**,

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

що відповідає координатам села **Наварія** Пустомитівського району Львівської області (рисунком, **маркер 4**);

Центр ваги географії міського населення (2013 р.) припав на: **49° 46', 23° 57'**, що відповідає координатам села **Сокільники** Пустомитівського району Львівської області (рисунком, **маркер 5**);

Центр ваги географії сільського населення (2013 р.) припав на: **49° 42', 23° 52'**, що відповідає координатам міста **Пустомити** Пустомитівського району Львівської області (рисунком, **маркер 6**);

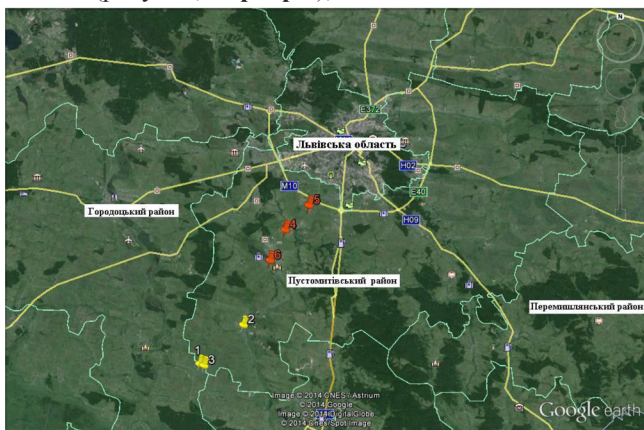


Рис. 1. Результати проведеного центрографічного аналізу між показниками кількості закладів розміщення та міського населення

Таким чином, географічний центр ваги закладів розміщення розташований на південний захід від географічного центра ваги населення. Це пояснюється двома причинами: формою області, яка витягнута з північного сходу на південний захід; кількісним переважанням закладів розміщення у Передкарпатті та Карпатах, порівняно з північно-східними районами, де рекреація розвинута слабо. З іншої сторони, у межах області центри ваги обох досліджуваних показників характеризуються територіальною близькістю. Тому, констатуємо наявність очевидного взаємовпливу між рівнем урбанізації (кількістю міського населення) та географією закладів розміщення.

Для подальшого аналізу опираємося на результати демографічного районування Львівської області О.Р.Перхач, у якому автор виокремила шість демографічних районів: Центрально-Західний; Північно-Західний; Південний; Південно-Західний Східний; Південний гірський [5, С.12]. За висновками О.Р.Перхач, на території області сформована моноцентрична Львівська агломерація та формується поліцентрична Дрогобицько-Трускавецька агломерація, які, на нашу думку, суттєво впливають на територіальний розподіл ГГ. Адже 70% закладів розміщення сконцентровані саме у тих демографічних районах, де розміщені найбільші міста області: Львів, Дрогобич, Борислав, Трускавець, Стрий, Моршин, Новий Розділ (табл. 1) й які ми класифікуємо як центри територіальної організації готельного господарства. Проте, як виявилось, чинник урбанізації не визначає концентрацію закладів

розміщення так однозначно у периферійних районах області, хоча вплив все ж таки простежується. Найменш урбанізований Південний гірський демографічний район концентрує найбільше з-поміж інших периферійних демографічних районів найбільше підприємств ГГ.

Таблиця 1

Зосередження міського населення та закладів розміщення у межах виокремлених у Львівській області демографічних районах

станом на 1 січня 2014 р.

Демографічні райони	Рівень урбанізації, %	Кількість закладів розміщення
Центрально-Західний	80,6	110
Південний	65,2	80
Північно-Західний	54,4	17
Східний	37,7	19
Південно-Західний	33,9	22
Південний гірський	22,3	24

* авторські розрахунки

Рациональне розміщення мережі підприємств ГГ передбачає створення найбільших зручностей для населення за місцем роботи, відпочинку, а також забезпечення високої ефективності роботи самого підприємства. За наявної високої конкуренції місцерозташування закладів ГГ відіграє роль вагомої переваги.

Готелі часто виступають опорними елементами містопланувальної структури. Врахування містобудівних вимог часто потребує обмеження поверховості готелів і суттєво впливає на їх об'ємно-просторову композицію. Обмежувальними чинниками будівництва готелів у центральних частинах міст є постійне зростання вартості землі, труднощі організації будівництва (ускладнені під'їзди, відсутність паркувальних місць для транспорту тощо). На розташування готелів у планувальній структурі міста суттєво впливає їх функціональне призначення. С.Байлик виділяє кілька характерних прийомів розміщення готелів у планувальній структурі міста: у центрі міста; на територіях, прилеглих до центру; у центрі житлових районів і мікрорайонів; на межі міста; поза межами міста [1, С. 81].

Практика експлуатації готелів показує, що найефективнішим є їх розміщення у центрі міст, оскільки саме центр будь-якого міста добре пов'язаний транспортом з усіма районами та головними комунікаційними осередками. У межах історичного центру міста сконцентровані основні архітектурні та історичні пам'ятки, що створює комфортні умови для туристів, оскільки об'єкти їхніх інтересів знаходяться у зоні пішохідної доступності.

Дедалі частіше готелі розташовують у зоні, прилеглій до центру. Тут значно більше придатних для будівництва територій, вартість землі нижча, комфортність середовища вища, шумове забруднення відносно невелике. Таке розміщення є оптимальним і поширеним. Водночас дещо погіршується транспортна доступність.

Свої переваги має розміщення готелів у центрі житлових районів та мікрорайонів: тут є вільні території для влаштування під'їздів і стоянок для пасажирських, екскурсійних автобусів, автомашин.

Специфікою характеризується розміщення готелів на межі міста. Як правило, вони розташовуються у зоні в'їзду до міста на автомагістралях. Такі заклади розміщення призначені здебільшого для автотуристів. Невід'ємною умовою розміщення повинні бути зручні місця для з'їзду із транспортних артерій і добра видимість будівлі. Від готелів, що розташовані поза за межами міста, значно важче дістатися центру міста.

Головною закономірністю територіальної організації готельного господарства Львівської області є тяжіння до міст та автомагістралей. Моноцентрична просторова організація ГГ Львівської області останніми роками трансформується у поліцентричну: упродовж 2000-2013 рр. на тлі деякого зниження частки головного ядра ГГ — м. Львова за кількістю закладів розміщення, у 2010 р. зросла частка м. Трускавця, Сколівського району, а останнім часом, у 2013 р. — й інших одиниць адміністративно-територіального поділу області [2].

Висновки. На основі проведеного дослідження констатуємо значний й виразний вплив урбанізованості на територіальну організацію ГГ. Проте, попри виявлену через застосування центрографічного аналізу, очевидну залежність між ними, сучасну географію закладів розміщення визначають й багато інших чинників: зростаюча атрактивність регіону всередині та за межами країни; політичні, культурні, спортивні події останніх років; зростаюча у контексті загальносвітових тенденцій диференціація спектру підприємств ГГ в області, сформована попитом різноманітних категорій споживачів та інші.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Байлик С.И. Гостинничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация / С.И.Байлик. – Киев: Альтерпрес, 2005. – 208 с.
2. Ганич Н. Географія закладів готельного типу у Львівській області / Н. Ганич, Г. Лабінська // Географічна наука і практика: виклики епохи. Матеріали міжнародної наукової конференції, присвяченої 130-річчю географії у Львівському університеті. [Відпов. ред.: доц. В.І.Біланюк, доц. Є.А.Іванов]. У 3-х томах. – Львів: ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – Том 3. – Сс. 261-266.
3. Заставецький Т. Система міських поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства. Монографія / Т. Заставецький – Тернопіль: Ред.-вид. відділ ТНПУ, 2005. – 160 с.
4. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
5. Мохначук С.С. Зміни у чисельності та розміщення населення Української РСР у період між Всесоюзними переписами 15.1.1959 та 15.1.1970 рр. / С.С. Мохначук, Є.Й.Шипович. — Київ: Вид-во Київського університету, 1972. – С.41-48.
6. Перхач О.Р. Демогеографія регіону в умовах депопуляції населення (на матеріалах Львівської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр.

наук : спец. 11.00.02 – економічна і соціальна географія / О.Р.Перхач. – Львів, 1999. – 17 с.

7. Степаненко А.В. Социально-экономическое развитие городов [Тест] / А.В.Степаненко. – Киев: Наукова думка, 1988. – 206 с.

8. Тлумачний словник сучасної української мови: Близько 50000 сл. [Уклад. І.М.Забіяка]. – Київ: Арій, 2007. – С. 464.

9. Урбанізація. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Урбанізація>

10. Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії: монографія / О.І. Шаблій. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. – С.83.

УДК 640.412

ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Гейко Олена, магістрант

Науковий керівник: Пересічний Михайло Іванович, д. т. н.,

професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Національного університету харчових технологій

Анотація. Проаналізовано особливості сучасного стану, головні проблеми та шляхи реалізації розвитку інфраструктури ділових готелів в Україні. Виявлено необхідність модернізації сучасної мережі та створення нових готельних підприємств високої категорії, підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, диверсифікації обслуговування ділових туристів.

Ключові слова: готельний бізнес, діловий туризм, туристична інфраструктура.

Annotation. Analyzed the features of the current state, the main problems and the ways to implement infrastructure development business hotels in Ukraine. Necessity modern network modernization and new hotel enterprises of high category, increase the investment attractiveness of building projects, diversification of service of business travelers.

Key words: hospitality, business travel, tourism infrastructure.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку готельних послуг посідає в економічних та економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців важливе місце. Головні сучасні теоретико-методологічні засади вивчення вітчизняного готельного господарства в економічному та геопросторовому аспекті розкриті в праці С.І. Байлика [1], який проаналізував типологію готелів за рівнем комфорту та функціональними ознаками, принципи формування сучасної готельної мережі в Україні та за кордоном.

Особливості формування індустрії гостинності та ринку готельних послуг на сучасному етапі, формування державної політики регулювання виробничо-комерційної діяльності та розвитку конкуренції в готельному бізнесі розглянуто в працях В.І. Карсекіна, Т.І. Ткаченка [3], Х.Й. Роглева [5]. Комплексність наукового аналізу соціально-економічних та геопросторових аспектів рекреаційно-туристичного комплексу України властива працям О.О. Любіцевої [4], О.О. Бейдика [2], де наведено розгорнутий аналіз методологічних та методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку.

Постановка завдання. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування галузі ділового туризму на ринок держави, окремих туристичних центрів є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні діловий туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Актуальність проблеми створення інфраструктури ділового туризму в Україні впливає з того, що вона буде значно сприяти всебічному розвитку міст і держави.

Вклад основного матеріалу. Новітні трансформаційні процеси в економіці України особливо не позначились на головних принципах розвитку ділового туризму, зрештою і всієї туристичної сфери. Сьогодні нема чіткого визначення головної термінології у трактуванні категорій ділового туризму згідно з міжнародним досвідом та прийнятими стандартами, є проблема управління, технології організації подорожі ділових туристів. Зазначені чинники суттєво ускладнюють функціонування, знижують рентабельність вітчизняних готельних комплексів.

В Україні спостерігається підвищення ділової активності, що збільшує обсяг в'їзних туристів. З урахуванням актуальності й перспектив ділового туризму в Україні необхідно сприяти розвитку інфраструктури цієї галузі, створити інформаційну базу даних щодо пропозицій та споживачів послуг шляхом просування і розвитку світової концепції ділового туризму, освітньої діяльності. З позитивним іміджем туристичної інфраструктури в організації ділового туризму суттєво зростає роль міжнародних корпорацій в економіці держави[8].

В організації інфраструктури ділового туризму провідну роль відіграють готелі та бізнес-центри, водночас ці заклади повинні бути профільними, здатними забезпечити ефективну, з усіма зручностями діяльність ділових туристів. Вітчизняні готелі не можуть забезпечити ділових туристів повним комплексом необхідних умов для професійної роботи. В той час як у спеціалізованих готелях за кордоном бізнес-центр - це організація, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами впродовж всього часу перебування клієнта в закладі.

Стійкі тенденції економічного зростання та євроінтеграційні процеси в Україні, зростання попиту на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

зумовлюють потребу розвитку інсентив-інфраструктури в державі. З цією метою важливо розробити головні принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, актуальні концепції побудови комплексних систем керування бізнес-готелями та бізнес-центрами, проблеми формування єдиного інформаційного простору. Для реалізації зазначених підходів необхідно проаналізувати шляхи та методи підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації сучасної мережі закладів гостинності, повносервісного обслуговування ділових туристів.

В Україні лише 18% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. Геопросторово майже всі висококатегорійні готелі розташовані в Києві та найбільших регіональних центрах (Донецьку, Одесі, Харкові, Дніпропетровську). Водночас згідно з моніторингом інсентив-інфраструктури міжнародними спеціалізованими організаціями, висококатегорійні готелі України суттєво поступаються за рівнем сервісу, посідають останню позицію серед готелів Східної Європи. Лідируючу позицію в світі по обслуговуванню ділових поїздок займає Абу-Дабі [7].

Проблему створення інфраструктури гостинності з сучасним рівнем комфорту для приймання ділових туристів можна вирішити шляхом створення національних готелів з поступовим їх входженням у міжнародні готельні корпорації. У цьому разі потрібний комплексний підхід з аналізом методів та засобів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва та модернізації сучасних засобів розміщення для ділових туристів, форм власності й організації управління, а також стабілізація ринку готельних послуг шляхом підвищення заповнюваності та водночас впровадження гнучкої цінової політики з урахуванням сучасних ринкових реалій.

На сьогодні спостерігається стабілізація ринку вітчизняного ділового туризму, стійкі повільні тенденції зростання головних економічних параметрів функціонування об'єктів туристичної інфраструктури - збільшення доходів з одночасним нормуванням прямих тарифів. Зростання попиту на готельні послуги породжує проблему диверсифікації пропозиції шляхом розширення послуг, формування гнучкої цінової політики. Однак, за рівнем цін на послуги розміщення українські готелі залишаються дорогими закладами.

Актуальна проблема у готельній сфері України стосується впровадження принципів фінансового менеджменту для ефективного управління доходами підприємств. Політика гнучких цін зумовить розширення попиту в період зменшення кількості клієнтів, натомість, за умови стійкого попиту обсяги знижок треба зменшувати. Іншою вагомою проблемою фінансового менеджменту є запровадження системи тарифів, зокрема для готелів, що спеціалізуються на прийманні окремих категорій – ділових туристів.

Також впродовж останніх двох років завдяки позитивним зрушенням у нормативно-правовій базі господарської діяльності готельних підприємств, крім відміни готельного збору, ухвалено інші закони спрямовані

на активізацію готельного бізнесу. У більшості випадків вартість проживання не зменшилась, вивільнені фінансові ресурси найчастіше спрямовують у диверсифікацію виробництва - реконструкцію номерного фонду, розширення спектра послуг. У такій ситуації простежується зростання заповнюваності в готельних закладах різної категорії, розмірів та просторового розташування.

Стійке зростання заповнюваності сьогодні зафіксовано не тільки у готелях центральної частини міст, що традиційно є лідерами на ринку, але й у менш рентабельних готелях зі значною одночасною місткістю та віддалених від центральної частини міст.

Важливо зазначити, що згідно з аналізом економічних показників функціонування готелів Києва та Львова, готелі високої категорії навіть у період значного спаду рентабельності в готельній сфері мали стабільний попит. Ця обставина свідчить про найвищу стабільність ринку готелів 4 і 5 зірок і не передбачає суттєвих змін з появою нових конкурентів у цьому сегменті. Сьогодні ринок верхнього сегменту спроможний забезпечити нові пропозиції, зважаючи, що обсяг становить не більше 10% від наявної бази сфери гостинності. В інших ринкових сегментах зростання попиту на послуги зумовлює необхідність розширення матеріальної бази гостинності. Однак, проблема будівництва нових готелів пов'язана з низькою інвестиційною привабливістю сфери гостинності.

Сучасним готельним підприємствам в Україні для обслуговування ділових туристів властива типова структура послуг, низький асортимент та спеціалізація. Насамперед, спеціалізовані підприємства необхідно створювати в головних ділових центрах держави - столиці та регіональних центрах. За винятком Києва та Донецька, в інших центрах фактично нема презентабельних готелів для приймання гостей найвищого рівня повноважень - державних діячів, політиків, бізнесменів, діячів культури та спорту. У найбільших регіональних центрах - Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Львові, Запоріжжі найближчими роками для забезпечення попиту бізнес-туристів необхідно передбачити будівництво чотирьох і п'ятизіркових готелів. Водночас у готелях потрібно диверсифікувати спектр послуг, модернізувати матеріально-технічну базу.

Актуальною в сфері гостинності для обслуговування ділових туристів є проблема професійної підготовки кадрів та кадрового менеджменту. Аналіз кадрового потенціалу готельних підприємств України свідчить, що лише 10-15% персоналу має вищу або середню спеціальну туристичну освіту. Значна частка персоналу має короткотермінову освітню підготовку на семінарах та курсах. Особливо актуальною є проблема професійної підготовки та кваліфікації керівників структурних ланок та підрозділів у готелях. Головною проблемою підготовки персоналу готельних підприємств України, за винятком провідних установ столиці та найбільших регіональних центрів, є володіння основами гостинності - іноземною мовою, психологією, етикою спілкування і поведінки та ін. Відкриття останніми роками професій-

них вузів, факультетів, кафедр з підготовки спеціалістів туристичної сфери, обов'язкове вивчення двох іноземних мов, стажування студентів у провідних готелях і туристичних фірмах для оволодіння сучасним досвідом управлінських та виробничих процесів у туризмі й готельному бізнесі сприятиме підвищенню якості організаційно-управлінських процесів і технології обслуговування в цій сфері. Провідні готелі та навчальні заклади організовують стажування спеціалістів у закордонних профільних вузах, готелях та туристичних підприємствах. На рівні державних органів управління туристичною сферою, наукових та навчальних установ розробляють та впроваджують національні принципи та стандарти щодо професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії, що ґрунтуються на міжнародних стандартах, інтересах національного туристичного бізнесу, зорієнтованих на підвищення ролі індустрії згідно з державними пріоритетами розвитку.

Реалізація стратегії активізації ділового туризму у структурі в'їзних та національних туристичних потоків зумовлює необхідність створення у сучасних готелях інфраструктури бізнес-центру, розважальних атракцій, підприємств торгівлі та сфери послуг. Менеджерам потрібно спрямовувати зусилля на реалізацію комплексного підходу до створення інтелектуальної інфраструктури готелю, що охоплює архітектурно-будівельні, інженерно-технічні й експлуатаційні рішення. Серед головних послуг, необхідних для перебування ділових туристів - телекомунікаційні послуги, тобто можливість швидко отримання і передавання інформації, автоматизоване управління системами життєзабезпечення, кондиціонування, супутникове й ефірне телебачення, система ідентифікації і контролю доступу та ін. Технічне забезпечення телекомунікаційних послуг повинно враховувати новітні способи передавання інформації. Сьогодні лише окремі національні готельні комплекси можуть забезпечити виділення фінансових засобів на створення і підтримання в дієздатному стані автоматизованих систем управління.

Політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета - створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшення обсягів в'їзного і внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності і відомчого підпорядкування.

Удосконалення сучасної інфраструктури гостинності визнано одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному і муніципальному рівнях.

Висновки. Сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. При цьому головним гальмом розвитку ділового туризму є відсутність належного готельного господарства. Інфраструктурне й інформацій-

не облаштування туристичних об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база санаторно-курортних закладів відверто застаріла. Відчувається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом.

Входження нашої держави до дедалі більшої кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р, 2001. - 208 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. - К.: ВПЦ "Київ. ун-т", 2001. - 395 с.
3. Карсекін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні // Економіка України. - 1997. - №9.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
5. Роглев Х.Й. Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса. // Ресторанный и гостиничный бизнес. - 2004. - №1.
6. Туризм в Україні - 2013: Статист. бюлетень. - К., 2013.
7. Інформаційний портал «BUSINESS TRAVEL» [Режим доступу: <http://www.btm.com.ua/index.php/zhurnaly/zhurnal-business-travel>].
8. Електронний ресурс [Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Деловой туризм](http://ru.wikipedia.org/wiki/Деловой_туризм)].

УДК 640

ЧИННИКИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Гречаник О.М., магістрант

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Анотація. Стаття передбачає вивчення теоретичних аспектів інноваційної діяльності сучасних підприємств малого і середнього бізнесу сфери обслуговування. Дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників інноваційної діяльності. Запровадження інновацій у практичну діяльність підприємств ресторанного господарства системи споживчої кооперації для зміцнення їх конкурентних переваг.

Ключові слова: бренд, інновації, креатив, конкурентоспроможність, імідж, соціальна відповідальність бізнесу, інноваційний потенціал, інноваційна культура.

Постановка проблеми.

Актуальність проблеми полягає в тому, що для власників малого та середнього бізнесу сфери обслуговування, підприємств ресторанного господарства системи споживчої кооперації в Україні питання, пов'язані з інноваційними процесами є надзвичайно важливими. Зміна демографічної ситуації, зростаюча конкуренція серед підприємств, призвели до усвідомлення необхідності творчого підходу і пошуку нестандартних рішень для максимізації одержаного прибутку. Більшість з підприємств в даний час, розглядають інновації, як один з визначальних напрямків для успішного розвитку ресторанного бізнесу.

Результатом успішної інновації є унікальна конкурентна перевага – новизна. Імідж інноваційності стає одним із найважливіших чинників у позиціонуванні корпоративного бренду.

Інноваційні складові відіграють важливу роль в розвитку бізнесу, відповідно, вони мають бути предметом пильної уваги з боку власників бізнесу сфери обслуговування.

Суттєвий внесок у розвиток теорії управління інноваціями зробили такі вчені, як Н. Кондратьєв, Й. Шумпетер, Дж. Кларк, У. Томпсон, А. Анчишкин, Ю. Яковец, А. Гриньов та ін.

Мета. Проведені дослідження вказують, що на сьогодні єдиний та цілісний підхід до формування інноваційної культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування практично відсутній. Так, досить широке коло питань, які пов'язані з чітким визначенням поняття інноваційний потенціал, створенням єдиної методики оцінки інноваційного потенціалу, формуванням та певною реалізацією інноваційного потенціалу в системі управлінської культури потребують більш глибокого вивчення та використання у практичній роботі.

Інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, вона виступає у вигляді удосконаленого організаційно-управлінського процесу з метою досягнення економічного та соціального ефекту, виробленого та запропонованого продукту сфери обслуговування.[8]

Інноваційна діяльність малого та середнього бізнесу сфери обслуговування багато в чому залежить від чинників різного характеру, які можна класифікувати як внутрішні, так і зовнішні. До внутрішніх чинників відносяться: наявність матеріальних та фінансових ресурсів, техніка, технологія, організація та управління виробництвом, кадровий потенціал, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, рівень сприйнятливості до нововведень, ступінь самостійності організації. Зовнішні чинники поділяються на чинники прямої дії (стан ринку, споживачі, бюджетна і податкова системи, наявність конкурентів, науковий потенціал, експортно-імпортна політика, державна інноваційна політика, наявність нормативно-правової бази та інноваційних актів) та чинники непрямой дії (стан макроекономіки, фінансово-кредитна та соціальна політика держави, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні чинники).

Дослідження впливу інновацій на управлінську культуру взагалі проводилися і проводяться в багатьох розвинених країнах, проте, використання досвіду та рекомендацій зарубіжних фахівців в Україні вимагає аналізу можливості їх застосування й адаптації до умов сфери обслуговування.

В Україні на законодавчому рівні у січні 2003 року розвиток інноваційної культури було визнано серед стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та визначено як складову інноваційного потенціалу, що характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально психологічної підготовки особистості та суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах.[5]

Роль інноваційної культури в інноваційному розвитку підприємства полягає в організації, оптимізації, раціоналізації, контролі, регулюванні і стимулюванні взаємодії усіх елементів інноваційної системи підприємства. Мета формування культури інновацій полягає в реалізації ефективних інновацій в якісному вимірі, удосконаленні механізму активізації необхідних потенціалів в

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

інноваційному процесі.

Ознаками інноваційної культури є прагнення до інновацій, здатність їх реалізовувати та розвивати інноваційний потенціал підприємства. [5]

Управлінська культура виступає як інтеграційне середовище організації, що відображає сукупність всіх, у тому числі і інноваційних процесів, що відбуваються в процесі реалізації управлінської культури організації.

Формування інноваційної культури пов'язане, перш за все, з розвитком творчих здібностей і реалізацією креативного потенціалу керівників підприємств ресторанного бізнесу.

Що ж стає пріоритетним у вченні та постійному поповненні інноваційних надбань керівника? Виявляється, що навіть не економіка, не право, не технічні технології, а поведінка людини в організації, в суспільстві, закони розкриття творчого потенціалу як менеджера, так і кожного працівника, культура людського спілкування. Знання і розуміння людини, форм її поведінки в соціальній організації – найважливіший елемент управлінської культури та суть управлінської революції, яку переживає світ, що, поза сумнівом, складе основу нової управлінської культури XXI століття.

Професія менеджера вимагає настільки великої самовіддачі, яка інколи приводить до стресу, як результат надмірних розумових перевантажень менеджера, це потребує уваги на це вказує багато науковців. Наприклад, німці в ужитку жартівливо називають стрес - «хворобою менеджера».

Кожна країна має у своєму розпорядженні обмежене число керівників, менеджерів вважається, що це «золотий фонд нації». У числі типових соціально-психологічних меж особи цієї професії дослідники називаються ініціативність, високу працездатність тощо. Однак, головні серед них - творчий склад розуму, кмітливості, стратегічне мислення, уміння акумулювати багато енергії, схильність до інновацій.

Ці межі серед всіх традиційних цінностей виділяють фігуру перетворюючого менеджера-лідера, особистість, суперталанту організації справи в установі і фірмі, здатної створювати нові організаційні структури, вирішувати неординарні завдання, які продукують потреби діяльності в організації.

З метою вивчення рівня інноваційної культури організацій малого та середнього бізнесу сфери обслуговування в Україні, в лютому 2013 року проведено експертне соціологічне опитування «Діагноста інноваційного мікроклімату та інноваційного потенціалу організації сфери обслуговування». У дослідженні взяли участь 20 керівників сфери ресторанного бізнесу м. Києва.[8]

Збір інформації здійснювався за допомогою анкетного опитування, (див.табл.1).

Основними причинами вивчення та введення інновацій у організації сфери обслуговування (ресторанного господарства) є: посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги та максималізувати прибуток; зростання попиту споживачів; забезпечення престижу організації та швидке

вирішення проблем, що можуть виникнути в організації; вивчення наукових новинок та їх впровадження у виробничий процес з метою поліпшення результатів діяльності організації сфери обслуговування.

Таблиця 1
Рівень інноваційної культури керівників

Питання	Результати		
	«постійно»	«інколи»	«рідко»
Оцініть своє ставлення щодо інновацій, використовуючи наступну оцінюючу шкалу:			
Чи стежите Ви за передовим/міжнародним досвідом у сфері ресторанного бізнесу?	58	28	14
Чи використовуєте/адаптуєте Ви передовий/міжнародний досвід з врахуванням потреб ринку ресторанних послуг, що змінюються?	51	34	15
Чи займаєтесь Ви самоосвітою в галузі інновацій сфери обслуговування?	32	28	40
Чи готові Ви до реалізації інноваційних ідей, інноваційних продуктів і технологій?	62	25	13
Чи у своїй роботі Ви використовуєте творчий підхід?	51	32	17
	50,8	29,4	19,8

Узагальнені результати опитування керівників ресторанів засвідчує, що рівень інноваційної культури керівників в цілому - середній (50,8%).[8]

Дослідження проведені серед закладів ресторанного господарства м. Хмельницького доводять, що інноваційна культура керівника підприємства є основою успішної комерційної діяльності підприємства.

Інноваційна культура керівника формується під впливом різних чинників. Найбільш значимими чинниками, що спонукають до новаторства керівники назвали: Інтернет – 32%; спілкування з колегами – 15%; внутрішні робочі групи/наради – 21%.

Джерела, які використовуються менше всього це: внутрішні тренінги – 10%; вітчизняні та міжнародні виставки – 7%; зовнішні тренінги, семінари, конференції – 6%; ЗМІ – 5%; книги по менеджменту і інноваціям та інше – 4%.

Отже, рівень інформаційної готовності керівників нижче середнього, оскільки важливі для формування інноваційної культури зовнішні джерела, такі як: вітчизняні та міжнародні виставки, книги по менеджменту та інноваціях, зовнішні тренінги, семінари, конференції, - набрали дуже низькі показники, їх пасивно використовують.

Найбільш значимими чинниками, які спонукають керівників до новаторства є потреба в самовираженні, потреба бути успішним і результативним керівником, прагнення бути відміченим і по гідності оціненим та інші.

Перераховані чинники пов'язані з можливістю самореалізації особи керівника показують високий рівень інноваційного потенціалу організацій сфери обслуговування.

Щоб утримати постійних відвідувачів і залучити нових в умовах жорсткої конкуренції стильного інтер'єру та якісної смачної їжі вже не достатньо. Тут

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

приходять на допомогу інновації в ресторанному бізнесі цікаві маркетингові кроки, заради яких клієнтам хочеться ще і ще приходити саме в цей заклад.

Винахід від Apple, iPadи встигли стати революційною інновацією в ресторанному бізнесі, замінивши собою старовинні звичні гробсбухи-меню. Причому, виграли від нововведення і ресторатори, і відвідувачі: інтерактивне електронне меню стало каналом зв'язку між ними та дозволило адміністрації швидко редагувати меню і вносити до нього нові страви.

Винахід QR-коду –двовірного штрих-коду –відкрило нові необмежені можливості для on-line взаємодії компанії і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коди можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. QR-код, розміщений на врученому клієнтові рахунку, – це дивовижний рекламний хід.

У яскравому квадратику можна закодувати історію ресторану, походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин. Відвідувачі із задоволенням вивчать меню закладу з докладною інформацією про кожну страву: склад і походження інгредієнтів, етапи і способи обробки, поживності та калорійності.

За допомогою QR-коду ресторан може сповіщувати своїх клієнтів про акції, лотереї, розіграші, активізувати усілякі програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Відвідувач, відсканувавши QR-код ресторану і внісши в календар свого телефону інформацію про зацікавив подію або призначеної зустрічі, вже ніколи про них не забуде. [9]

Таким чином, економічна стабільність підприємств ресторанного господарства багато в чому залежить від іміджу підприємства. Формуючи імідж підприємства, необхідно прагнути, щоб він був адекватним, оригінальним, пластичним і мав точну адресу.

Бути адекватним – значить відповідати реально існуючому образу чи специфіці закладу. Бути оригінальним – значить відрізнитись від інших підприємств – конкурентів. Бути пластичним – значить не старіти, не виходити з моди, змінюючись здаватися незмінним. Мати точну адресу – значить бути привабливим для дійсних і потенційних замовників.

Перешкодою для освоєння керівниками ресторанів інновацій та формування іміджу в даний час є нестабільна фінансова ситуація підприємства, відсутність бюджету на навчання і розвиток, велике робоче навантаження, погане здоров'я, інші особисті причини. Лише незначна частина керівників назвали бар'єром – почуття страху перед негативним результатом, крім того – розбіжності та конфлікти в організації.

Питання інновацій в системі управлінської культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування на сьогоднішній день актуальне, його актуальність зростатиме у міру просування українського бізнесу на світовий ринок. Інноваційне мислення організації – запорука успіху організації, адже, сприятлива інноваційна культура будить неймовірну енергію, ініціативу, а

відповідальність, слід пов'язати з досягненням високих цілей та результатів.

У малому і середньому бізнесі сфери обслуговування виявляється гостра необхідність в керівниках нового типу, здібних до інновацій, жорсткої боротьби на ринку послуг, одним словом, виграти «битву». Далекочасні керівники успішних організацій розглядають, управлінську культуру як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всіх співробітників на інновації, мобілізувати інноваційний потенціал та забезпечувати інноваційний інтерес організації.

Інноваційний чинник стає найважливішим ресурсом середнього та малого бізнесу і є частиною управлінської культури організації. У сучасному суспільстві на передові рубежі виходитимуть ті організації, які знайдуть можливість для максимального розвитку інтелекту своїх фахівців та інтелектуального потенціалу управління. Отже, стимулювання і охорона інтелектуального розвитку організації – стратегічна мета управління сфери малого та середнього бізнесу сфери обслуговування.

Особливе значення в управлінській культурі мають раціональний початок, знання, сучасні концепції, наукоємні технології. Без умінь висунути інноваційні цілі в систему завдань управління сфери малого та середнього бізнесу, а потім знайти адекватні методи їх вирішення не може бути ефективного управління. Більшість учених в галузі інновацій погоджуються з думкою, що відсутність інноваційної складової в сфері управління українського суспільства - це одна з головних причин інноваційної стагнації. Проектування системи управління інноваціями на базі управлінської культури дозволить не лише підвищити інноваційний інтерес в організації бізнесової діяльності, але і сприятиме формуванню управлінської культури суспільства та його розвитку в цілому.

Носіями управлінської, інноваційної культури є як суспільство в цілому, так і його окремі соціальні групи, перш за все інтелектуали, окремі особи-лідери, вони найбільш схильні до культурних впливів у випереджаючому режимі тому, що, обдарованих осіб формують її сучасні зразки.

Тому перспективною є ідея формування сучасної політичної і управлінської еліти, яка здатна впливати на суспільне життя, прогностично, спираючись на професійні знання, творчу уяву, нетрадиційне мислення, висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином значення та особливості інноваційної культури полягають у тому, що:

- кожна організація має свою специфічну, властиву лише їй культуру управління;
- саме культура управління в більшій мірі визначає міру ефективності організації,
- її силу; результати роботи багато в чому залежать від змісту тих цінностей, які стверджуються конкретною культурою в організації;
- лідерство та культура – дві сторони однієї медалі, бо функція лідера полягає у створенні та зміні управлінської культури.

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Завдання сучасного керівника по формуванню інноваційної культури:

- формування компетентності у сфері інноваційної діяльності;
- формування інформаційної компетентності;
- підвищення рівня управлінської культури;
- виявлення і розвиток творчого потенціалу організації.

Отже, розуміння суті інновацій і механізму інноваційної діяльності у сучасних умовах дає змогу підприємствам ресторанного господарства більш ефективно здійснювати свою діяльність, підвищувати результативність функціонування організації та конкурентоспроможність на ринку праці.

Інновації, як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на повніше задоволення запитів споживачів, а з іншого - на отримання конкретного економічного ефекту.

Національного університету харчових технологій «Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти в харчовій промисловості», 2014.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова О. В. Механізм реалізації інноваційної політики підприємств ресторанного господарства / О. В. Борисова // Соціально-економічні реформи у контексті інвестиційного вибору України : V міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 травня 2008 р. : зб. наук. пр. : у 3 т. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – Т. 3. – С. 8–12.

2. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Голос України. - 2002.- 9 серп.- С.10.

3. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16 січня 2003 року No 433–IV (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2003, No 13, ст. 93).

4. Захарчин Г.М., Любомудрова Л.С. Інноваційна культура як пріоритетний напрямок інноваційного розвитку вітчизняних підприємств // http://www.confcontact.com/2009_03_05/5_zaharchin.htm

5. Казмірчук С. Інноваційна культура: роль і місце в інноваційному розвитку підприємства / Світлана Казмірчук // Соціально економічні проблеми і держава. — 2010. — Випуск 1 (3). — С. 66 70

6. Кондратюк А. Політичні тенденції модернізації державного управління країн Європейської співдружності // Вісник УАДУ. – 2002. – No 3. – С. 290–297.

7. Лупак Р. Л., ДідичА. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 248-252.

8. Тулімова О. Інноваційні аспекти в системі управлінської культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування // Публічне управління: теорія та практика : збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. – Х. : вид-во «ДокНаук-ДержУпр». – випуск 2(14). – травень, 2013. – 206 с.

9. Шевченко К. Використання інформаційних технологій у сервісі готельно-ресторанного бізнесу // Міжнародна наукова конференція, присвячена 130-річчю

УДК: 338.48-53:331.101.262

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Гродзинська Ірина Олександрівна, проф., д.е.н

кафедра економіки та управління туризмом

Нечева Наталя Валеріївна, аспірант

кафедра економіки та управління туризмом

Одеський національний економічний університет

Анотація: У статті досліджена ефективність діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу Одеського регіону та запропоновані стратегічні заходи щодо підвищення ефективності роботи досліджених підприємств.

Ключові слова: санаторно-курортний комплекс, рекреація, туризм, Одеський регіон.

Аннотация: В статье исследована эффективность деятельности предприятий санаторно-курортного комплекса Одесского региона и предложены стратегические меры по повышению эффективности работы исследуемых предприятий.

Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, рекреация, туризм, Одесский регион.

Abstract: the paper investigates the efficiency of enterprises of the sanatorium-resort complex of Odessa region and proposey strategic measures to improve the efficiency of the studied enterprises.

Keywords: health resort, recreation, tourism, Odessa region.

Постановка проблеми. В умовах фінансової кризи особову актуальність набуло питання оцінки ефективності діяльності такої бюджетоутворюючої сфери як рекреаційна, туристична, так як розвиток туризму в Одеському регіоні значно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, комунікації, будівництво, сільське господарство товарів широкого споживання і є одним із найбільш перспективних напрямів економіки. У свою чергу, важливою основою розвитку туристичної галузі є курортно-рекреаційний і історико-культурний потенціал, перспективним напрямом розвитку якого є оздоровчий туризм.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В умовах посиленої конкурентної боротьби і насиченістю курортного ринку Одеського регіону ця тема являється актуальною. По даній темі українськими та зарубіжними дослідниками було опубліковано значна кількість статей та монографій, серед яких треба виділити дослідження О. Решетняка [1], Л.П. Дядечко [2], В. Яника [3], К. Хаксевера і Б. Рендера [4]. Але у сучасному періоді недостатньо обґрунтовано та розроблено науково-методичні положення оцінки управління специфіки цієї сфери. Характеризуються недостатньою розробленістю комплексний підхід оцінювання даної проблеми в наукових працях як українських, так і закордонних авторів.

Постановка завдання. Метою даної статті являється оцінка ефективності діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу на основі статистичних

даних, а також оцінка їх положення на ринку туристичних послуг в умовах економічної кризи.

Вклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасному світі рекреація – є найвищою соціальною цінністю. Тому за останні кілька десятиріччів поступово зростає значення рекреації. Це пов'язано в першу чергу із значним зростанням доходів населення, розвитком загальноосвітнього рівня людей, розвитком транспортного сполучення і т.д.

Санаторно-курортне господарство належить до привабливих сфер вкладення капіталу. Ринок санаторно-курортного та оздоровчого туризму як економічна система являє собою сукупність економічних відносин та інститутів, визначаючих характер функціонування, взаємодії суб'єктів господарювання, які забезпечують виробництво та реалізацію лікувально-оздоровчих послуг. На вході в цю систему знаходяться туристичні та природно-рекреаційні ресурси, а на виході – санаторно-курортні та оздоровчі послуги. Мережа санаторно-курортних і оздоровчих закладів Одеської області налічує 428 суб'єктів господарювання, з яких – 32 санаторії (з них 9 дитячих), 9 санаторіїв-профілакторіїв, 8 будинків та пансіонатів відпочинку, 1 дитячий оздоровчо-санаторний заклад цілодобової дії, 377 баз відпочинку та 1 самостійний заклад 1–2 денного перебування. (таблиця 1.)

У відповідності з даними, представленими в таблиці 1., можна зауважити, що Одеський регіон володіє

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

досить великою часткою у загальній кількості оздоровлених осіб на підприємствах санаторно-курортного профілю України, що є позитивним аспектом для рекреаційної діяльності Одеської області, особливо враховуючи незадовільний стан ряду санаторно-курортних установ.

Таблиця 1

Основні показники діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів України та Одеської області у 2010/2011 рр.

Найменування показника	Значення показника	
	Одеська область	Україна
Кількість закладів усього	428	3011
Доля підприємств, яка приходить на регіон, %	14,1	100,0
Кількість оздоровлених усього, чол.	266699	2987312
Із них на протязі:		
- тривалого часу,	247277	2728133
- 1-2 днів	19422	259179
Доля оздоровлених, яка приходить на регіон, %	8,9	100,0
Кількість оздоровлених у розрахунку на 10 тис. постійного населення, чол.	1121	652

При аналізі показників діяльності санаторно-курортних установ України та Одеської області, треба звернути увагу на те, що Одеський регіон має може представляти собою туристсько-рекреаційну дестинацію, яка здатна забезпечити задоволення потреб населення не тільки південного регіону, але і туристів із інших областей України, за умови підтримки ресурсної та матеріально-технічної бази у належному рівні.

Згідно проаналізованих статистичних даних можна зробити такий висновок, що в останні роки показники, що відображають функціонування санаторно-курортних і оздоровчих закладів в Одеській області, мають тенденцію до зниження. Причинами такої зміни є наступні:

- відсутність коштів на експлуатацію санаторно-курортних підприємств;
- перебування деяких установ в стані капітального ремонту;
- зміна власника або форми господарювання, а також перебування справ у суді та прокуратурі;
- реконструкція ряду установ;
- відсутність дозволу санітарно-епідеміологічної станції на експлуатацію закладу.

Для того, щоб визначити популярність санаторіїв Одеського регіону ми провели аналіз оцінок відвідувачів деяких санаторіїв згідно даним двох інформаційних сайтів. Для аналізу використали відгуки відвідувачів за останні 2 роки (2013 та 2014рр.), (таблиця 2.).

Згідно за даними таблиці 2. Можна зробити такий висновок, що найбільш високу оцінку згідно даним «Каталогу готелів України» (<http://uahotels.info/hotel/>) має санаторій «Біла Акація».

На основі відгуків відвідувачів представлених санаторіїв ми склали список скарг, які найбільш часто відмічали гості та відобразили їх на рисунку 1.

ТОП - 5 скарг відвідувачів санаторіїв Одеського регіону

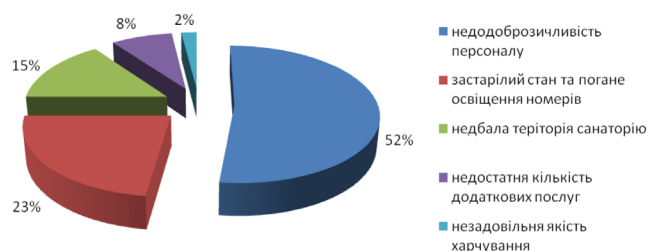


Рис 1.Топ – 5 скарг відвідувачів санаторіїв Одеського регіону

Таблиця 2

Аналіз оцінок відвідувачів санаторіїв Одеського регіону

Назва санаторія	Оцінка	Кількість оцінок	Загальна кількість відгуків	Назва сайту
«Лермонтовський»	6,0	42	83	http://uahotels.info/hotel/
Санаторій «ім. Чкалова»	6,5	65	156	http://uahotels.info/hotel/
«Біла Акація»	6,9	37	50	http://uahotels.info/hotel/
«Салют»	6,0	29	96	http://uahotels.info/hotel/
«Лермонтовський»	3,9	9	74	http://eastbooking.ua/hotel/odessa
Санаторій «ім. Чкалова»	4,3	2	147	http://eastbooking.ua/hotel/odessa
«Біла Акація»	8,9	5	41	http://eastbooking.ua/hotel/odessa
«Салют»	8,7	5	87	http://eastbooking.ua/hotel/odessa

Внаслідок проведеного аналізу, доцільно запровадити наступні дії щодо підвищення ефективності діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу Одеського регіону:

- підтримка високого рівня сильних сторін (висока кваліфікація персоналу, гарна репутація санаторіїв у споживача, багатопрофільність діяльності) і усесторонній їх розвиток;
- зміна тарифів на більш гнучкі, введення сезонних знижок, програма лояльності;
- запровадження та розширення реклами, налагодження роботи відділу маркетингу;
- відновлення матеріально-технічної бази;
- облагородження територій санаторіїв;
- створення додаткових послуг у санаторіях (організація екскурсій, тематичних вечорів, послуги аніматорів, дитячий майданчик та інше);
- заснування практики молодих спеціалістів на базі санаторіїв (заклучення договорів із учбовими закладами);
- будівництво спортивного майданчику на території санаторіїв.

Серед перспектив підприємств санаторно-курортного комплексу Одеського регіону можна виділити такі, як вихід на нові ринки, отримання стабільності у ринковій системі, конкурентний рівень якості наданих послуг, збільшення доходів.

Головними цілями маркетингової стратегії підприємств санаторно-курортного комплексу Одеського регіону на період до 2016 року являються:

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

- завоювання нових споживачів на ринку туризму та оздоровлення;
- засвоєння нових сегментів ринку (таких як Велнес та СПА);
- розробка якісно нових і покращення існуючих продуктів пропозицій (як для заповнення санаторіїв у «низький сезон»).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Досліджуючи ресурсні можливості та економічні показники діяльності ринку лікувально-оздоровчих послуг Одеського регіону, стає очевидним, що Одещина може являти собою туристично-рекреаційну дестинацію, здатну забезпечити задоволення потреб населення не тільки Півдня України, але й туристів з інших областей держави. Але в силу певних причин і ряду факторів, що стримують розвиток даного ринку і роблять негативний вплив на весь санаторно-курортний комплекс регіону, досягнення високих показників функціонування ринку лікувально-оздоровчого туризму в найближчій перспективі видається неможливим. Тому слід запровадити дії щодо підвищення ефективності діяльності санаторно-курортних підприємств, які були запропоновані вище та розробляти нові стратегії розвитку.

Таким чином, оптимальний розвиток підприємств санаторно-курортного комплексу Одеського регіону може бути забезпечено тільки за умови підтримання рівноваги між збереженням природних ресурсів, економічними ресурсами та соціальними потребами, а також за допомогою підвищення рівня матеріально-технічної бази, якості надання послуг і розширення їх асортименту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Бронювання по Україні. Режим доступу: // eastbooking.ua/hotel/Odessa
- 2.Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: [Монографія] / за ред. В. Г Герасименко. – Одес. нац. екон. ун-т, 2013. – 191-223 с.
- 3.Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. – Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
- 4.Новини готелів і санаторіїв України. Режим доступу: // uahotels.info/hotel/
- 5.Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг. – Х.: Фактор, 2008. – 544с.
- 6.Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Одеській області. Головне управління статистики в Одеській області, 2011.
- 7.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [Монографія] / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
- 8.Янік В. Ефективність формування і розвитку підприємництва в умовах трансформації економіки пост-соціалістичних країн: [Монографія]. – Львів: Видавничий дім «Панорама», 2009. – 304 с.

УДК 338.49

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРИДОРОЖНЬОГО СЕРВІСУ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ

Дещеня С.А., к.э.н., доцент,

доцент кафедры экономики АПК, сферы услуг и статистики

Яцевич Н.В., к.э.н.,

доцент кафедры мировой и национальной экономики,

Лисичкина О.Г.,

младший научный сотрудник центра стратегического планирования и анализа,

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»,

г. Гомель, Республика Беларусь

У статті розглядаються проблеми і перспективи розвитку придорожного сервісу в системі споживчої кооперації Республіки Білорусь.

The problems and prospects of development of roadside service in the system of consumer co-operation of the Republic of Belarus are considered in the article.

Ключові слова: придорожній сервіс, споживча кооперація, Білкоопспілки, Білорусь, торгівля, послуги.

Key words: roadside service, consumer cooperatives, Belkoopsoyuz, Belarus, trade, services.

Развитие сферы придорожного сервиса – одна из актуальнейших задач для Республики Беларусь, через территорию которой проходят важнейшие транспортные магистрали Европы. От всестороннего комплексного решения этой проблемы зависит формирование имиджа страны на мировом рынке услуг.

Придорожный сервис на географической территории Беларуси насчитывает примерно 1000 лет, однако современное состояние отрасли пока нельзя признать удовлетворительным. Опыт различных стран показывает, что успех их экономического развития предreshen, если широко использовать общую историю и традиционные культурные связи, принцип добрососедства, сходство природных условий на основе международных договоров. Общие туристические проекты с соседними государствами способствуют получению помощи международных организаций, таких как Всемирная туристская организация, Комиссия Европейского сообщества и др.

Придорожный сервис представляет собой совокупность услуг, предлагаемых для тех, кто находится в пути. Автозаправочные станции, кафе, гостиницы – все это так называемый придорожный сервис. Придорожные объекты обладают высокой чувствительностью к изменениям рыночной конъюнктуры как в экономическом, так и в технологическом аспектах. Как показывает мировая практика, рентабельная работа объектов придо-

рожного сервиса и рост доходов от их функционирования достигается при интенсивности движения на автомобильных дорогах более 8 тыс. автомобилей в сутки, тогда как интенсивность движения на белорусских автодорогах в среднем составляет 2-3 тыс. автомобилей в сутки. Белорусские придорожные объекты рентабельны в условиях низкой интенсивности движения благодаря привлечению к обслуживанию смешанного контингента (дачники, отдыхающие, сельские жители).

Вместе с тем Республика Беларусь представляет определенный интерес и для иностранных граждан, уставших от высокотехнологичных курортов и стремящихся к естественной красоте. Беларусь – транзитное государство, через которое проходит главная магистральная трасса международного значения М-1/Е30 Брест – Москва, по которой проезжает до 10 тысяч автомобилей в сутки. Соответственно, размещение предприятий придорожного сервиса должно зависеть от растущего спроса на данные услуги, эксплуатационных характеристик автотранспортных средств, используемых при перевозке грузов и пассажиров, состояния и пропускной способности автомобильных дорог, ограничения скорости передвижения по ним.

В настоящее время обслуживание участников дорожного движения в целом по республике осуществляют 875 торговых объектов, из них 57 % – объекты общественного питания (таблица).

Таблица 1
Наличие объектов придорожного сервиса в Республике Беларусь по состоянию на 1.01.2014 года

Показатели	На 01.01.2014 г.
Количество торговых объектов придорожного сервиса, ед.	1355
В том числе:	
автозаправочных станций	480
магазинов	374
объектов общественного питания	501
Розничный товарооборот, включая общественное питание, объектов придорожного сервиса, млрд р. (в текущих ценах)	9916,8
Розничный товарооборот объектов общественного питания придорожного сервиса, млрд р. (в текущих ценах)	500,9
Количество торговых объектов придорожного сервиса по оказанию платных услуг юридическим и физическим лицам, ед.	406
В том числе:	
гостиницы	55
моечные пункты	34
мотели, кемпинги	2
станции технического обслуживания	56
Объем платных услуг, оказанных юридическим и физическим лицам через объекты придорожного сервиса, млрд р. (в текущих ценах)	124,5

Примечание: Источник [5]

В Республике Беларусь потребность в автозаправочных станциях покрыта на 60%, в объектах, осуществляемых продажу продуктов питания – на 55%, в охраняемых стоянках – на 50%. Министерство спорта и туризма оценивает состояние придорожного сервиса как неудовлетворительное и считает, что необходимо оживление этого сектора экономики, из-за неразвитости которого страна теряет значительные возможные объемы услуг. На объектах постоя зарабатывается 0,5% от общего товарооборота, на объектах торговли в придорожном сервисе – около 3% от общего товарооборота. Это говорит о том, что данная ниша с позиции получения прибыли мизерная.

Поскольку отрасль обладает огромным неиспользованным потенциалом, Белорусский республиканский союз потребительских обществ (Белкоопсоюз) направляет все усилия, чтобы развивать свой придорожный сервис на всех магистралях. Наряду с дорожными компаниями, услугами АЗС и СТО и других предприятий и организаций сферы услуг потребительская кооперация получает здесь серьезный сектор для развития своей деятельности.

В настоящее время удельный вес объектов потребительской кооперации в общем количестве объектов, расположенных на автотрассах, составляет более 14,1% [3]. Наиболее сильный потенциал система потребительской кооперации имеет в общественном питании, где ее доля составляет более 26%. Обслуживанием участников дорожного движения занимаются около 200 кооперативных объектов придорожного сервиса, из них 68% – объекты общественного питания. Очевидно, в данном направлении потребительская кооперация конкурентоспособна по сравнению с другими системами на территории Республики Беларусь, однако потенциал используется далеко не полностью. Доля же кооперативных магазинов вдоль дорог составляет в республике немногим более 16%, и здесь потенциал потребительской кооперации, как мощной торгующей системы, использован достаточно слабо. Торговые объекты придорожного сервиса потребительской кооперации преимущественно мелкие с небольшим объемом товарооборота. В итоге

вклад потребительской кооперации в показатель розничного товарооборота, включая общественное питание, по объектам придорожного сервиса достаточно скромный и составляет около 3,0%. Что касается гостиниц, моечных пунктов, мотелей, кемпингов, станций технического обслуживания и др., то таких придорожных объектов в потребительской кооперации только 3,3% от общего количества по республике.

Таким образом, развитие придорожного сервиса в потребительской кооперации сосредоточено в основном на развитии торговли и общественного питания. В соответствии с Отраслевой программой развития потребительской кооперации на 2011–2015 гг. в общественном питании системы Белкоопсоюза приоритетными направлениями деятельности определены: внедрение современных технологий приготовления пищи на основе высокотехнологичного и энергосберегающего оборудования, применение технологий шокового охлаждения кулинарной продукции, а также развитие инфраструктуры торговых объектов придорожного сервиса, ориентированных на средний ценовой диапазон и предоставляющих комплекс услуг участникам дорожного движения [4].

Деятельность Белкоопсоюза в сфере предоставления услуг придорожного сервиса осуществляется в соответствии с государственной программой «Дороги Беларуси», разработанной на 2006–2015 гг. и утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь 6 апреля 2006 г. № 468 [2]. Данная программа разработана для достижения международных нормативов по количеству объектов придорожного сервиса и пунктов постоя в соответствии с Европейским соглашением о международных автомагистралях (СМА) и соглашением о трансъевропейских автомагистралях (ТЕМ). Партнерами Белкоопсоюза в предоставлении услуг придорожного сервиса выступают концерн «Белнефтехим» и Министерство торговли Республики Беларусь.

Одной из важнейших задач, стоящих перед современной отраслью придорожного сервиса в потребительской кооперации, является открытие новых и улучшение работы уже действующих предприятий. На фоне общего увеличения количества объектов придорожного сервиса экономические показатели их эффективности не всегда являются достаточно высокими. Общее количество объектов этой сферы услуг не соответствует международным нормативам, а в работе объектов периодически выявляются нарушения требований функционирования.

С точки зрения экономической эффективности функционирования и привлечения большего количества посетителей в потребительской кооперации в настоящее время особое внимание уделяется созданию комплексных объектов придорожного сервиса, включающих кроме объектов общественного питания также мини-маркеты, автостоянки, гостиничные номера. Эти меры позволяют значительно увеличить товарооборот объекта после реконструкции. В процессе реконструкции объектов общественного питания, расположенных вдоль автомобильных трасс, решаются проблемы оборудования

в первую очередь собственной кухни, разработки привлекательного интерьера (как правило, в национальном белорусском стиле), а также внешнего оформления.

В целом стратегия развития придорожного сервиса в потребительской кооперации Республики Беларусь ориентирована на хорошо зарекомендовавший себя европейский вариант: возведение комплексных объектов с максимально возможным спектром услуг для проезжающих и туристов с использованием кооперирования между организациями сферы услуг различной направленности.

Дальнейшее развитие придорожного сервиса в потребительской кооперации Республики Беларусь связано с решением ряда проблем.

Прежде всего, актуальна проблема отсутствия у ряда объектов общественного питания собственной кухни. Подобные предприятия строились еще на заре развития придорожного сервиса в потребительской кооперации, и в настоящий момент реализация здесь только кулинарной мучной продукции, пирожков и беляшей не может удовлетворить потребности проезжающих в питании. Решить проблему может внедрение современной технологии шоковой заморозки продуктов, благодаря которой объекты придорожного сервиса, не имеющие собственной кухни, могут обеспечить посетителям предоставление полноценного горячего питания. Следует сказать, что здесь система потребительской кооперации положила начало новому движению. На объекте, имеющем кухню, где происходит полный цикл приготовления, блюдо замораживается в горячем виде в аппарате шоковой заморозки. Данное изделие упаковывается и отправляется на объекты, не имеющие собственной кухни на трассе. Сроки реализации этой продукции при условии хранения 8-10 градусов по Цельсию составляют 30 дней, если же хранение осуществляется при температуре 18 градусов – изделие хранится до 3 месяцев без изменения качества, внешнего вида, консистенции и запаха. Преимуществом использования технологии шоковой заморозки продуктов является более качественное обслуживание посетителей, экономия расходов в связи с отсутствием необходимости закупки дорогостоящего кухонного оборудования и содержания дополнительной численности работников.

В настоящее время около 20 организаций потребительской кооперации организовало производство изделий с применением шоковой заморозки. В перспективе продуктами, приготовленными по технологии шоковой заморозки, планируется обеспечить все объекты придорожного сервиса, не имеющие собственной кухни.

Недостаточное развитие системы безналичных расчетов в объектах придорожного сервиса потребительской кооперации является еще одной проблемой, требующей решения в этой области.

В настоящее время около 60% объектов придорожного сервиса имеют возможность рассчитаться с помощью пластиковой карточки, во многих из них платежные терминалы установлены за счет средств банков. При этом на магистралях международного значения

100% объектов придорожного сервиса предоставляют возможность посетителям произвести расчет за оказанные услуги с использованием пластиковых карточек, частично – в кафе на трассах республиканского значения с индексом «Р», на трассах же местного значения – лишь единицы объектов имеют терминалы. Белкоопсоюз намерен продолжать работу в этом направлении. В перспективе каждый объект придорожного сервиса будет оснащен терминалами белорусских банков, а на магистралях международного значения – также терминалами иностранных банков. Последнее обстоятельство позволит значительно упростить процесс расчета за услуги придорожного сервиса туристам из других стран.

Еще одной общей проблемой в обслуживании иностранных туристов в объектах, расположенных вдоль автомобильных трасс, является крайне недостаточный уровень знания обслуживающим персоналом английского языка, признанного международным. Если не устранить, то несколько смягчить недостаток коммуникативности и проявить уважение к гостям из других стран позволяет предоставление посетителям меню на трех языках – русском, белорусском и английском. Это позволяет повысить качество обслуживания и удовлетворить кулинарные пожелания посетителей, тем более, что в меню кооперативных объектов придорожного сервиса присутствуют как блюда традиционной белорусской кухни, так и европейской, русской и украинской. Национальная кухня, представленная гостям страны в сочетании с соответствующим интерьером кафе, передаст историю и колорит Беларуси.

Таким образом, в Белкоопсоюзе ставится задача создания и развития сети объектов придорожного сервиса, не обязательно однотипных по своей структуре, но объединенных одной идеей, прежде всего заключающейся в представлении национального колорита и кухни Беларуси, а также пропаганде потребительской кооперации как мощной организованной социально ориентированной отрасли национальной экономики. Приоритетным направлением является создание объектов придорожного сервиса, сочетающих в себе целый комплекс услуг, оказываемых участникам дорожного движения и туристам.

Следует отметить, что слабая развитость придорожного сервиса в стране – это практически не занятая пока другими субъектами хозяйствования ниша рынка товаров и услуг. Учитывая, что потребительская кооперация испытывает постоянное давление на традиционных рынках со стороны розничных сетей-конкурентов и из года в год теряет долю в розничном товарообороте страны, представляется целесообразной диверсификация деятельности системы, в том числе направление усилий на формирование мощной сети кооперативных объектов придорожного сервиса.

В качестве необходимой меры по дальнейшему совершенствованию придорожного сервиса представляется разработка в 2015 г. отраслевой Программы развития придорожного сервиса в потребительской кооперации Республики Беларусь на период 2016 – 2020 гг.

Этот документ должен носить стратегический характер и предусматривать комплексное развитие сферы придорожного сервиса, а именно:

- объектов общественного питания;
- коллективных средств размещения;
- розничной торговли;
- дополнительных услуг населению.

Разработка и реализация отраслевой Программы развития придорожного сервиса в потребительской кооперации Республики Беларусь на период 2016–2020 гг. позволит:

- значительно увеличить объемы розничного товарооборота и платных услуг населению в организациях потребительской кооперации;
- получать прибыль в сфере придорожного сервиса, как это давно имеет место в соседних государствах (Польша, Литва, Латвия и др.);
- повысить узнаваемость и авторитет потребительской кооперации как системы, имеющей хорошо развитую сеть объектов придорожного сервиса, где оказываются качественные многосторонние услуги населению;
- сформировать положительный имидж Республики Беларусь как привлекательного для туристов европейского государства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дещеня, С.А. Развитие придорожного сервиса в системе потребительской кооперации Республики Беларусь / С.А. Дещеня, Н.В. Яцевич // Актуальные дискуссионные проблемы современной науки: материалы междунауч. конф. / Поволж. кооп. ин-т / Российского ун-та кооперации. – Энгельс: Ред. – изд. Центр ПКК (ф-ла) Российского ун-та кооперации, 2013. – С. 117–119.

2. Об утверждении программы «Дороги Беларуси» на 2006–2015 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 6 апреля 2006 г. № 468 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – 12 апреля. – № 5/22161.

3. О работе объектов придорожного сервиса Республики Беларусь в 2012 году: Стат. бюллетень. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2013. – 13 с.

4. Отраслевая программа развития потребительской кооперации на 2011–2015 годы: постановление Правления Белкоопсоюза от 20 окт. 2010 г., прот. заседания № 2. – Минск, 2010.

5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: Стат. сборник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2014. – 104 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

Дроздовський В.В. магістрант

Павлюченко О.С. к.т.н., доцент

Національний університет харчових технологій

Анотація: В даній статті розглянута туристична привабливість західного регіону України. Наведено основні види туризму, характерні для даного регіону, а саме: гірськолижний, бальнеологічний, рафтинг та інші. Особливу увагу присвячено курорту Солотвино, рекреаційні комплекси якого можуть сприяти залученню додаткових потоків туристів.

Abstract: this article describes the tourist attractiveness of the Western region of Ukraine. The main types of tourism, typical for this region, namely, ski, Spa, rafting and others. Special attention is devoted to resort Solotvyno, recreational complexes which can contribute to attracting more tourists.

Ключові слова: західний регіон України, туризм, Закарпатська область, рафтинг, бальнеологічний туризм, Солотвино.

Keywords: Western region of Ukraine, tourism, Transcarpathian region, rafting, Spa tourism, Solotvyno.

Україна має унікальний курортний і туристичний потенціал, здатний забезпечити подальший розвиток національного курортного й туристичного продукту і вихід його на міжнародний ринок. Актуальним постає питання розвитку існуючих та пошуку нових туристичних об'єктів.

Проблематикою розвитку туризму в західному регіоні займалися відомі науковці. Серед яких Мальська М.П., Мельник О.М., Любіцева О.О. та Заболоцька Р.О.

Україна, а особливо її західний регіон, в який входять: Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Рівненська, Хмельницька, Чернівецька та Закарпатська області, пропонує туристам різноманітні види туризму. Серед яких піший, велосипедний, автомобільний, водний, рибальський, мисливський, верхова їзда та альпінізм. У регіоні широко розвиваються пізнавальний, природоохоронний (екотуризм), культурологічний, релігійний, аграрний туризм та інші.

Вагоме місце у залученні туристів займають геральдичні центри. Особливою популярністю серед яких займають такі об'єкти: пам'ятки середньовічного чернецтва Прикарпаття, Луцький замок, історико-культурний музей «Личаківський цвинтар», Рівненський обласний краєзнавчий музей, бруштинівий шлях, заповідник «Біле озеро», заповідник «Шацькі озера», музей-садиба «Ремісничий хутір Плугаки» та інші.

До уваги туристів пропонуються різноманітні розваги, фестивалі і анімації. Так, щорічно в регіоні проходять більше 150 фестивалів і святкувань, які відвідують понад 750 тисяч туристів.

На території карпатського регіону розміщено 25 гірськолижних курортів, що пропонують комплекс туристичних послуг, від катання на гірських спусках до послуг проживання та харчування.

Важливою складовою культурологічного туризму, який стрімко набирає оберти, є сентиментальні подорожі, мета яких полягає у відвіданні етнічних місцевостей: пам'ятних, сакральних, історичних і культурологічних об'єктів, пов'язаних з історією та родинними традиціями різних національних або релігійних груп. Завдяки ініціативам міжнародної спільноти, чимало об'єктів сентиментального туризму в західній Україні доведено до належного стану, отже врятовано пам'ятки й інші культурні цінності.

У регіоні розвивається також пізнавально-природничий туризм (екотуризм) завдяки мережі національних парків і шести ландшафтних (Сянський, Поляницький, Галицький, Дністровський Каньйон, Верхньодністровські Бескиди, "Знесіння" у Львові) та десяткам заказників і пам'яток. За даними Міністерства екологічних ресурсів, у 2013 році кількість відвідувачів парків становила від 75 тис. осіб (Карпатський національний парк в Івано-Франківській області) до 9 тис. осіб (Яворівський національний парк у Львівській області) [2].

Постійною популярністю у туристів, які відвідують території Передкарпаття та Закарпаття користуються заказник Скелі Довбуша (Бубнище) і заповідні території: Урицькі скелі, Манявський водоспад, Долина Нарцисів, Центр Європи (Ділове біля Рахова).

В останні роки в національних парках підготовлено та модернізовано туристичну інфраструктуру. Створено природничі музеї, тематичні стежки (національні парки Яворівський, Карпатський, Ужанський), є можливість відвідання цікавих з природничої та дидактичної точки зору об'єктів. У структурі національних парків особливо потрібними є комплексні центри обслуговування туристів (візит-центри), на зразок тих, що діють в європейських парках. Також необхідно створити мережу стежок і дидактично-екологічних осередків, завдяки

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

яким можна проводити заняття з популяризації заповідних територій.

В регіоні розвивається автомобільний туризм. Йому сприяє прикордонне положення регіону, мережа доріг державного та міжнародного значення, а також інтенсивне зростання в Україні кількості власників автомобілів. У зв'язку з цим необхідною є розбудова придорожньої інфраструктури. Останніми роками значно зросла кількість АЗС, станцій обслуговування, мотелів, готелів, барів і кав'ярень. Однак кількість і якість пропонуваніх послуг є вкрай недостатньою. Особливо великою є потреба у місцях відпочинку для автотуристів. З огляду на положення регіону на перетині міжнародних автомобільних трас придорожня інфраструктура повинна зрости щонайменше в декілька разів, щоб досягнути рівня сусідніх країн. Для поживлення міжнародного туризму треба також збільшити кількість пунктів перетину кордону [2].

Західні області на українському туристичному ринку мають свою спеціалізацію, яка формується на основі асортименту та рівня послуг, які надаються туристам, а також цінової політики. Туристичний продукт західного регіону переважно включає відвідання, ночівлю, харчування та транспорт. З одного боку він зберіг свою традиційну специфіку, а з іншого – набув нових особливостей, пов'язаних з інноваціями, які відображають ресурсний потенціал, а також світовими тенденціями. Традиційні продукти, зокрема, перебування на курортах, перебування на відпочинку, заняття гірськолижним спортом, відвідання пам'яток, тепер доповнено новими, такими як етнічно-сентиментальний (відвідувачі із сусідніх країн й українці, які мешкають за кордоном), конференційний і етнографічний туризм.

Вагоме місце в регіоні займає водний туризм. Зацікавлення сплавами гірськими річками почало зростати в сімдесятих-вісімдесятих роках минулого сторіччя. Поява сучасного спорядження (каяки, каное тощо) створила нові можливості для занять водним туризмом на Черемоші, Пруті, Стрию, Тисі та Дністрі. Тепер найпопулярнішими є рафтинг і водний слалом на Пруті та Черемоші. Необхідно організувати й упорядкувати траси (стоянки та пристані, прокатні пункти).

Регіон має значні можливості для розвитку мисливського туризму, необхідними умовами якого є високий ступінь заліснення і багата фауна. Мисливством займаються здебільшого в спеціальних державних і військових лісових господарствах (Розточчя, Сколівські Бескиди, Горгани). Можна отримати ліцензії на полювання на зайця, кабана, оленя та вовка. Мисливські угіддя облаштовано місцями для полювання та мисливськими будиночками. Проте, одним з недоліків є те, що в багатьох мисливських господарствах, щоб отримати дозвіл на полювання, іноземним туристам потрібно чекати декілька років.

Окремі області Західної України мають власні пропозиції розвитку бальнеологічного оздоровчого продукту, який пропонують на державному та міжнародно-му ринках.

Особливою популярністю серед вітчизняних та іноземних туристів користується Закарпатська область. Щорічно влітку вона приймає багато туристів (Рисунок 1).

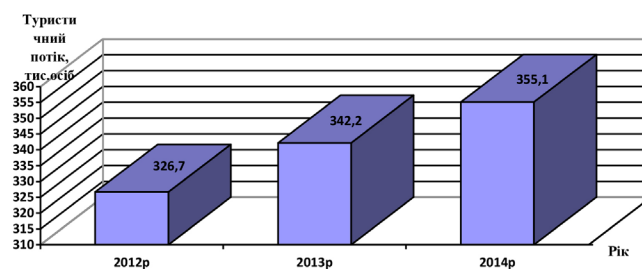


Рис 1. Динаміка відвідування Закарпатської області в 2012...2014рр.

Так кількість туристів за 2013 та 2014 роки, порівняно з 2012 роком, зросла на 4,7 та 8,7% відповідно.

На території регіону розміщується значна кількість бальнеологічних й кліматотерапевтичних закладів, які надають широкий асортимент лікувальних і профілактичних послуг. Найбільш відомі з них розташовані у головних курортних центрах регіону: Трускавці, Моршині, Любині Великому, Сваляві, Яремчі тощо [2].

Значним попитом серед іноземних та вітчизняних споживачів користуються курорти Трускавець та Моршин.

Проте, окремої уваги заслуговує унікальний курорт Закарпатської області, що знаходиться у селищі міського типу Солотвино.

Особливістю Солотвино є наявність на його території значної кількості солоних озер. Вода до них надходить безпосередньо з сольових шахт та характеризується значним вмістом мінеральних солей з лікувальними властивостями. Це обумовлює наявність в озерах лікувальної ропи (концентрованого сольового розчину) та сульфідних грязей.

Унікальність солотвинських озер полягає у тому, що у ропі і грязях озер присутні в значній кількості рідкісні мікро- та макроелементи: силіцій, цезій, бром, фтор, рубідій та інші.

Сольовий розчин і грязі дають позитивний ефект при лікуванні серцево-судинної системи, залишкових явищ флебітів та тромбофлебітів, органів рухового апарату, нервової системи, урологічних захворювань, псоріазу, шкірних, жіночих, чоловічих проблем, радикуліту, ревматизму, артриту, бронхіту, астми, алергії та інших.

Найбільшим із солоних озер Солотвино є Кунігунда, глибина якого становить 1...8 м, а площа поверхні 800 м².

Вода в озері Кунігунда у декілька разів солоніша за морську. Концентрація солі становить близько 200 г/л. Вона настільки велика, що вийшовши з води і постоявши на сонці 5 хвилин, на шкірі кристалізується сіль і з'являються маленькі крупинки, а занурюючись у

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

воду, людину просто виштовхує на поверхню. Середня температура в озері становить 25...27 оС. Все це сприяє додатковому привабливості туристів з дітьми та тих, хто не вміє плавати.

Солотвино також здатне задовольнити і тих туристів, які не можуть перебувати у мінеральній воді з підвищеним вмістом йоду та солі. Для даної групи туристів пропонуються озера з прісною водою.

Для обслуговування різних категорій туристів в Солотвино доцільним є збільшення кількості готелів, зокрема міні-готелів, які пропонуватимуть широкий спектр послуг для дітей та дорослих.

Отже, одним з перспективних напрямів розвитку туризму в Україні є західний регіон. Наявність на його території всіх необхідних умов для розвитку пішого, велосипедного, автомобільного, водного, рибальського, мисливського туризму, верхової їзди та альпінізму, а також розширення і покращення існуючої інфраструктури може сприяти залученню до даного регіону та України в цілому значної кількості не лише вітчизняних, а й іноземних туристів.

Зростаюча зацікавленість серед відпочиваючих бальнеологічними курортами західного регіону сприяє популяризації не лише відомих санаторіїв Трускавця та Моршина, а й перспективного курорту Солотвино.

ЛІТЕРАТУРА

1. Діяльність туристичної галузі Закарпатської області [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua/>.
2. Мальська М.П. Західна Україна на ринку туристичних послуг. – 2013.
3. Мельник О.М. Туризм у західному регіоні України і його стратегічні складові // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №6 (132).
4. Проблеми і перспективи розвитку готельного ринку України [Електронний ресурс]. - Сайт Work in Hotel. - 2010. - Режим доступу: <http://www.workinhotel.com/blogs/entry/1324/>.
5. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області до 2015 року. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/135.htm>
6. Рекреаційний потенціал Львівщини : [статистичний збірник] / Державний комітет статистики України; Головне управління статистики у Львівській області / [за ред. Н.І. Бонк]. - Львів, 2011. - 96 с.
7. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України: [підручник] / В.П. Руденко. - Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. - 552 с.
8. Черчик Л.М. Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку рекреаційного природокористування в Україні / Л.М. Черчик // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 6 (84). - С. 181-184.
9. Шляхом європейської інтеграції: Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2004-2015 роки від 28.04.2004 року № 493/2004 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

УДК 640.412

СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУТІК-ГОТЕЛІВ

Засекіна Богдана, магістрант НУХТ

Пересічний Михайло Іванович, д. т. н., професор,
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Національного університету харчових технологій

Анотація. Розглядається сутність поняття «бутік-готель» як нового виду засобів розміщення. Проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку даного формату готелів як за кордоном, так і на вітчизняному ринку. Визначено поняття бутік-готелів, їх різновиди та характеристики. Обґрунтовано необхідність внесення даної категорії готелів до класифікації готелів України.

Ключові слова: бутік-готель, дизайнерський готель, готельна мережа, індивідуальність, персоналізований сервіс.

Annotation. The essence of the concept of «boutique hotel» as a new type of accommodation facilities. The current state and development prospects of the new hotel format both abroad and in Ukraine. The concept of boutique hotels, their types and characteristics. The necessity of the introduction this category of hotel to the classification of hotels in Ukraine.

Keywords: boutique hotel, design hotel, hotel chain, individuality, personalized service.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Сьогодні оцінка індивідуальності і комфортабельності готелю вже не обмежується лаконічною характеристикою «п'ять зірок». Найдорожчі і найбільш запам'ятовувані готелю світу - це так звані бутік-готелі (або дизайн-готелі), спроектовані зірками архітектури [5]. У зв'язку з нинішнім бурхливим ростом популярності бутік-готелів багато науковців розпочали детально розглядати цей вид засобів розміщення. Дослідженням «бутік-готелів» як окремого типу закладів розміщення займався Дмитро Іванов, кандидат економічних наук, консультант в області готельного бізнесу та гостинності. Дмитро Заруба, президент Асоціації малих готелів та апартаментів України, підкреслював важливість створення ексклюзивних невеликих готелів, які б якнайповніше задовольняли потреби сучасного клієнта. Та найбільш детально темою бутік-готелів займався засновник першого бутік-готелю Єн Шрегер (Ian Schrager) – американський готельєр. Також неабиякий внесок в розвиток бутік-готелів зробила Анушка Хемпель (Anouska Hempel) – відомий дизайнер і готельєр, яка майже одночасно з Єном Шрегером відкрила свій бутік-готель в Лондоні. Водночас не було сформульовано чіткого визначення терміну «бутік-готель» і не було запропоновано виокремити даний вид закладів розміщення в класифікації готелів України.

Постановка завдання. Розкрити суть поняття «бутік-готель», охарактеризувати відмінні риси даної категорії готелів. Дослідити важливість створення бутік-готелів в якнайповнішому задоволенні потреб сучасних споживачів. Обґрунтувати важливість внесення даної категорії засобів розміщення до класифікації готелів України.

Виклад основного матеріалу. За даними Всесвітньої Туристичної Організації в світі діють 16 млн.

готелів, причому 20 % відноситься до готельних мереж. Мережа, як показує закордонна практика, - найбільш ефективний спосіб ведення господарства в готельному бізнесі. Сьогодні в світі налічується понад 100 міжнародних готельних корпорацій, від дрібних з кількома десятками об'єктів до «важкоатлетів», що включають в себе тисячі готелів.

Гіганти готельної індустрії намагаються обійти один одного в боротьбі за клієнта, пропонуючи все більше і більше послуг, але вони забувають про порівняно молодий сегмент клієнтів у віці 25 - 45 років, багатих людей, що прагнуть до всього незвичайного. Саме до цієї категорії належить більшість сучасних бізнес-мандрівників. Завдяки таким клієнтам все більшою популярністю користуються готелі з національним колоритом, оскільки люди хочуть відчувати дух того місця, де знаходяться. Туристи все частіше стали звертати увагу на невеликі ексклюзивні бутік-готелі. В дизайн цих готелів привноситься жива атмосфера житла, що додає особливий затишок «обжитого» простору. І саме в бутік-готелях присутня домашня атмосфера, а не холодна врівноваженість і трафаретність інтер'єрів стандартних номерів [7].

У зв'язку з нинішнім бурхливим ростом популярності бутік-готелів, слід більш детально розглянути цей вид засобів розміщення.

Бутік-готелі - абсолютно американський продукт, що виник в кінці ХХ століття з легкої руки американського девелопера Єна Шрегера (Ian Schrager), який в 1984 році зміг зробити із старого маленького нью-йоркського готелю «Morgans» щось особливе. Минуло трохи більше двох десятиліть, відтоді як Єн Шрегер вперше сформулював концепцію дизайнерського готелю, і тепер вже готелі «boutique» присутні в основ-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

них найбільших ділових центрах планети, таких як Нью-Йорк, Лондон, Париж, Сідней, Лос-Анджелес. У величезних мегаполісах, де життя кипить 24 години на добу, це оазиси спокою і комфорту [5].

Бутік-готель - модний, стильний готель. Для нього характерний індивідуально-авторський проект будівлі, неповторність інтер'єру, свій власний стиль обслуговування.

Бутік-готелі найчастіше невеликі - до 120 номерів. Хоча вже зустрічаються і готелі більшої місткості. Бутік-готелі відрізняються індивідуальним підходом до гостя - це дійсно більш просто здійснити в маленьких готелях. Розташований готель найчастіше в діловій частині міста і недалеко від магазинів.

Проживання в бутік-готелях в середньому в 4-5 разів дорожче від проживання в найвідоміших мережевих готелях категорії «п'ять зірок». Вартість одного номера може доходити до 2 тисяч євро за добу. Але навіть настільки неймовірні суми не відлякують клієнтів: дизайн-готелі розраховані на людей, що цінують в готелях не можливість опустити голову на подушку, а можливість отримати досконале естетичне задоволення [4].

Який би концепт не забажали постояльці - заснований на філософії дзен, екологічний, футуристичний, індустріальний, морський, в японському або єгипетському стилі, чорно-білої фотографії, - в дизайнерському готелі обов'язково є яскрава ідея. Індивідуальний декор в кожному готельному номері.

Важко говорити про будь-які узагальнення, коли мова йде про об'єкти, де головна особливість - несхожість на все інше. І все ж, як правило, філософія дизайн-готелю базується або на злитті з навколишнім середовищем, або на різкому протиставленні їй. Так, на тропічних курортах бутік-готелі нерідко стають частиною екзотичної природи - архітектори дозволяють нешкідливим рослинам проникати всередину віконних прорізів, формувати одну або навіть декілька стін. А в історичних містах дизайн-готелі нерідко відтворюють втрачену атмосферу давнини: «палацову» атмосферу створюють позолота, ліпнина, мармур, дорогі породи дерева, тканини ручної роботи. Втім, не менш популярні готелі, виконані в ультрасучасних стилях - хай-тек, мінімалізм, еко. Ці об'єкти всіляко підкреслюють свою індивідуальність в міському контексті, запрошуючи постояльців здійснити незабутню подорож у світ сучасної архітектури і особисто переконатися в тому, що і серед скла, хромованого металу і бетону можна відпочивати з неймовірним комфортом. І все ж, мабуть, жителям мегаполісів найбільше до душі готелі в стилі «еко», оформлені тільки з використанням натуральних матеріалів і квітів, властивих природі.

Навіть найбільші мегаполіси, як правило, налічують не більше двадцяти таких оазисів «туристичного раю», в яких до дрібниць продумано як архітектурно-планувальне рішення будівлі, так і дизайн кожного холу, коридору та номера. В цих готелях колір, освітлення, фактура оздоблювальних матеріалів, предмети меблів і звукове оформлення так гармонійно поєднуються один з одним, що здатні скрасити будь-яку негоду

за вікном і зняти втому після напружених переговорів. Втім, кожен номер в бутік-готелі - це не тільки досконалий витвір дизайнера, а й своєрідна художня галерея, в якій представлені твори живопису, графіки, скульптури. У деяких готелях постояльці навіть можуть забрати вподобаний твір мистецтва з собою - його вартість просто включають в рахунок за послуги [6].

Бутік-готелі прекрасно підходять для сімейного відпочинку або медового місяця, також для проведення ділових зустрічей. В цільову аудиторію цього типу готельних закладів входять люди у віці 25-55 років із середнім або високим рівнем доходів. Корпоративні клієнти займають особливе місце, оскільки в силу специфіки своєї роботи їм весь час доводиться подорожувати, і вони люблять повертатися в влюбаний їм готель. Крім того, вони зазвичай радять його своїм колегам і знайомим.

Основною метою бутік-готелю є надання персоналізованого цілодобового сервісу для своїх клієнтів. У деяких готелях можна майже буквально відчувати себе як вдома просто тому, що там у вестибюлі є камін, який робить обстановку домашньою і затишною. В деяких закладах є спальні з балдахіном, в деяких запропонують по-особливому приготовлену їжу. Серед різноманітних послуг часто зустрічається, наприклад, можливість попросити яку-небудь книгу, щоб почитати її під час відпочинку.

Бутік-готелі можуть сильно відрізнятися один від одного за комплексом пропонованих послуг і оснащенням. Деякі заклади намагаються запропонувати гостю все різноманіття сучасних технологічних новинок, і у номері обов'язково буде все - аж до факсу. В деяких бутік-готелях бари і ресторани відкриті для всіх бажаючих, і це виявиться зручним для тих, хто любить зустрічатися з новими людьми. Атмосфера в таких закладах завжди дуже розслаблена і приємна.

Порівняно з іншими готелями бутік-готелі мають ще одну відмінність, а точніше перевагу з точки зору економіки. Бутік-готелі можуть не витратитися на створення та утримання таких витратних складових, як ресторан, конференц-зал та ін. Незважаючи на те, що бутік-готель може прекрасно існувати без них, створення подібних послуг здатне принести істотний додатковий дохід. Крім того, статистика відвідувань закордонних бутік-готелів говорить про те, що у них спостерігається значно більший відсоток зворотних клієнтів порівняно з середньогалузевим показником, що дозволяє їм легше переживати важкі часи економічних криз і спадів.

Може скластися враження, що готелям формату «бутік» важче конкурувати з гігантами готельної індустрії, а саме мережевими готелями класу люкс. Проте це лише перше враження. Завдяки своїй унікальності гості повертаються до закладу знову і знову, рекомендуючи своїм друзям також приїжджати саме сюди.

Також для кращого просування своїх послуг часто бутік-готелі створюють свої невеликі мережі, або приєднуються до вже існуючих. Особливістю таких мереж є не обмеження за стандартами, як зазвичай, а підкреслення індивідуальності, відповідність статусу «особливий

бутік-готель класу люкс». Яскравим прикладом такої мережі є асоціація «The Leading Hotels of the World», яка об'єднує готелі класу люкс по всьому світу. Членство в даній асоціації є платним, однак готель отримує набагато більше можливостей для покращення сервісу та збільшення частки ринку.

«The Leading Hotels of the World» - Найбільша в світі асоціація готельного бізнесу, яка об'єднує більше 430 готелів класу люкс, курортів і SPA в 80 країнах світу розташованих в найпривабливіших куточках планети, що входять в асоціацію завдяки неперевершеній якості сервісу. «LHW» об'єднує кращі готелі світу і популяризує їх на міжнародному ринку, включаючи в себе незалежні готельні бренди, розкішні гранд-готелі і бутік-готелі, закриті володіння і великі курортні комплекси.

Асоціація «LHW» - одна з найстаріших готельних структур. Вона була заснована ще в 1928 році власниками 38 європейських і єгипетських готелів категорій тільки «luxury» і «deluxe» [8]. На сьогодні в асоціацію входять більше 430 5*-зіркових готелів. Бути членом даної мережі досить складно, проте це є гарантом якості сервісу бутік-готелю.

В Україні є готелі класу люкс, які входять до асоціації «The Leading Hotels of the World». Найбільш яскравим представником є бутік-готель «Opera Hotel», що розташований в центрі Києва. Також членами асоціації LHW є готель «Донбас Палас» у Донецьку та «Superior Golf & Spa Resort» у Харкові [8]. Те, що в Україні вже є три готелі, які прийняті до асоціації є доказом високого рівня готельних послуг на вітчизняному ринку.

Також хотілося б звернути увагу саме на засоби розміщення м.Київ, які називають себе «бутік-готелі».

«Опера», вул. Б. Хмельницького, 53. У готелі 138 номерів. Номери оформлені в різних стилях, з дизайнерськими меблями. Пропонуються тематичні люкси, а також номери в японському, італійському, російською, єгипетському, французькою, американському та марокканському стилях. Крім того номери розташовані по колу будівлі, в центрі - атриум. Готель мініатюрний і затишний.

«Поділ Плаза», вул. Костянтинівська, 7А. В готелі 57 номерів. Є ексклюзивний апартамент-поверх. Номери виконані в палацовому стилі.

«Рів'єра», вул. Сагайдачного, 15. 80 номерів (включаючи 15 люксів з панорамним видом на Дніпро), характерною особливістю яких є індивідуальне проектування, під замовлення написані картини, ванні кімнати, облицьовані італійським мармуром.

«Воздвиженський», вул. Воздвиженська, 60. Формат бутік-готелю визначають 26 номерів з унікальними дизайнерськими рішеннями інтер'єру. Розташований в декількох кроках від Андріївського узвозу, готель відомий своєю традиційною гостинністю і авторськими інтер'єрами [9].

Можливо дані готелі не повною мірою відповідають формату «бутік», проте кроки назустріч прогресу вже зроблені.

Враховуючи все вище сказане, вважаю доречним

виокремити категорію «бутік-готель» окремим засобом розміщування і внести даний термін до ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування». Найбільш чітким формулюванням даного поняття може бути наступне:

Бутік-готель – засіб розміщування, для якого характерні індивідуально-авторський проект будівлі, неповторність інтер'єру з використання ексклюзивних предметів оформлення приміщень, власний стиль обслуговування.

Висновки. Вперше концепцію бутік-готелів сформулював американський готельєр Єн Шрегер, який визначив цей формат як невеликі незалежні готелі з унікальним дизайном, орієнтовані на особливо вимогливих клієнтів. Сталося це близько 20 років тому, але сьогодні об'єкти такого формату фактично завоювали світ. Бутік-готелі є в Нью-Йорку, Лондоні, Парижі, Лос-Анджелесі, Сіднеї.

Тенденція розвитку бутік-готелів - це своєрідний відгук готельної індустрії на потреби клієнтів в отриманні не тільки комфортного проживання та високого рівня послуг, а й незабутніх відчуттів, нових емоційних вражень.

Добре продуманий проект невеликого готелю, до 70 номерів, у вдалому місці дозволяє створити додаткову вартість не стільки за рахунок дорогих цікавих рішень, скільки за рахунок креативних ідей. Вкладення в такого роду об'єкти на кілька порядків перевищують середні витрати на будівництво готелів. Цілком природно, що інвестор прагне компенсувати свої вкладення більш високими цінами на послуги в таких готелях.

Попит на сервіс такого класу на українському ринку вже сформований і поки не задоволений. Безумовно, немає необхідності в таких об'єктах в кожному місті, але в культурних центрах і курортних містах спостерігається явна нестача готелів бутік-формату.

В Києві та Львові уже явно спостерігається збільшення кількості бутік-готелів та зростання популярності даного формату закладів розміщення, про що свідчать постійно високі показники завантаження даних готелів. Вважаю доцільним запропонувати внесення даної категорії готелів до ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування».

На думку експертів, в найближчі десять років число готелів «boutique» збільшиться втричі - прямо пропорційно їх популярності в світі. Вимогливі клієнти і багаті спокушені мандрівники отримають справжню насолоду, оселившись на деякий час в дизайнерських готелях, готелях третього тисячоліття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування»
2. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»
3. Головка О. М. Організація готельного господарства : навчальний посібник – Київ: Кондор, 2012. – 337 с.

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

4.Ефимова О.П. Ефимова Н.А. Олефиренко Т.А. Экономика гостиниц и ресторанов – М.: Новое знание, 2010 – 392с.

5.Иванов Д. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - «Бутик or not бутик» [Режим доступу: <http://www.frontdesk.ru>] – 2014.

6.Лесник А.Л., Чернышев А.В. Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. - М.: 2010. С.321.

7.Інформаційний портал «Directory of Hotels. Book Luxury Boutique Hotels & Luxury Travel Worldwide» [Режим доступу: <http://www.directoryofhotels.com/boutique-hotels/>].

8.Інформаційний портал «The Leading Hotels of the World» [Режим доступу: <http://www.lhw.com>].

9.Офіційний сайт компанії в області бронювання місць в закладах розміщення Booking.com B.V. [Режим доступу: <http://www.booking.com>].

УДК 911.3:338.483.1(477.86)

ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Комарницький І.М., д.е.н., професор

Горун М.В., к.г.н.,

доцент кафедри менеджменту та готельно-ресторанного бізнесу

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Здійснено аналіз історичних фестивалів та військово-історичних реконструкцій, визначено їх роль у системі туристичної галузі Хмельниччини; описуються найпопулярніші фестивали, а саме: місце їх проведення, мета, організатори, різноманітність заходів.

Ключові слова: туризм; фестиваль; військово-історичні реконструкції; культурно-історична спадщина.

The analysis of historical festivals and military historical reconstructions is carried out, their role is certain in the system of tourist industry of Khmelnychnyna; the most popular festivals are described, namely place of their realization, aim, organizers, variety of measures.

Keywords: tourism; festival; military historical reconstructions; cultural and historical inheritance.

Постановка проблеми. Одним з пріоритетних напрямів розвитку Хмельницької області визначено розбудову туристичної галузі та посилення її впливу на економічне становище регіону. Розширення туристичної діяльності сприятиме збільшенню надходжень до державного та місцевого бюджетів, появі нових робочих місць, будівництву об'єктів туристичної і загальної інфраструктури.

Однак вирішення цього завдання вимагає особливого підходу та створення необхідних умов для подальшого розвитку туризму, формування партнерських стосунків між владою і туристичним бізнесом

Фестиваль призначений, щоб допомогти зберегти національну, культурну та етнічну самобутність народу, а також забезпечити доступ до культурно-історичної спадщини інших народів. Фестивалі відіграють винятково важливу інтегруючу роль для демонстрації найкращих досягнень національних культур та отримання економічної вигоди для територій та населених пунктів де вони проводяться.

Цікавість туристів щодо інших народів створює один із найбільш спонукальних туристичних мотивів, реалізація якого стає можливою через весь процес відвідування різноманітних фестивалів.

У цьому контексті, складовою частиною ознайомлення з культурою, звичаями та історією країни, регіону, є фестивальний туризм.

Дослідження сучасних тенденцій розвитку фестивального туризму та військово-історичних реконструкцій, а також самих фестивалів як поля розгортання туристичної діяльності, набуває особливої актуальності, науково-теоретичної та практичної значущості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням перспектив розвитку фестивального туризму

му займаються такі науковці як Ж. Бучко, В., Петранівський, М. Рутинський, М. Кляп, Г. Вороніна та інші.

Постановка завдання: розкрити роль та значення військово-історичних реконструкцій як складової фестивального туризму у Хмельницькій області.

Вклад основного матеріалу. На сьогоднішній день поняття військового туризму недостатньо досліджене. Існують різноманітні підходи до визначення цього поняття як у науковців, так і в туристичних клубах, які організовують відпочинок у цій сфері.

Нами були переглянуті та проаналізовані найбільш відомі праці з цього питання. Так, А. Мельник [5] у збірці «Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму» визначає військовий туризм як різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями.

Автори поділяють військовий туризм на такі підвиди [14]:

- відвідування історичних місць і музеїв - військово-історичний туризм;
- стрільба з різних видів зброї, стрітбол чи пейтбол, відвідування магазинів зброї та ножів - зброярський туризм;
- життя в армійських умовах і участь у програмах військової підготовки, скаутинг, відвідування різних об'єктів і полігонів, їзда на військовій техніці, польоти на військових літаках і вертольотах - мілітарі-туризм;
- відвідування «гарячих» точок планети та місць бойових дій - воєнний туризм.

У статті «Military tourism» зарубіжних авторів М. Храсовскі і К. Ноереса [15] зазначається, що військовий туризм – це відпочинок, який має військове підґрунтя. Автори виокремлюють 2 складові туризму: продукти, що стосуються військового обладнання і розглядають

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

ся як сегмент пригодницького туризму, та продукти, що концентруються на історичних подіях і належать більше до освітнього сегменту туризму.

Мілітарі-туризм також вивчається у контексті спеціалізованого туризму. Так, В.К.Кіптенко у підручнику «Менеджмент туризму» визначає спеціалізований туризм як такий, що здійснюється з метою вивчення специфічних особливостей того чи іншого місця, отримання певного досвіду, виконання спортивних нормативів, активного відпочинку тощо. Автор зазначає, що мілітарі-туризм не може належати лише до пригодницького чи екстремального, адже у ньому присутні елементи розважальні й пізнавальні.

Оскільки військовий туризм стосується історичних битв, військової техніки і споруджень та військової справи в цілому, то можна виокремити такі види мілітарі-туризму:

- військово-пізнавальний туризм – це відвідування музеїв та виставок на військову тематику, оборонних споруд, пам'ятників, військових меморіалів і поховань, переобладнаних в музеї військових об'єктів.

- військово-пригодницький туризм – це купівля путівки або туру, що має у комплексі всі послуги щодо забезпечення активного відпочинку з використанням військової техніки та спорядження, відвідування територій та споруд історичних бойових дій, морських бойових кораблів, підводних човнів, участь у військових навчаннях та маневрах, тури з визначеним терміном проживання в армії.

- військово-історичні реконструкції бойових дій (battlefieldtours) – відвідування масштабних реконструкцій історичних битв. Сучасна військова реконструкція поєднує історію, тактику бою, різноманітні мілітарні науки, скульптуру, кравецьке ремесло та багато чого іншого, наприклад чимало ентузіастів виготовляють фігурки чи відтворюють реальні бої [7].

Термін «історична реконструкція» може вживатися у двох значеннях: Відновлення зовнішнього вигляду й конструкції об'єкта, теоретичне або практичне, засноване на його збережених фрагментах, залишках, і наявної історичної інформації про нього, за допомогою сучасних методів історичної науки. Аналогічно визначаються історична реконструкція процесів, подій і технологій. Діяльність, спрямована на відновлення різних аспектів історичних подій, об'єктів і т.д.

Щороку кількість подієвих турів збільшується, і такі поїздки стають регулярними. У всьому світі даний вид туризму користується величезним попитом. Наприклад, найпопулярніші закордонні свята, залучають маси туристів:

- «Октоберфест» (Oktoberfest) – найбільший у світі фестиваль пива. Він проходить у столиці Баварії р Мюнхені, починається у третій вихідній вересня і триває 16 днів [11].

- «Томатний фестиваль» (La Tomatina), який проходить щорічно в місті Буньоль, що на сході Іспанії. Як і всі іспанські фестивалі, цей проходить зі святковими феєрверками, музикою, танцями і безкоштовними часту-

ваннями. Але у томатного фестивалю є і одна відмінна особливість, яка приваблює в Буньоль натовпи туристів, це кульмінація свята – томатна битва, що проходить на міській площі [12].

- «Бразильський карнавал» (Carnaval do Brasil) – щорічний фестиваль в Бразилії, який проводиться за 40 днів до Великодня і відзначає початок Великого посту. Бразильський Карнавал є найбільшим народним святом країни, і має деякі відмінності від карнавалів як у Європі, так і в інших країнах Латинської Америки [9].

Фестивальний туризм – це напрямок в туризмі, що дозволяє вирішувати багато соціально-економічних проблем, які властиві не тільки туристській галузі. Фестивалі є потужним стимулятором туристського потоку. Вони повертають додаткову кількість туристів в країну, що в свою чергу сприяє збільшенню валютних надходжень.

Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, приваблюючи туристів в період міжсезоння. Це особливо актуально для країн з чітко вираженою спеціалізацією в тому чи іншому виді туризму.

Розвиток фестивального туризму сприяє створенню нових додаткових робочих місць і забезпечує зайнятість населення. Потенціал фестивального туризму невичерпний. Практично кожна країна має ресурс для його розвитку.

Щороку в Україні проводиться чимало різноманітних фестивалів, вагоме місце серед яких посідають саме історичні. Історичний фестиваль нерозривно пов'язаний із військово-історичними реконструкціями, тобто із відтворенням історії. Загалом організовується простір таким чином, що створюється атмосфера певної історичної епохи або події. Програми фестивалів зазвичай є дуже насиченими: проводяться квести, конкурси, розважальні програми (танці, майстер-класи із різних видів діяльності) для різних вікових груп, музична програма також продумується таким чином, щоб підсилити враження туристів та учасників фестивалю (етно-гурти, фольклорні колективи).

Участь у таких історичних фестивалях беруть члени українських та міжнародних клубів історичної реконструкції. Тобто, якщо тематика фестивалю не є суто національною, а скоріше охоплює період (як от військово-історичні реконструкції середньовіччя) чи спільну для декількох держав подію (військово-історичні реконструкції Другої світової війни), то він стає міжнародним, завдяки співпраці різних історичних клубів [1].

Найвідомішими історичними фестивалями, що проводились та проводяться в Україні є такі:

- Хмельницька область – «Старий Меджибіж», «Кам'янець – земля героїв» (наступник «Терра Героїка»), «Portatemporis», «Остання столиця»;

- Тернопільська область – «Стара фортеця», «Зборівська битва»;

- Чернівецька область – «Хотинська твердь», «Битва націй»;

- Рівненська область – «Покровський вітер»;

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Львівська область – «Ту Стань!», «Гей, соколи!»; «Львів стародавній»;

Київська область – «Велика перемога», «Гості стародавнього Києва XV століття», «Фестиваль україно-кримсько-татарської традиційної культури «Козацький розгардіяш на Мамаєвій Слободі»»;

Чернігівська область – «Мстислав Fest», Міжнародний фестиваль історичного фехтування слов'яно-варязької культури «Коровель»;

Одеська область – «Сталева ліга»;

Волинська область – «Відлуння великої війни», «Сталева троянда»;

Запорізька область – Міжнародний фестиваль козацьких бойових та традиційних мистецтв «Спас на Хортиці».

Історичні фестивалі та історичні реконструкції, що проводяться на теренах України присвячені основним історичним періодам розвитку української держави та Європи загалом. Це часи Київської Русі, Середньовіччя, доба Козаччини, Перша та Друга світові війни. Але найпопулярнішою для реконструювання є епоха Середньовіччя. Це і не дивно, оскільки це час романтики, звитяги і доблесті – це час лицарів.

Одними із найпопулярніших в Україні є саме ті фестивалі, які проводяться у Хмельницькій області («Старий Меджибіж», ««Камянець» – земля героїв» (наступник «Терра Героїка»), «Portatemporis», «Остання столиця»).

Історичний фестиваль «Porta Temporis» та кубок повітроплавання. Місяць та місце проведення: травень, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл.

«Ворота Часу» – саме так перекладається з латини назва молодого фестивалю, що проходить на території справжньої історичної перлини нашої країни – Кам'янець-Подільського. Не дивлячись на те, що проводився фестиваль всього двічі, він вже має статус міжнародного. В його основі лежать події періоду Литовської доби, а саме розгром татарів українсько-литовськими військами в битві під Синіми Водами (1362 рік).

Особливість та відмінність цього фестивалю від інших подібних історичних реконструкцій – це безпрецедентна можливість штурму оригінального середньовічного фортифікаційного укріплення: «Руської Брами» (XV-XVIII століття). Окрім цього, на гостей чекають традиційні компоненти історичного фестивалю: показові лицарські турніри, змагання лучників, ремісничі майстер-класи та уроки середньовічного танцю, виступи вуличних театрів, тематичний музичний супровід. У вечірню пору чекайте на лазерно-світлове дійство на середньовічну тематику та на унікальні постановки фаер-шоу.

Історичний фестиваль «Форпост». «Форпост» заявляє про себе як про «найбільший фестиваль середньовічної культури в Україні». Масштабів цьому історичному дійству справді не займати. Про це свідчить, для початку, місце проведення, а саме територія однієї з найвеличніших фортифікаційних споруд України – Старої фортеці в Кам'янці-Подільському. Протягом трьох

днів фестивалю всі його гості знаходяться у відтвореному середньовічному поселенні XIV-XV століть, спостерігають за середньовічними масовими поєдинками, турнірами лицарів та лучників, беруть участь у різноманітних майстер-класах, підкріплюють сили в автентичних давніх харчівнях, торгуються на середньовічних ярмарках і захоплено спостерігають за виступами вуличних театрів вдень та вогняними шоу вночі. Хто тематично вдягнений, має змогу прийняти участь в конкурсі на найкращий історичний костюм. Поспівати та потанцювати можна біля великої сцени, під акомпанемент популярних українських та закордонних фольклорних колективів.

Історичний фестиваль «Стародавній Меджибіж». Місяць та місце проведення: серпень, смт. Меджибіж, Хмельницька обл.

«Стародавній Меджибіж» – один з найдавніших та найвідоміших на Україні фестивалів, що відтворює на території древньої Меджибізької фортеці атмосферу середньовіччя. Лицарські поєдинки та масові битви супроводжуються неймовірним музичним супроводом, виступами вуличних акторів, танцюристів фаер-шоу.

Terra Heroica – Один із найбільших фестивалів в Україні та м. Кам'янець-Подільський – один із наймасштабніших на терені Східної Європи тематичних військово-історичних фестивалів [12].

Фестиваль належить до категорії міжнародних військово-історичних фестивалів України. До головних організаторів належить ФА «Ратуша», Кам'янець-Подільським міським військово-історичним товариством (К-ПМВІТ).

На сьогодні військово-історичні заходи є одними з найпопулярніших форм дозвілля у світі. Як приклад можна навести Ватерлоо в Бельгії, Бородіно в Росії, Грюнвальд в Польщі, Лейпциг в Німеччині, Булонь у Франції, Геттисберг у США. Зі свого боку бажано, щоб таким містом в Україні був Кам'янець-Подільський – одне з найдавніших історичних міст України, головне місто Подільської землі – належить до визначних явищ європейської культури. Впродовж своєї довгої історії він був «межовим каменем» між античним і праслов'янським світом, між Сходом і Заходом, між християнством та ісламом, між різними світоглядами та культурами. Наше місто відомо передусім як місто-фортеця, яка здобула світову славу. Він був свідком триумфів і поразок українського війська, бачив злети і падіння національних героїв. Про все це потрібно розповідати сучасним поколінням, щоб знали, якою ціною діставався мир.

Першу спробу провести фестиваль «Terra Heroica» зробили, у 2005 році, міська рада та Департамент воєно-культурної антропології Товариства археології та антропології (Київ).

Terra Heroica – це фестиваль, що проводиться в м. Кам'янець-Подільський за всіма нормами й правилами, що встановлені у світі для проведення заходів з популяризації самобутнього етнокультурного простору в третьому тисячолітті.

За допомогою засобів військово-історичної ре-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

конструкції відтворюються героїчні епізоди з історії Кам'янець-Подільського та Поділля. Проходить демонстрація через різні форми (бойове мистецтво, фольклор, танці, змагання та ігри) самобутньої української культури XVII ст. – доби Сарматизму

Фестиваль проводиться для показу причин і наслідків помилок в минулому для уникнення конфронтації в майбутньому. Залучення молоді до збереження національних надбань своїх народів.

Завданням фестивалю є :

- популяризація самобутнього етнокультурного простору в третьому тисячолітті;
- залучення військово-історичних груп з країн Європи до відтворення героїчних подій з історії Поділля;
- залучення молоді до збереження історико-героїчної спадщини своїх народів;
- демонстрація зразків музичного, хореографічного, кулінарного та інших видів мистецтва відповідних історичних епох;
- заохочення громадян України до вивчення історії та їх ознайомлення з місцями бойової слави предків;
- сприяння надходженню коштів на розвиток руху військово історичної реконструкції в м. Кам'янець Подільському.

Найчастіше успіх проведення фестивалю залежить саме від локації, яка і є головною «декорацією». Прикладом цього є створення спеціалізованих парків – об'єктів, на яких цілеспрямовано відтворюється архітектура та впорядковується ландшафт відповідно до певного історичного періоду. Тобто спеціально створюються умови для проведення історико-культурних заходів.

Висновок. Відбудова фортифікацій, маєтків і розміщення в них експозицій, яка відтворюватиме картини минулого – пріоритетний шлях туристичного відображення більшої частини українських історико-культурних та історико-архітектурних заповідників. Пожвавленню туристичного інтересу до них має сприяти якісне інформаційно-рекламне просування та проведення різнобічних історично-театралізованих фестивалів, змагань і анімаційних шоу. Саме поєднання реконструкції історичних подій, що вплинули на хід історії України та відтворення культурних традицій, розваг та ремесел і дає можливість залучати до цього дійства не лише фахівців з історії, а й просто відвідувачів, різної статі, віку та рівня освіченості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайдай С.В. Історичні фестивалі та військово-історичні реконструкції на основі історико-культурних заповідників України / С.В. Гайдай, К.О. Гавриленко // Географія та туризм : наук. збірник. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2012. – Вип. 23. – С. 81–86.

2. Дутчак О. І. Окремі аспекти розвитку етнофестивального туризму Карпатського регіону України (на прикладі Львівської області) [Електронний ресурс].

– Режим доступу: <http://int-konf.org/konf092014/874-kandidat-storichnih-nauk-dutchak-o-okrem-aspekti-rozvitku-etnofestivalnogo-turizmu-karpatskogo-regonu-ukrayini-na-priklad-lvvsckoyi-oblast.html> (12.12.14).

– Назва з екрану.

3. Закон України «Про туризм» зі змінами та доповненням від 18.11.2003 року №1281-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>

4. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабаରିцька. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – С. 22

5. Мельник, А. Нестандартні види туризму [Текст] : особливості функціонування військового туризму / А. Мельник // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2012. - квіт. (№ 16). - С. 3-5

6. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіпченко. – К. : Знання, 2010. – С. 103

7. Поліщук О. В. Теоретичні засади дослідження мілібарі-туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer36/29.pdf> (12.12.14). – Назва з екрану.

8. Сайт «Все про туризм - туристична бібліотека» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/>. (12.12.14). – Назва з екрану.

9. Сайт «Карнавал в Рио-де-Жанейро» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://idriskatour.com/ru/show/brasil-carnaval> (12.12.14). – Назва з екрану.

10. Сайт «Навчальні матеріали онлайн» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>. (12.12.14). – Назва з екрану.

11. Сайт ««Октоберфест» (Oktoberfest) - всемирный фестиваль пива» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://trep.com.ua/turistu-na-zametku/dostoprimechatelnosti/germaniya/festival-piva-oktoberfest-oktoberfest.html> (12.12.14). – Назва з екрану.

12. Сайт «Томатное безумие: фестиваль Ла Томатина в Испании» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://venividi.ru/node/25467> (12.12.14). – Назва з екрану.

13. Сайт Terra-Heroica – неофіційний блог фестивалю [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://terra-heroica.blogspot.com/2010/02/terra-heroica_24.html#more (12.12.14). – Назва з екрану.

14. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – С. 199.

15. Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. - The long tail of tourism: holiday niches and their impact on mainstream tourism.- Wiesbaden: Gabler, ISBN 978-3-8349-3062-0. - 2011, - p. 87-94.

ТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ СУЧАСНИХ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛІВ

Кравчук Надія Миколаївна, к.т.н.,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Національного університету харчових технологій,

Савченко Вікторія Володимирівна, магістрант

Анотація. Розглядається технічні системи сучасних конференц-залів. Визначено поняття конференц-зал, конференц-сервіс. Досліджено об'єкти, що надають послуги конференц-сервісу в місті Києві.

Ключові слова: конференц-зал, конференц-сервіс, аудіосистема, система синхронного перекладу, система відеоконференцзв'язку.

Annotation. We consider the technical systems of modern meeting rooms. The concept of a conference center, conference service. Investigated objects that provide conference services in Kiev.

Keywords: meeting room, conference services, audio system, simultaneous interpretation system video conferencing.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Охарактеризувала основні принципи побудови конференц-залів Бикова Тетяна, описала основний склад системи типового конференц-залу [1]. Федотова Марія описала основні позиції, як розумно обладнати конференц-зал [2]. Водночас дослідження та оцінка конференц-залів Києва не здійснювалася.

Постановка завдання. Розкрити поняття конференц-сервісу. Дослідити об'єкти, що надають послуги конференц-сервісу в Києві та їх технічне оснащення.

Конференц-зал – це приміщення для проведення засідань, зборів, конференцій, тренінгів, урочистих заходів та святкових концертів. Така кімната вимагає якісного технічного оснащення [2].

Конференц-сервіс – це комплексне технічне і організаційне супроводження заходу, від розробки концепції заходу спільно із замовником до повноцінного завершення проекту із застосуванням новітніх цифрових технологій. Це забезпечення унікальних рішень за місцем проведення, з харчуванням, з інтеграцією в єдину інформаційну систему різних технологій: синхронного перекладу мови, системи голосування, аудіо і відео, телебачення, Інтернету і т.д. [3].

Послуги конференц-сервісу повинні відповідати ряду певних вимог: зручне місце розташування об'єктів конференц-послуг, функціональність, комфортність, економічність. З цією метою об'єкти інфраструктури конференц-сервісу постійно проводять роботу з удосконалення матеріально-технічної бази та рівня сервісу.

Найбільш раціональний підхід при плануванні бюджету на конференц-обладнання для залу – складання профілю заходів, які, найімовірніше, там будуть проводитися. На вибірку конференц-послуг впливають: цільова аудиторія, розмір залів і їх кількість, розташування готелю, обсяг номерного фонду, наявність ресторану.

Сучасні зали для бізнес-форумів, ділових зустрічей, проведення навчальних занять являють собою складний апаратний комплекс, насичений різною багатофункціональною і високотехнологічною електронікою. Застосування такої техніки дозволяє ефективно досягати наступних цілей:

- оптимального використання часу при проведенні ділових зустрічей;
- значного підвищення реальних результатів від таких заходів;
- отримання можливостей для ефективних дискусій;
- значного поліпшення якості матеріалів, створених за підсумками бізнес-заходів з подальшим їх архівуванням, надійним збереженням на різних носіях і якісним оформленням необхідних документів [4].

У побудові конференц-залу як правило, присутні наступні основні системи:

1. Аудіосистема включає в себе провідні чи радіомікрофони, мікшер, динаміки, систему обробки звуку. Ця система необхідна для озвучування відеоматеріалів, виступів доповідача та учасників наради. Якщо у заході передбачається участь великої кількості людей, значить, не обійтися без конференц-системи. Право голосу в такому випадку буде передаватися по черзі, і хід дискусії стане впорядкованим.

2. Система відображення інформації може бути представлена різними пристроями: мультимедійними проекторами, проекційними екранами, плазмовими панелями, різними відео-джерелами і комп'ютерами, а також презентаційним обладнанням (офісними та електронними дошками).

3. Система відеоконференцзв'язку дозволяє проводити наради, учасники яких територіально віддалені один від одного, може застосовуватися для зв'язку з

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

іншими підрозділами, філіями, а також з постійними партнерами. Вона служить для прийому і передачі відео зображення і комп'ютерних даних. До складу відео конференц-терміналу входять відеокамера, мікрофон, пристрої відображення відео інформації.

4. Система синхронного перекладу – це один з найбільш важких видів усного перекладу, який виконується з використанням спеціального обладнання для синхронного перекладу. Оскільки, завдяки обладнанню, яке використовується, перекладач виконує переклад одночасно з промовою оратора, тому не потрібно робити паузи для того, щоб перекладач встигав виконувати переклад. Обладнання для синхронного перекладу – це спеціальне обладнання для проведення конференцій, конгресів чи семінарів на кількох мовах. Кожному учаснику видається індивідуальний приймач, до якого підключаються навушники, і обирається канал для прослуховування. Мова перекладу подається на визначений канал приймача. Якщо конференція чи семінар відбувається на кількох мовах, то кожна мова передається на окремий канал. Спеціальне обладнання – це система синхронного перекладу, яка включає дві пари навушників і мікрофон для перекладачів, а також набір навушників чи переносних приймачів за кількістю учасників, які очікують на переклад. Під час перекладу перекладач-синхроніст знаходиться в ізолюваній кабіні у навушниках зі звукоізоляцією, щоб власний голос не заглушав голос оратора. За допомогою апаратури підсилення переклад подається слухачам у навушники [5].

Головна перевага цього виду перекладу – суттєва економія часу, оскільки оратор не робить пауз у мові, як під час послідовного перекладу, і викладає свій матеріал у звичному темпі. Це дає змогу зберегти динаміку виступу і налагодити контакт з аудиторією: під час синхронного перекладу доповідачеві набагато легше втримати увагу і відчувати настрої слухачів, а також вчасно сприймати їхню реакцію. Так, наприклад, синхронний переклад допомагає уникнути ситуацій, коли слухачі, які розуміють мову доповіді, відгукуються на слова промовця швидше, ніж ті, хто нею не володіє [6].

5. Процесори, системи управління і комутації дозволяють перемикати вибрані джерела сигналів на засоби відображення і систему звукопідсилення. Сюди входять комутатори, підсилювачі, розподільники, конвертори, інтерфейси, кабельна продукція та ін.. Обладнання комутації і обробки відеосигналів різних форматів застосовується для організації презентацій, мовної індустрії, комп'ютерної графіки. Система управління може бути запрограмована таким чином, що будь-який оператор, що працює на центральному місці, має можливість вибрати свій варіант налаштувань, а також може працювати без оператора в автоматичному режимі.

6. Система дистанційного керування комплексом устаткування.

Для управління всім комплексом устаткування конференц-залу – система інтегрованого дистанційного керування CRESTRON (США).

Система дистанційного керування комплексом устаткування CRESTRON дозволяє:

1). Використовуючи елегантну сенсорну ЖК-панель, з робочого місця голови або оператора, дуже просто і зручно управляти наступним комплексом устаткування:

- проектором (включити, виключити і т.д.);
- екраном (підняти – опустити);
- презентаційним комутатором, відеомагнітофоном;
- системою озвучування (включення і вибір джерел, регулювання гучності);
- іншими системами.

2). Система дистанційного керування не тільки надає можливість керувати окремими системами комплексу, але і дозволяє заздалегідь запрограмувати найбільш часто використовувані сценарії при управлінні комплексом. Наприклад, сценарій «Перегляд відеофільму»: 1 – закрити жалюзі, 2 – опустити екран, 3 – вимкнути світло, 4 – включити проектор, 5 – включити відеомагнітофон, натиснути кнопку «Play». Для виконання обраного сценарію досить натиснути тільки одну кнопку [8].

7. Документування офіційних зустрічей і переговорів – необхідна умова проведення заходів такого роду. З цим завданням допоможуть впоратися засоби аудіо- та відео-записи, що володіють можливістю працювати в тривалому режимі.

8. До складу додаткових систем можуть входити: система інтерактивного голосування, механіка сцени, системи освітлення.

Окремо серед систем, що формують роботу, конференц-зали мають систему кабелів або, інакше кажучи, кабельну систему. До неї відносяться всі кабелі, для підключення аудіо і відеосистем. Важливість цієї системи полягає, перш за все, в оптимальній прокладці кабелів аби уникнути використання зайвого метражу і, як наслідок, подорожчання вартості обладнання приміщення.

Усі без винятку конференц-зали мають інженерну систему. Поняття інженерної системи дуже широке і включає в себе систему опалення, вентиляції, кондиціонування, освітлення та електропостачання. Всі ці системи життєво важливі для будь-якого приміщення в принципі. Навіть при наявності в ньому найсучаснішого мультимедійного обладнання, навряд чи можна буде використовувати холодний зал, або ж навпаки, занадто жаркий і задущливий. Проведення конференції в подібних залах вже точно “запам’ятається” всім запрошеним учасникам далеко не з самої хорошої сторони [7].

Весь технічно-організаційний комплекс створює потужну структуру під назвою конференц-сервіс.

Досліджували конференц-зали в Києві, необхідний перелік послуг та обладнання в них, а саме:

1. Синхронний переклад
2. Відео-конференція
3. Затемнення конференц-залу
4. Доступ в Інтернет
5. Кондиціонування конференц-залу
6. Виставкова площа конференц-залу

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

7.Звукопідсилювальне обладнання

8.Радіомікрофон

9.Мультимедіапроектор

10. Бездротовий Інтернет

Всі ці позиції можуть задовольнити лише 10 об'єктів, а саме:

1.Міжнародний виставковий центр

2.Національний спортивний комплекс «Олімпійський»

3.Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»

4.Державне підприємство «Український дім»

5.Бізнес-центр «Парус»

6.Готельно-ресторанний комплекс «Козацький стан»

7.Конгрес-готель «Пуща» 3*

8.Готель «Козацький» і готель «Козацький на Антонова»

9.Готель «Мануфактура» 4*

10. «UBI КОНФЕРЕНЦ ХОЛ – « STUDY »

На рис.1 можна побачити відсоткове співвідношення об'єктів, що надають послуги конференц-сервісу у місті Києві з повним та не повним комплексом послуг і обладнання.

2.Федотова Марія «Основні позиції, як розумно обладнати конференц-зал» [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dataved.ru/>.

3.Конференц-сервіс [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://leaterplus.com.ua/ru/conference>

4.Конференц-хол [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://ubi-hall.com.ua>

5.Обладнання для синхронного перекладу [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lingua.lviv.ua>

6.Синхронний переклад [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://abby-ls.com.ua/simultaneous.htm>

7.Сучасні конференц-зали [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svyaz-seti.com/articles/19/175>

8.Комплексне оснащення [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://leater.com/RU/system_integration/local_solutions/

Об'єкти, що надають послуги конференц-сервісу

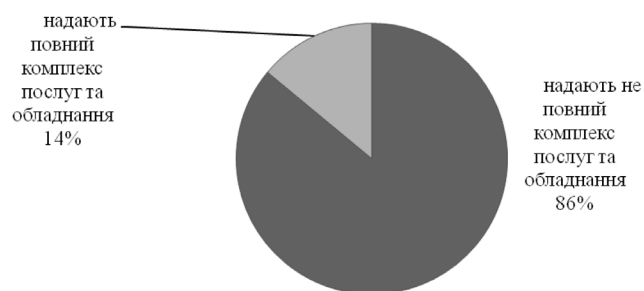


Рис. 1. Об'єкти, що надають послуги конференц-сервісу в Києві

Лише 14% об'єктів задовольняють весь перелік зазначених вище послуг та обладнання, з них 4- готельні комплекси.

Висновки. Обстановка конференц-залу повинна бути комфортною і в той же час створювати учасників робочий настрій. Грамотний дизайн і оснащеність необхідним обладнанням в значній мірі можуть впливати на ефективність проведених в ньому зібрань. Обладнання для конференц-залу повинно відповідати вимогам багатозадачності. Об'єднання використовуваного обладнання в системи, дозволяє здійснювати продуктивну взаємодію і дає можливість керувати ходом обговорення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1.Бикова Тетяна «Сучасні принципи побудови конференц-залів» [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://habrahabr.ru>

УДК 640.432:641.52

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ “SOUS VIDE” ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Кураш О.Г. магістрант

Павлюченко О.С. к.т.н., доц.

Національний університет харчових технологій

Анотація. У статті висвітлено питання щодо перспективності впровадження в сучасних закладах ресторанного господарства “Sous Vide” технологій для виробництва напівфабрикатів з подовженим терміном зберігання, покращеними органолептичними показниками та підвищеною біологічною цінністю

Abstract. The article deals with the question of the prospects of implementing in modern facilities restaurant industry «Sous Vide» technology for the production of semifinished products with extended shelf life and improved organoleptic characteristics and high biological value

Ключові слова: технологія Sous Vide, вакуумування, пароконвектомат, вакуумна упаковка, водяна баня.

Keywords: technology Sous Vide, vacuuming, Vapor -convection, vacuum packaging, water bath.

В умовах ринкових відносин для підвищення конкурентоздатності та максимального задоволення потреб споживачів заклади ресторанного господарства пропонують широкий асортимент продукції та послуг, підвищують рівень і якість обслуговування та намагаються зменшити термін очікування гостем готової продукції.

Традиційна технологія приготування овочевих, рибних і особливо м'ясних страв в більшості випадків складає понад 60 хв, а час від замовлення до його виконання не повинен перевищувати 15...20 хв.

Останнім часом на ринку ресторанного господарства особливу увагу приділяють сучасним способам виробництва напівфабрикатів, які дозволяють отримати продукт з подовженим терміном зберігання, приготувати страву з покращеними органолептичними показниками, підвищеною біологічною цінністю та зменшити час виконання замовлення.

Одним із напрямів створення кулінарної продукції нового покоління є технологія “Sous Vide”. Вона передбачає поєднання приготування у вакуумній упаковці за низьких температур та подальше швидке охолодження і регенерацію.

Вакумування напівфабрикату попереджує випаровування вологи та летких ароматичних речовин, що дозволяє отримати з нього страву соковитої консистенції з покращеними ароматичними властивостями, а також підвищити поживну цінність та подовжити термін зберігання, уникаючи ризику повторного забруднення в процесі зберігання.

“Sous Vide” технологія була апробована в ресторанах вперше ще в 1970 році, але її детальне вивчення науковцями розпочалося лише в 1990-х. Нині “Sous Vide” технологія широко використовується не лише у закордонних ресторанах з молекулярною гастрономією, а й у класичних вітчизняних закладах ресторанного го-

сподарства.

Суть методу полягає у пакуванні харчових продуктів у спеціальний пластиковий пакет, з якого відкачують повітря за допомогою вакууматора та подальше приготування на водяній бані за температури не вище 70 °С.

Якість приготовлених страв залежить від правильного поєднання тривалості, температури приготування та регенерації.

Основними стадіями технологічного процесу приготування страв за технологією “Sous Vide” є:

– Механічне кулінарне оброблення. Деякі м'ясні продукти доцільно попередньо підсмажити на грилі, перш ніж упаковувати у вакуумну упаковку. Завдяки цьому вони набувають більш вираженого смаку;

– підготовлений харчовий продукт кладуть у пакет для вакуумного приготування. Далі за допомогою вакуумного пристрою видаляють повітря і запаюють;

– продукт у вакуумній упаковці нагрівають певний час у спеціальній водяній бані;

– готовий виріб піддають «шоковому» охолодженню в шок-фрізерах (апаратах швидкого охолодження) та відправляють на зберігання;

– перед використанням продукцію можна розігрівати на водяній бані безпосередньо в пакетах (температура 85°С) або за допомогою сучасного обладнання (НВЧ печей та пароконвектоматів). Температура розігрівання має бути нижча тієї, за якої було здійснено приготування.

Аналізуючи світовий та вітчизняний досвід використання технології “Sous Vide” слід зазначити, що найбільш доцільним є використання даної технології під час приготування страв з м'яса, риби та птиці. Овочі, фрукти, боби і зернові також можна готувати за даною технологією, але для них цей метод не настільки ефективний.

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Нижнє м'ясо, рибу та птицю рекомендується довести до відповідної температури та витримати певний час.

Жорстке м'ясо, птицю і рослинні інгредієнти доводять до потрібної температури та доготовлюють до необхідної консистенції. М'ясо бажано попередньо замаринувати, або механічно відбивти перед вакуумним пакуванням, це поліпшить його текстуру. Температура і тривалість обробки залежить від виду харчового продукту та бажаної текстури. Рекомендована температура обробки основних видів сировини наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Рекомендована температура обробки основних видів сировини

Назва сировини	Ступінь готовності	Температура, С
Яловичина	Blue gate (сире м'ясо)	49
	Rare (з кров'ю)	56
	Medium (середня)	60
	Well done (зажарене)	65
Курка	Well done (засмажена)	60
Качка	Well done (засмажена)	80
Риба	Medium (середня)	52
Морепродукти	повна готовність	58
Овочі	повна готовність	85
Яйця	рідке	64
	відварне	75

Розповсюдження "Sous Vide" технології на ринку ресторанного господарства пов'язане з рядом переваг, серед яких:

- кінцевий продукт краще зберігає аромат та соковитість;
- зменшуються втрати під час кулінарної обробки, за рахунок уникнення всихання та зневоднення на 15...35 %;
- приготування страв здійснюється без додавання консервантів, стабілізаторів, загусників. Це дозволяє використовувати отримані страви у дієтичному харчуванні;
- зменшення кількості технологічних стадій процесу приготування страв сприяє економії електроенергії на 20...28%;
- окислення ліпідів у харчовому продукті не відбувається;
- готовий напівфабрикат має подовжений термін придатності (рисунок 1).

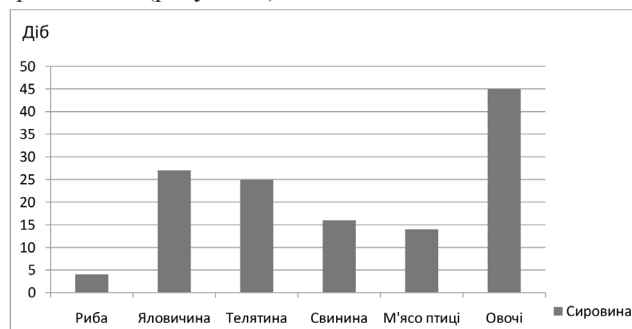


Рис. 1 Терміни зберігання різних харчових продуктів приготування за технологією "Sous Vide"

- процеси приготування і споживання можуть бути розділені в часі (приготування / регенерація);
- можливість одночасного приготування різних страв у вакуумних пакетах в одній водяній бані;
- можливість нівелювання навантаження на персонал між періодами напруженої роботи і спаду активності;
- можливість використання напівфабрикатів безпосередньо після отримання замовлення.

Нині заклади ресторанного господарства все більше приділяють уваги використанню інноваційних способів обробки сировини та отримання напівфабрикатів високої якості та подовженого терміну зберігання.

Широкого розповсюдження отримала технологія "Sous Vide", яка дозволяє оптимізувати процеси приготування страв із підвищеними показниками якості.

Перспективним є напрям використання даної технології під час виготовлення фірмових та замовних страв складного приготування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арпуль О.В., В.В. Удовицький / «Sous Vide» технологія як метод оброблення м'ясних продуктів // Програма і матер. другої міжнар. наук.-тех. конф. "Технічні науки: стан, досягнення і перспективи розвитку м'ясної, олієжирової та молочної галузей", 20–21 березня 2013 р. – К.: НУХТ, 2013р. – С. 45–46.
2. Бреславець Т.В. Розробка напівфабрикатів високого ступеня готовності з використанням вакуумного пакування під час теплового оброблення / Т.В. Бреславець, С.Л. Юрченко, М.Б. Колеснікова // Обладнання та технології харчових виробництв. – 2012. – Вип. 28. – С. 181-187.
3. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу, підручник / Т.К. Литвиненко – К.: 2011. – 215с.
4. Петришин Н.З. Технологія Sous Vide в закладах ресторанного господарства. Матер. II Всеукраїн. наук.-практ. конф. "Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу", 29 жовтня 2013 р. / Н.З. Петришин – К.: НУХТ, 2013 р. – С. 31.
5. Прянишников В.В. Новые технологии в производстве полуфабрикатов из мяса птицы / В.В. Прянишников // М'ясные технологи. – №5. 2008. – С. 18 – 19.
6. Технология Sous Vide: широкие возможности // Ресторатор № 3 – 2013 р. С. 58-65.
7. Baldwin D.E. Sous vide cooking: A review / D.E. Baldwin // International Journal of Gastronomy and Food Science. – Vol. 1. – 2012. – pp. 15–30.
8. Roca J. Sous-Vide Cuisine / J. Roca, S. Bruges. – Barcelona: Montagud Editores, 2005. – 192 p.

РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ: СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

Липчук Василь Васильович, д.е.н., професор

Мачіха Ірина Володимирівна, студент

Львівський національний аграрний університет

В статті розглядається суть ревіталізації, зокрема туристичних об'єктів, її особливості та соціально-економічне значення. Особлива увага звертається на процес ревіталізації, його складові та пріоритетність здійснення. Звертається увага на необхідність розробки взірцевого проекту ревіталізації туристичних об'єктів.

Ключові слова: туризм, ревіталізація, відновлення, соціально-економічне значення.

Summary. In the article the essence of revitalization, including tourist sites, its characteristics and socio-economic importance. Particular attention is paid to the process of revitalization, its components and priority implementation. Attention is drawn to the need to develop exemplary revitalization project of tourist sites.

Keywords: tourism, revitalization, rehabilitation, social and economic importance.

Постановка проблеми. На початку ХХІ століття туризм зайняв чільне місце серед найбільш прогресуючих та провідних галузей світової економіки. З кожним роком дана галузь все більше розвивається, адже невпинно зростає чисельність людей, яких захоплює культура, природа, національність, традиції і звичаї, архітектурна спадщина інших народів. Тому туризм - це високорентабельна галузь економіки, яка приносить неабиякі доходи для багатьох держав світу, а для деяких з них є основним джерелом доходів. В державах, де в економіці відводиться належна увага туризму, одночасно з ним розвиваються супутні галузі - як транспортна, харчова, переробна, торгівля тощо, що створює додаткові місця праці та дає додаткові джерела доходів. Отож розвиток туристичної галузі, з огляду на його мультиплікативний ефект та зростаючу зацікавленість людей відпочинком, є проблемою достатньо актуальною.

Актуальною є ця проблема і для України з її достатньо потужним туристичним потенціалом. Це історичні пам'ятки архітектури, різноманітні зони відпочинку, багата флора і фауна, географічне положення. Тут і захоплюючі гори Карпати з їх цілющими джерелами, неосяжні степи та неповторні озера. Проте, незважаючи на це, туристичний потенціал України характеризується низьким рівнем віддачі. Значна кількість туристичних об'єктів занедбані та напівзруйновані, але кожен з них має надзвичайно цінну і цікаву історію, тому отримавши «нове життя» у майбутньому вони можуть стати місцем паломництва численних туристів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій В останні роки з'явився ряд робіт, присвячених різним методам відновлення туристичних об'єктів, зокрема архітектурних пам'яток, проте досі практично не звернено належної уваги сучасному і достатньо перспективному методу - ревіталізації.

Постановка завдання. Основною метою публікації є з'ясування суті ревіталізації туристичних об'єктів

як суспільного явища, здатного суттєво сприяти територіальному розвитку та туристичному бізнесу.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах розвитку туризму для збереження та відновлення історико-культурних та архітектурних пам'яток використовують різноманітні методи. Серед яких найбільшого поширення отримали реставрація, модернізація та ревіталізація. Поняття «ревіталізація» (від лат. re ... — відновлення та vita — життя, дослівно: повернення життя) характеризує процеси відновлення, оживлення, відтворення [6]. Її суть полягає у відновленні об'єкту з найменшими змінами архітектурного образу, а також наданням йому нових перспективних можливостей та актуальних функцій [3, 2]. Отже, ревіталізація сприяє максимальному використанню туристичного потенціалу архітектурних об'єктів та комплексів.

Термін «ревіталізація», насамперед, використовувався у медицині, як пояснення процесу омолодження старіючого організму [7]. Пізніше цей термін знайшов своє застосування у архітектурі, зберігаючи своє первинне значення, адже застосовувався при відновленні архітектурної спадщини [4, 5]. Останніми роками все частіше він використовується в містобудуванні.

Ревіталізація архітектурних пам'яток потребує належної уваги, тому що самі такі туристичні об'єкти, на протязі останніх десятиріч, приваблюють мільйони туристів з різних країн. Для проведення ревіталізації туристичних об'єктів та комплексів, зокрема архітектурних, на нашу думку, варто використовувати лише системний підхід. Суть його зображено на рис. 1.

Туристичні об'єкти та комплекси, які потребують ревіталізації, є дуже різноманітні та неоднорідні. Для них характерні різні умови та періоди проектування і будівництва; відмінні вимоги та перспективи відновлення, а також різні нові функції. Проаналізувавши вищенаведені ознаки, можна відзначити, що процес ревіталізації потрібно розглядати на конкретному туристичному

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

об'єкті чи комплексі. Йому має передувати комплексний аналіз усіх складових об'єкту, що сприятиме вибору найефективнішого підходу методу відновлення туристичних об'єктів та комплексів [1].

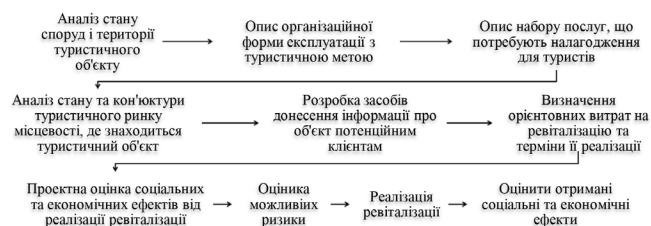


Рис. 1. Процес проведення ревіталізації туристичних об'єктів *

* Авторська розробка

Особливу увагу, на наш погляд, треба звернути на аналіз локального ринку туристичних послуг та можливості імплементації туристичних послуг ревіталізованого об'єкту в сукупність місцевої туристичної пропозиції. В цьому контексті можна відмітити пріоритетність ревіталізації туристичних об'єктів. Перевага повинна надаватися тим об'єктам, які знаходяться на територіях концентрації туристичних послуг, або прилегли до відповідних туристичних маршрутів.

Програма ревіталізації повинна стати документом, який в рамках широкої стратегії розвитку території (населеного пункту, району) на етапі планування визначає цілі ревіталізації (економічні, соціальні, територіальні), пропонує методи їх досягнення, відповідальні організації та намічає передбачувані засоби.

Завданням ревіталізації повинно бути розширення можливостей розвитку територій і населених пунктів та покращення рівня життя мешканців шляхом комплексного перетворення окремих фрагментів територій при збереженні матеріальної і духовної спадщини на основі засад зрівноваженого розвитку. [Aspekty prawne i organizacyjne zarządzania rewitalizacją/Praca zbiorowa pod redakcją Władysława Rydzika.- Kraków 2009 Tom 6.c.9].

Не менш вагомими є і соціальні наслідки ревіталізації туристичних комплексів, серед яких варто виділити формування відчуття патріотизму, оволодіння знання з краєзнавства, знайомство з культурою та традиціями. Цілком можна погодитися з Т. Ткаченко, яка зауважує, що соціальний аспект значущості його туризму «доповнюється ефективним впливом на регіони та місцеві громади шляхом покращання комунікаційних систем, забезпечення робочими місцями, розвитком культури й освітнього рівня місцевого населення. У деяких регіонах, віддалених від промислових і культурних центрів, тільки туризм спроможний виконувати ці функції» [16, с.10].

Саме тому ревіталізація має стати предметом діяльності органів місцевого самоврядування, насамперед в частині формування загальної стратегії розвитку сільських територій. Не менш важливим видається і

включення в ревіталізаційний процес неурядових організацій, що користуються довірою у місцевих жителів.

Нам видається, що повинен бути розроблений типовий взірцевий проект (модель) ревіталізації туристичних об'єктів, який повинен служити реалізації наступних цілей:

1. Визначенню способів і методів здійснення ревіталізації об'єктів, здатних забезпечити збереження існуючої спадщини і підтримку зрівноваженого розвитку;

2. Створення інформаційних, організаційно-правових та наукових основ прискорення і підвищення ефективності процесів ревіталізації в Україні.

3. Притягнення капіталу, інвесторів і туристів, що активізуватиме економіку розглядуваної території і сприятиме тим самим створенню додаткових робочих місць.

Авторами розроблено такий пілотний проект ревіталізації Туристичного спортивно-культурного комплексу Петра Несторова, що знаходиться неподалік старовинного, з багатою архітектурною спадщиною містечка Жовква та кордонну із Польщею, який сьогодні, через виключення комплексу з державного списку пам'яток історії та культури місцевого значення, недостатність фінансування, відсутність заходів щодо охорони перетворився в руїни та сміттєзвалище. Проте навіть у такому жалюгідному стані меморіальний комплекс привертає увагу та цікавість багатьох туристів, в тому числі іноземних.

Висновки. Розвиток туризму, зокрема активізація ревіталізації туристичних об'єктів та комплексів повинна в Україні розглядатись на загальнодержавному рівні. Адже саме ревіталізація в туристичній галузі може стати рушійною силою розвитку економіки загалом. Туризм сприяє надходженню валюти в країну, розвитку супутніх галузей, наповненню місцевих бюджетів та Держбюджету, розвитку елементів інфраструктури, підвищенню ділової активності, а також зростанню доходів населення та рівня достатку нації. значно збільшитись надходження валюти в країну.

Запропонований алгоритм дій щодо ревіталізації туристичних об'єктів та комплексів, хоча і є дискусійним, однак може бути орієнтиром застосування в Україні, що матиме значний економічний та соціальний ефект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Анализ процесса ревитализации промышленных зданий на примере объектов в Испании [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Stroitelstvo/1_121228.doc.htm.

2 Мещерякова О.М. Ревіталізація урбанізованих територій / О.М. Мещерякова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer36/571.pdf>.

3 Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу/Т.І.Ткаченко. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

4 Aspekty prawne i organizacyjne zarządzania rewitalizacją/Praca zbiorowa pod redakcją Władysława Rydzika.- Kraków 2009 Tom 6.- С.9

5 Co to jest rewitalizacja [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rewitalizacja.mlawa.pl/index.php?idg=2>

6 Co to jest proces rewitalizacji [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nysa.eu/strona-307_2_co_to_jest_proces_rewitalizacji.html

7 Czym jest rewitalizacja [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.chelmek.pl/index.php?option=com_content&view=category&id=25&layout=blog&itemid=53

8 Rewitalizacja [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wsg.byd.pl/id_165,studia-uczelnia-kampus-rewitalizacja.html

9 Rewitalizacja jest w modzie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wspolnotamieszkaniowa.pl/aktualnosci/rewitalizacja-jest-w-modzie/1126.html>

УДК 339.137.3

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Миколук О.А.

к.е.н., доцент Хмельницького національного університету

Анотація. Будь-яка організація є цілісною системою, що розвивається і функціонує. Фактором успішності діяльності організації є її специфічна культура, яка впливає на всі сторони життєдіяльності і багато в чому визначає існування і ефективність розвитку. Організаційна культура, що склалася, може сприяти досягненню цілей організації, а може, навпаки, здійснювати негативний вплив на її конкурентоспроможність. Врахування особливостей, параметрів та підходів до формування організаційної культури підприємств сфери готельно-ресторанного господарства дасть можливість підвищити загальну результативність їх роботи.

Ключові слова: організація, організаційна культура, конкурентоспроможність, ефективність, готельно-ресторанне господарство.

Abstract. Any organization is an integrated system that develops and operates. Factor in the success of the organization is its specific culture, which affects all aspects of life and largely determines the existence and effectiveness of development. Organizational culture that has developed, can contribute to achieving the organization's objectives, and may instead make a strong negative impact on competitiveness. Consideration of parameters and approaches of organizational culture enterprises in the hotel and restaurant industry will enable to increase the overall effectiveness of their work.

Keywords: organization, organizational culture, competitiveness, efficiency, hotel and restaurant management.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. В сучасних умовах розвитку суспільства одним із важливих факторів економічного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства є організаційна культура. Зацікавленість менеджерів у формуванні та розвитку якої обумовлено певними факторами. По-перше - у 21 столітті сучасне суспільство вступило у нову фазу розвитку, що безпосередньо відобразилось на трансформації зовнішнього середовища; по-друге - управління сучасними готельно-ресторанними комплексами передбачає зміни в управлінській структурі та залученні нових методів до стимулювання працівників; по-третє – перехід від формальної «жорсткої» системи управління організацією до «м'якої» та адаптивної.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними та зарубіжними науковцями приділено багато уваги розгляду методологічних, науково-теоретичних і науково-прикладних проблем формування організаційної культури, що знайшло відображення в наукових працях К. Адамса, М. Армстронга, Е. Брукінг, У. Буковича,

Г. Десслера, К. Камерона, Н. Корнеліуса, Р. Коула, Р. Куїна, Р. Марра, М. Мескона, Е. Нілі, М. Пула, Х. Скарброу, Дж. Стоунхауса, Д. Тана, С. Тейлора, Д. Торрінгтона, Г. Шмідта, Л. Холл та ін. Проте питання формування організаційної культури з точки зору підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного господарства залишаються і досі не достатньо висвітленими.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження організаційної культури підприємств готельно-ресторанного господарства. Вплив параметрів та підходів організаційної культури на формування конкурентоспроможності підприємств.

Вклад основного матеріалу. В теорії менеджменту організаційна культура розглядається як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати всі підрозділи організації і окремих осіб на досягнення спільних цілей, поліпшувати процес комунікації, мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації. Організаційну культуру можна розглядати як сукупність суспільно прогресивних норм, правил і стандартів, що прийнята в організаційних відносинах підприємства. В свою чергу організаційні відносини являють собою певну взаємодію, протидію або нейтральне ставлення елементів організації всередині або поза нею. [3 с.530]. Враховуючи вище зазначене виділимо основні характеристики організаційної культури підприємства [6, с. 124]:

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

- індивідуальна автономність - ступінь відповідальності, незалежності та можливостей вираження ініціативи в організації;
- структура - взаємодія органів та осіб, діючих правил, прямого керівництва і контролю;
- спрямування - ступінь формування цілей та перспектив діяльності організації;
- інтеграція - ступінь, до якої частини (суб'єкти) в рамках організації користуються підтримкою в інтересах здійснення скоординованої діяльності;
- управлінське забезпечення - ступінь, щодо якого менеджери забезпечують чіткі комунікаційні зв'язки, допомогу і підтримку своїм підлеглим;
- підтримка - рівень допомоги, наданої керівниками своїм підлеглим;
- стимулювання - ступінь залежності винагороди від результатів праці;
- ідентифікація- ступінь ототожнення працівників з організацією в цілому;
- управління конфліктами— ступінь розв'язання конфліктів;
- управління ризиками - ступінь, до якого працівники заохочуються в інноваціях і прийнятті на себе ризику.

Таким чином, організаційна культура визначає можливості використання ресурсів організації, її соціальну відповідальність, напрямки розвитку, регламентує управлінську діяльність, сприяє ідентифікації членів з організацією [7, с. 154]. Фахівці виділяють два основних рівні організаційної культури: як об'єкт, і як процес. На рівні об'єкту організаційна культура розуміється як сукупність певних елементів, а на рівні процесу – це ідеологія керування підприємством як соціально-технічною системою (рис. 1).



Рис. 1. Модель організаційної культури підприємства [3, С. 14]

Організаційна культура у готельно-ресторанному господарстві – це новий напрям знань, який входить у систему наук з основ управління підприємством. Її ціль допомогти людям більш продуктивно виконувати свої

зобов'язання і отримувати від цього більше задоволення, що в кінцевому результаті відображається на конкурентоспроможності організації.

Конкурентоспроможність готельно-ресторанного господарства базується на трьох «китах» [5, с. 320]:

- фахівці готельно-ресторанної справи, які виконують певні функції у відповідності з місією організації;
- завдання, для вирішення яких створюються готельні та ресторани комплекси;
- управлінські рішення, спрямовані на формування, мобілізацію і використання потенційних можливостей компанії з метою залучення та утримання максимально можливої кількості потенційних клієнтів, на яких орієнтований даний бізнес. Проте, організаційна культура різних організацій істотно відрізняється за своєю силою й структурою. У деяких організаціях культура є їхньою невід'ємною частиною, а в інших вона тільки фрагментарна, тому що існує багато субкультур або є мало цінностей і традицій, яких дотримуються в конкретній організації. З впровадженням нової стратегії можуть виникати протиріччя між принципами нової та старої організаційної культури.

Параметри	Характеристика параметрів
Світогляд (сенси існування групи, її місія)	А. Агресивний світогляд передбачає активне ставлення до життя й бізнесу, усвідомлення здатності організації розширювати сферу діяльності, освоювати нові ринки, створювати нові робочі місця. При цьому заохочується розумний ризик і допускається можливість помилок. При цьому агресивне ставлення може бути лише до оточення, а всередині заохочується солідарність, хоча можливий і варіант агресивності (змагальності). Б. Стабільний світогляд передбачає збереження досягнутих позицій, при цьому ризик не заохочується, а помилки не пробачаються, строго регламентуються дії членів організації в стандартних ситуаціях (нестандартних ситуацій у цій групі усі намагаються уникати). У таких групах звичайно існує суворий вертикальний і горизонтальний (взаємний) контроль і внаслідок цього значне дистанціювання як від влади, так і один від одного.
Цінності й норми (пріоритети й стандарти поведінки, одяг і зовнішній вигляд, стиль, імідж, репутація)	А. Агресивно налаштована організація мало уваги приділяє стандартам, її основна цінність — досягнення поставлених завдань зростання обсягів і прибутків. Б. Миролюбно налаштована організація дуже цінує писані й неписані правила й стандарти. За допомогою запровадження уніформи, обов'язкової поведінки, суворих вимог до моральності співробітників вона прагне протистояти чинникам середовища.
Переконання й відносини (міфи, релігія, обряди, ритуали)	А. В агресивній організації міфи, обряди й ритуали спрямовані назовні, на розширення меж і розвиток успіху. Ця група часто не сповідує релігії взагалі. Б. У стабільній організації частіше підтримуються традиційні вірування, у яких надається перевага колективізму.
Ставлення до змін (терпимість, здатність навчатися)	А. В агресивній організації навчання персоналу завжди заохочується, проголошується принцип "безперервного навчання". Б. У стабільних організаціях вимагають засвоєння основних стандартів, а в подальшому навчання необхідності не вбачають.
Ставлення до "ресурсу часу" (усвідомлення цінності часу)	А. Агресивна організація надзвичайно цінує час. Б. У стабільній організації час цінують менше, тому не шукають способів пришвидшення виконання завдань.
Ставлення до статі й віку члена групи (дискримінація або рівноправ'я)	А. В агресивній організації практично немає дискримінації за статтю й віком, тому важливою є не особистість, а результати її діяльності. Б. У стабільній організації дискримінація може бути закладена від початку в писаних і неписаних правилах.

Таблиця 1. Характеристика параметрів організаційної культури [4, с. 459]

Висновки. Таким чином, організаційна культура може сприяти розвитку організації, надихати людей і допомагати їм координувати роботу. Хоча нездатність її до швидкої адаптації іноді гальмує внесення необхідних змін під час реалізації стратегії. Тому, готельно-ре-

сторанний бізнес — це сфера людської діяльності, яка приречена на бурхливий розвиток у найближчі роки. Для створення нових і реконструювання старих підприємств галузі потрібні фахівці, озброєні новітніми досягненнями науки, такі, що вміло формують, управляють організаційною структурою, великими колективами працівників, приймають ефективні, зважені професійні рішення, планують діяльність і реалізують ідеї по-новому, адекватно реагують на негативні тенденції та явища макрооточення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: Питер Ком, 1999.- 416 с .
2. Брустинов Д.В. Формирование и развитие организационной культуры руководителей промышленных предприятий: дисс. На соискание степени к.е.н. Спец. 08.00.04 «Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности) / Дмитрий Владимирович Брустинов. – Запорожье: Приватный национальный университет, 2009. – 191 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Економіст, 2005. – 670с.
4. Дафт Р. Менеджмент. О СПб.: Питер. Классика МБА, 2010. – 800с.
5. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
6. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч. посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
7. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. - К.: Кондор, 2005. – 408 с.

УДК 640.412

РОЗВИТОК РЕЛІГІЙНО-ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ГОТЕЛІВ ДЛЯ ПАЛОМНИКІВ

Мілевський В.В.,

магістрант Національного університету харчових технологій

Пересічний Михайло Іванович, д. т. н.,

професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Національного університету харчових технологій

Анотація. В даній статті представлено результати дослідження релігійно-паломницького туризму в Україні та наведена необхідність удосконалення готелів для паломників в Україні та в м. Почаїв зокрема.

Ключові слова: готель, ресторан, паломництво, православна кухня, релігійний туризм.

Annotation. This paper presents results of a study of religious and pilgrimage tourism in Ukraine and given the need to improve accommodations for pilgrims in Ukraine and in the city. Pochayev particular.

Key words: hotel, restaurant, pilgrimage, Orthodox cuisine, religious tourism.

Постановка проблеми. Паломницька традиція є тим об'єктивним підґрунтям, на якому розвивається зараз і поступово набирає поширення релігійний туризм в Україні.

Відвідання святих місць і поклоніння їм є основною метою здійснення паломництва. Паломництво - це обрядова подорож до святого місця, об'єкту, що містить всі ознаки туристської діяльності. Воно відрізняється від масових видів туризму, прийнятих в світському суспільстві, але паломництво розглядається у тісному зв'язку з туризмом.

З кожним роком кількість туристів, охочих відвідати духовні і святі місця України збільшується з помітним приростом 10-15% щорічно. Це пояснюється як релігійними мотивами, так і туристичним інтересом [8].

Відомо, що при багатьох храмах та інших святих місцях існують гостинні двори, де прочани можуть отримати послуги, пов'язані із розміщенням. Але даний набір послуг є досить мінімальним і не відповідає вимогам комфортного перебування гостей — не забезпечує їх певними умовами для проживання, відпочинку та організації харчування.

Важливою проблемою в даний час є і те, що мала кількість українських готелів, які розташовані поблизу святих, можуть запропонувати паломникам-християнам певний набір послуг, а саме: спеціальне меню, де будуть переважно пісні страви, організацію паломницьких екскурсій і поїздок тощо.

Постановка завдання. Дослідити сучасні тенденції та перспективи розвитку релігійного туризму в Україні, розвиток готельної індустрії, а саме надання послуг для особливого контингенту туристів — паломників, у готелях України та обґрунтувати доцільність впровадження послуг специфічного харчування та на-

дання додаткових послуг для прочан.

Вклад основного матеріалу. Християнське паломництво є одним з найдавніших видів подорожей, відомих з літописних джерел ще IV ст. н. е.

У сучасному релігійному туризмі можна виділити два напрями:

1) власне релігійний – паломництво (відвідання святих місць з метою поклоніння реліквіям) і місіонерство (здійснення подорожей з метою пропаганди того чи іншого віровчення);

2) релігієзнавчий (не тільки для віруючих) – пізнавальні (ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії, культурою) та наукові (для богословів, істориків, релігієзнавців) поїздки.

Серед віруючих в Україні домінують християни (95%), з яких 84,5% православні та 15,5% католики [8]. Саме для них характерна традиція паломництва або релігійного туризму.

Як і будь-яка інша галузь економіки, індустрія туризму стикається з посиленням глобальної конкуренції, де зростає кількість держав, які приваблюють туристів розвинутою системою історико-культурних та природних територій, що активно використовуються у туристській діяльності.

Ця система включає національні парки (природні, історичні, етнографічні), історичні поселення, меморіальні місця, пам'ятки оборонної архітектури (фортеці, замки) тощо. Активно використовується статус об'єктів Всесвітньої культурної і природної спадщини, встановленої на засадах спеціальної конвенції ЮНЕСКО, яка підписана більш ніж 150 державами.

В Україні під охороною держави знаходиться більше 160 тисяч пам'яток історії, культури та архітектури, 400 населених пунктів постановою Кабінету Міністрів

№ 878 від 26 липня 2001 року внесено до Списку історичних населених місць України. Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО поповнили Софійський собор з архітектурним ансамблем у Києві, Києво-Печерська Лавра, історичний центр Львова.

З розширенням мережі туристичних послуг до здійснення паломницької подорожі з метою поклоніння як власним духовним святиням, так і святиням інших народів і культур, залучається все більша кількість туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно здійснюють паломництво щонайменше 200 млн. осіб. З кожним роком в Україні також набуває популярності паломництво. Щорічно до лав паломників вливаються сотні тисяч людей.

Специфіка паломництва визначається особливостями релігійної свідомості віруючих, що в свою чергу пов'язано з характером віроповчальної доктрини і культурної практики тих чи інших регіональних напрямків.

Виникнення поняття паломництво пов'язують зі словом «палома» – пальмова гілка, з якою мешканці Єрусалиму зустрічали Ісуса Христа.

Паломництво – похід віруючих до святих місць (місця паломництва) в надії отримати божественну святість. Паломництво – явище духовного життя людства, певна духовна потреба безпосереднього спілкування з святинями. У більшості релігій паломництво відіграє традиційну місіонерську роль, сприяючи утвердженню релігійних істин в суспільстві.

У вузькому сенсі паломництво — це відвідування головних святинь конфесії в строго визначений час і з дотриманням режиму перебування. Наприклад, в православ'ї паломництвом називають тільки відвідування Святої Землі протягом не менше 10 днів. Всі інші релігійні поїздки визначаються терміном «проща».

В основі поїздок віруючих з метою вчинення культових дій лежить інформація про надприродні здібності об'єкта відвідування. Вона є спонукальним мотивом релігійного туризму і від неї залежить масштабність паломництва.

Святі місця світового та релігійного значення є чинником формування міжнародних паломницьких потоків, а святині локального та місцевого значення створюють переважно внутрішні паломницькі потоки.

Україна має сакральні християнські святині регіонального значення, що є чинником формування іноземних паломницьких потоків в Україну переважно з Росії та Польщі. Традиційним центром тяжіння для християн України є Свята Земля, що утворює постійний споживчий ринок зі значними потенційними можливостями. Таким чином, в сакральному просторі християнського світу Україна є «перехрестям» паломницьких шляхів і має величезні ресурси для розвитку релігійно-паломницького туризму. Першочерговими об'єктами для подібних релігійних маршрутів є безліч монастирів, які протягом багатьох століть залишаються своєрідними центрами духовності в Україні. В них зберігаються мощі святих, релігійні реліквії, чудотворні ікони, які привертають паломників.

Серед найбільш відомих монастирів: Києво-Печерська Лавра, Фролівський, Видубицький монастири в м. Києві, Свято-Успенська Почаївська Лавра в Тернопільській області, Святогірська Свято-Успенська Лавра в Донецькій області, що отримала цей статус у вересні 2004 року.

Існує також ряд причин, що перешкоджають розвитку релігійного туризму. До них відносяться:

- Відсутність комплексної програми розвитку релігійного туризму;
- Нерозвиненість туристичної інфраструктури;
- Відсутність системи управління релігійним туризмом;
- Відсутність належного громадського порядку в місцях здійснення паломництва;
- Відсутність рекламно-інформаційної продукції, пропаганди та просування релігійного туризму;
- Недостатня кількість готельних місць і невідповідність їх структурі попиту.

Щодо забезпечення готельними місцями паломників у м. Києві, то, наприклад, у Михайлівському Золотоверхому монастирі, засоби розміщення представлені кількома кімнатами, які займають 5 і 6 поверхи монастирського корпусу. Ці кімнати розраховані в середньому на 4-6 осіб, без комфортних умов для проживання (душ на поверсі), без забезпечення гостей харчуванням.

Єдиний готель, що знаходиться не в межах монастирів чи храмів, розташований на околиці Києва в котеджному селищі Петропавлівська Борщагівка. Готель призначений для проживання православних паломників, що прибувають до Києва.

Це двоповерховий котедж. Шість номерів: 3-х, 4-х, 5-ти, 6-ти, 7-ми місні. Всього 30 місць. На поверхах розміщені по 2 санвузли і душова. Є кухня і весь необхідний посуд для того, щоб постояльці могли самі готувати собі їжу [3].

Отже, можна зазначити, що навіть столиця України не може забезпечити високий рівень комфорту та якості послуг, що пропонуються прочанам, які приїждять до Києва. Гості повинні жити з великою кількістю сусідів, готувати самостійно.

Що ж стосується забезпеченості готельними місцями міста Почаїв, де знаходиться Свято-Успенська Почаївська Лавра, то у даному місті є лише один готель — «Reikartz Почаїв», який пропонує споживачам готельних послуг 68 номерів різної категорії.

Хоча у м. Почаєві представлений єдиний готель, але тут дуже розвинена практика гостинних будинків. Господарі таких закладів розміщення пропонують туристам, що приїждять відвідати Почаївську Лавру, лише кімнату і частіше всього без належних умов комфортно проживання. Харчуватись — купувати продукти, готувати їжу — гості повинні самі.

Але, якщо раніше туристи готові були відпочивати у великих залах храмів і монастирів, прийнявши участь у піших походах, то зараз турист вимагає гарантії безпеки щодо його релігійних вподобань та значно більше комфорту.

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Звичайно, представлені у місті Почаїв умови, не надають жодних зручностей, відсутність забезпечення туристів послугами харчування також досить негативно впливають на туристичний потенціал регіону в цілому.

Разом з цим зростає проблема у харчуванні даного контингенту — прочан, яка виражається в специфіці їхнього раціону харчування.

В православному календарі близько 200 днів протягом року – пісні. Піст накладає певні обмеження на повсякденне харчування.

Набір страв для православної кухні складався віками, склад допустимих для вживання в цей час продуктів змінювався.

На даний момент православною кухнею називають ту, де відсутні страви, в склад яких входять продукти тваринного походження (м'ясо, яйця, молочні продукти). Особливістю є те, що пісне меню забороняє вживання молочних продуктів і яєць, але в дні менш суворого посту дозволяє вживання риби та морепродуктів.

Проведений аналіз сучасного стану забезпечення паломників України послугами харчування виявив необхідність у створенні особливого закладу готельного господарства у м. Почаїв, де буде представлений ресторан з православною кухнею. Він буде розміщений у безпосередній близькості зі святинєю та в даному закладі ресторанного господарства на вибір гостей — паломників, прихожан та прочан — буде запропоновано декілька видів меню — для суворох днів посту та концептуальне пісне меню.

Що ж до додаткових послуг для відпочинку прочан, то в готелі на першому поверсі буде розміщений кіоск з православною літературою, де гості зможуть знайти цікаві їм книжки та журнали. Також тут буде розміщуватись магазин-церковна лавка, де прочани зможуть купити свічки, молитовники, іконки, предмети для різних обрядів (хрещення, вінчання тощо) та православний одяг (наприклад, довгі спідниці, хусточки для жінок).

Враховуючи особливості даного контингенту споживачів готельних послуг, на кожному поверсі готелю доцільно буде розмістити кімнати для молитов. Вони повинні буди оснащені найбільш відомими іконами (зображення святих можуть бути зовсім невеликого розміру та розташовуватись, наприклад, на столику поряд з просфорою), зручними лавочками для сидіння.

Також в готелі для паломників можна організувати специфічний конференц-зал, де за допомогою проєктора та потужної звукової техніки будуть транслюватись фільми на православну тему, проповіді різних священників. А після перегляду гості готелю зможуть обговорити питання, що виникли, або звернутись до Бога з молитвою.

Персоналом готелю будуть також надаватись послуги організації паломницьких поїздок до інших сакральних місць в Україні та закордоном.

Створення такого закладу розміщення у м. Почаїв значно вирішить ряд проблем, які можуть виникати у процесі подорожей прочан. Вирішиться задача задово-

лення потреб у харчуванні людей, які потребують специфічного раціону харчування — паломників і прочан. Даний контингент туристів зможе отримувати додатковий спектр послуг в одному закладі, де їм надаватимуться найбільш якісні послуги розміщення, харчування, забезпечення безпеки, комфорту і, найголовніше, поваги до їх віри. Створення особливого закладу розміщення — готелю для прочан — позитивно вплине на загальний стан релігієзнавчого туризму в Україні в цілому та в місті Почаїв зокрема.

Висновки. Релігієзнавчий туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Під релігійним туризмом слід розуміти види діяльності, пов'язані з наданням послуг і задоволення потреб туристів, які прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичного для них середовища.

Україна - перспективна, безпечна та приваблива країна для розвитку міжнародного релігійно-паломницького туризму. Останнім часом тут відзначається підвищений інтерес до релігійного туризму і паломництва.

Спостерігаючи за останніми тенденціями розвитку готельного бізнесу, чітко простежується фактор необхідності надання все більш різноманітного спектру додаткових послуг. А в даному випадку — створення абсолютно нового типу готелю зі специфічним набором послуг, із закладом ресторанного господарства з православною кухнею — готель для паломників.

Можна однозначно стверджувати, що релігійний туризм, як й інші його форми, має позитивний вплив на економічний розвиток тих регіонів, де знаходяться відомі релігійні об'єкти та духовні реліквії. Прибуття паломників та туристів, яких цікавлять ці місця, сприяє розвитку мережі готелів, закладів ресторанного господарства, торгівлі, вироблення сувенірів, виготовлення продуктів сфери послуг для мандрівників тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богущкий Ю. Державно-церковні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи співпраці / Ю. Богущкий // Релігійна свобода: Свобода релігії і міжрелігійний діалог: глобальні виміри й локальні вияви: Наук. щорічник - 2011. - №16. - 307 с.
2. Головка О. М. Організація готельного господарства : навчальний посібник – Київ: Кондор, 2012. – 337 с.
3. Готельне господарство м. Києва. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ua.kyivconvention.com
4. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розмішування»
5. Любіцева О.О., Романчук С.П. Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. “Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості” - К.: Знання України, 2012. - с.61-65.
6. Офіційний сайт компанії в області бронювання місць в закладах розміщення Booking.com B.V. – [Елек-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

тронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com>

7. Снітовський О. Що являє собою релігійний туризм в Україні? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tutcikavo.co.ua/>

8. Яроцький П.Л. Релігієзнавство: Навч. посібник./ П.Л. Яроцький - К: Кондор, 2013. - 442 с

УДК 640.412:658.512.2-056.26

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ ДЛЯ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЛЮДЯМ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

Опанасенко Надія Анатоліївна, магістрант

Собко Анна Борисівна, доц., к.т.н.

Національний університет харчових технологій, м. Київ

Анотація. В статті досліджено актуальність впровадження концепції універсального дизайну в готельному бізнесі з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств. Проаналізовано досвід іноземних компаній щодо надання готельних послуг людям з особливими потребами. Обґрунтовано необхідність впровадження інклюзивного дизайну в готельних підприємствах України з метою охоплення такого сегменту потенційних споживачів, як маломобільні групи населення.

Ключові слова: готельне господарство, соціальні інновації, безбар'єрне середовище, універсальний дизайн, доступність, люди з обмеженими можливостями.

Annotation. In article examines the relevance of introducing the concept of universal design in the hospitality industry to improve the competitiveness of enterprises. The experience of foreign companies to provide hotel services for people with disabilities. The necessity of implementing inclusive design in hotel enterprises of Ukraine to reach this segment of potential users as people with limited mobility.

Keywords: hospitality, social innovation, barrier-free environment, universal design, accessibility, people with limited possibilities.

Постановка проблеми. На даному етапі розвитку світової економіки значно підвищується роль сфери послуг, що обумовлено високим рівнем забезпечення зайнятості населення сервісними організаціями (понад 50%) і збільшенням їх питомої ваги в поповненні державного бюджету. Вагомою структурною складовою сервісних організацій є підприємства готельного господарства. Інтенсифікація розвитку готельного бізнесу в умовах глобалізації призводить до збільшення конкуренції в цьому секторі. Відповідно, для стабілізації своїх позицій на тлі зростаючої конкуренції готельним підприємствам необхідно максимально використовувати інноваційні тенденції при виборі конкурентних переваг. Питання доступності відповідно до стандартів універсального дизайну стало особливо гострим сьогодні, адже кількість людей з обмеженою мобільністю постійно зростає. Все вищезазначене обумовлює актуальність досліджень щодо розробки та впровадження інклюзивності в готельному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи розвитку універсального дизайну – як важливої складової соціальних інновацій, стали предметом дослідження науковців різних країн світу.

Вивченням інноваційних підходів до вирішення проблем людей з особливими потребами в готельному бізнесі займалися Гасюк Н., Горішевський П., Євчук М., Кімакович В., Ковалів М., Лаврук О., Мартинюк М., Рубановський К., Сохан В Байда Л. Ю., Красюкова-Еннс О. В., Азін В. О., Грибальський Я. В.

Існують видані практичні рекомендації про те як забезпечити оптимальну доступність будівель і приміщень для людей з інвалідністю та інших маломобільних

груп населення і звести до мінімуму існування можливих перешкод (Скрипка Н., Грибальський Я. Азін В. «Доступність до об'єктів житлового та громадського призначення для людей з інвалідністю»).

За останні 3 роки ВГО «Національна Асамблея інвалідів України» за підтримки Канадського центру вивчення інвалідності успішно реалізувала декілька канадсько-українських проектів з питань доступності та універсального дизайну, особливо звертаючи увагу на дітей з особливими потребами в Україні.

Проте постановка проблеми у контексті виявлення інноваційних тенденцій в розвитку інклюзивності підприємств готельного господарства, їх впливу на підвищення ефективності господарювання та забезпечення соціальних потреб суспільства вимагає ґрунтовних досліджень.

Постановка завдання. В сучасних умовах господарювання однією з конкурентних переваг для підприємств готельного господарства може бути досягнення 100% «індексу задоволеності клієнта» або безвідмовності сервісного обслуговування для широкого сегмента споживачів. Дані численних досліджень підтверджують, що один незадоволений клієнт призводить до втрати 300 потенційних клієнтів. Враховуючи соціальну складову готельного обслуговування, яка базується на сприйнятті комплексного продукту в процесі контакту клієнта з організацією (вплив на тіло людини, його майно, розум, а також обробка інформації), можна значно розширити цільовий ринок підприємства. Одним з варіантів розширення цільового ринку може бути вихід на споживачів абсолютно не охоплених певним сервісом або обмежених в ньому. До такого сегменту споживачів можна

віднести людей з обмеженими можливостями або маломобільні групи населення. Саме визначення потреб таких потенційних клієнтів та розкриття особливостей інклюзивного дизайну, як інноваційної тенденції в організації їх обслуговування на підприємствах готельного господарства, стане основним завданням даного дослідження.

Виклад основного матеріалу.

Прогресивні перетворення в світі, виклики глобалізації, розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, перехід до ринкової економіки, демографічні зрушення, зміни у сфері зайнятості та охорони здоров'я спричиняють зміну поглядів та ставлення світової, європейської спільноти, урядів держав, неурядових організацій, і найважливіше - українського суспільства до проблем людей з інвалідністю, як носіїв універсального, неподільного, взаємозалежного характеру всіх прав та основних свобод людини, а також необхідності того, щоб ці права були реалізовані без будь-яких обмежень та дискримінації.

Соціальна значимість туризму для особливих категорій населення обумовлена, зокрема, тим, що відносно і абсолютне число осіб з різними видами обмеження життєвих можливостей безперервно зростає. Згідно з міжнародною доповіддю ВОЗ про інвалідність за 2011 рік, 15% світового населення мають інвалідність. В Україні 2,6 млн. людей з інвалідністю, серед яких є 164000 дітей, згідно Річного Звіту Мінсоцполітики України за 2013 рік. До того ж, у нас 40% людей пенсійного віку, 1,5% осіб з тимчасовим порушенням здоров'я, 5% дітей до 7 років та 2% вагітних жінок та батьків з коляскою [7].

За даними ООН, кожна четверта сім'я у світі стикається з проблемами інвалідності, загальна кількість людей цієї категорії населення на планеті становить 600 млн. осіб, і понад чверть з них – діти. Діти даної категорії потребують особливої уваги з боку держави і батьків, тому сфера гостинності повинна забезпечувати такі сім'ї належними умовами [5].

Дані досліджень Всесвітньої організації з охорони здоров'я свідчать про те, що з урахуванням глобальних світових тенденцій в однієї людини з десяти є одне або кілька функціональних порушень, які стають причиною інвалідності. Ці люди переважно не мають доступу до ключових об'єктів інфраструктури та послуг. Саме тому інваліди подорожують менш активно, ніж інші громадяни: наприклад, цей показник коливається від 37% - у Великобританії до 53% - у Німеччині. Між тим 11% всіх туристичних поїздок в Європі і 7% - у всьому світі чинять мандрівники з особливими потребами, найчастіше в компанії членів сім'ї або друзів [4]. У західних країнах (Німеччині, Швейцарії, Італії, Іспанії, Франції, Латвії, Польщі, Греції, Румунії, Данії, Норвегії та ін.), вже увійшла в норму розробка турів з урахуванням потреб і доступності будівель для інвалідів. Україна тільки починає рухатися в даному напрямку, люди вже починають голосувати грошима за більш комфортне житло, однак готелі навіть еліт-класу не є повністю функціо-

нальними з огляду на принципи універсального дизайну. Однак місткість ринку доступного туризму в Україні і перспективи його розвитку ніхто ще не вивчав, немає статистичних даних [6].

Протягом останніх 20 років використовувалися різноманітні підходи і терміни для визначення архітектурної пристосованості/доступності об'єктів громадського користування для осіб з інвалідністю при проектуванні та спорудженні будівель і приміщень, а саме - сприятливе/безпечне проектування, проектування для особливих потреб чи концепція проектування без бар'єрів. Часто це були окремі рішення для певних груп [2].

Останні дослідження показали, що доступність повинна означати щось більше, ніж безпосередній доступ до будівлі або приміщення за допомогою допоміжних або спеціальних засобів. Концепція універсального дизайну - це сучасний підхід до проектування, який явно відрізняється від «проектування для інвалідів». Значне місце в розробці підходів до питань універсального дизайну відіграла політика та законодавство Європейських країн, Канади та США [9].

Універсальний дизайн або інклюзивний дизайн - стратегія, спрямована на проектування та наповнення різних типів середовища, продуктів, комунікацій, інформаційних технологій і послуг, для забезпечення доступності та розуміння всіма покупцями, відповідно для загального використання без необхідності адаптації. Універсальний дизайн припускає задоволення потреб будь-якого клієнта готелю на основі рівноправного використання, гнучкості, простоти і зручності у використанні, сприйняття інформації незалежно від сенсорних можливостей користувачів, допустимість помилок з боку клієнта, забезпечення низького рівня фізичних зусиль при споживанні послуг [10].

Універсальне проектування в загальному розумінні – це процес створення просторів, предметів максимально зручних для всіх клієнтів, незалежно від їхнього віку, фізичних чи когнітивних можливостей, без необхідності використання допоміжних чи компенсаційних засобів або вузько спрямованих спеціалізованих рішень. Наприклад, відсутність сходинок або порогів біля входу у готель зробить його пристосованим як для людини з порушеннями опорно-рухового апарату, так і для людей з дитячою коляскою або транспортним візком; зовні стандартні, але ширші двері будуть зручними і для людини на інвалідному візку, і для будь-якої особи з валізами у руках [7].

Розвиток інклюзивного туризму може стати для засобів розміщення серйозною конкурентною перевагою завдяки:

- збільшенню обсягу продаж за рахунок розширення контингенту споживачів готельних послуг;
- збільшенню обсягу продаж додаткових послуг;
- підвищенню лояльності і частоти повторного розміщення клієнтів;
- заповнення номерного фонду в низький сезон, так як гості з обмеженими можливостями воліють відпо-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

чивати саме в цей період;

- збільшенню тривалості перебування в готелі в порівнянні з іншими категоріями споживачів.

Для отримання всіх цих переваг засобам розміщення необхідно сформулювати так зване безбар'єрне середовище, яке передбачає доступність засобів розміщення для гостей, доступність транспорту та інформаційну доступність [6].

Важливу роль в забезпеченні доступності середовища відіграє держава, як гарант забезпечення соціальних потреб своїх громадян. Не є виключенням і Україна, яка має ряд законодавчих та нормативних актів, що регулюють соціальну сферу в державі. Зокрема, в Україні ратифіковано ряд міжнародних правових актів в сфері захисту прав осіб з інвалідністю, що є обов'язковими до виконання. Основні положення цих актів були трансформовані в національне законодавство. До основних законодавчих актів, що регулюють питання захисту прав людей з інвалідністю в Україні можна віднести в першу чергу Конституцію України, а також Закони України: «Про основи соціальної захищеності інвалідів України», «Про реабілітацію інвалідів в Україні», «Про планування і забудову територій», «Про захист прав споживачів», «Про транспорт», «Про міський електричний транспорт», «Про дорожній рух»; Укази Президента України «Про першочергові заходи щодо створення сприятливих умов життєдіяльності осіб з обмеженими фізичними можливостями», «Про заходи щодо розв'язання актуальних проблем осіб з обмеженими фізичними можливостями»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Програми забезпечення безперешкодного доступу людей з обмеженими фізичними можливостями до об'єктів житлового та громадського призначення», «Про заходи, пов'язані із задоволенням потреб осіб з інвалідністю, зокрема під час підготовки та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу в Україні». Державними стандартами України також передбачено ряд вимог щодо забезпечення доступності сервісного середовища для людей з інвалідністю на стадії проектних робіт (ДБН, ДСТУ). При створенні безбар'єрного середовища необхідно користуватися стандартами і стратегіями ООН, ВООЗ та ЮНІСЕФ, які забезпечують доступність продуктів, просторів і послуг для всіх без виключення користувачів та суспільної інтеграції.

Впровадження стратегії універсального дизайну потребує значних змін саме у проектуванні (універсальне проектування). Науковими дослідниками Канади доведено, що доступність, яка закладена спочатку не буде коштувати більше 1-3% від загальної вартості об'єкту та окупиться. Проблема виникає у неспроможності застосування даного підходу готельними підприємствами, які функціонують на базі реконструйованих старих будівель. Архітектурні особливості таких об'єктів практично унеможливають перетворення планувальної організації будівлі та приміщень під вимоги універсального дизайну. Але раніше чи пізніше цей об'єкт треба буде переробити, щоб дизайн став універсальним. Якщо це можливо

з врахуванням хоча б деяких принципів інклюзивності, то вартість даного проекту перевищить 20% загальної вартості об'єкту [1].

Інклюзивне середовище однозначно буде корисне кожному. Всі проходять схожий життєвий цикл і схильні мати різний рівень мобільності на кожному з етапів свого життя.

Практичним прикладом застосування концепції універсального дизайну є готелі Тойоко Ін. У мережі є готелі в яких у всіх номерах можуть зупинитися клієнти, що використовують інвалідні візки.

При проживанні в готелі клієнтів з обмеженими можливостями надається наступна допомога:

- надання в оренду всього призначеного для цього приладдя за бажанням клієнта;
- проводи до номера за бажанням клієнта;
- допомога в зміні розстановки меблів в номері (для клієнтів в інвалідних візках);
- пояснення щодо обладнання номеру і форми предметів (для клієнтів з вадами зору);
- домовленість про способи екстреного зв'язку між клієнтом і стійкою портьє (для клієнтів з вадами слуху);
- ретельне і детальне пояснення способів користування обладнанням номера (для клієнтів похилого віку).

Готелі Тойоко Ін використовують дизайн, що дозволяє великому числу клієнтів проживати в готелях самотійно, відчуваючи себе при цьому максимально комфортно і рівноправно [3].

Наступним прикладом соціалізації послуг є готелі мережі Scandic. «Спроектовано для всіх, зручно для кожного» - девіз мережі Scandic. В усіх номерах для людей з особливими потребами передбачені додаткові пристосування. Було впроваджено єдину програму підвищеної доступності у всіх готелях, яка постійно розвивається. У співпраці з організаціями, створеними для підтримки людей з обмеженими можливостями, а також з гостями та співробітниками готелів було складено список із 110 пунктів, який назвали стандартом доступності Scandic. Цей стандарт включає всі заходи підтримки таких гостей і є обов'язковим для дотримання при підготовці всіх продуктів і послуг Scandic [4].

Особливо важливим є те, що універсальне проектування є концепцією, яка виходить за рамки питання доступності та пристосованості будівель, охоплюючи також соціальні, економічні, культурні питання, і максимально сприятиме об'єднанню людей, а не поділу їх на окремі групи за різним ступенем можливостей. Використання універсального дизайну дозволить готельним підприємствам та багатьом іншим сервісним організаціям застосовувати в процесі обслуговування основні принципи та ідеї рівності і зручності для всіх клієнтів.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, в сучасних конкурентних умовах кожна організація повинна функціонувати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Соціальні інновації є сучасним трендом, який підхоплюють підприємства готельного господарства, отри-

муючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші маломобільні групи населення. Соціально-відповідальне ведення бізнесу надає ряд переваг готельним підприємствам, а саме: економія грошей, часу та сил, розширення цільового ринку, зміцнення позиції бренду, формування високого рівня репутації серед заінтересованих осіб, можливість отримання стратегічних вигод від соціальних інвестицій. Все це може стати ключовою компетенцією готельних підприємств в умовах жорсткої конкурентної боротьби на вітчизняному та закордонному ринку готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азін В. О., Байда Л. Ю., Красюкова-Еннс О. В., Грибальський Я. В. Доступність та універсальний дизайн: навчально-методичний посібник. – К. 2013. – 130с.
2. Азін В., Грибальський Я., Скрипка Н. Доступність до об'єктів житлового та громадського призначення для людей з інвалідністю: методичний посібник, видання V (доповнене). – К. 2011. – 228с.
3. Офіційний сайт мережі готелів Тойоко Ін. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.toyoko-inn.com>
4. Офіційний сайт мережі готелів Scandic. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.scandichotels.ru>
5. Статистичний збірник: «Захист дітей, які потребують особливої уваги суспільства». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>
6. Спецпроект «Погляд з інвалідного візка». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://flyingwheels.ru>
7. «Універсальний дизайн - допомогти мільйонам людей...». Печончик Т. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.civicua.org>
8. «Універсальний Дизайн: до цивілізованих стандартів України ще далеко». Галушак І. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://naiu.org.ua>
9. «Універсальний дизайн: світовий досвід та впровадження в Україні». Стеценко А. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.civicua.org>
10. «Універсальний Дизайн: будівлі мають бути зручними для кінцевого споживача» Стеценко А. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org>

УДК 640.412:615.83

ВИКОРИСТАННЯ ФІТОБОЧКИ В СУЧАСНИХ СПА-САЛОНАХ ПРИ ГОТЕЛІ

Павлюченко Олена Станіславівна

к. т. н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Шапар Вікторія Дмитрівна, магістрант

Національний університет харчових технологій

Анотація. У статті висвітлено питання щодо розширення послуг SPA-центрів при готелях згідно сучасних світових тенденцій. Це допоможе урізноманітнити асортимент додаткових послуг готелю, що у подальшому дозволить залучати більшу кількість відвідувачів та покращити імідж підприємства.

Abstract. The article highlights the issue of extension, SPA-centers at the hotels according to the modern world trends. This will help diversify the range of additional services at that in the future will attract more visitors and improve the image of the company.

Ключові слова: spa-туризм, spa-заклади, лікувально-оздоровчі послуги, фітобочка, фітосауна.

Keywords: spa-tourism, spa-facilities, medical and health service, phytocask, phytosauna.

Постановка проблеми: дослідження сучасних потреб людини в її прагненні до здорового способу життя, розвиток SPA-центрів при готельних підприємствах може сприяти розширенню спектру додаткових оздоровчих послуг та підвищенню рівня якості послуг SPA-центрів при готельних підприємствах України.

Сучасні тенденції розвитку інноваційних SPA-послуг розкрито у роботах О.О. Шаповалова, Ю.А. Сапа, М.В. Рутинського. Дослідженню питань організації роботи SPA при готелі свою увагу приділив С.А. Кучмистий та М.В. Одрехівський.

Аналіз літературних джерел з досліджуваної проблеми підтверджує актуальність теми, але слід зазначити, що питанню визначення сучасних інноваційних тенденцій розвитку SPA-послуг при готельних підприємствах приділено недостатньо уваги.

Недостатня теоретична та практична розробленість проблеми зумовлює актуальність та вибір теми нашого дослідження.

Основним світовим брандом 2014 року на ринку готельного господарства є оздоровчі послуги.

Відповідно до сучасних світових стандартів, прийнятих в індустрії гостинності, наявність spa в готелі є необхідною складовою інфраструктури. Сьогодні це такий самий елемент сервісу, як ресторан чи бар, який не викликає жодних сумнівів у своїй доцільності.

При правильному підході до створення spa підвищується привабливість готелю в очах споживача, а також можна розраховувати на додаткове джерело прибутку. Адже цільова аудиторія spa в готелі є клієнти з високим рівнем доходу, у віці від 25-45 років – тобто активні й забезпечені люди, за увагу яких змагається будь-яке клієнтоорієнтоване підприємство індустрії гостинності.

Актуальним постає питання щодо розширення послуг SPA-центрів при вітчизняних готелях згідно сучасних світових тенденцій. Це допоможе урізноманітнити асортимент додаткових послуг готелю, що у подаль-

шому дозволить залучати додаткові потоки відвідувачів та покращити імідж підприємства.

Одним з популярних видів спа-послуг є фітобочка, яка дозволяє зняти навантаження з нервово-м'язової системи, очистити організм від шлаків та значно підвищити імунну систему. В результаті такої процедури цілювальний вплив відбувається не лише на окремі органи, а й на людський організм вцілому [6].

Через свою надзвичайну результативність кедрова бочка має досить високу популярність за кордоном, все більше слов'янських салонів оздоровлення з'являються в США, Азії і країнах Європи.

Фітобочка - це міні-сауна, виготовлена з екологічно чистої деревини (кедра) який є одним з найкращих природних фармацевтів. В кедрі містяться активні компоненти – фітонциди, що володіють бактерицидними і бактериостатичними властивостями.

Фітобочка зовнішньо доволі схожа на звичайну дерев'яну бочку, але всередині неї встановлено лаву чи стілець для сидіння та двоє дверцят, які відкриваються збоку та зверху, а верхня кришка додатково має виріз для голови (рис. 1).

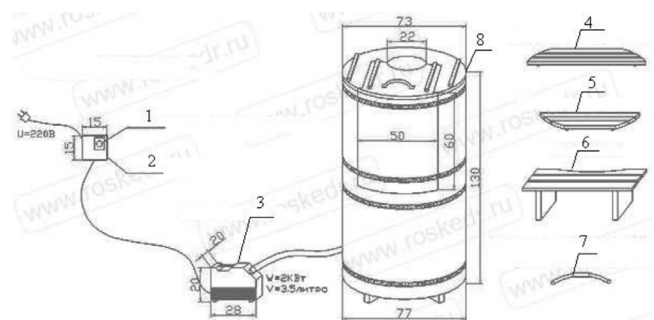


Рис. 1. Схематичне зображення фітобочки з парогенератором

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Дану бочку обладнано системою підведення подачі пари від спеціальних парогенераторів. Пара, яка подається під тиском, насичена фітонцидами та аромо-ліями з трав'яних зборів, що нагадує за своєю роботою та впливом парові фіто-інгалатори, які діють на шкіру тулубу, кінцівок та шиї.

За місткістю поділяються вони на індивідуальні (розраховані виключно на 1 людину), та колективні - на дві й більше осіб.

1 – Пульти управління температурним режимом: регулятор температурного режиму; 2 – Пульти управління температурним режимом: вмикнути/вимкнути; 3 – Парогенератор; 4 – Регулююче сидіння; 5 – Підставка під ноги; 6 – Сходінка; 7 – Форсунка для рівномірного розподілу пари.

Працює фітобочка наступним чином - спочатку до парогенератору заливається вода, потім до відповідного внутрішнього контейнеру засипають сухі збори лікарських рослин (пагони, квіти, насіння, листя, комбінації). Після цього виставляється необхідна температура парування й вмикається безпосередньо парогенератор [2].

Коли вода закипає, насичена фітонцидами пара спеціальною трубкою подається до бочки, де знаходиться людина. За бажанням клієнта, голову можна тримати не ззовні, а дихати фіто-парою в самій бочці.

Зазвичай, в фітобочці використовується пара температурою в 42...45°C, час перебування в такій фітобочці – 10...15 хвилин.

Використання фітобочки сприяє поліпшенню емоційного, психічного і фізіологічного стану. Це пояснюється тим, що температура фітопари в установці підвищується поступово, приблизно на 1°C за півхвилини, що значно зм'якшує або зовсім ліквідує суб'єктивні відчуття в пацієнтів. Вони не спостерігають ніяких патологічних змін у роботі серцево-судинної системи й інших функціональних систем організму. Крім цього, температура фітопари підвищується лише до верхньої границі зони комфорту, що встановлюється для кожного пацієнта індивідуально дослідним шляхом.

Головна складова фітобочки та її впливу на організм людини - це фітотерапія. Використання лікарських трав допомагає отримати якісні результати через спрямовану дію глікозидів, фітонцидів, флавоноїдів й інших корисних речовин, що містяться в рослинах.

Серед основних лікарських рослин, які використовують сучасні спа-салони переважають лікарські рослини місцевого походження:

Ромашка - антисептик, лікування дерматитів, трофічних виразок легкого ступеню, профілактика ревматизму.

Звіробій - виконує протизапальну, антибіотичну, капілярозміцнювальну, імуномодулюючу дії;

М'ята - має протизапальну, протимікробну, заспокійливу, знеболювальну, потогінну, протисудомну, ранозагоювальну, тонізуючу, освіжаючу та інші властивості.

Деревій - дає ефекти знеболання, регенерації пошкоджених м'яких поверхневих тканин й протиалер-

гійний ефект.

Полин - має знеболюючу, протисудомну, антибактеріальну, антисептичну і загальнозміцнюючу дію.

Кропива - має протимікробну й антиоксидантну дію.

Чебрець - відхаркувальний та седативний ефект.

Спориш - підвищує швидкість згортання крові, знижує кров'яний тиск, загоює рани.

Пустирник - виявляє седативну, антибактеріальну та протизапальну дію.

Материнка - підвищує імунітет, а за рахунок підвищеного вмісту селену має протиракову дію.

Окрім місцевих та загально розповсюджених на території України лікарських рослин, також використовуються й екзотичні.

Під час процедур додають різноманітні ефірні олії і відвари:

Олія або відвар з шкірки апельсина надає тонізуючу дію, сприяє більш швидкому відновленню клітин шкіри та користується особливим попитом серед жінок.

Лавандова ефірна олія - має бактерицидну, антисептичну, спазмолітичну, антиоксидантну, знеболювальну, гіпотензивну, заспокійливу, дезодоруючу дію.

Ефірна олія чайного дерева має антисептичну, бактерицидну, протівірусну, протигрибкову, протизапальну, імуномодулюючу дію, відхаркувальний, потогінний, загальностимулюючий ефект. Сприяє виведенню з організму токсинів.

Ефірна олія шавлії є гарним антисептиком. Має загальнозміцнювальну дію. Сприяє відходженню мокротиння і зняттю запалення при захворюваннях органів дихання. Зменшує ревматичні болі і набряки.

Евкалиптова ефірна олія має антисептичну, сильну бактерицидну, протівірусну, протизапальну, імуномодулюючу, болезаспокійливу, спазмолітичну, ранозагоювальну дію; покращує розумову діяльність і настрої, усуває сонливість і депресію; нормалізує роботу сальних залоз, відбілює і дезодорує шкіру.

Жасмінова ефірна олія має антисептичну, протизапальну, знеболюючу, спазмолітичну, заспокійливу, антидепресивну дію та підвищує працездатність. Омолоджує шкіру.

Вдале поєднання композиційних сумішей для фітобочок та дія високої температури, води в пароподібному стані і біологічно активних речовин, що входять до складу фітопари, сприяють надходженню в потік крові амінокислот, у тому числі гістаміну, що має знеболюючу, судинорозширювальну дію і тим самим поліпшує кровообіг всього організму.

За допомогою вологообміну і газообміну в організм попадають необхідні вітаміни, мікроелементи, органічні кислоти, глюкозиди, мінеральні солі, ефірні олії (мають бактерицидну, антиспазматичну, антивірусну, тонізуючу, протиревматичну дію), дубильні, бальзамічні й інші корисні речовини. Під дією всіх елементів підвищується імунний статус організму, відновлюються регенераційні процеси, зникають больові синдроми, покращується кровообіг у кінцівках, ліквідується фізичне,

нервово виснаження і перевтома, поліпшується емоційний стан.

Фітобочка має вагомі плюси для використання в готелях зі спа-послугами: зручна у використанні, герметична (пар не виходить назовні), має маленькі габарити, гарний дизайн, немає негативної дії на навколишнє середовище. Парогенератор наливного типу, потужністю 2 кВт, можливість проведення 7 процедур без доливання води, малі енерговитрати; час розігріву до робочого стану 5-10 хв. Всі кедрові бочки виготовляються за спеціальною технологією без застосування клею і яких-небудь хімічних елементів. Уже після першої процедури в фітобочці все приміщення насичується приємним і корисним ароматом кедр [2].

Висновки: на сучасному етапі розвитку готельно-го господарства України більшість закладів розміщення пропонують своїм відвідувачам достатньо обмежений асортимент послуг

Нині спостерігається тенденція до збільшення попиту на послуги спа-салонів не лише на європейському, а й на вітчизняному ринках.

Фітобочка є невід'ємною частиною готелю високої категорії, до складу якого входять спа-салон, сауна, фітнес-центр. Вона має досить малі габарити, проста в експлуатації, характеризується низькими енерговитратами та не спричиняє негативної дії на навколишнє середовище.

Використання фітобочки дозволить готелю не лише отримати додатковий дохід, а й залучити нових відвідувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кедровая чудо-бочка [Текст] // Живописная Россия. - 2013. - № 1 (80). - С. 44-46.
2. Креббин-Бейли Д. Спа-терапия в индустрии красоты. Методика процедур, эксплуатация оборудования, программы обучения спа-менеджменту / Д. Креббин-Бейли, Д. Харкап, Д. Харрингтон; [пер. с англ. В. Е. Бельченко]. – М. :РИПОЛклассик, 2010. – 304 с.
3. Лечебница в бочке [Текст] / Л. Насонова // Физкультура и спорт. - 2004. - N 8. - С. 22-23.
4. С легким паром! [Текст] : [устройства для сауны и бани] // Ландшафтный дизайн. - 2012. - № 2. - С. 66-68.
5. Целая бочка здоровья [Текст] / Ольга Сергунина // Деловая репутация. - 2009. - N 12. - С. 24-25.
6. Smith M., Kelly C. Wellness Tourism, in Tourism Recreation Research. –Greenwich, London, 2006. – 298 p.
7. Smith M., Puczko L. Health and wellness tourism.– Greenwich, London 2010.– 185 p.
8. Jeremy McCarthy. Become a spa owner.– Washington, USA, FabJobInc. 2013.– 207 p.

УДК 640.412

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ ДЛЯ ВІДПОЧИНКУ З ДІТЬМИ ІЗ СПЕЦІАЛЬНИМИ АНІМАЦІЙНИМИ ПРОГРАМАМИ В УКРАЇНІ

Панасюк Ольга, магістрант

Пересічний Михайло Іванович, д. т. н., професор

НУХТ

Анотація. Виявлено основні проблеми що виникають при подорожі з дітьми та наведено шляхи їх розв'язання. Проаналізовано забезпеченість готельними підприємствами для відпочинку з дітьми на туристичному ринку України та анімаційної їх діяльності. Розглянуто сутність поняття «готель для відпочинку з дітьми» як нового напрямку, проаналізовано перспективи його розвитку на ринку готельних послуг України та виявлено необхідність внесення даної категорії готелів до класифікації готелів України. Обґрунтовано потребу в будівництві закладів розміщення, що відповідатимуть вимогам, представлених до обраного напрямку, та вдосконаленню вже існуючих підприємств.

Ключові слова: готель для відпочинку з дітьми, дитячий готель, анімація, анімаційна програма, спеціалізований дитячий центр, ігрова кімната.

Annotation. The main problems arise when traveling with children and the ways of their solution. Analyzed availability of hotel enterprises for families with children on the tourist market of Ukraine and entertainment of their activities. Considered the essence of the concept «hotel for families with children as the new direction, the prospects of its development on the hotel market of Ukraine and identified the need to make this category of hotels classification of hotels in Ukraine. The necessity for the construction of accommodation facilities that meet the requirements presented to the selected direction, and the improvement of existing enterprises.

Keywords: hotel for families with children, the children's hotel, animation, animation program, specialist children's centre, gamesroom.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Враховуючи те, що напрям пов'язаний із готелями для відпочинку з дітьми з розширеною анімаційною програмою є досить новим, то на сьогодні існує ще досить невелика кількість наукових робіт у яких дослідження торкаються даної тематики.

Внесок у дослідження дозвілля здійснили Т. Веблен (США), М. Вебер (Німеччина), Е. Дюркгейм (Франція), Б. Рассел (Велика Британія), Д. Пісмен (США), Прієзжева Є.М. та Третьякова Т.Н. (Росія) та інші зарубіжні вчені. Теорію дозвілля аналізували соціологи, педагоги, рекреологи, культурологи з різних країн світу. Системний аналіз концепцій, моделей, підходів до дозвілля як предмету наукових досліджень зробили американські науковці М. Каплан, Дж. Келлі, С. Паркер та Дж. Шиверс.

Дослідженням теми наближеної до дитячого туризму та анімації займалась такі вітчизняні дослідники: Кірсанов, І. Петрова, Байлик С.І., Кравець О.М.

Постановка проблеми. Виявити основні проблеми що виникають при подорожі з дітьми та запропонувати шляхи їх усунення. Проаналізувати діяльність сучасних засобів розміщення та виявити спроможність їх надавати додаткові послуги пов'язані з дитячою анімацією та організацією дозвілля дітей. Розглянути новий напрям на ринку готельних послуг – готелі для відпочинку, обґрунтувати необхідність та перспективи його

поширення в Україні та з'ясувати необхідність внесення даної категорії готелів до класифікації готелів України.

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Проте, розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників:

- економічна криза;
- недоліки в роботі фінансово-банківської системи;
- обмежена платоспроможність населення;
- недосконала податкова система.

Законодавчо-правова база не відповідає вимогам сьогодення, немає інструкцій та інших нормативних документів, які логічно взаємопов'язані і не суперечать один одному.

Слід відзначити відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, в свою чергу, позначається на рівні якості обслуговування туристів. Стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все для розвитку туристичної інфраструктури:

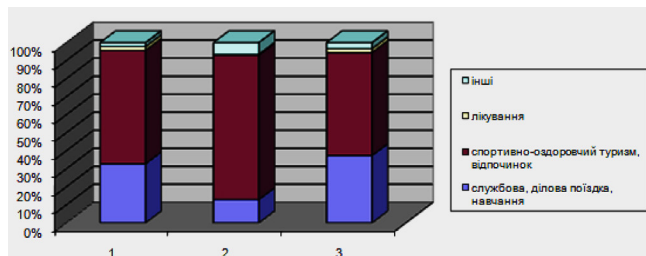
- природні умови;
- історико-культурні ресурси;
- трудові та матеріальні ресурси.

Досліджуючи клієнтуру засобів розміщення що

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

функціонують в Україні за останні 5 років виявлено, що значна частина осіб, які користуються послугами готелів, подорожують з метою відпочинку та спортивно-оздоровчого туризму.

За результатами моніторингу ринку готельних по-



слуг серед усіх туристів що подорожують з метою відпочинку можна виокремити такий сегмент, як клієнти готелів з дітьми. З кожним роком мандрівки та відпочинок всією сім'єю набувають все більшої популярності. Адже сімейний відпочинок – це завжди можливість відчутти єдність родини, краще пізнати свою дитину, показати їй світ і навчити чому-небудь дуже важливого і потрібному. [6]

1 – іноземні туристи

2 – громадяни України, що виїжджали за кордон

3 - туристи, охоплені внутрішнім туризмом

Рис.1 Розподіл туристів на території України за метою відвідування

Однак, дослідження в сфері гостинності свідчать, що досить значний відсоток сімей, у яких є маленькі діти, позбавлені можливості подорожувати та зупинитись у готелях. Це пов'язано, насамперед, із відсутністю або недостатньою кількістю в закладах розміщення спеціально навченого персоналу для роботи з дітьми.

Під час тривалої подорожі з дітьми у сімейній парі виникає ряд проблем:

- необхідність догляду за дитиною у період тимчасової відсутності батьків;
- організація дозвілля малюка;
- відсутність спеціалізованих дитячих розважальних центрів та ігрових кімнат;
- труднощі з дитячим харчуванням. Поза домом у батьків виникає питання: чим нагодувати дитину, щоб це було і смачно, і корисно, оскільки в меню закладів ресторанного господарства при готелях зазвичай не враховуються потреби маленьких дітей.

Досить часто ці проблеми стають причиною, чому сім'ї або особи з дітьми відмовляються від мандрівки.

Взагалі необхідність в організації відпочинку для дітей почала виникати тоді, коли старі ігрові майданчики в кінці дев'яностих років прийшли в непридатність, а в людей з'явилася можливість більше платити за відпочинок своїх дітей. Саме тому останнім часом все більше туристських підприємств та спортивно-оздоровчих установ стали піклуватися про надання такої додаткової послуги, як анімація. Слово це досить швидко прижилося в колах фахівців туристичного профілю.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Дитяча анімація - це найважливіший напрям у всій анімаційній діяльності, що полягає у проведенні спортивних, творчих, розвивальних і розважальних дитячих програм для всіх вікових категорій. Головну роль в дитячій анімації займає дитячий аніматор - це ключова фігура, тому що він повинен включати в себе величезну кількість якостей, умінь і навичок. Він повинен бути гарним організатором, вміти передбачити і згладжувати конфлікти, що незмінно виникають у дитячому середовищі; бути спортсменом, танцюристом, туристом, співаком, клоуном, фокусником, і любити дітей і з повагою ставитися до них. [1]

Розвиток подібних додаткових послуг в основному шаленими темпами відбувається в зарубіжних закладах розміщення, в Україні ж спостерігається лише незначний приріст кількості таких підприємств гостинності.

Аналізуючи діяльність вітчизняних готельних комплексів, здатних надати комфортний відпочинок з дітьми, то на сьогодні їх досить мало. Серед таких закладів розміщення можна назвати лише декілька: «Reikartz 4*», «Лаванда Кантрі Клуб 4*» та «Карпатські полонини 4*» - Карпатський регіон; «Good zone Club 3*» - Одеська область. [6] При цьому, ступінь розвитку їх анімаційної діяльності є досить невисоким. Вона обмежується наявністю дитячої кімнати та послугами няні.

На сьогоднішній день у багатьох країнах світу



(Туреччина, Чорногорія, Греція, Болгарія, Італія, Єгипет, ОАЕ, Таїланд та ін.) більшість курортних готелів вже пристосовані до комфортного проживання з дітьми і враховують всі нюанси при подорожі цього сегменту туристів. Саме тому частка сімей з дітьми на зарубіжних курортах є досить великою (наприклад, у курортних готелях Туреччини на сім'ї з дітьми припадає приблизно 31% всіх відпочивальників (Рис. 2).

Рис. 2. Структура відвідувачів курортних готелів Туреччини у 2013 році

Прикладами сучасних готелів для відпочинку сімей з дітьми у Туреччині є «Delphin Botanik 5*», «Pirates Beach 4*», «Calista Luxury Resort 5*», «Champion Holiday Village 4*», «CLUB NENA Kizilagac 5*», «GANITA GARDEN CLUB Konakli 5*» та ін.. [3] Тут достатньо розвинута інфраструктура пов'язана із доглядом за дітьми, задоволенням потреб у їх дозвіллі та збалансованому харчуванні. [8]

Щодо самої структури анімацій у готелях то, на-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

приклад, в Болгарії в готелі «Helios SPA &Resort 5*» на курорті Золоті піски, можна відчувати атмосферу яка максимально відповідає всім вимогам для прекрасного відпочинку батьків з дітьми. У готелі є, дитяча кімната з російськомовним персоналом (працює 6 днів на тиждень), дитячий басейн, басейн з гіркою, дитячий майданчик, великий вибір молочних страв у ресторані, проводиться дитяча дискотека. За додаткову плату можна користуватися послугами няні. А по-справжньому заворожує знамените болгарське нестінарство - це танці на вугіллі (цей ритуал прийшов ще їх дохристиянської епохи), яке проходить в цьому готелі. [8]

Готель «Lykia World Oludeniz 5*» (Туреччина) пропонує своїм маленьким постояльцям розваги на будь-який смак. Lykie Club, що працює 13 годин на день, приймає на свою опіку дітлахів починаючи з 6 місяців і до 16 років. У величезному за площею готелі, розташованому у відокремленій бухті, для них побудований окремий світ з кількома басейнами, водяними гарматами, гірками різної величини і навіть власним піщаним пляжем для самих крихітних гостей. Тут же влаштовані численні майданчики та ресторани. Дітей ділять на досить дрібні вікові групи, для кожної з яких існує своя програма заходів. З тими, хто трохи молодші, займаються ліпленням і малюванням, проводять спортивні заняття та ігри у воді. Для тих, хто старший, передбачені уроки акробатики, курси з приготування піци (яку потім самі ж «кулінари» з успіхом продають постояльцям готелю) або курси акторської майстерності. Кожної п'ятниці дітлахи показують дитяче шоу за мотивами диснейвських мультфільмів. Причому вся дія відбувається в справжніх театральних костюмах і навіть грим «акторів» підібрано такий, щоб не подразнювати чутливу шкіру. Даний готель має найбільший бюджет на дитячу анімацію в Туреччині. [8]

Висновки з даного дослідження: На українському ринку готельних послуг є необхідність розвитку нового напрямку - спеціалізованих готелів для відпочинку з дітьми з розширеними анімаційними програмами. В таких готелях створюються всі умови для комфортної подорожі для всієї сім'ї, адже сервіс розрахований як на дорослих громадян, так і на дітей. Обов'язковими елементами в функціонуванні готельних підприємств даного спрямування є наявність кваліфікованого персоналу, різноманітних атракцій та розваг для дітей та дитячого меню для різних вікових груп, що також дозволить повністю вирішити проблему із харчуванням під час подорожі.

Необхідність розвитку напрямку готелів для відпочинку з дітьми зумовлена тим, що в Україні він є недостатньо вивченим і, в перспективі, можна заповнити дану нішу на ринку готельних послуг, створюючи нові робочі місця і залучаючи нових клієнтів (як українських, так і іноземних).

Також слід врахувати те, що на сьогодні в класифікації готелів України немає такої категорії як «готель для відпочинку з дітьми». Виходячи із цього можна

запропонувати внести її як самостійний напрям, оскільки аналіз зарубіжних готельних підприємств свідчить, що він може і повинен успішно розвиватись на готельному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Байлик С.І., Кравець О.М. «Організація анімаційних послуг в туризмі»: Навч. посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 197с.
2. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
3. Петрова І.О. Дозвілля в зарубіжних країнах: Підручник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
4. Прієзжева Є.М. «Анімаційний менеджмент»: - Москва: Радянський спорт, 2007. - 358 с.
5. Третякова Т.Н. «Анімаційна діяльність у соціально-культурному сервісі і туризмі»: - Москва: Академія, 2008. - 269 с.
6. Туризм в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм_в_Україні.
7. Подорож з дітьми [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://svitohlyad.com.ua/podorozhi/yak-pravylnovybyraty-dytyachi-hoteli/>.
8. Кращі готелі для відпочинку з дітьми [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://stimulzall.com/krashhi-goteli-dlya-vidpochinku-z-ditmi.html>.

УДК 640.412

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ БРОНЮВАННЯ І РЕЄСТРАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Пархомець І.В., магістрант

Фурманова Ю.П., к.т.н.,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Національного університету харчових технологій

Анотація. В даній статті представлено основні конструктивні відмінності у функціонуванні автоматизованих систем управління готелем, що представлені на вітчизняному ринку, і проаналізовано перспективи впровадження системи бронювання і реєстрації Fidelio V8 на підприємстві готельного господарства.

Ключові слова: готель, автоматизована система управління, підприємство готельного господарства, система бронювання і реєстрації.

Annotation. This article presents the basic structural differences in the functioning of the automated control systems of the hotel, listed on the national market, and examines prospects for the introduction of reservation and registration Fidelio V8 in the company hospitality industry.

Key words: hotel, automated control system, hospitality company, the reservation and registration system.

Постановка проблеми. Сучасні темпи розвитку готельного бізнесу висувають найвищі вимоги до автоматизованих систем управління для підприємств індустрії гостинності.

Вплинути на кількість продажів номерів та інших послуг в готелі, покращити їх якість, максимально підвищити ефективність роботи можливо шляхом застосування систем бронювання і реєстрації в діяльності підприємств готельного господарства. Готельні системи дозволяють автоматизувати всі етапи обслуговування гостя та основні бізнес-процеси — від роботи покоївок до організації звітності на підприємстві. Крім того, вони забезпечують управління всіма послугами і системами готелю, доступними в номері.

Останнім часом інтерес до готельних систем дуже посилюється. Якщо років десять тому на ринку були присутні три-чотири компанії (Парус, Libra Hospitality, Едельвейс, Fidelio), то на сьогоднішній день їх вже більше десяти.

Постановка завдання. Тому перед нами постала задача дослідити найбільш популярні сучасні автоматизовані системи управління готелем, що представлені на вітчизняному ринку, — Libra Hospitality, Epitome PMS, SERVIO Hotel, OPERA Enterprise Solution та KEI-Hotel, Fidelio V8.

Виклад основного матеріалу.

Вплив сучасних інформаційних технологій на управління готелем величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і компанії в цілому. Це прямо

впливає на конкурентоздатність компанії на сьогоднішній день.

Ефективна автоматизована технологія управління операціями в готелі — це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування гостя у фронт-офісі тощо неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих систем.

Системи управління готелями відносяться до класу особливого програмного забезпечення під назвою Property Management Systems — системи управління об'єктами нерухомості.

В Україні готельні системи з'явилися в середині 90-х років XX століття. В даний час на ринку присутні близько десяти продуктів від різних виробників, більшість з них - зарубіжні (американські OPERA, Fidelio і Epitome, російські «Інтеротель», «Едельвейс», Servio, R-Keeper, InStyle, Парус), хоча є і вітчизняні розробки (ProHotel, SuperHotel, B52 тощо). Усі вони відрізняються одна від одної як набором пропонованих інтерфейсів, так і технологією роботи.

Нами було проведено аналіз систем бронювання і реєстрації, що використовуються сучасними готелями у місті Києві. Результати проведеного дослідження наведені у таблиці 1.

Всі системи управління готелями (від англ. Hotel Management Systems — HMS) мають більш-менш схожу структуру, що складається з модулів служби реєстрації та обслуговування гостей (Front Office), модулів служби

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

обліку та управління (Back Office) і інтерфейсів до зовнішніх систем [2].

Таблиця 1.

Готельні системи бронювання і реєстрації, що використовуються у м.Києві

Продукт	Виробник	Інсталювальні дистрибутори в Україні	Заявлені клієнти в м. Києві
OPERA	MICROS-Fidelio (США)	Hotel Reservation Service	Intercontinental Kiev (Київ)
Еритоме PMS	SoftBrand (США)	Libra Hospitality	"Прем'єр Палас" (Київ)
"Едельвейс"	"Рексофт" (Росія)	Ukrainian Computer Laboratory	"Спорт" (Київ)
"B52 Готель"	"Студія ПЛЮС" (Україна)	"Інформаційні системи" (Луганськ), "Альт-Таб Груп" (Київ), "Ректа" (Мукачеве)	"Примор'я" (Київ)
ProHotel, SimpleHotel	"Топ Пойнт Айтї" (Україна)	"Топ Пойнт Айтї" і партнери-інтегратори	"Сезони SPA" (Київ)
Intellect Style	"Комп'ютерно-Касові Системи" (Росія)	"Юніком", "Прем'єр", "Синтегро", "Ютіс" та ін.	Готель "Київ" (Київ)
"GS: Управління готелем"	"Глобал Софт" (Україна)	"Глобал Софт"	"Дружба" (Київ)
Fidelio Suite8	MICROS-Fidelio (США)	Hotel Reservation Service	"Глібовка" (Київ)
SmartHotel	"Смарт Лаб" (Україна)	"Смарт Лаб"	"Козацький" (Київ)

Libra Hospitality пропонує спеціалізоване програмне забезпечення для готельної індустрії в Росії, країнах СНД, Центральній та Східній Європі. Серед клієнтів компанії незалежні готелі, санаторії, курорти, готельні ланцюги та керуючі компанії. Компанія Libra Hospitality є офіційним партнером і дистрибутором провідних розробників програмного забезпечення для об'єктів індустрії гостинності, серед них Infor Softbrands (USA), Newmarket International (USA). Більше 15 років Libra Hospitality працює на ринках Росії, країн СНД і Балтії.

Основний напрямок діяльності Libra Hospitality - надання ефективних IT-рішень та комплексних послуг для автоматизації підприємств готельної галузі. Пропоновані рішення включають систему управління готелем Еритоме PMS, модуль Web-бронювання, систему управління взаємовідносинами з клієнтами Libra OnDemand.

Система управління готелем Еритоме PMS — це класична система автоматизації готелю, розроблена компанією Infor (США), сертифікована Microsoft, проста в роботі і володіє необхідною гнучкістю для застосування в управлінні готелями будь-якого типу.

Еритоме PMS включає в себе: базовий модуль (індивідуальне бронювання, функції порт'є, оформлення гостьових рахунків, управління номерним фондом); групове бронювання (швидке поселення або виїзд групи тощо); модуль по роботі з туристичними агентствами; історія гостей/історія компанії; модуль менеджера (управління тарифами і додатковими послугами); модуль по роботі з дебіторами (контрагентами); модуль звітів.

Еритоме PMS інтегрується з різними суміжними системами і порталами online бронювання [6].

SERVIO Hotel — це власність компанії «НКТ» («Национальные Компьютерные Технологии»). Високий рівень системи якості компанії підтверджений сертифі-

катом ISO 9001. SERVIO Hotel — автоматизована система управління, яка забезпечує злагоджену роботу всіх служб для організації якісного обслуговування та уваги до побажань кожного клієнта. Також ця програма для готелю чітко розмежує обов'язки і функції співробітників — це реалізується за допомогою індивідуального доступу до системи.

Зазначена програма для готельного бізнесу має такі переваги: виключений нерівномірний знос номерів завдяки оптимальному розподілу навантаження; за рахунок віддаленого доступу підвищується ефективність управління готелем; програма для готелів дозволяє скласти детальну карту на кожного гостя і використовувати розширений пошук для зручного управління клієнтською базою; виключений «людський фактор» за рахунок захисту від критично небезпечних дій; програма працює безперервно, що важливо при нічному аудиті; гнучка установка сезонів всередині системи допомагає швидко коригувати тарифи на номери.

Об'єднання таких програм з іншими системами управління дозволяє створювати спільну систему звітів і розрахунків, а також забезпечувати комплексність автоматизації [8].

Автоматизована система OPERA Enterprise Solution є повнофункціональним на сьогоднішній день рішенням управління готелем. OPERA Enterprise Solution — це система, що складається з модулів, які з легкістю можуть бути налаштовані і додані залежно від побажань керівництва конкретного готелю. Вона включає в себе: систему автоматизації служби прийому та розміщення гостей (Property Management System); систему автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering); систему управління якістю обслуговування (Quality Management System); систему оптимізації прибутку (Revenue Management); систему управління заходами (OPERA Activity Scheduler); систему централізованого бронювання (OPERA Reservation System); модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service); централізовану інформаційну систему по клієнтах (Customer Information System) [7].

Безсумнівною перевагою системи автоматизації готелю KEI-Hotel є інтерактивний інтерфейс, що визначає легкість в навчанні користувачів та експлуатації проекту в цілому. Особливу увагу слід приділити такій особливості програми, як гнучкість налаштувань і пристосованість до умов готелів будь-яких типів і розмірів.

KEI-Hotel дозволяє систематизувати й автоматизувати всі аспекти роботи служби прийому та розміщення, бронювання, реєстрацію, виписку і розрахунок гостей, управління номерним фондом. Це значно спрощує роботу фінансового та комерційного відділів, формує статистичні звіти та журнали паспортного столу. Система веде рахунки клієнтів і передбачає використання розрахункової, депозитної або змішаної системи оплати послуг в готелі, як в цілому, так і по кожній з послуг, що надаються, окремо [5].

Звичайно, серед перелічених систем бронювання і реєстрації в підприємствах готельного господарства

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

представлені не всі. Список сучасних світових і вітчизняних систем управління готелем є досить великим і поповнюється дуже швидко. Це зумовлено високим розвитком інформаційних технологій та високим попитом готельних комплексів на дані системи.

Якщо раніше готелі змінювали технологічне оснащення в середньому кожні 7...9 років, то сьогодні цикл скоротився до 3...5 років, і тенденція до скорочення цього терміну продовжується [2].

Fidelio V8 — це нова (розроблена у 2011 році та удосконалена влітку 2013 року) система управління готелем, яка дає змогу вирішувати задачі від продажу, бронювання, прийому та розміщення гостей, організації конференцій та бенкетів і управління зв'язками з клієнтами до надання повних даних для фінансового контролю та управлінського обліку діяльності підприємства.

Система Fidelio розроблена німецькою фірмою Fidelio, яка є виробником відомих автоматизованих систем для готельно-ресторанного бізнесу. Інтереси фірми Fidelio в Росії та Україні представляє фірма HRS (Hotel and Restaurant Systems), яка не тільки реалізує і налаштовує програмні продукти фірми Fidelio, а й надає технічну підтримку цих систем — проводить навчання користувачів. Фірмою HRS організована гаряча телефонна лінія, що працює цілодобово. Користувачі системи Fidelio можуть отримати вичерпну відповідь на ті питання, які виникають у процесі експлуатації системи.

До основних функцій системи Fidelio відносяться: бронювання та заселення гостей; нарахування за проживання та інші послуги, що надаються готелем; акумулювання інформації про неоплачені рахунки клієнтів, що надходять з різних точок продажу; виставлення проміжних і остаточних рахунків для розрахунків з клієнтами; облік інформації про безготівкові розрахунки; отримання фінансових і статистичних звітів.

Система Fidelio позиціонується як рішення для всіх типів готелів: мережевих і незалежних, замських клубів, мотелів і бізнес-готелів [4].

Дана система дозволяє інтеграцію з великим набором систем, що використовуються в готелі: ресторанною, замковою, телекомунікаційною, платного телебачення, автоматичних міні-барів, авторизації кредитних карт та енергозбереження.

Новий розширений модуль Управління зв'язками з клієнтами дозволяє мати повну картину всіх побажань і переваг гостей, і відповідно сприяє найвищому рівню сервісу. Індивідуальність підходу до клієнта полягає в наданні кожному гостю саме тієї інформації, якої він потребує.

У Fidelio V8 усі дані про клієнтів поєднуються в профайли, що зберігаються в єдиній центральній базі даних, при чому в кожному клієнтському профайлі можна заводити необмежену кількість контактних даних гостя, окремо вносити таку маркетингову інформацію, як ступінь важливості клієнта, вид його діяльності, частку компанії на ринку, інформацію по кредитних картах гостя тощо. Великою перевагою є те, що система дозволяє не видаляти профайли, а робити їх неактивними в

разі потреби, при цьому вони можуть бути відновлені в будь-який момент.

Fidelio V8 дозволяє врахувати абсолютно всі побажання гостя щодо проведення маркетингових кампаній: поштової розсилки, маркетингових досліджень, здійснення персоналом готелю телефонних дзвінків, що дають можливість отримати гостю всю необхідну йому інформацію.

Однією з основних статей доходів готелю є діяльність відділу організації конференцій і бенкетів, адже ювілеї і бенкети, конференції та семінари — усе це приносить чималий прибуток. Саме тому модуль Організації Конференцій і Бенкетів є одним з основних ланок комплексної системи Fidelio V8.

Модуль Conference and Catering Management дозволяє швидко перевірити доступність і поточну активність по існуючій броні, з легкістю вводити заплановані заходи й ефективно ними керувати. Також однією з переваг даного модуля є можливість одночасного бронювання як конкретного заходу, так і номерів в готелі [4].

Робота будь-якого готелю починається зі служби прийому та розміщення, що є центральною і найважливішою ланкою системи Fidelio V8.

Бронювання включає в себе повний спектр функцій, які не тільки допомагають спростити процес бронювання та поселення гостей, але і значно скорочують час на всі операції, що дозволяє підвищити рівень обслуговування. Створення та оновлення броні, надання інформації про наявність номерів, їх типу, калькуляція за вимогою, лист очікування, розширені можливості тарифної політики — всі ці функції значно прискорюють роботу всього відділу, що допомагає приділяти більше часу гостям.

Система дозволяє в лічені хвилини заселити і виписати гостя, без необхідності оформлення безлічі паперів, що особливо важливо для гостей, які цінують свій час. Реєстрація може проводитись як по броні, так і без неї, можливий спеціальний «швидкий» варіант оформлення виписки для груп.

У Fidelio V8 доступний весь необхідний набір фінансових функцій, включаючи спеціальні гостьові функції, такі як управління валютами, платежами та оформленням рахунків. Також можна скористатися спеціальними функціями для клієнтів, які не проживають в готелі, наприклад, оплата різних спеціалізованих послуг і обмін валюти.

Зберігання рахунків виписаних гостей для наступного відновлення даних при необхідності, вибір групи для формування єдиного рахунку, щоденне оновлення курсу валют, можливість одночасного відкриття та зміни рахунків зі складною структурою в один і той же час з різних вікон, ведення журналу операцій розрахунку та багато інших особливостей значно спрощують не тільки стандартні фінансові операції, але і дають можливість повного контролю за рухом грошових потоків у готелі.

У Fidelio V8 функції управління номерами були значно розширені, і тепер можна не тільки виконувати всі операції, пов'язані з прибиранням і статусом номерів,

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

але також записувати і зберігати інформацію з усіх дій з кожним окремим номером. До особливостей цього модуля можна віднести:

- контроль за статусом номера та його зміна через інтерфейс з телефонною системою,
- пошук номера по його статусу тощо.

Також можна розподіляти функції покоївок (звичайні дні або дні від'їзду гостей) для кожного номера і створювати звіти за діями персоналу, розподіляти покоївок на денні та вечірні зміни, переглядати історію номера.

Готель не припиняє своєї діяльності навіть уночі. Тепер у Fidelio V8 для проведення нічного аудиту користувачі не повинні виходити з системи, вона продовжує функціонувати у звичному режимі. Вся статистика ґрунтується на попередній інформації, а остаточне об'єднання даних відбувається під час звичайної роботи системи. Таким чином, життя готелю не затихає ні на хвилину.

У кожного готелю або в готельного ланцюга свої цілі, концепції та стратегії, кожному керуючому необхідна власна, індивідуально розроблена з урахуванням побажань, система звітності. Все це дозволяє зробити Fidelio V8. Просто використовуючи функцію, в лічені секунди можна отримати будь-який звіт, який необхідний.

Для зручності користувачів гарячі клавіші, що працюють як спливаюче меню, тепер доступні з будь-якої частини програми Fidelio V8. Таким чином, не згортаючи вікно, в якому зараз працюють, в будь-який момент отримують доступ до необхідних функцій, які виводять на екран за допомогою гарячих клавіш.

Fidelio V8 може взаємодіяти з різними третіми системами. Також потрібно відмітити те, що система Fidelio є складовою частиною глобальних комп'ютерних систем бронювання Amadeus, Sabre, Galileo та Worldspan. Всі готелі, представлені в Fidelio V8, автоматично завантажуються в ці глобальні комп'ютерні системи бронювання.

У результаті використання і впровадження сучасно автоматизованої інформаційної системи значно знижуються витрати на технічне обслуговування підприємства готельного господарства, витрати енергії, скорочуються поточні витрати у результаті більш раціонального використання номерного фонду готелю і збільшення ефективності обслуговування гостей тощо. Економічний ефект одержується також від надання послуг через Інтернет.

Таким чином, впровадження інноваційної системи бронювання і реєстрації відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань готельного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє готелю реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання і водоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників готелю.

Висновки. Впровадження інноваційних технологій бронювання та реєстрації є актуальним для будь-яко-

го сучасного готелю, де зосереджується велика кількість людських потоків. Правильний вибір автоматизованої системи управління підвищує ефективність роботи готельного комплексу, допомагаючи мінімізувати витрати і максимізувати його прибуток, що і є метою будь-якого підприємства.

Аналіз найбільш популярних сучасних систем бронювання і реєстрації, які представлені на вітчизняному ринку, показав, що всі вони є досить багатофункціональними і дають змогу ефективно керувати всіма процесами на підприємствах готельного господарства. На нашу думку, більш зручною системою у користуванні є Fidelio V8. Вона має ряд переваг серед інших автоматизованих систем управління готелем. Серед них універсальність системи (вона підходить як для зовсім маленьких підприємств гостинності, так і для мережевих готелів), розширення та удосконалення модулю конференцій, можливість швидкого оформлення та виписки туристичних груп, розширений модуль роботи з клієнтами, а також гарантія безперервної роботи підприємства вночі та автоматичного завантаження готелю в глобальні комп'ютерні мережі бронювання Amadeus, Sabre, Galileo та Worldspan.

Отже, встановлюючи перспективну на сьогоднішній день систему автоматизації готелю Fidelio V8, керівництво підприємства готельного господарства зробить крок уперед, тим самим запобігаючи необхідності модернізувати дану систему в майбутньому і матиме змогу забезпечити високий рівень обслуговування споживачів готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корзун К. «SuperHotel»: автоматизация в одно касание / К. Корзун // Академия гостеприимства. - 2014. № 3. - с. 18-21
2. Ткаченко В. Гостиничные системы: функции и возможности / В.Ткаченко // Сети & Бизнес. - 2011. № 2 (57). - с. 74-83
3. Шугаев О. PMS Cloud — облачная программа для гостиниц, хостелов, апартаментов, баз отдыха / О. Шугаев // Академия гостеприимства. - 2014. № 4. - с. 37-40
4. Офіційний сайт компанії Hospitality & Retail Systems. Fidelio V8 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: http://www.hrs.ru/prodsols/hotels/fidelio_8.php. – Назва з екрану.
5. Офіційний сайт компанії KEI-Hotel [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <http://www.kei-hotel.ru>. – Назва з екрану.
6. Офіційний сайт компанії Libra Hospitality [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <http://www.librahospitality.com/page>. – Назва з екрану.
7. Офіційний сайт компанії Hospitality & Retail Systems. OPERA Enterprise Solution [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <http://www.hrs.ru/prodsols/hotels/opera.php>. – Назва з екрану.
8. Офіційний сайт компанії SERVIO Hotel [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: http://www.serviohotel.com/about_company.htm. – Назва з екрану.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОНИ ВІДПОЧИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Н.В. Скарга

І.Л. Корецька, канд. техн. наук, доцент НУХТ

У статті аргументовано необхідність та доцільність створення готелів оздоровчого призначення. Проаналізовано основні послуги, що можуть надаватися у даному оздоровчому закладі.

Ключові слова: оздоровлення, готель оздоровчого призначення, лікувальні послуги

В статье аргументировано необходимость и целесообразность создания гостиницы оздоровительного назначения. Проанализированы основные услуги, которые могут предоставляться в данном оздоровительном учреждении.

Ключевые слова: оздоровление, гостиница оздоровительного назначения, лечебные услуги

The paper argues the need and feasibility of establishing a hotel recreational purposes in. The basic services that can be provided in this health institution.

Keywords: health, wellness hotel supplies, medical services

Актуальність проблеми. Проблема будівництва сучасних готелів високого класу набуває все більшої актуальності в останні часи. Особливо це стосується готелів, які розташовуються в курортних районах, поблизу туристичних та спортивних комплексів. Це пояснюється зростанням потреб людей у прагненні до здорового способу життя, заняттями фізичною культурою та спортом, забезпеченні комфортних умов для відпочинку.

З розвитком суспільства, його інтенсифікацією зростає роль організації відпочинку для регенерації та розвитку життєвих сил людини, витрачених у процесі праці. Для цього необхідне сполучення певних умов та ресурсів, а також планування їх використання. Відпочинок людини у спеціальній літературі називається рекреацією, а її поведінка, направлена на задоволення своїх потреб у релаксації, лікуванні, компенсації життєвої енергії, – рекреаційною діяльністю.

Проблема створення сучасних готелів оздоровчого призначення стає все більш актуальною в Україні, оскільки останнім часом з'являється все більше нових лікувальних комплексів з розвинутою інфраструктурою [2].

Аналіз останніх досліджень. Увагу зарубіжних науковців вже давно привертає питання необхідності створення готелів лікувального призначення. Щодо українських публікацій, то дослідженням сутності та необхідності готелів лікувального призначення в Україні не більше 5 років, які відбуваються в контексті більшою мірою з медициною.

Мета досліджень. Метою статті є дослідження необхідності та доцільності створення готелю оздоровчого призначення в пригороді великого міста, на прикладі району Пуща Водиця, міста Київ.

Постановка завдання. Останнім часом у світі спостерігається тенденція інтересу туристів до готелів рекреаційного типу. Швидкий темп життя, безліч стресових ситуацій, інформаційний прорив та несприятлива екологічна ситуація в більшості країн змушує людей звертатися до даного типу готелів, адже психоемоцій-

ний стан людини погіршується. За останні десятиліття відзначається зростання психічних захворювань, і чисельність людей з психоневрологічними відхиленнями розвитку в Україні збільшується серед різних верств населення.

Рекреаційна зона Пуща Водиці є одним із найкращих місць серед курортних зон України за якістю й ефективністю лікування та екологічною обстановкою. Оздоровчі санаторії, розташовані в Пуща Водиці є популярними й активно відвідуваними місцями відпочинку й оздоровлення, не тільки українцями і росіянами різного рівня достатку, а також відпочивальниками із Західної Європи, Канади, Ізраїлю. Намітилася тенденція відвідування курорту заможними людьми, які вже побували на подібних курортних зонах Швейцарії, Чехії, Угорщини [2].

Проте, й досі санаторна база Пуща Водиці представлена будинками відпочинку та санаторіями ще 60—80-х років минулого сторіччя, які зазнали мінімальної реконструкції і косметичного ремонту.

Висновок аналітиків ринку однозначний: курортній зоні не вистачає сучасного готельно-оздоровчого комплексу, який забезпечив би повноцінний і комфортний відпочинок, проходження лікувального курсу і процедур краси. Саме готель з таким комплексом послуг ми пропонуємо створити на даній території.

Виклад основного матеріалу.

За даними Міністерства охорони здоров'я фізичний стан населення міст за останні 5 років погіршився на 20%. Спостерігається стрімке зростання кількості серцево-судинних захворювань (за 2 останні роки склало 30%). І ці проблеми збільшуються пропорційно поліпшенню якості життя. Люди ведуть все більше і більше малорухливий спосіб життя. З'являються проблеми із зайвою вагою. А так як відбувається постійне зростання рівня добробуту жителів міста, це призводить до того, що населення починає приділяти підвищену увагу до свого здоров'я, фізичному стану і зовнішності [5].

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

Потреба зростає саме в якісних послугах, які можуть надавати тільки сучасні, добре обладнані оздоровчі заклади. Люди хочуть не тільки займатися спортом, але і приємно проводити вільний час. Адже заняття спортом - це одна зі складових нашого дозвілля.

На сьогоднішній день в Києві зареєстровано 166 закладів розміщення, в тому числі 121 готель, загальною кількістю більше ніж 10 тис. номерів. Протягом 2010–2013 років у м. Києві відкрилось 36 готелів різної категорії, темп приросту склав 35,14%. Мережа санаторно-курортних закладів та закладів відпочинку м. Києва на кінець 2013 р. налічує 47 об'єктів, більш детально інформацію представлено в таблиці 1.

Таблиця 1
Санаторно-курортні та оздоровчі заклади
(2009-2013 рр.) [5]

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі оздоровчі табори	
	всього	л/м тис.	всього	л/м тис.	всього	л/м тис.	всього	л/м тис.	всього	л/м тис.
2009	14	2,6	5	0,8	3	0,2	57	8,4	402	4,3
2010	13	2,2	6	0,7	2	0,2	60	8,8	410	4,6
2011	13	2,3	6	0,8	2	0,2	59	8,6	472	4,1
2012	13	2,3	5	0,5	2	0,2	60	8,5	522	4,1
2013	13	2,2	9	1,1	1	0,1	60	8,0	553	4,4

Загальна чисельність оздоровлених за поточний рік (сезон) – 50743 осіб, в тому числі 6486 дітей до 14 років та 893 дітей від 15 до 17 років. Також, за 2013 р. було оздоровлено 145 осіб, що постраждали внаслідок аварії на ЧАЕС. Крім того, у м. Києві діє 16 хостелів та понад 110 підприємств, що є власниками апартаментів. Загальна потужність – 33 655 місць. Матеріально-технічна база санаторно-курортних підприємств потребують оновлення, особливо це стосується санаторно-курортних закладів, що відносяться до ЗАТ «Укрпрофоздоровниця».

Лікувальні послуги надає 31 санаторій-профілакторій загальною місткістю 3514 місць із пропускною здатністю 45,3 тис. чол. За останні 10 років спостерігалася відсутність приросту місткості санаторної мережі. Існуюча мережа закладів відпочинку дає змогу оздоровлювати протягом року до 130 тисяч осіб. Процес функціонування сфери відпочинку відображається в ресурсній спеціалізації, ємності територій і місткості закладів відпочинку, пов'язаних зі структурою функціональних рекреаційних потреб населення.

Новим і перспективним видом економічної діяльності в соціальній сфері є надання готельними підприємствами спортивно-оздоровчих послуг населенню, особливо послуг оздоровчого фітнесу. Поява і бурхливе зростання кількості готельних підприємств у цій сфері обумовлений, у першу чергу, необхідністю забезпечення нормального відтворення робочої сили, а також виконання наступних функцій: виховної, оздоровчої, рекреаційної, інформаційно-розважальної і ін. Подальшому розвитку зазначених підприємств готельної сфери також сприяє неможливість повноцінного фінансування спортивно-оздоровчих послуг з боку держави та наявність споживачів, зацікавлених в одержанні фітнес-послуг [4].

Але, як показує аналіз функціонування більшості зазначених готельних підприємств, організація процесу надання спортивних послуг ще не відповідає новим економічним і соціальним умовам, а підприємницька діяльність у цій сфері ще знаходиться на початковій стадії свого формування і розвитку (табл. 2).

Таблиця 2
Зведені показники фінансово-господарської діяльності готельних підприємств Київської області, що надають фітнес-послуги *

Найменування показника	2012	2013
1. Маневреність власного капіталу	0,0763	0,0890
2. Рентабельність активів	-0,0321	-0,1916
3. Коефіцієнт фінансової стабільності	2,1198	1,0488
4. Співвідношення необоротних активів і власного капіталу	1,0058	1,5751
5. Співвідношення оборотних і необоротних активів	0,2523	0,1789
6. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0461	0,0190
7. Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,4336	0,2022
8. Коефіцієнт загального покриття	0,5380	0,2955
9. Співвідношення поточних пасивів і власного капіталу	0,4717	0,9535

* розраховано за даними Київського обласного управління статистики для підприємств, діяльність яких пов'язана з забезпеченням догляду за тілом (код згідно КВЕД 93.04) [5].

Аналіз показників діяльності готельних підприємств, що надають фітнес-послуги (послуги догляду за тілом), у Київській області за період з 2012 по 2013 рр. (табл.2), показує, що у цій сфері потрібне впровадження серйозних розробок щодо удосконалення систем управління ними, зокрема: збільшення частки прибуткових видів послуг, підвищення чисельності клієнтів, розробка та реалізація високоприбуткових інноваційних проектів з фізичної культури та спорту.

Щоб вижити у складних економічних умовах і забезпечити стійке зростання у майбутніх цивілізованих ринкових відносинах, необхідна зміна стратегічних орієнтирів підприємництва за наступними основними напрямками: підвищення розмаїтості асортименту і поліпшення якості наданих видів послуг (наприклад, таких, як нетрадиційні методи оздоровлення); концентрація зусиль підприємництва на виявленні нових сегментів і ніш ринку (наприклад, більшого охоплення населення фізкультурно-оздоровчими послугами).

Можливість займатися спортом в готелі вже давно стала невід'ємною частиною готельного сервісу. Напружений ритм життя, все зростаючі психоемоційні навантаження, малорухомий спосіб життя змушують дбати про здоров'я кожного. Проводячи все більше і більше часу у відрядженнях, наші сучасники потребують умов, максимально наближених до домашніх, в тому числі, щодо спортивних послуг - зняти напругу прекрасно можна і в спортивному залі.

Лікувально-оздоровчий комплекс у готелі буде надавати наступні оздоровчі послуги:

- басейн; – комплекс саун (фінська та римська);
- ванни:

- 1) AQUADELICIA VIII SPA - це ванна з високо-ефективними системами повітряного і водного масажу;
- 2) Thermo-Spa (безконтактна термальна ванна) - релаксація в невагомості;

3) WORISHOFEN CO2 - суха вуглекисла ванна

- сольова кімната;
- масажні кабінети;
- Душ «Шарко»;
- «Шотландський» душ;
- фітнес-зона, зокрема зал кардіо-тренажерів, зал вільних вагів, зона відпочинку, салат-бар;
- солярій.

Якщо асортимент надаваних фізкультурно-оздоровчих послуг визначається, виходячи багато в чому, зі статусу готелю і вимог бренду, то розмір і комплектація спортивних споруд залежать від дуже багато чого: це, знову таки, побажання керуючої компанії, місця розташування готелю, фінансові можливості, цільова аудиторія, наявність вільних площ та інше. Зрозуміло, що якщо навіть відносно зірковості в готельній практиці немає єдиного стандарту, то чекати уніфікованих правил в цьому випадку навряд чи можливо.

Спортивно-оздоровчі послуги в гостьовому бізнесі є частиною пропонованого продукту, вони або входять в основні послуги, тобто в пакет обов'язкових послуг, обумовлених у путівці (ваучері), або є частиною додаткових послуг. Так само послуги оздоровчого центру можуть бути доступні і для відвідувачів, які не проживають в готелі, що буде джерелом додаткового доходу готелю.

Велику увагу слід приділити організації роботи персоналу центру. Рекомендується розробити точний покрововий план дій для співробітників оздоровчого центру. Бажано щоб співробітники мали фізкультурну та медичну освіту.

Так само необхідно подбати про комфортність перебування гостей у спортивному комплексі: підтримувати необхідну температуру повітря та води в басейні, в тренажерному залі повинен знаходитися кулер з питною водою, відстань між тренажерами повинно дозволяти гостям вільно рухатися і робити вправи і т.д.

І звичайно, не останню роль грає інтер'єр приміщень оздоровчого комплексу. Зрозуміло, що готелі думають не тільки про дотримання СНіПів, а й те, як по можливості, побалувати своїх гостей. Приміром, спортивно-оздоровчий центр Маркіз Фітнес-клуб при готелі JW Marriott Сеул в якості освітлення використовує природні сонячні промені, які ловляться сонячними батареями і фільтруються через оптико-волоконні кабелі. В результаті відфільтровані сонячні промені використовуються для природного освітлення спортивних приміщень центру. А повітря в Маркіз Фітнес-клуб проходить через спеціальні кисневі блоки. В результаті всередині приміщення досягається ефект знаходження на відкритому повітрі.

Висновки. На закінчення необхідно відзначити, що оздоровчі центри окремих великих готелів м. Києва пропонують набагато більший спектр послуг: басейн площею в кілька сотень кв. м; водні гірки та атракціони (гейзери, протівотоки, каскади); дитячий басейн, індивідуальні лазні (російська, турецька, хамам); контрастні ванни; зал аеробіки зі спеціальними «плаваючими»

підлогами, що полегшують навантаження на суглоби; кілька десятків програм з аеробіки; аквааеробіка, медичне фітнес-тестування; послуги інструктора з плавання; лікувальна фізкультура і реабілітація; тренажерний зал з повним рядом кардіо-тренажерів, силових тренажерів; магазин спортивного одягу та аксесуарів; сейфи для зберігання цінних речей.

Широко пропонуються SPA-послуги: масаж (антицелюлітний, сегментарний, класичний, ароматичний, коригувальний), косметологія (таласотерапія, косметологія обличчя та тіла). Оздоровчі центри часто пропонують послуги з організації та проведення спортивних свят та клубних вечорів, сімейних дитячих програм.

Всі перераховані пропозиції та послуги, звичайно ж, є конкурентною перевагою даних готельних підприємств і прекрасною можливістю додаткових фінансових надходжень від пропонованих послуг. Надання таких послуг вимагає розширеного штату співробітників та іншої організаційно-управлінської структури готелю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Безносюк В.Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України: Дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 / В. Д. Безносюк./ НАН України Ін-т регіональних досліджень. - Львів, 2001. - 189 с.
2. Бородай Д.С. Основні фактори, що впливають на розвиток інфраструктури спортивно-туристичних готелів: [текст] / Д.С. Бородай // Проблеми архітектури і градостроїтельства на трансграничних територіях: междунар. науч. практ. конф., – Харьков, 14-15 декабря 2011 г.: Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х. : ХНАГХ, 2011. – С.82-83.
3. Вопросы физической культуры, спорта и рекреации: Сборник научных трудов том 11.- Симферополь, 2013. - С.55.
4. Гудзь П.В. Механізм розвитку курортно-рекреаційних територій у сучасних умовах: Дис... д-ра екон. наук: 08.10.01 / НАН України, Інститут економіко-правових досліджень. - Донецьк, 2003. - 450 с.
5. Офіційний портал Київського обласного управління статистики [Електронний ресурс]. -2014. Режим доступу-<http://oblstat.kiev.ukrstat.gov.ua>
6. Любіцева О.О. Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля / О.О. Любіцева, В.І. Стафійчук // Розвиток курортної справи в Україні: Міжнар. наук.-практ. конф. (КНУКІМ. 4-6 червня 2004 р.). – К., 2004.
7. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. -224 с. («Туризм и сервис»)
8. Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С.Новиков. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
9. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007. - 256 с.

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Солопун Наталія Миколаївна, к.економ.н., доц., ХНАДУ

Набілі Теймур, ХНАДУ

Анотація: в статті запропоновано розгляд теорії питання інноваційних форм туристичної діяльності в Україні та пропозиції щодо її подальшого удосконалення.

Ключові слова: туристичний кластер, інновація, туристична логістика.

Abstract: the article proposes a review of the theory of innovative forms of tourism in Ukraine and suggestions for further improvement in this branch of science.

Keywords: tourist cluster, innovation, travel (touristic) logistics.

Постановка проблеми.

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, в тому числі і світовий ринок туристичних послуг. Як наслідок, відбувається зростання рівнів інтегрованості туристичних галузей та окремих підприємств різних країн, з одного боку, та загострення конкурентної боротьби між країнами за розподіл туристичних потоків, з іншого. Водночас, сучасною тенденцією в економіці розвинених країн є зростання частки туристичних послуг як у структурі валового внутрішнього продукту, так і в структурі споживання. Такі процеси створюють загрози туристичним галузям країн із більш низькою конкурентоспроможністю національних підприємств, несформованістю ринкових механізмів та недосконалою державною туристичною політикою. Це стосується країн, які знаходяться на початковій стадії розвитку ринкової економік, до яких можна віднести й Україну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інноваційних тенденцій у туризмі займалися такі вчені, як Биркович В.І., Боголюбов В.С., Дмитрук С.В., Жукової М.А., Квартальнов В.О., Ковалев С.І., Міхно М.О., Новикова В.С., Пшеничних Ю.А., Черниш О.І., Чечель А.В. та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Для України, яка стоїть на шляху формування демократичного суспільства та ринкової економіки, туризм сьогодні є важливим чинником соціально-економічного розвитку як усередині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Нові потреби та мотиви поведінки людини в інформаційному суспільстві, інтегрованість міжнародного співтовариства з метою взаємопізнання та взаємобогачення спричинили якісні зміни у структурі та джерелах економічного зростання у світі в період останніх десятиліть. Саме це зумовлює актуальність запропонованої статті.

Формулювання цілей статті. Стаття спрямована на подальший розгляд аспектів формування інноваційної політики функціонування сучасних туристичних підприємств.

Вклад основного матеріалу дослідження. Необхідність застосування інновацій для забезпечення розвитку туристичних підприємств визначається сучасними тенденціями розвитку суспільства. Відомим є той факт, що наша країна має вигідне географічне розташування та володіє значними природними та культурними ресурсами. Тому з впевненістю можна стверджувати, що прогнози Всесвітньої туристичної організації щодо розвитку туризму у світі стосуються й України.

У довгостроковій перспективі Всесвітня туристична організація розглядає такі перспективи [1]:

- міжнародні туристські прибуття в усьому світі будуть збільшуватися на 3,3% на рік з 2010 по 2030;
- у період між 2010 та 2030 роками обсяги туристичних подорожей у напрямках, що активно розвиваються, збільшаться на 4,4 % у порівнянні з обсягами подорожей до розвинених країн (2,2 %);
- частка ринку економік країн, що розвиваються, збільшилася з 30 % в 1980 році до 47 % в 2013 році, і, як очікується, досягне 57 % до 2030 року, що еквівалентно більш 1 млрд. міжнародних туристських прибуттів.

Зважаючи на вищевказані тези, Україні доцільно спрямовувати власну туристичну діяльність на новітній інноваційний курс розвитку. Зокрема, пропонується розглянути п'ять основних напрямів макроекономічної стратегії виходу України на зовнішні ринки туристичних послуг та відповідні системи заходів. Такими напрямками є [2]:

- удосконалення правових засад регулювання зовнішньоекономічних зв'язків туристичних підприємств, зокрема уніфікація державних стандартів туристичних послуг відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм, надання пільг для вітчизняних туристичних підприємств – експортерів послуг, надання статусу територій з особливим режимом зовнішньоекономічної діяльності перспективним туристичним центрам України, створення правових засад транскордонного співробітництва в галузі туризму;
- підвищення рівня фінансування привабливих для іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури, передусім у регіонах із достат-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

нім туристичним потенціалом та низьким рівнем його використання;

- забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам;
- створення національної туристичної рекламно-інформаційної мережі;
- стимулювання всебічного використання національними підприємствами туристичних ресурсів країни

Світова практика 1990-х років свідчить про високу результативність господарської діяльності значної кількості різноманітних кластерів, підтверджуючи їх конкурентні переваги порівняно із традиційними формами організації бізнесу. Тому з метою підвищення конкурентоспроможності національних туристичних підприємств (передусім малих і середніх) при виході на зовнішні ринки вважається обґрунтованим запровадження туристичних кластерів і в Україні.

Туристичний кластер трактується як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [3].

Якість кластерної системи як виробника турпослуг має вимірюватися за тим, наскільки добре кластер може адаптувати свої послуги у відповідності з існуючими потребами. Якщо туристичному кластеру як системі вдасться встановити на ринку прийнятні ціни на свої турпослуги і при цьому забезпечити високий рівень якості обслуговування, то він може накопичити достатньо цінностей, щоб добре оплатити роботу всіх учасників виробничого процесу, а також захистити від зовнішніх ефектів виробництва та споживання усіх осіб, зайнятих у цьому процесі. Здатність отримати від ринку достатню накопичення цінностей можна позначити як конкурентоспроможність кластерної системи.

Стратегічна мета всієї кластерної системи як конкурентної одиниці – забезпечення конкурентоспроможності на тривалий часовий період. Ринок висуває високі вимоги до турпослуг і тим самим стимулює роботу галузей, і навпаки: конкурентоспроможні галузі зацікавлені у збереженні і збільшенні кількості вимогливих клієнтів на місцях. Населення, що позитивно відноситься до туризму у своїй місцевості може бути гарантією гостинності, що полегшує реалізацію інноваційних туристичних проектів.

Ґрунтуючись на вищесказаному, місією розвитку туристичного кластеру на довгострокову перспективу має бути підвищення якості життя населення, доведення конкурентоспроможності кримської продукції до рівня міжнародних стандартів якості за рахунок впровадження сучасних технологій і створення стабільного і динамічно розвивається господарського комплексу в умовах ринку.

Для підвищення керованості процесів туристич-

ний кластер повинен мати координуючу структуру – координаційний центр, який повинен взяти на себе виконання кооперативних завдань в туристському кластері. З одного боку, координаційний центр можна визначити як особливий вид організаційної структури управління, який бере на себе функцію координатора в туристському кластері. Для менеджменту важливо, щоб різні функції, як окремого підприємства, так і туристичного кластеру, координувалися спеціальними організаційними структурами. А з іншого боку, координаційний центр представляється туристським посередником, тобто координаційний центр повинен виконувати маркетингові функції, носити кооперативний характер та мати можливість організувати роботу, як на державному рівні, так і в приватному порядку.

Координаційний центр, що формує туристську політику, повинен створити вигідні для туризму рамкові умови і стимулювати його розвиток в туристському кластері. Координаційний центр має бути багаторівневою структурою, що включає з себе державні структури і приватні об'єднання, які здійснюють свою діяльність на двох рівнях: регіональному та муніципальному. «Багаторівневе управління переважніше централізованого підходу з багатьох технічних, економічних та експлуатаційних причин» [4]. Незважаючи на удаваний недолік багаторівневих систем, зумовлених складністю їх поведінки і управління, повністю інтегрований і централізований підходи до управління приносять більше проблем. Пов'язано це з тим, що практично не вдається забезпечувати врахування всього комплексу існуючих протиріч економічного, соціального, технічного властивості. Тоді як при багаторівневому управлінні зазначені протиріччя знаходять свій дозвіл, оскільки локалізуються на певному рівні ієрархії і стають предметом управління конкретних суб'єктів, покликаних не допускати поширення їхнього впливу не тільки на рівні системи, але і на інші елементи.

Державний координаційний центр на регіональному рівні повинен здійснювати стратегічне планування розвитку регіону, створювати програми підтримки підприємств туристичного кластеру у відповідності з національними і державними інтересами, погоджувати їх з законодавчої та податковою базою України.

На муніципальному рівні координаційний центр покликаний займатися формуванням місцевої інфраструктури, рекламою, обслуговуванням гостей, посередницькими послугами з розселення туристів. Членами координаційної ради даного рівня можуть бути готельні та торгові підприємства, інформаційні центри, а також всі особи і фірми, зацікавлені у розвитку туризму у своїй місцевості.

Найбільший ефект в діяльності координаційного центру туристичного кластеру полягає в об'єднанні інтересів у рамках єдиного союзу державних установ, підприємств, громадських організацій та приватних підприємств.

Для того щоб уніфікована модель розподілу повноважень між рівнями управління туристичного кла-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

стеру стала можливою, необхідно знайти компроміс між ними, який повинен бути оформлений шляхом підписання договорів. При досягненні компромісу можна говорити про конкретну модель розподілу повноважень між рівнями управління кластеру (рис. 1).

У функції муніципального туристичного координаційного центру входять: організація інформаційного бюро для туристів; дослідження ринку, ознайомлення вищого державного координаційного центру з проблемами туризму; формування позитивного іміджу для туристичного кластеру; консультація з питань ринку; програма навчання та кваліфікації кадрів; система бронювання місць у готелях, транспорті; представництво інтересів на вищому рівні; спільна участь у ярмарках; формування позитивного образу курорту в ЗМІ.

Завдання муніципального координаційного центру залежать від його величини і можливостей. Його маркетингова діяльність орієнтується на радіус досяжності надається марки турпродукту. При здійсненні діяльності, пов'язаної з ринком, а також при розробці самостійних акцій на відповідному ринку здійснюють спільну діяльність.

В обов'язковому порядку повинна виконуватися інформаційна та маркетингова робота. Від державного координаційного центру потрібно формування іміджу всього рекреаційного регіону туристичного кластеру, проведення маркетингу на перспективних ринках попиту; представництво муніципального координаційного центру на найважливіших туристичних ринках.



Рисунок 1 – Розподіл управлінських функцій між регіональним і муніципальними рівнями управління кластером

Масштабність поставлених цілей визначає необхідні для їх досягнення час і ресурси. Передбачуваний термін структурної перебудови господарського комплексу рекреації та супутніх галузей можна розбити на етапи, в кожному з яких будуть вирішуватися свої завдання, спрямовані на стабілізацію і підйом економіки кримського регіону, підвищення життєвого рівня місцевого населення.

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є: використання ефекту масштабу, розширення доступу до інновацій (досягається за рахунок зустрічних міжфірмових потоків ідей та інформації), формування локального галузевого ринку праці (дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації), зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації [5].

З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду можна запропонувати типову структуру туристичного кластеру. Виділяється чотири основних сектори туристичного кластеру: сектор виробництва туристичних послуг, сервісний сектор, допоміжний сектор та сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру. Сектор виробництва туристичних послуг включає підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують туристичні послуги: туроператорські фірми та турагентства, заклади з розміщення, оздоровлення, перевезення, харчування та організації дозвілля туристів. Сервісний сектор об'єднує банківсько-кредитні та страхові установи, навчальні заклади туристичного профілю, наукові установи, а також бізнес-центри, лізингові компанії. Допоміжний сектор, по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів, по-друге, поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії, по-третє, органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми. Сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру зв'язує між собою інші сектори і координує їх діяльність. Він включає маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний та юридично-аудиторський відділи [6].

Аналіз світової практики діючих туристичних кластерів свідчить про те, що ефективним засобом оптимізації потоків туристичних продуктів, інновацій та кадрів у межах кластерів є впровадження системи логістики. Туристична логістика трактується як інформаційно-управлінська діяльність, спрямована на скорочення витрат та узгодження в часі надання всіх складових комплексних туристичних послуг. Основними сферами застосування логістики в туристичному кластері є інформаційна, транспортна, кадрова та сервісна [7].

Виходячи із загальноприйнятих класифікацій кластерів, можна зробити висновок, що в Україні кон-

курентні та зрілі туристичні кластери знаходяться у стадії становлення. У разі успішної реалізації кластерної моделі потенційними можуть стати кластери у Києві, Львові, Чернігівській, Закарпатській областях.

Розробка та впровадження новітніх технологій, що забезпечують стійкі позиції на світовому ринку, потребують значної концентрації діяльності, тобто виробничих потужностей і капіталу, та забезпеченості кадрами відповідної кваліфікації. Слід зазначити, що своєрідність прояву глобалізаційних процесів на національних ринках (глокалізація), відтворена у різноманітності форм їх територіальної організації, є одним з найскладніших і найактуальніших питань географічних досліджень світового господарства, суспільно-географічних досліджень ринкових процесів. Світовому ринку послуг, як складовій світогосподарської системи, притаманні всі процеси, викликані глобалізацією суспільного життя [8].

Висновки. Світове господарство на сучасному етапі є динамічною інноваційною системою, що базується на циклічній зміні товарів та їх груп в індустріальній економіці. Відповідна циклічність відстежується й на ринку послуг і полягає в хвилеподібному поширенні інновацій та інноваційних технологій у сфері послуг. До того ж дедалі цей процес відбувається все динамічніше. Тому, впровадження інновацій у туристичну галузь України дозволить зайняти більш вигідну позицію у цієї галузі у світовому масштабі.

ЛІТЕРАТУРА

1. UNWTO Tourism Highlights [Електронний ресурс]. – Режим доступу : unwto.org
2. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. / Мальська М. П., Худо В. В. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
3. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України [Текст] : дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Гонтаржевська Лариса Іванівна ; Нац. акад. наук України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. – К. , 2005. – 262 с.
4. Дишловий І. М. Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластеру та його регулювання / І. М. Дишловий // Экономика и управление. – 2010. № 6. – С. 69-75.
5. Оленічева Ю.О. Проблеми й перспективи формування туристичних кластерів в Україні / Ю. О. Оленічева // Вісник ДІТБ. Економіка та організація туризму. – 2012. – С. 201-206.
6. Григор`єва Я. В. Кластери як чинник активізації туристичної діяльності / Я. В. Григор`єва // Актуальні проблеми економіки. економіка та управління національним господарством. – № 7(133). – 2012. – С. 73-79.
7. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посіб. — К.: Знання, 2009. — 444 с.
8. Кожевников Н. Н. Глокализация: концепции, характерные черты, практические аспекты / Н. Н. Кожевников, Н. Л. Пашкевич // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. – № 3. – Т. 2. – 2005. – С. 111-115.

ВПЛИВ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ПРОМИСЛОВІСТЬ

Сорочан Вікторія Олегівна

асистент, аспірант

Донецький національний університет економіки і торгівлі

імені Михайла Туган-Барановського

Анотація: У статті обґрунтовано, що туризм може стати активним джерелом розвитку виробничої бази промислової інфраструктури, доведено можливість та необхідність реалізації заходів, спрямованих на розвиток окремих видів промисловості під впливом туристської індустрії.

Ключові слова: індустріальний туризм, промисловість, сфера послуг, туристична індустрія, економіка.

Annotation: In the article the viewpoint is substantiated, according to which tourism can become an active source of development of the production base of the infrastructure, and the possibility and necessity of realization of the actions directed on development of separate industries under the influence of the tourism industry.

Key words: industrial tourism, industry, services, tourism industry, economics.

Постановка проблеми. В умовах уповільненого розвитку промислових підприємств спостерігається інтенсивний процес відтоку робочої сили з традиційно провідних галузей економіки України (металургійної, машинобудівної, оборонної та ін.) у сферу надання послуг. Це закономірний процес розвитку світової економіки. Слід зазначити, що вартість створення одного робочого місця в сфері туризму в 20 разів менша, ніж у промисловості [6]. Туризм не тільки прямо або побічно охоплює більшість галузей економіки, в тому числі промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, мистецтво, спорт тощо, а й стимулює їх розвиток [6]. Промисловий туризм як один з видів туризму, швидко набирає популярності, зокрема й в Україні. Надання екскурсійних послуг на промислових підприємствах, з одного боку, є інструментом підтримки виробництва та його реклами, з іншого боку. Отже, від функціонування туризму безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки і близько 10-15 % населення України [6].

Аналіз попередніх досліджень. У розробку теоретичних аспектів проблем економіки туризму і економічних проблем розвитку промисловості внесли істотний внесок ряд вітчизняних та зарубіжних вчених. Однак вищевказані проблеми були розглянуті окремо в працях вчених-промисловців і науковців в сфері туризму, при цьому зміст цих праць не свідчить про цілісному підході до розвитку промисловості як складової індустрії туризму. На сьогоднішній день найбільш розробленими виявилися питання особливостей розвитку туризму, організації управління і маркетингових досліджень в даній сфері, а також етапи історичного та економічного розвитку туристської індустрії.

Так, можливості розвитку туризму на промислових територіях було проаналізовано та досліджено В.Ф. Данильчуком [3], необхідність охорони та заповідання антропогенних ландшафтів, оцінення їх як пам'яток індустріальної культури представлено у працях Г.І. Денисика, В.Л. Казакової, Ю.Г. Тютюнника [7], перспективи розвитку промислового туризму в Україні визначено В.С. Пацюком [9], напрями та досвід використання промислового туризму на Дніпропетровщині досліджено О.С. Афанасьєвим [1], можливості та перспективи розвитку промислового туризму у східному регіоні України розглянуто О.Ю. Чередниченко [13].

Також слід відзначити таких науковців як Воскресенський В.Ю., Клименко О.В. [2,8]. Зокрема Воскресенський В.Ю. у своїй книжці «Міжнародний туризм» визначив, що туризм виступає як засіб залучення інвестицій, як своєрідна форма комерціалізації природи в інтересах суспільства; як мультиплікатор розвитку інших галузей економіки; як чинник соціально-економічної інтеграції та глобалізації [2]. Так, Клименко О.В., розглядала туризм як соціально-економічне явище що дає можливість реанімувати економіку у період рецесії підопічних територій, насамперед, про так званих проблемних суб'єктах [8].

Метою даної роботи є обґрунтування туризму як джерела розвитку виробничої бази промислової інфраструктури, визначення заходів, спрямованих на розвиток окремих видів промисловості під впливом туристської індустрії.

Виклад основного матеріалу. Індустріальний туризм - це вид активного туризму, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств, з метою задоволення пізнавальних, професій-

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

них, ділових інтересів [10]. Розвиток індустріального туризму тісно пов'язано з розвитком галузей, зайнятих обслуговуванням цієї сфери і формують її інфраструктуру промисловості, торгівлі, транспорту, зв'язку і ін. Отже, розмежування туризму і промисловості недоцільно, оскільки вони є складовими елементами туристської індустрії [4].

Промисловість є ядром виробництва, вона тісно пов'язана міжгалузевими зв'язками з усіма іншими галузями, у тому числі й туристичною, та в значній мірі впливає на подальшу їхню роботу. В Україні на дану виробничу сферу припадає близько 26% ВВП (2012р.), у промисловості працює близько 18% зайнятого населення України, а найвищу питому вагу в її галузевій структурі займає металургія, машинобудування, електроенергетика, хімічна та харчова промисловості. Оцінку динаміки обсягів виробництва проведемо за індексом виробництва промислової продукції, який являє собою порівняння обсягів виробництва за певними часовими періодами (рис.1), що наведені в останньому експрес-звіті Держкомстату України «Підсумки роботи промисловості України за 2013 рік» [5].

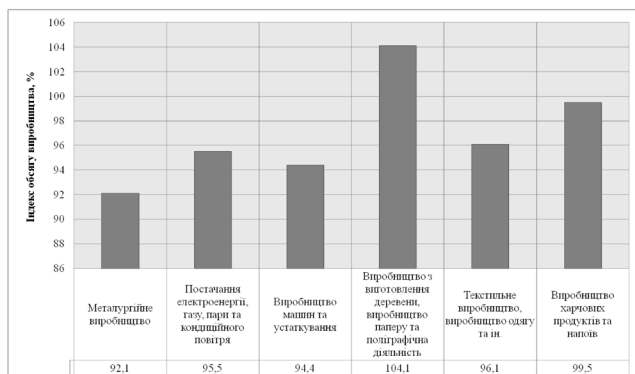


Рис.1 Порівняння обсягів виробництва за індексом промислової продукції у 2013 році

Розвиваючи промисловий туризм на своїх підприємствах, компанії ставлять перед собою різні цілі. Найпростіша, буквально лежить на поверхні, - стимулювання збуту. На багатьох підприємствах екскурсії завершуються в магазинах, що торгують продукцією, процес виробництва якої тільки що бачили відвідувачі, і рідко хто йде звідти без покупки.

В Україні таку практику реалізують виробники алкогольної продукції, наприклад, заводи "Масандра", "Коктебель", Артемівський завод шампанських вин та ін. Їх дегустаційні центри - улюблене місце туристів [12].

Аналізуючи особливості просування індустріального туризму на ринок туристичних послуг України, варто відзначити, що перші кроки в цьому напрямку вже зроблено (табл. 1).

Стосовно інших підприємств гірничодобувної промисловості, то варто відзначити, що екскурсійні послуги пропонує Полтавський гірничозбагачувальний комбінат у м. Комсомольську. Відвідування рудовидобувного кар'єру захоплює туристів не лише своїми краєви-

дами, а й можливістю відшукати золото, бурштин, кришталі чи інші мінерали, які є просто відвалами породи. Під час подорожі територією ГЗК можна забратися на величезні машини і на власні очі побачити процес виробництва окатишів, а також відвідати музей підприємства [10].

Таблиця 1

Об'єкти промислового туризму в областях України

Область	Об'єкт промислового туризму
1. Дніпропетровська	Завод соків та напоїв "Ерлан" (ТМ "Біола"), шахти "Більшовик", "Батьківщина"
2. Донецька	Артемівський завод шампанських вин, соляна шахта в Соледарі, пивзавод "Сармат", "АВК", ДМЗ
3. Запорізька	ДніпроГЕС, Запорізька АЕС, ВАТ "Запоріжжюк"
4. Київська	ЧАЕС, пивзавод "Оболонь"
5. Луганська	Проект технопарку "Рудник"
6. Миколаївська	Південно-Українська АЕС, Завод "Зелений Гай", компанія "Сандора", Баштанський сир-завод, суднобудівний завод ім. 61 комунара, тури по винних підвалах найвідоміших виноробних господарств
7. Полтавська	Рудовидобувний кар'єр Полтавського гірськозбагачувального комбінату (Ferrexpo Poltava Mining)
8. Тернопільська	Фабрика ялинкових іграшок, пивзавод
9. Харківська	ЛВЗ "Prime"

Найбільш доступними, найбільш відвідуваними та, відповідно, найбільш прибутковими з позиції індустріального туризму є підприємства харчової промисловості. В основному в Україні шляхом залучення відвідувачів йдуть виробники різних алкогольних напоїв: це пивзаводи «Оболонь» та «Сармат», Одеський та Артемівський заводи шампанських вин, Інститут вина і виноробства «Магарач», Харківський ЛГЗ «Prime» [10]. Відвідування цих підприємств дає можливість екскурсантам проникнути в таємниці виробничого процесу, познайомитись з сучасними технологіями, стати свідками всього циклу створення напою - від підготовки інгредієнтів до створення готової продукції. Також відвідувачам надається можливість стати учасниками професійної дегустації, ознайомитися з системою контролю якості та принципами дії сучасного обладнання. Для любителів солодощів пропонуються поїздки до компанії «АВК», одного з найбільших українських виробників кондитерської продукції.

Отже, розвиток індустріального туризму відіграє значну роль в діяльності промислових підприємств (рис.2)

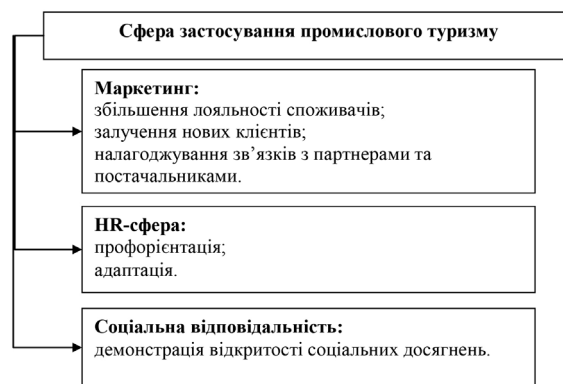


Рис. 2. Сфера застосування промислового туризму

Знайомлячись з діючим виробництвом, споживачі отримують візуальне уявлення про бренд. Крім того,

хороша екскурсія по підприємству виробляє потужний емоційний вплив, запам'ятовується відвідувачами як яскраве, цікаве подія. Після відвідування підприємств багато споживачі стають прихильниками даних брендів, хочоче рекламуючи їх серед родичів і знайомих.

Відкритість для відвідувачів має й інші позитивні аспекти. Так, демонструючи готовність брати екскурсантів, компанія позиціонує себе як соціально відповідальної структури, якій нічого приховувати від громадськості. Крім того, така політика може допомогти налагодити відносини з місцевим населенням, яке не завжди в захваті від сусідства з великим промисловим об'єктом [11].

Висновки. Щодо майбутнього розвитку індустріального туризму в Україні, то організація екскурсій нате чи інше підприємство вигідна в першу чергу самому ж підприємству, адже це реклама. Але далеко не кожному вигідно погіснити виробництво заради прокладання туристичних маршрутів, що, в свою чергу, також створює проблеми для робочого процесу. Отже становлення індустріального туризму на даному етапі полягає в зборі та структуруванні інформації щодо об'єктів, найбільш перспективних для розвитку індустріального туризму, аналізі світового досвіду та його інтерпретації у вітчизняних умовах, а також висуненні власних конструктивних пропозицій задля прискорення зайняття індустріальним туризмом «вільних ніш» на українському туристичному ринку. Стан промислового потенціалу і туристської індустрії показав тісний взаємозв'язок туристської галузі з промисловістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Афанасьєв О.Є. Промисловий туризм на Дніпропетровщині: напрями, перспективи та досвід використання / О.Є. Афанасьєв // *Минуле, сучасне та майбутнє туризму Дніпропетровщини: матеріали обласної відкритої туристсько-краєзнавчої конференції* - Д.: ДДЮЦМС, 2006. - С. 88-90.

2. Воскресенский В.Ю. *Международный туризм [Учебник]* // В.Ю. Воскресенский - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с

3. Данильчук В.Ф. *Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография* / В.Ф. Данильчук. Ин-т экономики пром-сти. - Донецк, 2006. - 240 с.

4. Дерен И.И. *Экономическое влияние туристской индустрии на развитие отдельных видов промышленности* :На примере Владимирской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskoe-vliyanie-turistskoi-industrii-na-razvitie-otdelnykh-vidov-promyshlennosti-na-](http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskoe-vliyanie-turistskoi-industrii-na-razvitie-otdelnykh-vidov-promyshlennosti-na)

5. Державна служба статистики [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

6. Дума Б.В. *Влияние туризма на развитие экономики Украины* [Электронный ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPT_2008/Economics/31578.doc.htm

7. Казаков В.Л. *Техногенный туризм у системі природокористування* / В.Л. Казаков, Т.А. Казакова, О.Й. Завальнюк // *Екологія і раціональне природокористування: зб. наук. праць Сумського держ. пед. ун-ту.* - 2006. - 244 с. 2.

8. Клименко Е.В. *Туризм как фактор ускорения социально-экономического развития Северного Кавказа* [тема диссертации и автореферата] // Е.В. Клименко, 2001.-260с.

9. Пацюк В.С. *Индустриальный туризм і перспективи його розвитку в Україні* / [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk2.htm.

10. Пацюк В.С. *Особенности становления индустриального туризма на туристичному ринку України* // *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка.* - Серія «Географія». -2010.-№57.-с.47-49.

11. Пашкеєв С., Демченко Д. *Практика менеджмента. Промышляют туризмом* // *Журнал «БИЗНЕС»* №13 (896) от 29.03.2010.

12. *Промышленный туризм в Украине набирает популярность* [Электронный ресурс]. Режим доступу: <http://mastertura.com.ua/index/viewnew/1926>

13. Чередниченко О.Ю. *Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України* / [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/cherednychenko.htm.

УДК 641.5: 640.432 (477)

ОДЕСЬКА КУХНЯ – НЕВІД’ЄМНА ЧАСТИНА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Тарасова Анжела Анатоліївна, магістрант

Корецька Ірина Львівна, доц., к.т.н.

Національний університет харчових технологій, м. Київ

У статті проаналізовано суттєві відмінності одеської кухні від інших національних, та охарактеризовано існуючі ресторани з місцевою кухнею в Одесі. На основі даного аналізу зроблено висновок про вплив одеської кухні на розвиток гастрономічного туризму в м. Одесі та перспективи відкриття ресторанів з концептуальним меню місцевої кухні.

Ключові слова: тематична кухня, ресторанний бізнес, одеська кухня, гастрономічний туризм, концептуальне меню.

The article analyzes the significant differences cuisine of Odessa from other national cuisine. Also the article describes restaurants of local Odessa's cuisine. Based on this analysis was made conclusion about influence of Odessa's cuisine on the development of gastronomic tourism in Odessa. The article analyzes prospects of opening restaurants with conceptual menu of dishes of Odessa's cuisine.

Keywords: Thematic cuisine, restaurants, cuisine of Odessa, gastronomic tourism, conceptual menu.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сьогодні в Україні працює близько 20 тис. підприємств ресторанного господарства. За рівнем розвитку цього ринку Одеса займає друге місце після Києва, завдяки розташуванню в курортній зоні [7].

Місцеві ресторани різні за стилем, дизайну, напрямку кулінарного мистецтва і атмосфері в умовах інтенсивного розвитку туризму, в т.ч. гастрономічного, докладають максимум зусиль і фантазії, щоб задовольнити та утримати відвідувачів.

Гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов’язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій місцевості, що є синтезом екології, культури і виробництва. З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових заходах.

За 220 років існування Одеси тут культура не змінилася, хіба що пригальмувала у розвитку останнім часом. Але той національний склад міста: греки, євреї, болгар, вірмени, українці, росіяни, молдавани є більш постійний, і кухні цих народів на основі місцевого продуктового набору складають одеську кухню [3].

Туристи з різних куточків світу із задоволенням відвідують ресторани місцевої кухні, тому що одеська кухня – це «смачна» маленька національна ідея в масштабах міста, яка більш цікава, ніж суперечки про мову тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням та збиранням справжніх одеських рецептів займалися ресторатори М. Ф. Попова, С.І. Лібкін, письменники Надемлинський А. та І. С. Потаніна, І. Карпенко.

Автори стверджують, що рецептура одеської кухні абсолютно не статична і не догматична, кожна господиня готує по-особливому. В книгах зібрані рецепти без яких Одеса була б неможлива: від форшмаку і смаженої камбали до ікри з синеньких і вертути з яблуками і родзинками.

Також згадували в своїх працях одеську кухню російський письменник І.Е. Бабель, поет А. Міцкевич, А. Яворська, О. Кулешова та О. Наговіцина, телеведучий Б.О.Бурда.

Український письменник-сатирик М.М. Жванецький добре охарактеризував відносини одеситів з їжею: «Шлунок – найчесніший в Одесі. Тому ми так любимо поїсти».

В останні роки власники закладів ресторанного господарства намагаються підкреслити колорит міста Одеси та створити культ одеської кухні завдяки маркетинговим заходам, направлених на розвиток гастрономічного туризму.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення особливостей одеської кухні, огляд існуючих закладів ресторанного господарства з місцевою кухнею в м. Одесі та обґрунтування перспективи розвитку гастрономічного туризму на основі концептуального меню.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на досить широкий вибір ресторанів різних кухонь, залишається досить багато простору для розвитку ресторанного бізнесу в незаповнених нішах.

Ресторани м.Одеси пропонують страви французької, італійської, німецької, середземноморської, української, грузинської, єврейської, руської, молдавської, одеської, китайської, японської, пан-азіатської кухонь. Було проведено соціологічне опитування серед населення та гостей м. Одеси для визначення найпопулярніших

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

кухонь. Респондентами були особи віком 18-45 років з доходом вище середнього. Зведені дані наведені на рис. 1.

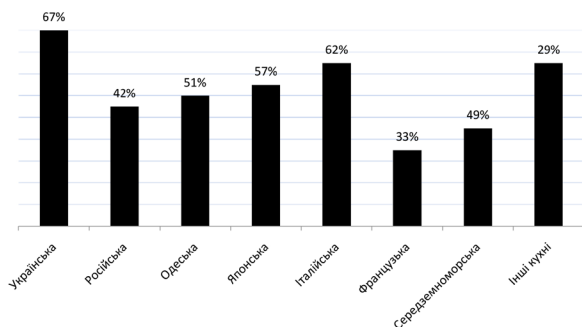


Рис. 1 – Графік популярності національних кухонь в м. Одеса

На основі даних опитування можна зробити висновок, що респонденти віддають перевагу декільком кухням одночасно. Саме тому, більше половини закладів ресторанного господарства в Одесі є не вузькоспеціалізованими, а пропонують відвідувачам різноманітне меню зі стравами національних кухонь для максимального задоволення потреб гостей.

Деякі ресторатори після експериментів з шеф-кухарями та іноземною гастрономією прийшли до близької кожному, майже домашній одеській кухні. Інтерес до неї підсилюється з кожним роком. Гастрономічна Одеса стає невід'ємною частиною туристичного життя та створює більш повне уявлення про місцеві традиції.

Одеська кухня поєднує в собі українську хлібосольність, єврейську винахідливість, східну пряність, російську ґрунтовність, французьку багаточаровість і кавказьку гостроту [1].

Як і будь-яка зріла кухня, одеська має свої принципи, способи, нюанси та таємниці. Для того щоб познайомитися з ними поближче, туристам рекомендують відвідати одеські фірмові страви (табл. 1) [8].

В концептуальному меню ресторанів з одеською кухнею немає жодного іноземного слова. Ніяких вам «рататуй» і «паста»! [5]. Одесити здивують вас особливими смачними та цікавими стравами:

- Одеса увібрала в себе лише найкраще: по-українськи ситна, по-єврейськи рясна, як у турків і болгар гостра, вишукана і тонка, як у французів;
- розташування міста на березі Чорного моря обумовлює велику кількість страв з риби та морепродуктів (найбільш популярною стравою є фарширована риба – гефілте фіш, яку готують на свята з декількох видів риби: шуки, кефалі або піленгасу, коропу і судаку. Популярна також смажена риба: камбала і бички. З дрібних риб сімейства оселедцевих, переважно тюльки смажать биточки; плов з мідіями – популярна серед страв з використанням морепродуктів);
- прагнення зменшувати розміри багатьох страв, при незмінній величині порції (пельмені та вареники в інтерпретації одеських кухарів мають відмінності від цих же страв в традиційному виконанні. В Одесі їх готують досить невеликого розміру, на відміну від прий-

нятих в українській кухні вареників з «кулак». Найбільш популярні вареники з вишнею);

- основне смакове забарвлення одеських страв – ледь відчутна солодкість;
- одеська кухня, як і інші південні, не вимагає швидкості, не терпить суєти;
- використання тільки натуральних продуктів, а не імпортованих [4].

Таблиця 1

Фірмові страви одеської кухні

№	Назва закладу ресторанного господарства	Фірмові страви
1	Кафе «Франзоль»	Одеська фарширована риба з хрінном і горчицею Сало з Привоза з часником та бородинським хлібом Ікра з синіх по-одеськи
2	Ресторан «Кларабара»	Мезе по-одеськи Бички по-одеськи Камбала по-рибацьки Цимес з телятини із чорносливом
3	Ресторан «Свіча»	Старий одеський салат з малосольною скумбрією Уха по-чорноморськи
4	Ресторан «Катран»	Кокот із мідій Уха по-царськи Барабулька
5	Ресторан «Одеса-мама»	Мідії по-одеськи Салат «Привоз» Ца-ца Биточки з тюльки з картопляним пюре
6	Ресторан «Одеські майси»	Цимес з квасолі з хрусткими тостами Вергута з яблуком
7	Ресторан «Фіджі»	Плов з мідіями Кефаль запечена з томатами, медом та гірчицею Гефілте фіш – фарширована риба
8	Кафе «Компот»	Форшмак Філе пеленгаса з овочами Курячий рулет з бринзою
9	Ресторан «Дача»	Перець запечений з бринзою Салат з чорноморськими мідіями Форель запечена Люля-кебаб з баранини
10	Ресторан «Камільфо»	Сьомга малосольна Салат з копченим вугром та креветками Мідії в коньячно-вершковому соусі

Фабрично-конвеєрна видача відшліфованих чашом страв забезпечує стабільну відвідуваність і високий відсоток повернень постійних гостей.

Середній чек коливається в близькості до преміального рівня, і це нескладно обґрунтувати високими стандартами кухні.

Одеський ресторан в баченні гостей повинен бути місцем, де всі негаразди відступають під натиском позитиву, форшмаку і хрінновухи та розчиняються під хвилеріз душевності зелених щі з телячими ребрами.

Завдяки існуванню різноманітних кухонь, в т.ч. одеської, в Україні набирає оберті розвиток гастрономічного туризму. Послуги ресторанного господарства є важливою частиною самобутності будь-якого регіону, відіграють важливу роль у формуванні якості життя, забезпеченні здоров'я населення та формуванні туристичного іміджу міста.

Одеська кухня формує характер та уподобання корінних одеситів: «Моє перше хобі – смачно поїсти за

обідом. Друге – добре поспати. Третє – розібратися в перших двох відчуттях» [6].

Висновки. Одеса як була, так і залишилася інтернаціональним містом, де є місце для всіх. Тому поступово одеська кухня тільки поповнюється новими стравами, які запозичає в болгарській, турецькій, румунській, молдаванській та інших сусідніх кухонь. Сучасна одеська їжа, тим не менш, ретельно зберігає свій геном, як і самі одесити, свої уподобання, надивившись і скуштувавши заморських делікатесів, мріють про котлетки, глоську і мікадо. Цікавість туристів до особливої легендарної одеської кухні буде лише зростати, тому що колорит міста можна відчути в повному обсязі, лише скуштувавши одеські страви.

Як каже М.М. Жванецький: «Приїжджайте до Одеси голодними, поки є що їсти»[2].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кулешова Е. Одесская кухня в эмиграции / Кулешова, Наговицина Е. –Таллин: HansaSolution OU, 2004. – 115 с.
2. Либкин С.И. Моя одесская кухня / Либкин С.И. – М.: Эксмо, 2013. – 256 с.
3. Надемлинский А. В дебрях одесской кухни / Надемлинский А. – К.: Грани-Т, 2008. – 210 с.
4. Попова М. Ф. Секреты одесской кухни / Попова М. Ф. – Одесса: Друк, 2004. – 224 с.
5. Потанина И. Одесская кухня / Потанина И. – Одесса: Друк, 2014. – 146 с.
6. Яворская А. Кулинарная книга от одесситок / Яворская А. – Одесса: Optimum, 2005. – 226 с.
7. Статистичний збірник Головного управління статистики в Одеській області «Діяльність підприємств-суб'єктів господарювання в Одеській області» – Одеса: Головне управління статистики в Одеській області, 2013 р. – 165 с.
8. Рестораны Одессы [Електронний ресурс] // Каталог ресторанов 2008-2014. – Режим доступа: <http://resto.od.ua/catalog> – Дата звернення: 1.09.2014.

УДК

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Чорна М. В. д.е.н., проф.,

зав. кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі ХДУХТ

Токарева М. О. магістр

Визначено специфіку підприємств ресторанного господарства та доведено необхідність її урахування під час оцінки конкурентної позиції. Розглянуто сутність основних методів оцінки конкурентної позиції підприємства, встановлено їх переваги та недоліки, обґрунтовано можливість їх застосування для підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: підприємство ресторанного господарства, конкурентна позиція, методи оцінки.

The specificity of enterprises restaurants and the necessity of taking into account when assessing the competitive position. The essence of the main methods of assessing the competitive position of the company, set their advantages and disadvantages, grounded their application for enterprises restaurants.

Keywords: Company restaurant business, competitive position, valuation methods.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Однією з найважливіших проблем сьогодення у розвитку підприємств ресторанного господарства в умовах фінансово-економічної та політичної нестабільності, зростанні тарифів та платежів, обмеженості ресурсів та загостренні конкурентної боротьби на вітчизняному споживчому ринку є формування ефективної стратегії розвитку. Передумовою розробки такої стратегії є оцінка конкурентної позиції підприємства. Адекватність цієї оцінки забезпечується застосуванням відповідного методичного інструментарію, що й обумовлює актуальність та своєчасність обраної для дослідження теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями аналізу конкурентоспроможності та оцінки конкурентної позиції підприємств приділяли увагу в своїх дослідженнях багато відомих як закордонних так і вітчизняних науковців, серед яких П. Друкер, М. Вебер, Д. Макгрегор, Портер, П. Самуельсон, Азоев Г.Л., Челенков А.П., Ансофф, Ф. Котлер, К. Р. Макконнелл, А. А. Томпсон, Ж. Тіроль, К. К. Прахалад та ін. Дослідження в основному були спрямовані на розробку теоретико-методичного підґрунтя оцінювання конкурентної позиції підприємства порівняно з позиціями головних конкурентів та розробці заходів щодо її покращення або зміцнення. Значна динамічність зовнішнього середовища, поява нових інноваційних технологій в ресторанному бізнесі, сучасна специфіка розвитку національної економіки обумовлюють необхідність продовження досліджень у цьому напрямку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування доцільності застосування окремих методів для оцінки конкурентних позицій підприємств ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентна позиція – це частка ринку, що займає підприємство щодо конкурентів на певному ринку або його сегменті в да-

ний період часу завдяки сформованій та реалізованій сукупності його конкурентних переваг [9, с.61]. Для її визначення необхідно застосовувати відповідний інструментарій оцінки. У результаті дослідження наукової літератури щодо проблем оцінки конкурентних позицій підприємств ресторанного господарства встановлено наявність значної кількості методів оцінки. Найчастіше для оцінки конкурентних позицій підприємств використовують матричні моделі. Основними серед них є такі: SWOT - аналіз; SPACE - аналіз; GAP - аналіз; вивчення профілю об'єкта матриця BCG, матриця GE/ McKinsey та матриця Shell/DPM та ін. З метою визначення моделей, які найбільше підходять для оцінки конкурентних позицій підприємств ресторанного господарства, проаналізуємо переваги та недоліки кожного з цих методів та їх відповідність до галузевої специфіки.

Виходячи з визначення підприємства у Господарському Кодексі України [3] та відповідно до ДСТУ 4281:2004 (ресторанне господарство – це «вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього [4] найбільш повним вважаємо таке визначення: підприємство ресторанного господарства (ПРГ) – це самостійний суб'єкт господарювання, спрямований на одержання певного результату (економічного та соціального ефекту) шляхом надання послуг відносно задоволеності потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Специфіка підприємства ресторанного господарства обумовлена виконанням трьох взаємопов'язаних функцій: виготовлення і реалізація кулінарної продукції, та організація її споживання. Вироблена продукція надходить в особисту власність споживача та вступає у завершальну стадію руху продукту – сферу споживання. Частина покупних товарів реалізується в підприємствах,

Секція 6. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі

минаючи стадію виробництва, а частина продукції реалізується після стадії виробництва.

Поряд з трьома специфічними функціями у виробничо-торговельної діяльності підприємств ресторанного господарства мають місце такі особливості:

- нерівномірне завантаження виробництва, обумовлене потоком споживачів;
- значна широта асортименту готової кулінарної продукції для повного задоволення попиту окремих споживачів;
- готова продукція та сировина – в основному мають невеликий строк придатності;
- незначна тривалість у часі між виготовленням та реалізацією продукції;
- вплив сезонних факторів, що визначають асортимент продукції;
- постійна необхідність суворого дотримання санітарно-гігієнічних норм і правил;
- обмежені терміни зберігання готової продукції [8].

Результат діяльності ПРГ є комплексним та складається з двох складових – сама кулінарна продукція, її реалізація (матеріальний товар) та організація її споживання (нематеріальна послуга). Доцільно погодитися з тими науковцями, які стверджують що «ні послуги, ні товару у чистому вигляді не існує...» [10, с.52].

Виходячи зі специфіки та особливостей підприємств ресторанного господарства, встановлено, що кожне підприємство володіє значним різноманіттям властивостей (характеристик). Для оцінки, їх необхідно звести в однорідні групи, визначити кількісні та якісні показники і методику їх вимірювання. Неможливість урахування усіх характеристик підприємства обумовлює, необхідність вибору найбільш важливих груп та властивостей в межах кожної з них. Розглянемо методи та моделі оцінки конкурентної позиції підприємства, які найчастіше застосовувати. Шляхом критичного аналізу теоретичних джерел [5-7; 9] встановлено сутність, недоліки і переваги основних методів.

SWOT-аналіз – це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Методологія цього аналізу передбачає виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, а також встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії підприємства. Серед основних переваг цього методу нами виділено такі: ефективність та простота у застосуванні; спрямованість як на фактичну ситуацію, так і на майбутнє; забезпечення більш чіткого уявлення про ситуацію на ринку; серед недоліків – суб'єктивність отриманих даних (не містить кінцевої інформації для прийняття стратегічних рішень; не в змозі кількісно виміряти загрози і можливості, слабкі і сильні сторони об'єкта, варіанти прогнозів та альтернативних дій). Розглянутий метод може застосовуватися для підприємств будь-яких галузей у т.ч. і ресторанного господарства.

SPACE-аналіз – комплексний метод, що є вивідним з SWOT – аналізу та розрахований для оцінки позицій на ринку і вибору прийнятної стратегії для середніх і малих підприємств. Проводиться, як оцінка сильних та слабких сторін за рядом критеріїв: фінансова сила (ФС) і конкурентоспроможність підприємства (КП), та привабливість (ПГ) і стабільність галузі (СГ).

Провівши дослідження даного методу виявлено такі до його переваги - спрямованість на фактичну ситуацію (можливість проаналізувати наявну стратегію суб'єкта підприємництва); до недоліків – неможливість застосування до всіх підприємств (лише на малих та середніх підприємствах, що дозволяє його застосовувати на ПРГ); недостовірність даних через динамічність розвитку зовнішнього середовища (не стабільність сектора (галузі)).

GAP - аналіз – дана оцінка є спробою знайти методи розробки стратегії та управління, що дають можливість привести справи у відповідність із найбільшим рівнем вимог. Отже, аналіз GAP можна обумовити, як організаційний штурм на невідповідність (усунення розриву) між бажаною та очікуваною діяльністю. До переваг методу можна віднести: його адаптованість (аналіз може проводитися як групою підприємств, так і окремими підприємствами); спрямування уваги на недоліки в діяльності. Серед недоліків виділено: неможливість отримання повної інформації про підприємство.

Матриця BCG або модель «зростання ринку/частка ринку» – дозволяє проаналізувати сектори бізнесу або позиції господарських підрозділів диверсифікованого підприємства на підставі величини грошових потоків, темпів зростання ринку та відносної частки, яку займає підприємство по відношенню до найбільшого конкурента. За використання даної моделі передбачається, що основними цілями підприємства будуть: зростання норми і маси прибутку. Перевагами цього методу, можна визнати його направленість на фінансову та ресурсну забезпеченість підприємства; раціоналізацію стратегічної діяльності. Серед недоліків – неефективність отриманих даних (враховує тільки два показники: темп зростання галузі та відносну частку на ринку), що не завжди дозволяє правильно оцінити можливості діяльності, а особливо в ресторанному господарстві; не показує напрямок розвитку відносної частки на ринку; надмірна концентрація на грошових потоках без врахування ефективності інвестицій).

Однією з моделей, що з'явилася в розвитку моделі BCG і усунула частину її недоліків, є модель GE/McKinsey - багатофакторна модель аналізу стратегічних позицій визначених в бізнесі; елемент покращення управління товарним портфелем підприємств, дозволяє всебічно оцінити привабливість ринку шляхом визначення сприятливих можливостей та загроз, з якими може зіткнутися підприємство; проводить диференційовану оцінку стратегічних зон господарювання, в якості яких можуть бути розглянуті асортиментні групи. Проаналізувавши даний метод зазначимо, що до переваг належить: глибина аналізу (можливість оцінити не лише

високий або низький темпи розвитку ринку, велику чи малу частку ринку, а й виявити середні позиції; застосування комплексних критеріїв дозволяє більш детально охарактеризувати позицію напрямку розвитку на ринку, привабливість галузі, конкурентоздатність підприємства); спрямованість на перспективність галузі. До недоліків віднесено: недостовірність отриманих даних через брак інформації; одностороння спрямованість (використання лише для вибору окремих стратегічних напрямів розвитку підприємства: зростання, збереження позицій, “збирання вершків” чи ліквідації; не відображає специфіку конкурентних переваг напрямків розвитку і перспективної поведінки їх на ринку; відсутність ключів до виявлення перспектив тих чи інших бізнес-направків); статичний розгляд ринкових параметрів і поверхове оцінювання конкурентоспроможності. З метою оцінки стабільності конкурентної позиції підприємства ресторанного господарства можуть бути застосовані обидві ці матриці.

Висновки. Результати проведеного дослідження свідчать, по-перше, що усі методи мають як переваги, так і недоліки; по-друге, деякі методи є похідними від інших і є більш досконаліми так, як вони усувають певні недоліки своїх попередників; по-третє, вибір методу залежить від цілей оцінки та вимог до об’єктивності результатів.

Таким чином, керівництво ПРГ може вибрати з розглянутих методів оцінки такий, що відповідає специфіці його закладу, та отримати неупереджену оцінку і визначити перспективи розвитку. В подальших дослідженнях планується розробити процедуру оцінки конкурентної позиції ПРГ на основі застосування розглянутих методів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. - М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Ансофф И., Макдоннелл Э.Дж. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
3. ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ: N 436-IV від 16 січня 2003 року. -редакція від 17.06.2014 року -[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://code.leschishin.org/ec/ec07.php>
4. ДСТУ 4281:2004. -Заклади ресторанного господарства. Класифікація. -[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://document.ua/zakladi-restorannogo-gospodarstva.-klasifikacija-nor2728.html>
5. Оценка конкурентоспособности организации. – [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/ocenka-konkurentosposobnosti-predpriyatiya.html>
6. Папенкова К.Э. Конкурентная позиция и ее роль при определении положения организации на рынке / К.Э. ПАПЕНКОВА // Актуальные вопросы экономики и управления: Сборник материалов международной на-

учно-практической конференции. (20-25 декабря 2008 года). -Димитровград: ДИТУД, 2008. - 178 с.

7. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://studopedia.net/2_43287_strategichniy-analiz-konkurentospromozhnosti-potentsialu.html

8. Чорна М. В. Концепція оцінки попиту на продукцію підприємств ресторанного господарства / М.В. Чорна, О.С. Чагченко // Бізнес Інформ. – 2013. – №8. – С. 185 – 191.

9. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 427 с.

10. Шталь Т.В. Маркетингові стратегії підприємств ресторанного господарства : монографія / Т. В. Шталь. – Харків: ХДУХТ, 2011. – 274 с.

НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОМУ ДИСКУРСУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ВУЗІ

Вішневецька Л.В., завідувач кафедру іноземних мов, кандидат педагогічних наук,

Князькова О.В., викладач,

Білоруський торговельно-економічний університет споживчій кооперації

В статті розглядається професійний дискурс як вербальне спілкування, націлене на вирішення теоретичних і практичних проблем, що вимагає вивчення і використання в певній сфері діяльності. Представлені визначення дискурсу як складного комунікативного явища, порівняння понять «дискурс і текст», їх схожості і відмінностей. Стаття визначає методологічну значущість поняття «дискурс» у навчанні іноземній мові.

Ключові слова: професійний дискурс, міжкультурна комунікація, стратегії комунікативної поведінки, конкурентоспроможність, міжособова і соціальна взаємодія.

Vishnevetskaya L.V., head of the chair
of foreign languages, candidate of pedagogical sciences,
Kniazkova E.V., lecturer,

The Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperatives

TEACHING PROFESSION-ORIENTED DISCOURSE IN ECONOMIC INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

The article deals with professional discourse defined as a verbal communication aimed at theoretical and practical problems solution, which requires training and experience in a definite sphere of activity. The characteristics of discourse as complex communicative phenomenon, the comparison of the notions “discourse and text”, their similarities and differences are represented. The article defines the methodological importance of the notion “discourse” in teaching a foreign language.

Key words: professional discourse, intercultural communication, strategies of communicative behavior, competitive ability, interpersonal and social interaction.

Вишневецкая Л.В., заведующий кафедрой иностранных языков, кандидат педагогических наук,
Князькова Е.В., преподаватель,

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

ОБУЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОМУ ДИСКУРСУ В ЭКОНОМИЧЕ- СКОМ ВУЗЕ

В статье рассматривается профессиональный дискурс как вербальное общение, нацеленное на решение теоретических и практических проблем, требующее изучения и использования в определенной сфере деятельности. Представлены определение дискурса как сложного коммуникативного явления, сравнение понятий «дискурс и текст», их сходство и отличия. Статья определяет методологическую значимость понятия «дискурс» в обучении иностранному языку.

Ключевые слова: профессиональный дискурс, межкультурная коммуникация, стратегии коммуникативного поведения, конкурентоспособность, межличностное и социальное взаимодействие.

Постановка проблеми в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями. Актуальность темы нашего исследования обусловлена возросшей потребностью общества и государства в подготовке высококвалифицированных специалистов, готовых к установлению и осуществлению взаимовыгодного международного торгово-экономического сотрудничества и, в связи с этим, необходимостью совершенствования их языковой подготовки. Постоянно расширяющийся международный обмен в различных сферах профессиональной деятельности также актуализировал вопросы межкультурной (профессиональной)

коммуникации. Специфика и сложность возникающих в этой области проблем связана с тем, что коммуникация осуществляется в условиях несовпадающих национально-культурных стереотипов мышления и поведения, в том числе и в ситуациях профессионального взаимодействия. Под коммуникативным поведением в самом общем смысле принято понимать реализуемые в коммуникации правила и традиции общения той или иной лингвокультурной общности.

Анализ и обобщение результатов теоретических исследований в области лингводидактики и методики преподавания иностранного языка (О.В. Александрова,

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, А.Н. Крупченко, М.Л. Макаров, В.В. Петров и др.) показывает, что авторы научных работ признают чрезвычайную актуальность изучения культурной компетенции как составляющей коммуникативной компетенции, уделяют самое пристальное внимание поиску и разработке эффективных педагогических средств, методов и технологий ее формирования у обучающихся. Для успешной коммуникации необходимо понимание и использование того комплекса знаний, которым обладают носители языка, участники речевого взаимодействия.

Между тем анализ практического опыта показывает, что несмотря на предпринимаемые педагогами усилия, наибольшие трудности у студентов вызывают выступление перед аудиторией; проведение встреч и переговоров на иностранном языке; преодоление коммуникационных барьеров в беседе; выбор правильной стратегии речевого поведения в различных ситуациях профессионального общения и ориентирование в профессиональном дискурсе.

Формулирование цели статьи. Целью настоящей статьи является теоретически обосновать сущность понятия «профессионально-ориентированный дискурс» и разработать методические рекомендации по организации обучения профессионально-ориентированному курсу в экономическом вузе.

Результаты исследования. В условиях глобализации современного общества подлинно компетентный специалист должен владеть иностранным языком на принципиально ином уровне, а именно как инструментом профессиональной межкультурной коммуникации, что обеспечит ему мобильность и конкурентоспособность на международном рынке труда. Приобретение иноязычной коммуникативной компетенции в области профессионального общения является целью обучения иностранному языку (далее ИЯ). Владение ИЯ в контексте своей специальности и профессии есть неотъемлемая часть профессиональной культуры будущего специалиста. Следовательно, современный высококвалифицированный специалист, прежде всего, должен владеть умениями устного иноязычного профессионального общения.

Таким образом, существует потребность в целенаправленном обучении иноязычному профессиональному общению, что предполагает четкое структурирование речевой деятельности профессионала, изучение стратегий коммуникативного поведения, типичных ситуаций профессионального характера, свойственных той или иной специальности, характерных для нее речевых формул.

При таком подходе к обучению ИЯ возрастает роль дискурсивной компетенции, которая является неотъемлемой составляющей коммуникативной компетенции и представляет собой знание различных типов дискурсов и правил их построения, а также умение создавать и понимать их с учетом ситуации общения. Внимание современной методики обучения ИЯ в экономическом вузе должно быть направлено на овладение выпускника-

ми, кроме собственно коммуникативных умений, также и профессионально-ориентированным дискурсом.

Для того чтобы обозначить специфику профессионально-ориентированного дискурса и его роль в общении устному иноязычному профессиональному общению, необходимо отметить многогранность понятия «дискурс». Категория «дискурс» является одной из ключевых в коммуникативной лингвистике и социальных науках. Дискурс, как и всякое широко употребляемое понятие, допускает не только варианты произношения, но и множество научных интерпретаций. В основном дискурс рассматривается в отношении к смежным терминам «текст», «речь» и «диалог».

Дискурсом называют «процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения», который развертывается во времени и пространстве определенным образом [1]. Когнитивная лингвистика понимает дискурс как «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [2]. В.И. Карасик определяет дискурс как «явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, с другой стороны» [3]. Н.Д. Арутюнова рассматривает дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными и другими факторами; как текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемую как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий в когнитивных процессах. Дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» [4]. Дискурс как коммуникативное явление, по М.Л. Макарову, предполагает наличие двух основных ролей – говорящего и слушающего. Причем роли говорящего и слушающего могут поочередно распределяться между участниками дискурса, который в этом случае будет принимать форму диалогического общения [5].

Для теории и практики обучения ИЯ важно понимание дискурса как сложного речевого произведения, которое не ограничивается рамками конкретного высказывания, а к нему относятся говорящий, слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации; наряду с лингвистическими характеристиками, присущими тексту, оно обладает экстралингвистическими параметрами, позволяющими обучаемому понять не только, кем являются собеседники, в каких отношениях они состоят, и в какой ситуации осуществляется общение, но и как, в зависимости от этих факторов, строится высказывание. Другими словами, дискурс, кроме интралингвистической информации (поскольку включает в себя текст), является также и источником экстралингвистической информации. Конечной целью любого дискурса является его восприятие и понимание.

К основным характеристикам дискурса относят следующие:

1. Принадлежность к тому или иному типу. Оче-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

видно, что в процессе общения встречается огромное количество самых различных дискурсов. Но все многообразие порожаемых и воспринимаемых дискурсов можно свести к определенным типам, которые обладают набором общих, характерных для них качеств.

2. Дискурс не может существовать вне контекста, вне ситуации. Изменение какого-либо параметра ситуации влечет за собой изменения в дискурсе.

3. Дискурс – это речевое общение.

Исходя из вышеуказанных характеристик, методическую пользу для преподавателей экономического вуза могут иметь следующие рекомендации:

1. Целенаправленно убеждать студентов, что знание различных типов дискурсов, свойственных определенной профессиональной среде, необходимо для полноценного правильного общения.

2. Применяя весь спектр педагогических средств, методов и технологий, показать студентам, что прежде чем создать конкретный дискурс, необходимо сначала сориентироваться в ситуации, учесть время и место общения (т.е. экстралингвистические факторы), а затем формировать стратегию общения. Поэтому в ходе обучения иноязычной профессиональной коммуникации необходимо ознакомить студентов с типичными ситуациями общения, в которых они могут реализовать тот или иной тип дискурса.

3. Помнить, для того чтобы иноязычное высказывание студентов в ходе обучения приобретало естественный профессиональный характер, его формирование должно осуществляться: во-первых, в процессе общения; во-вторых, в рамках определенной ситуации; в-третьих, при решении экстралингвистических задач.

Главная особенность профессионально-ориентированного дискурса состоит в том, что он включен в контекст профессиональной деятельности, реализуется в деловом общении и представляет такие речевые действия, как презентация материала, письменный или устный обмен информацией, выражение мнения, обсуждение и т. д. Для него характерна специфическая лексика и терминология, устойчивые сочетания, речевые образцы, так называемые «дискурсивные формулы». В.И. Карасик к дискурсивным формулам относит своеобразные обороты речи, свойственные общению в соответствующем социальном институте [3].

Таким образом, профессионально-ориентированный дискурс – это сложное образование, представляющее собой целенаправленную речевую деятельность специалиста, которая характеризуется общностью знаний коммуникантов и стереотипностью ситуации общения, протекающую в соответствии с принятыми в данной профессиональной среде правилами и стандартами, мотивом которой является выполнение задания для социально значимого результата. Задачей данного дискурса является решение каких-либо деловых вопросов, обмен сведениями, фактами, по поводу которых коммуниканты вступают в общение. Цель – установление условий сотрудничества, достижение договоренности, решение профессиональных вопросов.

Представляется весьма важным отметить следующие аспекты обучения профессионально-ориентированному дискурсу:

во-первых, обучение языку взаимодействия, способствующему адекватной ориентации в замыслах общающихся и реализации фактической потребности коммуникантов;

во-вторых, профессионально-ориентированное обучение ценностям и знаниям, понятийному аппарату и идеям профессионально интеллектуальной, социокультурной сфер личности, из которой исходят участники общения.

Очевидно, что для обучения профессионально-ориентированному дискурсу необходимо овладение языковым материалом; определенным набором типов дискурсов, в рамках актуальных для специалиста коммуникативных ситуаций, с которыми ему придется столкнуться впоследствии; речевыми образцами; лингвосоциологическими и культурологическими особенностями представителей делового англоязычного социума (т.е. фоновыми знаниями). Говоря о языковом материале, подразумеваем целенаправленно отобранный материал, включающий определенные единицы языка разных уровней: лексический, грамматический, фонетический; терминологию, характерную для определенной профессии, с учетом цели обучения в конкретном заведении. Важность понятия «профессионально-ориентированный дискурс» обусловлена тем, что главной функцией данного дискурса является знакомство студентов с образцами речевого поведения носителей иного языка и иной культуры, характерными для определенной сферы деятельности.

Об уровне владения студентами экономического вуза профессионально-ориентированным дискурсом можно судить по следующим критериям:

- сформированность умений выбирать тип дискурса, который соответствует конкретной ситуации общения;
- развитость умений и навыков построения дискурса с учетом этой ситуации общения;
- способность правильно употреблять речевые формулы и клише, характерные и уместные в конкретной ситуации;
- достижение коммуникативной цели.

В контексте обучения устному иноязычному профессиональному общению, изучая особенности дискурса той или иной специальности, анализируя его форму и содержание, мы с неизбежностью входим в смысловое поле той области знания, из которой взят данный дискурс. Познавая же это специфическое поле, мы начинаем активно использовать характерные для данного дискурса выражения, тем самым обретая способность взаимодействия в различных ситуациях иноязычной профессиональной коммуникации. Значимость владения профессионально-ориентированным дискурсом выявляется также при его рассмотрении с позиции языковой личности специалиста, формирование которой чрезвычайно важно в свете новых тенденций образования. Язы-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

ковая личность специалиста представляет собой «потенциальную способность коммуникантов реализовать обмен профессиональной информацией на иностранном языке в устной и письменной формах, самостоятельно осуществлять поиск, накопление и расширение объема профессионально значимых знаний в процессе естественного (прямого и опосредованного) общения с носителями языка» [6].

Выводы. Проведенное исследование показало, что обучение студентов владению иноязычным профессионально-ориентированным дискурсом способствует их приобщению к ценностным ориентирам носителей языка, уменьшению межкультурной дистанции, готовности адаптироваться к деловой культуре другого народа; обеспечивает эффективное профессиональное, межличностное и социальное взаимодействие на международном уровне. Однако данное исследование не исчерпало всех имеющихся проблем. Перспективными направлениями дальнейшего научного поиска, на наш взгляд, могут стать исследование гендерных особенностей обучения профессионально-ориентированному дискурсу; более тщательная разработка научно-методических основ подготовки педагогических кадров к организации данного процесса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространств текста и дискурса // Материалы научной конференции «Категоризация мира: пространство и время». М.: Диалог-МГУ, 1997. – С. 15-25.
2. Караулов Ю.Н., Петров В.В. От грамматики к когнитивной теории дискурса. Вступительная статья // Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация; Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. – С. 11-15.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс. М: ЛЭС, 1990. – С. 136-137.
5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
6. Крупченко А.Н. Становление профессиональной лингводидактики как теоретико-методологическая проблема в профессиональном образовании: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. М., 2007. – С. 4.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НІМЕЦЬКОГО ДОСВІДУ У ДОПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Данченко Олена Миколаївна,

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри соціальної роботи,

Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна»

Церклевич Вікторія Сергіївна,

кандидат педагогічних наук,

проректор з науково-педагогічної та виховної роботи,

доцент кафедри економічної теорії та загальноекономічних дисциплін,

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Анотація: Стаття присвячена висвітленню реального стану здійснення профорієнтаційної роботи у вітчизняній системі шкільної освіти. Представлено результати фокус-групового дослідження особистого бачення проблеми з точки зору студентської молоді – майбутніх фахівців напрямів підготовки «Ресторанне обслуговування», «Готельно-ресторанна справа». Виділено основні проблеми студентської молоді з допрофесійної підготовки. Лаконічно представлено діючу систему допрофесійної/ довузівської підготовки у сучасній Німеччині. Запропоновано окремі аспекти можливостей упровадження її елементів у практиці вітчизняних ВНЗ.

Ключові слова: професійна орієнтація, допрофесійна підготовка, студентська молодь, професійне становлення, професіоналізм, професійне самовизначення, досвід Німеччини.

Summary: The article is devoted to the actual state of implementation of career guidance in the national school system. The results of the focus group study personal vision in terms of students – future specialists training areas «catering», «Hotel and restaurant business.» Basic problems of students with pre-professional training. Concisely presents the operating system pre-professional / pre-university training in modern Germany. A certain aspects of implementation capacity of the elements in the practice of local universities.

Keywords: professional orientation, pre-professional training, college students, professional development, professional, professional self-experience of Germany.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

Високий рівень безробіття серед молоді на сучасному етапі розвитку нашої країни, плінність кадрів, незадоволеність значної кількості людей своєю спеціальністю, низький рівень заробітку більшої частини населення свідчать, що питання вибору професії та допрофесійної підготовки молодим поколінням не можна вважати розв'язаним. Означене зумовлює, з одного боку, необхідність ефективних емпіричних досліджень сучасного стану здійснення професійної орієнтації та допрофесійної підготовки молоді. З іншого – пошук ефективних європейських практик вирішення окресле-

ної проблеми; взірцевим ми вважаємо досвід Німеччини, де рівень безробіття молоді є одним з найнижчих у ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні підходи до розробки систем професійної орієнтації представлені у наукових роботах Дж. Голанда, Д. Кассі, А. Маслоу, Д. Сьюпера та ін. Проблема професійної орієнтації, підходи до організації профільного навчання у різних типах шкіл та специфіка професійного навчання у Німеччині проаналізовані в дослідженнях українських (Н. Абашкіна, М. Авраменко, Н. Кравець, М. Сметанський та інші), російських (А. Кирилловський, Д. Торопов, Е. Федотова та інші), німецьких (С. Барон, У. Билінські, М. Руф та інші) науковців. Практичні аспекти професійної орієнтації представлено у працях Р. Гуреві-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

ча, В. Радкевич, О. Щербак та ін.

Організаційно-правові засади роботи з німецькою молоддю, зокрема з безробітною, висвітлено в наукових доробках вітчизняних (М. Головатий, А. Кудряченко та інші); російських (В. Єрасов, Д. Никоненко та інші), німецьких (Л. Кастеллуцці, С. Кнебе, Е. Кност, А. Менце, Р. Пешке та інші) науковців.

Постановка завдання. Таким чином, представлений масив теоретико-практичних напрацювань не висчерпує усіх аспектів проблеми, тому метою статті є висвітлення особливостей допрофесійної підготовки й професійної орієнтації студентської молоді в Україні та можливості використання німецького досвіду у цій царині.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У вирішенні питання безробіття молоді неабияку роль відіграє допрофесійна підготовка молодшої людини та доцільно обрана професія. Оскільки допрофесійна підготовка дозволяє визначитись із напрямом професійної діяльності, здобути загальні навички професійної діяльності, то з цією метою протягом другого семестру 2013-2014 навчального року та першого семестру 2014-2015 навчального року було проведено фокус-групове дослідження особливостей допрофесійної підготовки й професійної орієнтації студентської молоді. Дослідження проводилося серед студентів 2-4 курсів спеціальностей «Ресторанне обслуговування», «Готельно-ресторанна справа» Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

В опитуванні приймали участь 85 осіб, а саме: 40 осіб (47, 06 %) із числа студентів рівня «молодший спеціаліст» і 45 осіб (52, 94 %) – студентів бакалаврату. Серед опитуваних переважали представники жіночої статі – 80% серед студентів коледжу та 62,2 % серед студентів інституту.

Аналіз отриманих відповідей студентів надав змогу сформулювати наступні висновки. Так, 22, 5 % студентів коледжу і 18,6 % студентів інституту обрали спеціальність та навчальний заклад за порадою батьків.

30,5 % опитаних коледжу і 26,8 % студентів інституту мріяли про обрану спеціальність і відповідно до неї обирали навчальний заклад. 2,5 % студентів коледжу і 9,3 % студентів інституту обрали спеціальність та навчальний заклад відповідно до оптимальної для них вартості навчання. 2,5 % студентів коледжу і 4,6 % студентів інституту обрали спеціальність та навчальний заклад за чинником близького розташування навчального відносно місця проживання. 5 % студентів коледжу і 9,3% студентів інституту дівчат обрали спеціальність та навчальний заклад за чинником проходження за результатами зовнішнього незалежного оцінювання. 2,5 % студентів і 4,6 % студентів інституту обрали спеціальність та навчальний заклад, оскільки батьки мають таку спеціальність; 20,9 % обрали спеціальність та навчальний заклад, дізнавшись від друзів. Необхідно зазначити, що четверта частина студентів окреслювала декілька чинників, що сприяли їхньому вибору спеціальності та навчального за-

кладу. Таким чином, можемо виділити три переважаючих мотиви вибору напряму підготовки: мрії про визначену спеціальність, поради батьків та друзів.

37,5 % студентів коледжу і 34,9 % студентів інституту зазначили, що під час навчання у школі з ними проводилася профорієнтаційна робота.

80 % студентів коледжу і 69% інституту зазначили, що під час навчання в школі вони не були на екскурсіях на підприємствах та в організаціях.

82,5 % студентів коледжу і студентів інституту – 81, 3 % не проходили виробничу практику під час навчання в школі. Таким чином можемо стверджувати про теоретичний характер навчання у школі, поверхневі уявлення про сутність різних видів професійної діяльності, тоді як у системі європейської освіти звичайною практикою є системні екскурсії на підприємства, у ВНЗ учнів шкіл, починаючи з 5-6 класів.

У групі студентів коледжу (а це 17,5 % осіб), які проходили виробничу практику під час навчання в школі виявлено, що під час проходження цієї практики 2,5 % студентів займалися прибиранням шкільної та пришкольничої території, 2,5 % студентів їздили на екскурсії світоглядного спрямування, 8,3 % студентів приймали участь у конкурсах, 4,2 % студентів відвідували фахово орієнтовані майстер-класи та покращували благоустрій школи. Під час проходження виробничої практики серед студентів коледжу 20,8 %: 5 % осіб набули навичок працювати в команді, 2,5 % осіб підвищили власну організованість, 2,5 % осіб підвищили власну відповідальність, 10,8 % осіб набули навичок приймати рішення та спілкування з людьми. Серед студентів інституту 40,6%, 4,6 % набули навичок працювати в команді; 11,6 % осіб навичок спілкування з людьми; 15,2 % осіб підвищили власну організованість, 4,6 % підвищили власну відповідальність, 4,6 % набули навичок приймати рішення.

Загалом 65 % студентів коледжу зауважили на необхідності впровадження виробничої практики у школі, з них: 52,5 % дівчат, 12,5 % юнаків і 62,8 % студентів інституту, з них: 18,6 % юнаків, 44,2% дівчат.

В фокус-груповому дослідженні виявлено, що 15 % студентів коледжу оцінюють власний рівень професійних знань як відмінний, 75 % студентів коледжу оцінюють власний рівень професійних знань як достатній, 10 % студентів оцінюють власний рівень професійних знань як задовільний. 9,3 % студентів інституту оцінюють власний рівень професійних знань як відмінний, 41,8 % студентів інституту оцінюють власний рівень професійних знань як достатній, 25,6 % студентів інституту як задовільний.

75 % студентів коледжу і 55,8 % студентів інституту вважають, що виховні та позааудиторні заходи, що проводяться у ВНЗ, допомагають ближче познайомитись з обраною професією, розширити особистий та професійний світогляд.

Серед таких заходів ближче познайомитись з обраною професією допомагають:

1) екскурсії на підприємства 42,5 % студентам коледжу, і 32,6 % студентам інституту;

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

2) майстер-класи 27,5 % студентам коледжу, і 37,2% студентам інституту;

3) зустрічі з представниками професій - 25 % студентам коледжу і 39,5 % студентам інституту;

4) виховні години 45 % студентам коледжу і 11,5 % студентам інституту;

5) студентські конференції 12,5 % по коледжу і 47,1 % по інституту.

35 % студентів коледжу зазначають, що до вступу до ВНЗ вони мали досвід трудової діяльності, з яких 27,5 % дівчат, 7,5 % юнаків, з цих студентів 20 % зазначають, що ця діяльність була близькою до обраної професії (15 % дівчат і 5 % юнаків). 25,5 % студентів інституту зазначають, що до вступу до ВНЗ вони мали досвід трудової діяльності, з яких 6,9 % юнаків і 18,6 % дівчат, з них 16,2 % студентів інституту зазначають, що ця діяльність була близькою до обраної професії.

15 % коледжу і 11,5 % студентів інституту зазначають, що до вступу до ВНЗ вони брали участь у волонтерській діяльності.

При проведенні фокус-групового дослідження цікавим з'ясувалося виявлення суб'єктивної думки студентів коледжу щодо того, чи створено у ВНЗ умови поєднання навчання та праці. Так, за результатами тестування виявлено, що 90 % студентів вважають, що у їхньому ВНЗ створено умови поєднання навчання та праці.

В групі досліджуваних було виявлено, що 95 % студентів коледжу і 79,1 % студентів інституту планують після закінчення навчання у ВНЗ працевлаштуватися за фахом. При цьому при працевлаштуванні на роботу 52,5 % студентів коледжу зробилять вибір на користь високооплачуваної роботи не за фахом, ніж нижчеоплачуваної роботи за фахом. 34,9 % студентів інституту працевлаштуються не за фахом, якщо це буде престижна робота.

В процесі проведення фокус-групового дослідження було виявлено також показник матеріальної винагороди у вигляді заробітної плати, яку очікують отримувати студенти коледжу / інституту, працюючи за фахом:

хлопці: 3 000 грн.-4 000 грн. – 40 %; 5 000 грн. – 20 %; 7 000 грн.-10 000 грн. – 20 %, 4 000 грн.-6 000 грн. – 10 %; 15 000 грн. – 10 %;

дівчата: 2000 грн.-3500 грн. очікують отримувати 52,5 % (коледж) і 2 500 грн.-4 000 грн. – 39,5 % (інститут); 4000 грн.-5000 грн. очікують отримувати 15 % (коледж) 2,3% (інститут); 7 000 грн.-10 000 грн. – 7,5 % коледж і 4,6% - інститут. Таким чином бачимо, що респонденти чоловічої статі планують заробляти більше; щодо респондентів жіночої статі, то рівень очікувань матеріальної винагороди у випускниць інституту нижчий, ніж у випускниць коледжу. Це пояснюється тим, що старшокурсники інституту мають більш реалістичні уявлення щодо реальної ситуації з оплатою праці.

Таким чином, за результатами проведеного фокус-групового дослідження виділимо найбільш проблемні моменти, з якими студенти коледжу / інституту зіштовхнулись під час навчання в школі, вищому на-

вчальному закладі і розглянемо технологію організації допрофесійної підготовки у Німеччині.

Виявлено, що профорієнтаційна робота в школі проводилася лише з 37,5 % студентів коледжу і 34,9% студентів інституту (причому у зміст профорієнтаційної роботи студенти включають розповіді про світ професій, відвідання центрів зайнятості, тестування, відвідання ярмарок професій), 80 % студентів коледжу і 69% студентів інституту не були на екскурсіях на підприємствах та в організаціях, а 80 % студентів коледжу і 81,3 % студентів інституту взагалі не проходили виробничу практику під час навчання в школі, що характеризується як негативне явище. Переважна більшість опитуваних (65 % студентів коледжу і 62,8 % студентів інституту) зауважили на необхідності впровадження виробничої практики у школі.

Основними формами навчальної діяльності у ВНЗ, які допомагають більше отримати інформації стосовно професійної діяльності, студенти коледжу назвали: виробничу практику (65 % студентів коледжу і 48,8 % студентів інституту), навчальну практику (20 % студентів коледжу і 22,5 % студентів інституту) і навчальні екскурсії (39,2 % студентів коледжу і 46,2 % студентів інституту), лекційні (17,5 % студентів коледжу і 25,5 % студентів інституту), практичні заняття (17,5 % студентів коледжу і 27,9 % студентів інституту), майстер-класи (17,5 % студентів коледжу і 53,5 % студентів інституту). Найбажанішими формами навчальної діяльності у ВНЗ студенти вважають виробничу практику, навчальні екскурсії, майстер-класи, навчальну практику, лекції. Переважна більшість студентів вважають, що виховні та позааудиторні заходи, що проводяться у ВНЗ допомагають ближче познайомитись з обраною професією завдяки екскурсіям на підприємства, майстер-класам, зустрічам з представниками професій, виховним годинам.

Лише третя частина студентів коледжу (35 % осіб) до вступу до ВНЗ мали досвід трудової діяльності й лише 15 % студентів коледжу до вступу до ВНЗ брали участь у волонтерській діяльності.

Студенти коледжу вважають (90 % осіб), що у їхньому ВНЗ створено умови поєднання навчання та праці і (95 % осіб) планують після закінчення навчання у ВНЗ працевлаштуватися за фахом, що характеризується як позитивне явище. При цьому при працевлаштуванні на роботу 52,5 % студентів зробилять вибір на користь високооплачуваної роботи не за фахом.

Отже розглянемо можливості використання німецького досвіду у допрофесійній підготовці й профорієнтації учнівської і студентської молоді.

Вивчення досвіду Німеччини засвідчує, що у німецьких школах основними формами допрофесійної підготовки, профорієнтації є: тестування, заняття та уроки з підготовки до вибору професії, проектне навчання у визначенні дні, трудові об'єднання, гуртки, зустрічі з представниками професій, батьківські збори, ініціативні групи батьків, учнів або вчителів.

Здійснюють цю роботу соціальний працівник, соціальний педагог та психолог, наявність яких у школі є

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

обов'язковою (окрім уроків з підготовки до вибору професії, проектного навчання, трудових об'єднань, гуртків, які проводять інші спеціалісти). В обов'язки соціального працівника входять налагодження контактів із центром професійного інформування, службою посередництва у працевлаштуванні, з підприємствами, з професійними, фаховими та вищими навчальними закладами у проведенні профінформації безпосередньо у школі або у цих же організаціях. Соціальний педагог підтримує учнів у навчанні, налагоджує контакти з учителями та батьками для вибору доцільної професії учнями. Психолог проводить тестування для учнів для визначення умінь, навичок, здібностей та підбору відповідної професії [1, с.122 - 123].

На занятті з підготовки до вибору професії використовуються такі методи як: бесіда, розповідь, пояснення, лекція.

Неодмінною умовою, що забезпечує ефективність бесіди профінформаційного характеру є заохочення її учасників до висвітлення та обговорення їхнього власного досвіду стосовно основних аспектів теми, що вивчається. Під час шкільних бесід соціальний педагог і психолог пропонують наступні теми: що є основним у виборі професії; на які точки зору варто звернути увагу при виборі професії; вимоги до професії, особиста спроможність щодо праці за професією; інтереси до професії; типові професії і сфери професій; освітні шляхи; можливості професійної підготовки, навчання у вищих навчальних закладах; можливості підвищення кваліфікації і подальша професійна підготовка; тенденції розвитку професій, ринок праці; партнери і джерела інформації як супровідні чинники при виборі професій.

Розповідь застосовується зазвичай для підкріплення інформації прикладами з історії, художньої літератури, кінофільмів та поточних публікацій.

За допомогою пояснення доводиться взаємозв'язок між виробництвом і професіями, психологічними і професіографічними поняттями, що необхідно врахувати під час вибору професій та розвитку професійної майстерності.

Лекція застосовується для концентрованого викладення найбільш важливих аспектів теми, що розглядається.

Уроки з підготовки до вибору професії, як обов'язкові предмети, зазначені у навчальних планах та програмах шкіл.

Проектне навчання у визначенні дні, трудові об'єднання, гуртки є варіантами у сфері вибіркового предметів і курсів з підготовки до вибору професії у школах неповної середньої освіти.

Зустрічі з представниками професій передбачають виступи спеціалістів різних організацій, підприємств, установ з професієзнавчими повідомленнями, а також професійне інформування в рамках партнерства з певним виробництвом.

Ініціативні групи батьків, учнів або вчителів налагоджують партнерську співпрацю з певним виробництвом, що надає можливість учням, батькам та вчителям

відвідати підприємство з метою кращого ознайомлення зі світом професій та їхніми вимогами [1, с. 123 -124].

Батьківські збори проводяться з метою ефективного здійснення профорієнтації учнів, оскільки досить часто батьки недостатньо проінформовані про ринок праці, існування різних професій, місця професійного навчання, то темами батьківських зборів є професійний вибір, різні вказівки та інформація, щоб батьки активно здійснювали супровід своїх дітей у виборі ними професій.

У гімназії використовуються такі форми допрофесійної підготовки, профорієнтації: додаткові курси навчання; екскурсії на підприємства; апробація власних знань, умінь та навичок (проходження короткотривалої практики на підприємстві); „дні відкритих дверей”, „розвідувальні студії у вищій навчальній заклад”; тиждень економічних проектів, дні техніки для дівчат. Додаткові курси навчання передбачені у старших класах гімназії, оскільки у гімназистів виникає потреба набуття додаткових знань і поглиблення наявних; організовуються курси з: економічних наук, природничих наук, математики, медицини (біологія або біологія/хімія), які відповідають бажаному напрямку навчання учнів у вищій школі [2, с. 60].

Екскурсії проводяться з метою кращого ознайомлення з вибраною професією і здійснюються на підприємстві, у професійних навчальних закладах, спеціальних вищих школах, дослідницьких закладах, університетах, в місцевих агентствах праці (центр професійного інформування, служба посередництва у працевлаштуванні). Під час цих екскурсій, які зазвичай проходять під керівництвом соціального педагога, використовуються методи: спостереження, бесіда, дискусія.

Апробація власних знань, умінь та навичок, зокрема, проходження короткотривалої практики на підприємстві планується школами, двічі під час навчання (у 7-му та 9-му класах). Гімназисти та учні різних типів шкіл самостійно або за підтримки соціального педагога домовляються з підприємством, організацію, фірмою про проходження практики, яка триває два тижні. Співробітники організації зобов'язані здійснювати супровід практикантів. Учні виконують певну роботу безкоштовно і при цьому не оплачують практику. Таким чином відбувається близьке ознайомлення з певною професією [3, с. 217–219].

Тиждень економічних проектів призначений для отримання гімназистами відповідей на професієзнавчі питання у співпраці з партнером-підприємством. Найголовнішим при цьому є показ тісного зв'язку теорії і практики.

Зустрічі з представниками професій рекомендовано проводити за певним розпорядком, зокрема, у першій половині першого дня заслухати звіти про попередню профорієнтаційну діяльність та її результати, доповіді представників професій на теми: „Сучасний і майбутній розвиток ринку праці для абітурієнтів”, „Що чекають підприємці від абітурієнтів і випускників вищої школи?”, „Уміння створити позитивне враження про свою

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

особистість як фахівця і як людину під час бесіди з підприємцем”.

У другій половині першого дня передбачаються виступи студентів – колишніх учнів цієї гімназії – які інформують про свій досвід навчання у першому семестрі, а також учнів професійних училищ, які розповідають про своє нинішнє навчання, що надає їм право вступу до вищого навчального закладу. Проводяться також виступи експертів: батьків, які представляють свої професії.

На другий день передбачається екскурсія на підприємство у професієзнавчому аспекті. Наприкінці програми може бути застосованим метод пошукових диспутів, бесід та проведення дискусії. У всіх заходах, по можливості, повинен брати участь представник центру професійного інформування щодо навчання у вищій школі, тому що може виникнути необхідність надати офіційну відповідь на запитання [4, с. 45–47].

На третій день проводяться лекції за темами: „Вибір професії і вибір навчання у вищій школі”, „Нові технології і світ праці”, „Гуманізація світу праці” тощо.

На четвертий день проводяться семінари. На цих семінарах застосовуються рольові ігри на тему вибору професії; оцінювання інформації спеціального журналу „*abi-Berufswahl-Magazin*” („Журнал вибору професії”); тестування на професійну придатність під керівництвом експертів, моделювання ситуації на тему прийняття рішень щодо вибору професії і вищої школи.

Протягом п'ятого дня та наступний цілий тиждень можуть проходити дні навчання у вищій школі/дні проектів. Залучення слухачів до вирішення проблемних питань сприяє засвоєнню ними інформаційного матеріалу, застосування його у подальшому та формуванню вміння бачити проблему у цілому. Дні навчання у вищій школі або дні проектів проходять у декількох вищих навчальних закладах, які вибрали учні та з керівництвом яких була попередня домовленість. Учні можуть взяти участь у лекціях, семінарах, що викладаються за профілем, ближче ознайомитися із дисциплінами, що викладаються у закладі та студентським життям. Як варіант, може застосуватися проектне навчання під керівництвом професорів вищого навчального закладу. Ті гімназисти, які не визначилися з вибором професії, можуть пройти тижневу практику на підприємстві, в установі, фірмі.

Співпраця з підприємствами відкриває учням можливість поєднати шкільне навчання з досвідом позашкільних навчальних місць (у дуальній системі навчання). У навчальній ситуації учні отримують на прикладі місцевих інституцій, організацій та підприємств достовірну інформацію про професії та світ праці, підприємницькі та економічні зв'язки; набувають досвіду, практичних знань під час проходження практики.

Вищі навчальні заклади здійснюють профорієнтаційні заходи як у гімназіях і загальноосвітніх школах, так і безпосередньо у приміщенні свого закладу, які відбуваються, як правило, у післяобідній час. Претенденти на навчання, можуть одержати інформацію про окремі навчальні курси і отримати враження про заклад у цілому.

Одним з найкращих документів, який відображає зміст профорієнтаційної роботи у школі, є Паспорт вибору професії (*Berufswahlpass*). У ньому фіксується робота самого учня та робота усіх заангажованих учасників під час вибору відповідної професії. Цей документ спершу використовується у школі, а у подальшому – під час професійного навчання, в агентстві праці у процесі влаштування на роботу, у підвищенні кваліфікації, перекваліфікації [5].

Активній політиці ринку праці професіоналізації молодих людей сприяє добровільний соціальний рік і добровільний екологічний рік, які підтримуються Законами „Про підтримку добровільного соціального року” (ДСР) та „Про підтримку добровільного екологічного року” (ДЕР). Після отримання загальної середньої освіти випускник може подати заявку в органи соціального забезпечення певної землі або благодійні організації (найчастіше релігійні) про своє бажання відпрацювати рік у рамках соціальних проектів. Як правило, це соціальні, педагогічні, культурні, спортивні, екологічні заходи. Пройшовши конкурсний відбір, молоді люди протягом року виконують відповідну діяльність за символічну оплату. Держава надає кишенькові гроші, повний соціальний захист (страхування у разі хвороби, по догляду, пенсійне, по безробіттю, та нещасного випадку, оплачує наймання житла, харчування, робочий одяг). Крім цього, надається кваліфікована інструкція та супровід, 25 семінарів щодо соціально-педагогічної підтримки у входження в професійний світ, урегульований робочий час на підставі закону, та по закінченню видається кваліфікаційне свідоцтво. Передбачається, що під час добровільного соціального чи екологічного року людина має визначитися з майбутньою спеціальністю, одночасно здобувши навички трудової діяльності й загальні для будь-якої професії компетенції. Крім того, молода людина є працевлаштованою протягом року (щонайменше півроку – найбільше два роки) [6, с. 6–45.].

Система професійної освіти у Німеччині розгалужена, багатогранна та різноманітна, і залишається на сучасному етапі пріоритетною порівняно з вищою освітою, незважаючи на тенденції зростання останньої. Вона включає професійне навчання у дуальній системі, що є провідною формою професійної підготовки у Німеччині та професійне навчання шкільного типу. Дуальна система передбачає, що молода людина три роки є учнем на підприємстві, з нею укладається договір, і вона направляється у відповідне державне (муніципальне) профтехучилище для зарахування у групу з теорії підготовки. Роботодавець сплачує стипендію у розмірі 500–600 євро. Поєднання теорії і практики гарантує високу кваліфікацію німецьких спеціалістів, визнану у цілому світі. Зміст професійної освіти, за цією системою, орієнтується на потреби ринку праці і завдяки широкій спеціальній теоретичній кваліфікації забезпечує молоді високу мобільність. Здобуття освіти за дуальною системою також є превентивним видом соціально-педагогічної підтримки безробітної молоді та є передумовою для підвищення кваліфікації і отримання звання майстра для заснування

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

власного підприємства [4, с. 6; 7, с.18–55; 8, с. 104–107; 9, с. 64–77].

Отже, здійснений аналіз доводить: головною причиною успіху Німеччини у боротьбі з безробіттям є цілісна система превентивних заходів, що допомагає молодій людині вибрати професію, яка відповідає здібностям, умінням та навичкам.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Сфера послуг є тим сегментом ринку, що розвивається найбільш динамічно. Це цілком відповідає запитам постіндустріального та інформаційного суспільств. З іншого боку, сфера послуг є тим унікальним середовищем, де поєднуються такі напрями взаємодії як людина-людина, людина-художній образ, людина – техніка. Фах ресторатора та готельєра перебувають сьогодні на піку популярності і в майбутньому очікується зростання запиту на означені спеціальності, адже сучасний ритм життя зумовлює дедалі більшу витрату часу на фахову діяльність, підвищення професійної мобільності, тому в майбутньому витрати на послуги громадського харчування та готельного обслуговування лише зростатимуть. З іншого боку, на відміну від професій бухгалтера, фінансиста тощо, специфіка готельно-ресторанної справи дозволяє залучати відносно великі групи стажерів і практикантів на вигідних для підприємства умовах.

Сьогодні інститут соціального партнерства перебуває на початковій стадії розвитку, система шкільної освіти залишається надто статичною і негнучкою у сфері ефективної співпраці із діючими підприємствами у розрізі допрофесійної підготовки. Німецький досвід пропонує нам лаконічний і ретельно перевірений практикою алгоритм допрофесійної підготовки саме у царині світу професії, тоді як вітчизняні курси довузівської підготовки концентруються переважно на поглибленні знань з метою підготовки до вступних випробувань. Очевидно, що цю функцію мають здійснювати ВНЗ, пріоритетно коледжі, діючи за схемою: набір груп учнів ЗОШ на комплексні цільові екскурсії на підприємства (на основі мотиваційних листів) – комплекс майстер-класів, практичних занять у самому ВНЗ (розкриття змісту та дієвості професійної підготовки, презентація авторських програм викладачів конкретного ВНЗ) – зарахування на курси довузівської підготовки – усвідомлений професійний вибір і вступ до ВНЗ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данченко О. М. Соціально-педагогічна підтримка безробітної молоді у Німеччині : автореф. дис ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Данченко Олена Миколаївна . – Київ, 2013 . – 246 с.
2. Абашкіна Н. В. Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз / Н. В. Абашкіна, О. І. Авксентьева, Р. І. Антонюк та ін. – Черкаси : ВІБІР, 2000. – 322 с.
3. Goltz, Marianne. Chancen für Jugendliche ohne Berufsausbildung: Problemanalyse – Beschäftigungsfelder – Förderstrategien / Marianne Goltz, Gerhard Christe, Elise

Bohlen. – Freiburg im Breisgau : Lambertus-Verl., 2008. – 271 S. : graph. Darst. – ISBN 978-3-7841-1814-3/3-7841-1814-3.

4. Абашкіна Н. В. Педагогічні та психологічні основи діяльності служб професійної орієнтації у Німеччині / Неллі Володимирівна Абашкіна. – Ніжин : НДУ ім. Гоголя, 2006. – 91 с.

5. Berufswahlpass [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.berufswahlpass.de/> Berufswahlpass [Доступний від 03.08.2014].

6. Das Freiwillige Soziale Jahr in Bayern / Hrg.: Trägerverbände für das FSJ in Bayern mit finanzieller Förderung durch das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen. – München, 2011. – 46 S.

7. Baron, Sonja Corinna. Das Duale System der Berufsausbildung unter dem Einfluss der europäischen Berufsbildungspolitik. Entwicklungsprozesse und Herausforderungen : Diss. zur Erlangung des akademischen Grades Dr. phil. / Baron, Sonja Corinna ; am Fachbereich Bildungswissenschaften der Universität Duisburg-Essen. – Bonn, 2007. – 249 S.

8. Kröhnert, Steffen. Ausprägung und Ursachen geschlechtsselektiver Abwanderung aus den neuen Bundesländern / Diss. zur Erlangung des akademischen Grades Dr. phil. / Kröhnert, Steffen ; anger. an der Philosophischen Fakultät III der Humboldt-Universität zu Berlin. – Berlin, 2009. – 220 S.

9. Ruf, Michael. Der Übergang von der vollzeitschulischen Berufsausbildung in das Beschäftigungssystem als Herausforderung für die Berufsbildungsforschung : Diss. zur Erlangung des akademischen Grades Dr. rer. pol. (Wirtschaftswissenschaft) / Ruf, Michael ; im Fachbereich Wirtschaftswissenschaft. – Konstanz, 2007. – 326 S.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ОСНОВ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У ВНМУ ІМ. М.І. ПИРОГОВА

Марчук Іванна Анатоліївна

викладач кафедри філософії та суспільних наук

Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Актуальні аспекти у викладенні курсу «Основ економічних теорій» є підвищення мотивації студентів до навчання, належне технічне забезпечення навчального процесу, поєднання теоритичного розгляду навчального матеріалу. В цих умовах особливо зростає роль викладача у вирішенні методичних, педагогічних, та психологічних проблем під час підготовки майбутніх спеціалістів.

За своєю актуальністю і практичною значущістю проблеми формування світогляду майбутніх спеціалістів заслуговує увагу тому, що від їхнього вирішення залежить не тільки майбутнє людського суспільства, але й подальший розвиток суспільства. Одним з головних завдань виховання базового культури особистості є формування світогляду студентів.

Important aspects in the presentation of the course «Fundamentals of economic theory» is to motivate students to learn, proper maintenance of the educational process, the combination of theoretical consideration of educational material. Under these conditions, particularly the role of the teacher in addressing methodological, pedagogical and psychological problems during the training of future specialists.

By its relevance and practical significance of the problem of formation of future professionals svitohlidu deserves attention because of their solution depends not only on the future of human society, but also the further development of society. One of the main objectives of basic education is the formation of cultural identity philosophy students.

Ключові слова: гуманізація, індивідуалізація, міждисциплінарні технології, фундаменталізація, дистанційне навчання.

Постановка проблеми.

Світове співтовариство беззастережно визнало якість освіти головною метою, пріоритетом розвитку суспільства у XXI столітті, якому підпорядковані всі інші показники людського життя. Ми є свідками якісних змін як у розвитку цивілізації, так і обставин життя людини, а значить у функціонуванні освіти й розумінні її якості. У виступах науковців, педагогів-практиків зазначається, що вона є наріжним каменем сучасної парадигми освіти, безперечним пріоритетом освітньої політики більшості країн, і Україна не стала винятком у цьому процесі. Адже світ збагнув, що у високотехнологічному інформаційному суспільстві якість освіти стає головним аргументом людського розвитку, у забезпеченні такого рівня життєвої та професійної компетентності людини, який би задовольняв її прагнення до самовдосконалення і саморозвитку і, як наслідок, потреби суспільства в освічених і висококультурних громадянах. Освітня технологія - це система форм, методів, засобів, навчання та виховання, що забезпечує досягнення цілей у межах заданого технологічного процесу [1,2].

Постановка завдання.

За цей період спостерігається тенденція до зменшення зацікавленості студентів, до так, званих не профільних дисциплін. Це обумовлене не тільки зниження рівня загальної освіти, але й відношенням керівних органів освіти. Наприклад із основної базової гуманітарної

дисципліни «Основ економічної теорій» винесені у перелік дисциплін за вибором студента. На рівні загальної економічної безграмотності медиків на передодні введення економічної обґрунтованої страхової медицини ази економічних знань необхідно надавати з курсу навчання студента. У зв'язку цим метою нашої роботи було підвищення зацікавленості студентів та надання базових економічних знань завдяки використанню сучасних технологій.

Виклад основного матеріалу.

З метою поглибленого вивчення дисциплін основ економічних теорій та оцінки рівня засвоєння матеріалу, у вищих медичних навчальних закладах ми використовуємо наступні види новітніх технологій, які суттєво можуть змінити сам підхід до викладання.

1. Технологія гуманізації та гуманітаризації. Це такий світоглядний і діяльний підхід до освіти, який не тільки визнає, але і стверджує цінність студента як особистості, його право на якісну освіту, на свободу вибору, на розвиток і виявлення своїх здібностей при застосуванні дисципліни «Основ економічних теорій» як підґрунтя до переходу до страхової медицини.

Гуманізація має два аспекти:

- а) психологічний аспект, який передбачає активізацію ролі студента, індивідуалізацію навчання (тестування, самостійна робота);
- б) загальнокультурний аспект, під яким розуміється

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

ся гуманітарна культура через зміни певною мірою змісту викладання інших дисциплін [2].

2. Технологія особистісної орієнтованої освіти. Особистісно-орієнтоване безперервна освіта передбачає постійне задоволення освітніх запитів людини, створення умов проектування і реалізації індивідуальної освітньої програми, що дозволяє вибрати і опанувати різноманітним освітнім рівнем. Особистісно-орієнтована освіта у ВНМУ повинна бути спрямована на розвиток і саморозвиток студента, становлення його як особистості з урахуванням індивідуальних особливостей, інтересів і здібностей. Особистісно-орієнтоване навчання є можливість кожному студенту реалізувати себе у пізнанні, навчальній діяльності з опорою на його схильності та інтереси [3].

3. Технологія індивідуалізації. Індивідуальне навчання - форма, модель організації навчального процесу, при якому викладач має взаємодію тільки з одним студентом. Індивідуальна форма навчання є пріоритетною [5].

4. Технологія проблемного навчання, як і при підготовці до складання Медичного ліцензійного іспиту Крок 1, Крок 2, Крок 3, опановують економічне підґрунтя страхової медицини у створенні проблемних ситуацій (задачі, тести) та пошуку їх рушення рішення проблемних ситуацій [4].

5. Міждисциплінарні технології. Впровадження у навчальний процес міждисциплінарних лекцій та конференцій. Наприклад, при вивченні мікробіології, студенти повинні застосовувати свої знання, які вони отримали на інших кафедрах. На основі вивчення таких дисциплін як: гігієна, внутрішня медицина, сімейна медицина, біостатистика, організація охорони здоров'я біологічна фізика, гістологія, анатомія, біологічна хімія, нормальна фізіологія, студенти самостійно повинні вміти провести мультифакторний аналіз теми заняття. Цим самим ми розвиваємо у студентів не тільки клінічне але і системне інтегроване мислення [5].

6. Технологія фундаменталізації. Спрямованість на фундаменталізацію освіти необхідна для того, щоб майбутній фахівець у процесі навчання зміг набути необхідні фундаментальні базові знання, сформовані в єдину світоглядну наукову систему на основі сучасних уявлень про науку та її методи [5,6].

Тренінгові технології (багаторазові, систематичні). Цінність тренінгів для системи вищої освіти виражається у тому, що вони дозволяють інтенсифікувати процес професійної підготовки (зберігаючи час та простір), зробити його більш ефективним за рахунок повної відповідності принципам особистісно-орієнтованого навчання [3].

7. Технологія організації самостійної роботи студентів. Досягається за допомогою створенні сучасного технологічного базису носіїв інформації, віртуально-інформативного методу, вирішенні віртуальних клінічних задач, тестів, які оприлюдненні на сайті кафедр університету [4].

8. Технологія алгоритмізації та стандартизації.

Алгоритмічний процес - це система дій (операції з об'єктом, він є не що інше, як послідовне і впорядковане виділення в тому чи іншому об'єкті певних його елементів. Однією з переваг алгоритмізації навчання є можливість формалізації і модельного подання цього процесу [5,6].

9. Кредитно-модульна технологія, яка зараз лежить в основі навчального процесу у вищих медичних навчальних закладах у більшості європейських країн знаходять своє застосування тільки для вирішення питань мобільності студентів [3].

10. Технологія дистанційного навчання. Одним із головних принципів дистанційної освіти є його доступність, кожний бажаючий при певних умовах може стати «віртуальним» студентом [3].

Інтерактивна технологія (інтерація). Використання прийомів інтерактивного навчання в практиці та досвіді роботи з різними за рівнем розвитку студентами переконують у тому, що ці форми при їх систематичному застосуванні дійсно дозволяють кожному студенту відчувати себе у «контексті» спільної роботи, формують комунікативну готовність до спілкування в малих групах на практичних та семінарських заняттях, сприяють розвитку особистісної рефлексії, діють на становлення активної позиції у навчальній діяльності, що вкрай необхідно для такої «колективної» галузі як «медицина» [4].

Мета навчання та виховання ми досягаємо за допомогою наступних методів інноваційних технологій: методу аналізу конкурентних проблемних ситуацій, методу проєктів, методу мозгового штурму, кейс методу, методу конференцій і ідей, методу групової дискусії, методу моделювання, методу конкурентних груп, методу кооперативних груп, методу пошуку і відкриття [2].

Висновок. Інноваційні технології навчання стимулюють роботу викладача, підвищують його професійний рівень, оскільки така організація навчального процесу потребує підготовки до кожного заняття, постійного педагогічного пошуку, розробки і додавання нових матеріалів.

З усього вище викладеного, потрібно зробити висновок, що для викладача сьогодні важливо постійно вдосконалювати власні знання про методи навчання, впроваджувати у власну викладацьку практику новітні, інноваційно-освітні концепції, йти у ногу з часом та виховувати плеяду конкурентно-здатних майбутніх фахівців на ринку надання медичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Концепція Державної програми розвитку освіти на 2006-2010 роки II Вища школа -2006. -№ 3. - С. 114 - 119.

2. Освітні технології: Навч.-метод. посіб. / О.М.Пехота, А.З.Кіктенко, О.М.Любарська та ін.; За ред. і О.М.Пехоти. — К.: АСК, 2004.-256 с.

3. Тимчасове положення про організацію навчального процесу в кредитно-модульній системі підготовки; фахівців / Затверджено наказом МОН України № 48 від 23.01.2004.

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

4. Навчальний процес у вищій педагогічній школі /За ред. академіка О. Мороза - К.: НПУ, 2000. - 337 с.

5. Теплицький О. Об'єктно-орієнтоване моделювання в системі фундаменталізації підготовки майбутнього вчителя інформатики // Збірник наукових праць. Педагогічні науки. Вип. 50. - Ч. 2. - Херсон: Видавництво ХДУ, 2008. -С. 285-288.

6. Семеріков С.О. Фундаменталізація навчання інформатичних дисциплін у вищій школі : монографія / Семеріков С. О. ; наук. ред. акад. АПН України, д. пед. н., проф. М. І. Жалдак. - Кривий Ріг : Мінерал; К. : НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2009. - 340 с.: іл.

7.Ortega L. Processes and Outcomes in Networked Classroom Interaction: Defining the Research Agenda for L2 Computer-Assisted Classroom Discussion // Language Learning & Technology. - 2007. - V.1, №1. - P.82 - 93.

8.Волкова Н.П. Педагогіка: Навч. посіб./ Н.П. Волкова. - К.: Академвидав, 2007. - 616 с.

9. Гончаров С.М. Інтерактивні технології навчання в кредитно-модульній системі організації навчального процесу: Навчально-методичний посібник. - Рівне: НУВГП, 2006. - 172с.

НАПРЯМИ ТА ЗАХОДИ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ВІДПОВІДНО ДО ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

Минько О.Л.

заступник директора з навчально-методичної роботи та практичного навчання

Чернігівського кооперативного технікуму

Чернігівської облспоживспілки

Анотація. Загострення ситуації на ринку освітніх послуг призвело до пошуку нових форм і методів профорієнтаційної роботи педагогічних колективів з метою залучення якомога більшої кількості абітурієнтів до вищих навчальних закладів.

У статті розглянуті основні етапи профорієнтаційної роботи. Зміст статті спрямовано на оцінку ефективності основних заходів профорієнтаційної роботи, методичне та методологічне забезпечення процесу впровадження інноваційних технологій в діяльність педагогічних працівників вищих навчальних закладів, які здійснюють профорієнтацію молоді.

Стаття рекомендована кураторам студентських груп, викладачам, методистам з профорієнтаційної роботи та іншим працівникам вищих навчальних закладів, які займаються профорієнтаційною роботою та працюють з учнями загальноосвітніх та професійно-технічних навчальних закладів.

Ключові слова. Профорієнтація, профорієнтаційна робота, самовизначення, ринок праці, ринок освітніх послуг, кадри.

Постановка проблеми. В умовах інтенсивного технічного переозброєння промисловості, коли з'являються нові професії – ринок праці потребує нових кадрів та стає більш вимогливим до зростаючої професійної підготовленості, мобільності випускника. Загострення ситуації на ринку освітніх послуг призвело до пошуку нових форм і методів профорієнтаційної роботи, до творчої роботи педагогічних колективів щодо залучення якомога більшої кількості абітурієнтів до навчальних закладів.

Погіршення демографічної ситуації, зміни умов вступу до навчальних закладів з одного боку, і розвиток ринку освітніх послуг, з іншого, призвели до того, що кількість абітурієнтів у навчальних закладах зменшилась.

Прогнозування соціально-демографічного розвитку України загалом та Чернігівської області зокрема, свідчить про подальше загострення конкурентної ситуації на ринку освітніх послуг.

У зв'язку з цим профорієнтаційна робота серед випускників шкіл, професійно-технічних навчальних закладів та ліцеїв є актуальною для сьогодення.

Позитивний результат будуть мати ті навчальні заклади, які своєчасно перейдуть до правильно організованої, системної, серйозної, цілорічної, довготривалої роботи щодо профорієнтації і набору [8].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Завдання, форми і методи профорієнтаційної роботи в різний час досліджували Зінченко В.П., Білик Л.І.,

Заїка О.С., Соляр Л.В., Сітнікова Н.О., Шин Т.Ф., та інші, але питання найбільш дієвих, результативних заходів профорієнтаційної роботи в умовах інформатизації лишаються малодослідженими.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд та аналіз основних напрямів профорієнтаційної роботи та визначення найбільш ефективних заходів профорієнтації на етапі уточнення соціально-професійного статусу сучасної молоді.

Вклад основного матеріалу дослідження. Мотивація професійного вибору, відношення студента до навчального закладу, його професійна орієнтація і життєві плани в багатьох випадках залежать від інформації, яку він отримує на важливому етапі процесу професійного самовизначення [6].

Метою профорієнтації є надання профорієнтаційної підтримки учням у процесі вибору профілю навчання та сфери майбутньої професійної діяльності, вироблення в молоді свідомого ставлення до праці, самовизначення професійного напрямку в умовах свободи вибору сфери діяльності відповідно до своїх можливостей, здібностей, покликання, стану здоров'я та з урахуванням вимог ринку праці.

У профорієнтації слід виділити такі етапи заходів профорієнтаційної роботи:

- планування профорієнтаційної роботи (складання та затвердження планів щодо закріплення викладачів і студентів за навчальними закладами міста і області, графіків проведення зустрічей з учнями шкіл і ліцеїв,

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

плани проведення Днів відкритих дверей, профорієнтаційних фестивалів, ярмарок професій);

- укладання угод з загальноосвітніми навчальними закладами міста та області щодо проведення профорієнтаційної роботи;

- підготовка, оформлення і замовлення рекламних буклетів, календарів, ручок з логотипом, оголошень про правила прийому до вищих навчальних закладів, розробка аудіо та відеоматеріалів;

- налагодження зв'язків з центрами зайнятості та спеціалістами кадрових служб районних споживчих товариств та споживчих спілок;

- виготовлення оголошень для загальноосвітніх навчальних закладів, розповсюдження буклетів, календарів серед учнів шкіл;

- інформування про спеціальності за якими здійснюється підготовка фахівців;

- публікація оголошень на сторінках місцевих газет, районних, обласних, республіканських періодичних видань;

- постійне оновлення матеріалів на сайті вищого навчального закладу, за допомогою якого студенти та абітурієнти можуть ознайомитись з будь-якою інформацією про вступ, навчання, проведені заходи;

- розміщення інформації на сайті облспоживспілок, групах «ВКонтакте» «Однокласники», «YouTube», «фейсбук» тощо;

- проведення в загальноосвітніх та професійно-технічних навчальних закладах презентацій вищого навчального закладу та спеціальностей;

- виступ викладачів ВНЗ перед батьками учнів шкіл під час проведення батьківських зборів у школах з метою профорієнтації та пропаганди спеціальностей;

- проведення Дня відкритих дверей, професійних фестивалів, днів абітурієнта;

- проведення з учнями шкіл міста культурно-масових, загально-виховних заходів, спортивних змагань тощо;

- участь у проведенні ярмарок професій, які організовують і проводять центри зайнятості;

- залучення до профорієнтаційної роботи студентів старшокурсників денної та заочної форм навчання, а також випускників навчального закладу;

- щорічна участь у Міжнародній виставці навчальних закладів «Сучасна освіта в Україні», що проходить у м.Київ;

- звітування викладачів на засіданнях циклових комісій, кафедр щодо проведеної профорієнтаційної роботи;

- обговорення результатів профорієнтаційної роботи та результатів роботи приймальної комісії на засіданнях педагогічної, вченої ради.

Головне місце в профорієнтаційній роботі належить спілкуванню з учнями шкіл та з їх батьками. З цією метою викладачам слід відвідувати школи міста, району, області. Основним аргументом до вступу має бути працевлаштування випускників, ступенева освіта, забезпеченість студентів комфортабельним гуртожитком, цікаве

дозвілля студентів, можливість проводити науково-дослідницьку роботу, займатись в предметних гуртках, гуртках за інтересами, в гуртках художньої самодіяльності та в спортивних секціях.

Рушійною силою прогресу і вдалого бізнесу, у тому числі й у профорієнтаційній роботі є реклама. З метою популяризації вищого навчального закладу доцільно створити профорієнтаційні фільми, які можна переглянути в глобальній мережі та за необхідності демонструвати в школах, на міському, районному та обласному телебаченні.

Вплив на прийняття рішення щодо вступу на навчання мають рекламні оголошення в періодичних виданнях про умови прийому абітурієнтів до технікуму, оголошення про Дні відкритих дверей, Дні абітурієнта, профорієнтаційні фестивалі, статті про навчання, активне студентське життя та спортивні досягнення студентів.

Для жителів міста та районів через радіо-телекомпанії можна транслювати інформацію про спеціальності, за якими проводиться підготовка спеціалістів, про традиції навчального закладу та культурне життя. Для цього бажано створити короткі рекламні звукові чи відео файли. Наприклад, рекламний відеоролик на 3 хвилини, де кадри зі студентського життя може влучно доповнити патріотичний гімн навчального закладу.

Фундаментальною основою профорієнтаційної роботи є участь у ярмарках професій, освітніх виставках, ярмарках вакансій, які проводяться районною службою зайнятості населення.

Не менш важливим елементом активізувати увагу абітурієнтів є розміщення біля центрального входу навчального закладу великих рекламних щитів, де представлені всі напрями та спеціальності за якими здійснюється підготовка фахівців. Яскраві світлини зі студентського життя будуть привертати увагу учнів та їх батьків, а практика показує, що 39% абітурієнтів приймають рішення щодо вибору навчального закладу саме за порадами батьків, рідних та близьких.

Позитивні результати у залученні учнів дає виготовлення і розповсюдження яскравих рекламних буклетів, інформаційних бюлетенів, календарів з зображенням навчального закладу та студентів, олівців, пакетів, ручок, блокнотів, інших канцелярських товарів з логотипом навчального закладу.

Рекламувати навчальний заклад можуть студенти, саме коли вони із захватом розповідають про переваги вступу до ВНЗ, про цікаве студентське життя, про їх професійні досягнення і перемоги, про свої майбутні професії. Все це набагато краще сприймається і запам'ятовується учнями, створюється позитивний імідж навчального закладу, формується професійна самовідданість майбутніх абітурієнтів.

Під час проходження виробничих та переддипломних практик студенти старшокурсники також можуть залучатися до профорієнтаційної роботи на відповідних підприємствах різних галузей діяльності, в бюджетних установах, державних органах влади та ін.

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

З метою профорієнтаційної роботи та популяризації навчального закладу доцільно організовувати навчально-практичні конференції, до яких залучати старшокласників як доповідачів (мотивувати їх до участі) або проводити спортивні змагання з різних видів спорту та запрошувати команди шкіл до участі.

Під час проведення профорієнтаційної роботи слід активно використовувати можливості глобальної мережі, популярні сайти Internet. Анкетування абітурієнтів свідчить, що учні шкіл одержують через мережу Internet найбільшу частину (41 %) інформації про навчальні заклади.

Сьогодні сайт «ВКонтакте» є беззаперечним лідером в Україні та Росії серед соціальних мереж за відвідуваністю. «ВКонтакте» в групах навчальних закладів можна переглянути відеозаписи про події і життя студентів. Педагогічні працівники чи студенти - модератори можуть спілкуватися з майбутніми абітурієнтами на сторінках групи, відповідати на питання, мотивувати до вступу на навчання. Не потребує фінансових витрат, але є дуже результативним безпосереднє спілкування зі школярами через особисте інтернет-листування. Таким способом можна надсилати запрошення до участі в різних цікавих заходах, конференціях, круглих столах, дискусіях, концертах тощо. Оскільки ця робота займає багато часу, - краще залучити відповідальних студентів.

В групі Чернігівського кооперативного технікуму «в контактi» (1600 учасників) розміщено більше 30 відеоматеріалів про життя технікуму, в групі технікуму в «однокласниках» (640 учасників) завантажено більше 20 відеоматеріалів щодо популяризації технікуму серед шкільної молоді, розміщуються оголошення, фотографії та відеозвіти з різних навчально-виховних та спортивних заходів, студенти листуються зі школярами, відповідають на їх питання, запрошують на дні відкритих дверей та інші заходи.

Відеоматеріали з життя технікуму розміщені також на сторінках YouTube UA.

Дізнатися про особливості вступу до вищих навчальних закладів, ознайомитися з матеріально-технічною базою, умовами навчання, поспілкуватися з адміністрацією та викладацьким складом, отримати консультацію профільних спеціалістів щодо вибору спеціальності та форми навчання майбутні студенти можуть під час проведення Днів відкритих дверей.

У програмі Дня відкритих дверей слід передбачити різні цікаві заходи: огляд матеріально-технічної бази (фактично або шляхом демонстрації відеофільму), зустріч з дирекцією, концерт художньої самодіяльності, святковій лотереї, майстер-класи викладачів, презентації відділень та спеціальностей, виступи випускників технікуму, караоке-програми, дегустацію студентських виробів або студентський фуршет тощо. Про проведення Дня абітурієнта, Дня відкритих дверей доцільно повідомити на офіційному сайті навчального закладу та через інші, вже раніше названі, джерела. Дієво також розміщувати рекламні оголошення в internet-групах шкіл та класів.

Практика показує, що розміщення рекламних білбордів навчального закладу у регіоні, в громадському транспорті приводить 10,5% абітурієнтів. 12,5% опитаних абітурієнтів зазначили, що їх переконали рекламні матеріали, які були роздані в місцях проведення ЗНО.

До профорієнтаційної роботи потрібно залучити викладачів циклових комісій та кафедр. У планах роботи циклових комісій передбачаються заходи щодо проведення та підвищення якості профорієнтаційної роботи.

Під час проведення профорієнтаційних фестивалів, днів абітурієнта, днів відкритих дверей викладачі можуть провести майстер-класи, які завжди з цікавістю сприймаються учнями шкіл. Майбутні студенти цікавляться демонстраційним процесом, ставлять питання, можуть спробувати власні сили, завжди активно реагують на такі заходи.

На щорічних декадах циклових комісій, тижнях спеціаліста, проводяться конкурси професійної майстерності, вечори на професійну тематику, зустрічі з працівниками підприємств, ділові ігри, вікторини, олімпіади, інтелект-кафе всі вони пов'язані з популяризацією спеціальностей і професій, на які можна запросити учнів шкіл міста.

Дієвими можуть стати також виступи профорієнтаційної агітбригади навчального закладу. Учасники презентують свій рідний навчальний заклад, цікаво, у віршованій формі розповідають про історію навчального закладу, його славні традиції, спеціальності та їх важливе місце серед інших професій. Виступи супроводжуються конкурсами, веселою музикою, відео сюжетами із студентського життя, жартами і танцями.

Висновки з даного дослідження. Використання різноманітних форм і методів здійснення профорієнтаційної роботи зміцнює співпрацю навчальних закладів зі школами й ліцеями, забезпечує якісний відбір студентів та позитивний результат роботи всього педагогічного колективу вищого навчального закладу.

Отже, лише системний підхід до організації профорієнтаційної роботи дає можливість отримати максимально повну і ґрунтовну інформацію про навчальний заклад, спеціальності, за якими готують фахівців, навчально-матеріальну базу, можливі перспективи подальшого навчання та працевлаштування. Лише якісно проведена профорієнтаційна робота забезпечить конкурсний набір абітурієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик Л.І. Діяльнісний підхід до професійної підготовки студента / Л.І. Білик // Рідна школа. - 2004. - № 1. - С.12-18.
2. Білик Л.І. Роль соціологічного опитування у визначенні пріоритетів студентства (на прикладі Черкаського державного технологічного університету) / Л.І. Білик // Проблеми освіти: наук.-метод. зб. - Київ: М-во освіти і науки України, Наук.-метод. центр вищої освіти. - К. : НМЦВО. - 2002.- Вип. 28. - С. 36 - 44.

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

3. Скрипченко О., Волинська Л., Огороднійчук Є. та інші. Загальна психологія: Навч. посібник / О. Скрипченко, – К.: Просвіта. - 2005. - 464 с.

4.Петренко П. Системний підхід до профорієнтаційної роботи / П. Петренко // Освіта. Технікуми, коледжі. - 2006. № 2 (15). - С.27.

5.Шашенко В.М. Рекомендації щодо профорієнтаційної роботи / В.М. Шашенко // Організація навчально-виховного процесу. Досвід роботи вищих навчальних закладів I-II акредитації».- 2004. - С.37.

6.Шин Т.Ф. Організація профорієнтаційної роботи / Організація навчально-виховного процесу. Досвід роботи вищих навчальних закладів I-II акредитації. - 2004. - С.33.

7.Сольвар Л. Моделювання процесу професійного становлення майбутнього молодого спеціаліста / Л. Сольвар // Рідна школа. - 2005. - № 4. – С. 4.

8.Соляр Л.В., Сітнікова Н.О., Ліпінська Р.М. та ін. Дієвість через систему/ Л.В. Соляр // Організація навчально-виховного процесу. Досвід роботи вищих навчальних закладів I-II акредитації. - 2008. - № 13. - С. 329.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА
ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ
ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

Петрушенко Ольга Олександрівна

кандидат філологічних наук, доцент, кафедри гуманітарної підготовки та туризму

ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»

Калинюк Наталія Василівна

кандидат філологічних наук, доцент кафедри гуманітарної підготовки

Хмельницького інституту післядипломної педагогічної освіти

У статті окреслено особливості застосування термінологічної лексики галузі туризму на заняттях з англійської мови та специфіка її вивчення. Обґрунтовано теоретичні аспекти організації інтерактивного навчання лексики туристичної галузі для формування англомовної лексичної компетенції у студентів-економістів. Запропоновано змішану структурно-семантичну класифікацію термінологічної лексики, яка функціонує у сфері туризму.

Ключові слова: термінологічна лексика, туристична галузь, семантизація термінів, структурні моделі, комунікативний аспект, англомовна компетенція.

Peculiarities of the terminology application of tourism industry on the practical English classes and specificity of its study are outlined in the article. Theoretical aspects of interactive learning of the tourism industry vocabulary for the formation of the English lexical competence of students-economists have been substantiated. It has been proposed the mixed structural and semantic classification of terminological vocabulary, which operates in the tourism sphere.

Keywords: terminology, tourist industry, semantization, structural models, communicative aspect, competence.

Постановка проблеми. Розширення міжнародних стосунків України у галузях економіки, культури, науки, інтеграція з європейськими країнами, вибір Україною курсу на входження в європейський економічний та освітній простір зумовлює соціальне замовлення суспільства на підготовку високоосвічених фахівців зі знаннями іноземних мов, які повинні володіти навичками та вміннями професійного іншомовного спілкування у всіх сферах діяльності.

Зважаючи на це, великого значення в системі нашої освіти набуває навчання студентів вищих навчальних закладів фахової лексики, оскільки відповідно до сучасних міжнародних освітніх вимог випускники ВНЗ мають володіти вміннями вільно висловлюватися іноземною мовою у процесі досягання ними соціальних, академічних і професійних цілей.

Зауважимо, що знання англійської мови – важлива конкурентна перевага не лише для окремо взятої людини, але і для країни в цілому. Згідно з дослідженням, що було проведене компанією Education First у понад п'ятидесяти країнах світу, існує пряма залежність між рівнем володіння англійською та станом економіки. Пояснити це можна так: що краще мешканці тієї або іншої держави

знають англійську, то вища її інвестиційна привабливість (звичайно, це стосується не всіх галузей економіки), тим легше знайти кваліфікованих фахівців, які вже сьогодні готові працювати в міжнародних компаніях.

В рейтингу, складеному тією самою Education First, перші 11 рядків займають європейські країни, для європейців хороша індивідуальна англійська – можливість більше подорожувати і вільно спілкуватися, доступ до престижних вакансій у великих багатонаціональних компаніях, в сфері сучасних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі систематизація англійських терміносистем окремих галузей набуває особливого значення. Вивчення лексики індустрії туризму в англійському мовознавстві становить інтерес як для лінгвістів, так і для фахівців сфери туризму, оскільки останнім часом ця галузь активно розвивається. Незважаючи на значну кількість праць, присвячених різним англомовним галузевим терміносистемам, окремі терміносистеми залишаються практично не дослідженими. Це і становить актуальність даного дослідження.

Варто зазначити, що загальні тенденції розширення пізнавальної функції туризму та зростання попиту на

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

освітні подорожі розглядалися багатьма провідними вітчизняними й іноземними вченими (Любіцева О.О., Бейдик О.О., Кіфяк В.Ф., Ільїна О.М., Олександрова А.Ю. та ін.). За кордоном основним напрямком досліджень у цій сфері є аналіз тенденції розуміння туризму як специфічної форми освіти та аналіз пластів термінологічної лексики туризму. Його розробляють Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper. Але, не зважаючи на значну кількість праць, присвячених різним англійським галузевим терміносистемам, окремі терміносистеми залишаються практично не дослідженими. До них належить, зокрема, субмова туризму, яка ще не підлягала системному аналізу. Це і становить актуальність даного дослідження.

Мета нашої розвідки полягає у з'ясуванні особливостей застосування термінологічної лексики галузі туризму на заняттях з англійської мови.

Відповідно до мети поставлено такі завдання:

1) з'ясувати особливості застосування термінологічної лексики галузі туризму на заняттях з англійської мови;

2) обґрунтувати теоретичні аспекти організації інтерактивного навчання лексики туристичної галузі для формування англійської лексичної компетенції у студентів-економістів.

3) з'ясувати проблеми вивчення термінологічної лексики студентами немовних вузів;

4) встановити структурно-семантичну класифікацію термінологічної лексики, яка функціонує у сфері туризму джерела та критерії відбору лексичного матеріалу та розробити методичну типологію відібраної термінологічної лексики;

Виклад основного матеріалу дослідження. Термінологічна лексика туризму є тематично неоднорідною, так як у ній мають місце активні міжсистемні контакти. Загальноживаною лексикою є слова, що широко використовуються в межах лексики підмови туризму і входять до основного словникового фонду мови, які служать позначенням буденних понять, наприклад: *adult, berth, tour, bellman* тощо. Наявність загальноживаної лексики свідчить про те, що дана термінологія має тісні зв'язки із повсякденною мовою, оскільки її використовують не лише фахівці цієї галузі, але і люди, що користуються їхніми послугами [1, с. 144]. До цієї групи ми відносимо терміни, які потрапили до загальнолітературної мови внаслідок детермінологізації. Їхні значення як у галузі туризму, так і в загальноживаній мові є подібними, однак у професійному вживанні вони є більш уточненими або обмеженими. Сюди належать також загальноживані слова, які стали термінами у результаті процесу термінологізації, тобто слова, що набули специфічного для даної галузі значення (*bed tax*).

Акцентуємо увагу на тому, що відповідно до класифікації термінів туризму [1, с. 146] в англійській мові у семантичному полі виокремлюються 15 мікрополів:

- Види туризму та подорожей (*agricultural tourism, space travel/tourism*);

- Розміщення туристів (*floatel, boutique hotel, bungalow, connecting rooms, suite, half pension, family*

suite);

- Транспорт (*canoe, liner, courtesy bus, beltway, aerostat*);

- Відпочинок та розваги (*coral reefs, theme park, wine tasting*);

- Устаткування” (*baggage lockers, carousel, bunk, flight recorder, chair lift*);

- Інвентар туриста (*sleeping bag, rucksack, trunk, compass, road map*);

- Харчування (*bill of fare, coffee shop, bistro, drive-in restaurant*);

- Особи в індустрії туризму (*bell hop, concierge, animator, day visitor*);

- Процеси (*advance reservation, cancellation, booking, agent bypass*);

- Послуги (*aircraft leasing, bareboat charter, airport transfer, business services*);

- Тарифи та оплата (*departure tax, budget fare, booking charge, day return*);

- Документи (*departure card, travel insurance, baggage check, accident insurance, customs declaration, booking form, health declaration form, entry visa*);

- Організації (*commercial agency, tourism organization, state tourism office*);

- Сезонність (*busy season, slack season, high season, holiday season*);

- Медичне забезпечення туризму (містить лексику, яка позначає хвороби,

- пов'язані із подорожуванням (*altitude sickness, diphtheria, mountain sickness*).

Здійснивши дослідження констатуємо, що терміносистема туризму, як і будь-яка інша, тісно взаємодіє з іншими терміносистемами. Оскільки жодна наука не створює всі абсолютно терміни заново, то багато термінів запозичується із суміжних галузей знання [3, с. 5]. Отже, термін може виходити за межі своєї терміносистеми і бути надбанням суміжних галузей знань [6, с. 63]. Оскільки міграція термінів із одних терміносистем в інші відбувається досить часто, то межі терміносистем є умовними.

Варто наголосити на тому, що для швидкого запам'ятовування термінологічної лексики студентами доцільно вживати ефективний спосіб деривації термінів. Для того, щоб розкрити значення термінів при читанні текстів професійного спрямування, а згодом збагатити термінологічний словник студентів, рекомендуємо проводити аналіз словотворчих елементів термінів.

Слід зауважити, що у процесі дослідження термінологічних підсистем особливого значення набуває аналіз структурних форм термінів. Англійська підмова туризму, як і більшість сучасних фахових мов, складається з лексичних одиниць двох типів: термінів-слів та термінів-словосполучень або однокомпонентних та багатокомпонентних терміно-одиниць відповідно (за компонент приймаємо кореневу морфему).

Дослідження однокомпонентних термінів підсистеми туризму показало, що, крім іменників (*occupancy, resort, revalidation, safari, terminal, tour, vacancy, visa*), дана

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

субмова містить також значну кількість термінів-слів, виражених дієсловами (pre-register, detour, acclimatize, vacate, maroon, accommodate, guide, change, reconfirm, accompany), прикметниками (non-transferable, dutiable, interstate, recreational, standby, through, transatlantic, transcontinental, twin) та прислівниками (ashore, aboard) [1, с. 146].

Отже, викладач має чимало способів для семантизації термінів, розкриття їхніх значень при читанні фахових текстів, що згодом допоможе активізувати їх в усному та писемному мовленні. Дехто з теоретиків і практиків мови вказує на необхідність використання рідної мови для семантизації термінів для кращого їхнього запам'ятовування та свідомого застосування у спілкуванні [2, с. 86]. Так, у групах з низьким рівнем мовної підготовки студентів викладачу важко відійти від традиційної схеми: читання – переклад – механічне заучування напам'ять текстів, які практично переповнені термінами. Однак у групах з високим рівнем мовної підготовки така схема не спрацьовує. Студенти читають тексти в позааудиторний час, а на занятті обговорюють дискусійні, проблемні питання, які висвітлюються в текстах, коментують і критично аналізують прочитане. Таким чином, досягається точність, плавність та вживання термінологічної лексики в усному або писемному мовленні.

Виконане дослідження дає підстави стверджувати, що методика опрацювання та засвоєння термінів при вивченні англійської мови професійного спрямування йде за відпрацьованою схемою:

- усна презентація термінів, їх семантизація;
- виконання лексико-граматичних вправ із застосуванням, як правило, комп'ютера, графічних опор тощо; заповнення пропусків у тексті, підбір визначень термінів з кількох варіантів, завершення речень, зіставлення термінів та їх дефініцій, визначення одного зайвого слова та ін.;
- написання ділових документів з метою закріплення термінології у писемному мовленні;
- моделювання мовленнєвих ситуацій з реальною життю, під час програвання яких студенти автоматизують вживання певного терміна у конкретній ситуації спілкування [5, с. 32].

Висновки та подальші дослідження. Отже, вивчення економічних термінів пронизує весь курс англійської мови у вищих навчальних закладах економічного профілю. Саме викладач повинен репрезентувати такі форми і методи, щоб цей процес був цікавим і бажаним для студентів. Для того, щоб досягти бажаного результату, необхідно використовувати новітні інформаційні технології, інтерактивні методи та прийоми навчання, що, у свою чергу, навчить студентів чітко формулювати і висловлювати свою позицію, спілкуватися, дискутувати, сприймати й оцінювати інформацію, тобто активно вживати терміни у всіх видах мовленнєвої діяльності.

Варто наголосити на тому, що засвоєння студентами фахової термінології є запорукою успішного професійно спрямованого навчання іноземної мови.

Англійська – ключова мова сучасного інформаційного простору, обсяг і якість знань, які можна отримати, знаючи англійську, значно вищі, ніж якщо ви володієте будь-якою іншою іноземною мовою. Отож, перевага не лише в тому, що можна спілкуватися англійською з носіями мови, більш вагома мотивація – можливість постійно підвищувати свій професійний рівень і підтримувати контакти з колегами і працевдавцями з усього світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Біян Н.Р. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів у галузі туризму в англійській мові // Іноземна філологія. – 2009. – Вип. 121, С. 142-149.
2. Гаркушева В. О., Капінус О. Л., Шамрай Л. І. Термінологічна лексика на заняттях з ділової англійської мови / В. О. Гаркушева, О. Л. Капінус, Л. І. Шамрай // Проблеми соціо-гуманітарних наук : вісник. – Донбас, 2011. – № 2 (88). – С. 84–88.
3. Перебийніс В.С. Деякі закономірності в розвитку термінологічної лексики (на матеріалі Енциклопедії кібернетики) // Мовознавство. – 1974. – №4. – С. 3-12.
4. Семенчук Ю. О. Формування англійської лексичної компетенції у студентів економічних спеціальностей засобами інтерактивного навчання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 „Теорія та методика навчання: германські мови” / Ю. О. Семенчук – К., 2007. – 26, [1].
5. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории. – М.: Наука, 1989. – 246 с.
6. Худолєєва С.П. Термін та його лінгвістична сутність // Мовознавство. – 1979. – № 5. – С. 60-64.
7. Glossary of Tourism Industry Terminology (Jargon Buster). [Electronic resource], available at: <http://www.tourismknowledge.com>
8. Sharpley Richard. Travel and Tourism. – London: SAGE Publications Ltd, 2006. – 232 p.
9. World Travel Dictionary. The dictionary for the Travel Industry. – London: Columbus Publishing Ltd, 1999. – 2 nd Edition. – 256 p.

ВИЩА ОСВІТА ЗА КОРДОНОМ: КРИТИЧНИЙ ОГЛЯД

Степанюк Н.А.

к.е.н., доцент кафедри філософії, економіки та менеджменту освіти,
Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

Досліджено конкурентоспроможність української освіти на світовому ринку. Проаналізовано країни куди від'їжджають абітурієнти з України. Виявлено, що студентська міграція з кожним роком зростає.

Ключові слова: вища освіта, зарубіжні країни, абітурієнти, студенти, навчання.

In the article it was investigated the competitiveness of Ukrainian education in the global market. It was analyzed the countries where applicants from Ukraine are depart. It was revealed that student's migration is growing every year.

Keywords: higher education, foreign countries, applicants, students, teaching.

Постановка проблеми.

Освіта набуває статусу важливого механізму інтелектуального розвитку людства. Попит на вищу освіту невідмінно зростає, зростає і конкуренція на глобальному ринку освіти. Не дивлячись на різноманітні культурні традиції, ми можемо говорити про загальні закономірності розвитку вищої освіти, зокрема у всіх зарубіжних країнах університетська освіта повинна озброювати своїх фахівців глибокими та міцними знаннями; формувати та виховувати глибокий пізнавальний інтерес у студентів шляхом залучення їх до активної науково-дослідної роботи.

З упевненістю можна сказати одне: поки українська освіта не вийде на світовий рівень, поки молодим дипломованим спеціалістам буде складно застосувати свої знання на практиці, буде спостерігатися відтік молоді в інші країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що у вітчизняній літературі досить повно розглядаються питання організації вищої освіти в зарубіжних країнах. Даній проблемі присвячені праці Т.Є.Оболенської, С. Степаненко, К.В.Корсака. Т.Є.Оболенська приділяє увагу дослідженням вітчизняного і зарубіжного досвіду у створенні маркетингу освітніх послуг [1]. С.Степаненко розглядає особливості системи освіти США [2]. У роботі К.В.Корсака подано опис сучасного стану вищої освіти у семи розвинених країнах світу – США, Великобританії, Італії, Іспанії, Франції, Японії, Німеччини, а також у Польщі, Росії, Україні. Автор порівнює періоди навчання й освітні документи і кваліфікації в різних країнах світу [3]. Разом з тим, дотепер недостатньо уваги приділяється дослідженню відтоку українських студентів для навчання за кордоном.

Метою статті є аналіз вищої освіти зарубіжних країн та визначення чому, куди і за чим виїжджає українська молодь.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні маємо значні проблеми з залученням

абітурієнтів до навчання в вишах. Державні Визу не набирають усі ліцензовані обсяги, тоді як в більшості приватних університетів взагалі не бажають навчатися. Звичайно проблем багато і основна з них це мала кількість випускників у школах, але чому тоді закордонні університети набирають до своїх лав українських студентів. У чому причина? Чи хтось цікавиться долею наших громадян, які вирушили на навчання за кордон? Чому вони надали перевагу закордонному університету, чому саме тій країні, чому саме такій спеціальності, чому саме тому місту, чи планують вони залишатись працювати у тій країні? Ці питання досі залишаються без відповіді.

Жодне з наших державних відомств не збирає інформації навіть про саму кількість студентів-українців у тій чи іншій країні.

Чи розуміємо ми наскільки важливою є така інформація? Найбільш очевидне пояснення - українські університети мають знати, кому вони поступаються, куди тікає їх абітурієнт, а головне - чому так відбувається?

До десятки лідерів за підсумками 2012/2013 року входять Польща, Німеччина, Росія, Чехія, Італія, США, Іспанія, Франція, Канада та Австрія [4]. Однак протягом останніх восьми років українці неодноразово змінювали свої пріоритети. Одні країни поступово втрачають прихильність наших абітурієнтів, до них належать: США, Молдова та Швеція. Інші з перемінним успіхом тримають число громадян України серед своїх студентів на приблизно однаковому рівні, це Німеччина, Росія, Франція, Угорщина та Болгарія. Проте більшість країн тішаться постійним збільшенням кількості українців у своїх університетах, до таких належать Польща, Чехія, Італія, Іспанія, Канада, Австрія, Великобританія, Австралія, Швейцарія та інші.

За результатами минулого навчального року Польща вийшла на перше місце серед країн, які обирали українці у пошуках кращої вищої освіти (рис.1). Демографічна криза та відтік власної молоді за кордон спону-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

кає шукати абітурієнтів в Україні, де географічна, мовна та культурна близькість лише сприяють цьому.

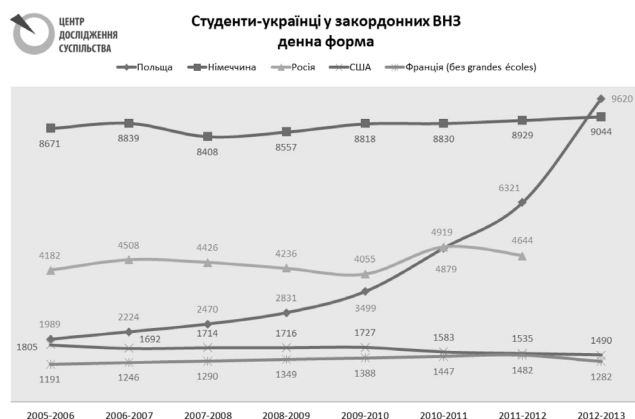


Рис. 1. Залучення для навчання студентів з України 2005-2013 роки [1]

Польща є єдиною країною, де українські громадяни складають найчисельнішу групу серед усіх іноземних студентів – 37%. Протягом останніх років польські університети неабияк активізували свою роботу на українському освітньому ринку. Нині виявляють активність і самі польські університети. Вони мусять шукати, ким замінити польських студентів, які їдуть навчатися в Німеччину або інші країни.

Бо разом зі студентами польські університети втрачають фінансування. І український студент для них – один з найкращих варіантів, зокрема й через спорідненість мови, територіальну і культурну близькість.

Польське видання «Rzeczpospolita» написало, що студенти з України можуть стати «рятівним кругом» для польських недержавних навчальних закладів. За словами польських експертів, наші співвітчизники мають заповнити місця студентів-поляків, кількість яких прогнозовано зменшується через демографічну кризу.

Видання пише, що за кілька років у польських університетах навчатиметься лише 1,2 мільйона поляків. Для порівняння: 2005-го налічувалося 1,9 мільйона студентів, 2012-го – 1,7.

Ще один факт: навчання у Польщі може бути дешевшим, ніж в Україні. Річ у тім, що бакалаврські програми переважно тривають три роки. Це на рік менше, ніж в Україні.

Різноманіття стипендіальних програм, право безкоштовного навчання людям із польським корінням, лояльні умови вступу (визнання атестату) та прийнятні ціни вже декілька років схилили українців на користь польських вишів. Минулорічний стрибок від 6321 до 9620 студентів-українців був забезпечений у першу чергу широкою рекламною кампанією, яка ще більше захопила Центр та Схід України і була націлена одразу на випускників шкіл, а не лише на майбутніх магістрів.

У польських ВНЗ навчаються 9,5 тисяч українських студентів. Отже, польські ВНЗ отримують значну частину коштів від роботодавців. В українських ВНЗ такі прецеденти теж є, але вони поодинокі.

За найскромнішими підрахунками Центру дослідження суспільства, в цьому році українські студенти відвезли в Польщу разом з побутовими витратами понад 360 млн. грн. Але найголовніше, поїхали самі і навряд чи повернуться назад.

Одним з основних чинників, який зазвичай приваблює іноземних студентів, є відсутність плати за навчання у державних вишах або ж її порівняно низький рівень. До країн, які пропонують саме такі умови, належать Німеччина, Чехія та частково Франція. До недавнього часу такі ж правила діяли і у Швеції, однак з 2011 році для іноземців з-за меж ЄС була запроваджена плата за навчання і кількість іноземних студентів скоротилась на 28%.

Можливість безкоштовного навчання на німецькомовних програмах протягом довгого часу дозволяла університетам Німеччини зберігати пальму першості серед українських абітурієнтів. Німецькі виші ще від 2005 року набули право збирати плату за навчання, однак на такий непопулярний крок пішли лише у деяких федеральних землях. Натомість більшість ВНЗ на бакалаврських програмах обмежується лише невеличкими зборами, куди може потрапити, наприклад, плата за місячних проїзних. Окрім цього українським абітурієнтам доступно чимало стипендій, серед яких є програми й від приватних вишів.

Українців не лякає різниця шкільної програми, яку перед тим, як вступити до німецького університету потрібно ліквідувати протягом річного навчання у спеціальних коледжах доуніверситетської підготовки. Там само українці покращують рівень німецької мови. Після цього вступають до обраного вишу за результатами випускних екзаменів.

Важко сказати, які спеціальності приваблюють саме студентів-українців, але загалом за статистикою іноземні студенти у Німеччині найчастіше обирають економіку, машинобудування, інформатику та електротехніку.

Французьке законодавство, як і німецьке, визначає однакові права на вищу освіту для власних громадян та іноземців. Плата за навчання існує у так званих вищих школах, натомість в університетах студенти платять лише адміністративні збори. Абсолютна більшість студентів-українців навчається на франкомовних програмах, а для вступу українські абітурієнти повинні володіти французькою (рівень B2) та подати завірений атестат. Дві третини усіх студентів-українців у Франції вивчають економіку, природничі та технічні науки, а також філологію.

Не відстають і чеські університети, які з кожним роком набирають популярності серед українських абітурієнтів, особливо тих, хто володіє чеською (рис. 2). Адже навчальні програми чеською мовою у 26 публічних університетах Чехії є безкоштовними для іноземців. Понад дві третини студентів-українців навчаються саме у таких публічних університетах.

Більше того, як студенти приватних, так і студенти публічних університетів можуть подаватись на одну

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

з декількох стипендій для іноземців. Майже усі студенти-українці користуються такою можливістю, адже за статистикою торік лише 46 осіб (загалом було 1782 студенти) самостійно оплачували своє навчання.

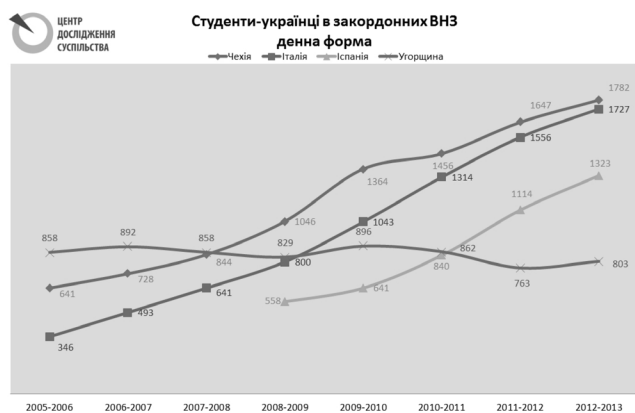


Рис. 2. Залучення для навчання студентів з України 2005-2013 роки [1]

Які спеціальності частіше обирають українці, на жаль не відомо, однак найбільшою популярністю серед загалу іноземних студентів користуються економічні, фізико-математичні та медичні науки, на яких навчається майже половина усіх громадян інших країн.

Росія та Угорщина належать до країн, де, окрім платної форми навчання, для іноземців існує можливість отримати спеціальні бюджетні місця. Окрім цього ці дві країни об'єднує й те, що саме до них українці масово виїжджають для заочного навчання.

Росія посідає особливе місце серед переваг українських абітурієнтів. Займаючи лише третю сходинку за кількістю студентів-українців на денних студіях, Росія випереджає усіх, якщо врахувати студентів-заочників. Протягом 2007-2010 років кількість заочників з України зросла з 5848 до 6845 осіб. На жаль доступ до статистичних даних у Російській Федерації обмежений, а дані у відкритому доступі неповні, тому невідомо, чи у подальші роки збереглась тенденція зросту числа студентів-заочників.

У свою чергу популярність денних студій протягом 2006-2012 років залишалась майже незмінною – кількість студентів на них коливалась у проміжку 4-5 тисяч осіб. Як стверджують фахівці, багатьох охочих зупиняє вища вартість проживання та навчання у Росії, саме тому зростання відбувається переважно за рахунок заочників [5].

Більшість студентів-українців навчається на контрактній основі, попри те, що уряд РФ з року в рік збільшує кількість спеціальних бюджетних місць для іноземців (2013 рік – 10 тис.). Вочевидь українці не належать до тих груп іноземних студентів, які є пріоритетними для урядових дотацій, адже у 2010 році серед студентів-українців було лише 310 державних стипендіатів. Водночас українські атестати не потребують підтвердження під час прийому до російських ВНЗ. Сам прийом відбувається на основі вступних іспитів.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: економічні науки, №9. 2015

Більше половини українських студентів денної форми навчаються саме у Москві, де лідерами є Московський державний університет імені Ломоносова та Московський фізико-технічний інститут. Найпопулярнішими серед українців є економічні, гуманітарні та фізико-математичні спеціальності.

Щороку, подібно до російської практики, уряд Угорщини визначає кількість бюджетних місць для іноземців, розподіляючи їх між університетами. Останні у свою чергу проводять конкурс на отримані місця. На відміну від Росії, яка запланувала збільшення кількості цих місць, угорський уряд останнім часом скорочує бюджетні витрати на такі місця. Тож більшість іноземних студентів в Угорщині самостійно оплачують навчання в університеті. Як вже було згадано чимало студентів-українців вчаться в Угорщині заочно, однак ця цифра зменшилась протягом останніх чотирьох років з 586 до 466 осіб [6].

Студенти-українці становлять четверту за величиною групу іноземних студентів, поступаючись словакам, румунам та сербам. Важливим аспектом, який стримує українців, є складність угорської мови. Поза сумнівом основним абітурієнтом для угорських університетів залишаються українські громадяни угорського походження, котрі нею володіють.

Наведені статистичні дані показують непохитне збільшення студентської еміграції з України.

Висновки з даного дослідження. Щороку українські університети втрачають інвестиції, а працевлаштування – десятки тисяч кваліфікованих фахівців. Однак, схоже, що це мало бентежить освітніх чиновників. Ігноруючи і надалі цю проблему, українські виші в недалекому майбутньому ризикують отримати потужних закордонних конкурентів на власному ж ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Оболєнська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід. / Т.Є. Оболєнська – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.
- 2.Степаненко С. Система вищої освіти у США: фінансування і технологія. / С. Степаненко // Вища школа. – 2001. – №6. – С.71-86.
- 3.Корсак К.В. Світова вища освіта. Порівняння і визнання закордонних кваліфікацій і дипломів / За заг. ред. Г.В. Щокіна. – К.: МАУП-МКА, 1997. – 208 с.
- 4.Польсько-українські академічні стосунки [Електронний ресурс]: <http://www.cedos.org.ua/osvita/polsko-ukrainski-akademichni-stosunki>
- 5.Куди тікають українські абітурієнти? [Електронний ресурс]: <http://education-ua.org/ua/analytics/207-kudi-tikayut-ukrajinski-abiturienti>
- 6.Освіта за кордоном: де навчаються українські студенти [Електронний ресурс]: http://osvita.ua/abroad/higher_school/articles/7375/
- 7.Квієк М. Глобалізація і вища освіта. / М. Квієк // Вища школа. – 2001. – №4-5. – С.107-117.
- 8.Маркетинг образовательных услуг / И. В. Захарова. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 170 с.

ВИЩА ОСВІТА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Холявко Н.І., к.е.н., доцент кафедри економічної теорії

Навчально-наукового інституту економіки

Чернігівського національного технологічного університету

Анотація. У статті досліджено роль вищої освіти в системі забезпечення економічної безпеки країни. Автором проаналізовано ключові тенденції розвитку інноваційної діяльності в сфері вищої освіти та в Україні в цілому.

Ключові слова: економічна безпека, вищий навчальний заклад, глобалізаційні процеси.

Annotation. The article researches the role of higher education in the system of country's economic security. The author analyzes the key trends in the innovative activity development in both the sphere of higher education and Ukraine.

Keywords: economic security, higher educational institution, globalization process.

Постановка проблеми.

В умовах інтенсифікації глобалізаційних процесів поряд з інтеграцією та зближенням економік держав постає проблема збереження національної самобутності та ідентичності країн світу. Економічне зближення та поглиблення взаємозалежності країн актуалізує питання необхідності забезпечення економічної безпеки. Потужним потенціалом у напрямі закладення основ і подальшого посилення економічної безпеки країни володіє сфера вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку системи вищої освіти та інноваційної діяльності є об'єктом дослідження низки вітчизняних і закордонних вчених: Аблов А.С., Антонюк Л.Л., Асаул О.Н., Каленюк І.С., Корсак К.В., Котов Д.В. та ін. [1-7]. При цьому питання впливу вищої освіти на забезпечення економічної безпеки країни потребують ретельного наукового опрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття ролі і місця системи вищої освіти в забезпеченні економічної безпеки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тезисно внесок вищої освіти у забезпечення економічної безпеки можна представити наступним чином: 1) у ході навчального процесу у вищих навчальних закладах у студентів розвивають економічну свідомість і формують інноваційну культуру; 2) університети здійснюють підготовку висококваліфікованих фахівців, задовольняючи потреби підприємницького сектору в професійних кадрах, здатних творчо мислити й інноваційно діяти та оперативно адаптуватись до динамічних трансформацій екзогенного середовища; 3) реалізуючи власну науково-дослідну та патентну діяльність, вищі навчальні заклади сприяють активізації інноваційної діяльності в країні, що у своїй сукупності забезпечує стаке економічне зростання країни та, відповідно, підвищує рівень її економічної безпеки.

Досягнення економічної безпеки передбачає збалансування інтересів людини, суспільства і держави при гарантуванні стійкості національної економіки до викликів та загроз зовнішнього і внутрішнього середовища. Основними економічними інтересами людини можна визначити задоволення потреб у самоактуалізації та самореалізації, а також максимізацію корисності від споживання економічних благ при оптимізації витрат на їх придбання. Економічні інтереси людини у сфері вищої освіти представлені потребою в отриманні високоякісної освіти, що створить умови для успішного працевлаштування і кар'єрного зростання випускника.

Інтереси суспільства сконцентровані, у першу чергу, на створенні реальних умов для повного задоволення потреб людини та гарантуванні дотримання конституційно закріплених прав і свобод особистості (у тому числі, права на освіту). Економічні інтереси держави зосереджено в площині мотивації підприємців до активізації інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності продукції національного виробництва. Окрім того, важливо стимулювати вітчизняних підприємців до виготовлення імпортозаміщуючої продукції, а також переорієнтації з експорту сировини на експорт високотехнологічних товарів. Принциповим у даному контексті є налагодження тісної й ефективної взаємодії секторів вищої освіти, бізнесу та держави, зокрема – з метою забезпечення інноваційного розвитку національної економіки. Схильності, навички й уміння реалізації інноваційної діяльності закладаються у період навчання в університетах, а унікальні наукові розробки вчених вищих навчальних закладів становлять фундамент розвитку інноваційної діяльності на провідних підприємствах країни.

Дослідження питань економічної безпеки вимагає ідентифікації ключових зовнішніх загроз. Перш за все, це кардинальна зміна пріоритетних векторів діяльності міжнародних організацій у сферах освіти і науки. Ак-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

центуючи увагу на економічній безпеці вищої освіти, слід виокремити загрозу загострення конкуренції між вищими навчальними закладами на світовому ринку освітніх послуг.

Внутрішніми загрозами економічній безпеці вищої освіти можна визначити фактори, вплив яких проявляється на національному рівні кожної конкретної держави і є, відповідно, достатньо специфічними. В Україні до них можна віднести погіршення демографічної ситуації, що означає об'єктивне скорочення обсягу студентів у країні. Поряд із цим, простежується тенденція поступового ускладнення проблеми низького рівня узгодженості системи вищої освіти, науки, ринку праці та бізнес-сектору.

До вагомих загроз слід віднести відтік талановитих молодих учених із країни загалом або із системи вищої освіти зокрема, у тому числі через порівняно низьку престижність та рівень оплати праці науковців в Україні. Групу внутрішніх загроз економічній безпеці вищої освіти варто також доповнити ймовірністю зниження якості освітніх послуг, що надаються вищими навчальними закладами. Однією із вагомих причин останнього є повільні темпи оновлення матеріально-технічної бази університетів, переважно застарілі інформаційно-комунікаційні технології, що нерідко обумовлюється проблемою недостатності фінансування діяльності навчальних закладів.

Забезпечення економічної безпеки вимагає консолідації зусиль науковців, дослідників, менеджерів у сфері вищої освіти за умов реальної перманентної державної підтримки та їх скоординованої діяльності. При цьому перспективно орієнтувати дану кооперацію наукових кіл на досягнення й дотримання встановлених на загальнодержавному рівні пріоритетів розвитку національної економіки на інноваційних засадах.

У сучасних умовах активного розвитку науки й техніки економічна безпека країни в значній мірі визначається параметрами і темпами розвитку інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток національної економіки перебуває у тісному взаємозв'язку з розвитком науково-технічної, дослідної та винахідницької діяльності вищих навчальних закладів. Цілком обґрунтованим при цьому є розвиток співробітництва в рамках «трикутника знань», що знаменує поглиблення ділових контактів між університетами та бізнес-сектором. Йдеться про досить широкий спектр напрямів співпраці освітніх установ з підприємствами, до яких, зокрема, можна віднести наступні: підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації кваліфікованих фахівців у вищих навчальних закладах; виконання університетами замовлень на проведення наукових досліджень; впровадження результатів наукових досліджень у практику господарювання економічних суб'єктів; придбання підприємствами ліцензій на комерційне використання запатентованих ученими університетів винаходів; надання консультаційних послуг професорами вищих навчальних закладів; здійснення експертної діяльності провідними вченими; створення пільгових умов функціонування інноваційно

активних підприємств в рамках технопаркових структур при вищих навчальних закладах тощо.

Реалізація вищевказаних напрямів співпраці освітніх установ з бізнес-сектором забезпечує приплив додаткових коштів у систему вищої освіти. Подібного роду партнерство – взаємовигідне, оскільки підприємці від такого співробітництва здобувають нові знання, новітні технології та інновації, що дозволяють їм утримувати власні конкурентні позиції на відповідному ринку.

Однозначно обґрунтованим і перспективним напрямом розвитку сучасної системи вищої освіти (у тому числі, у рамках «трикутника знань») є активізація співробітництва з інноваційно активними підприємствами [2-3; 5-7]. У цілому, кількість організацій, які виконують наукові та науково-технічні роботи в Україні, скоротилося за 13 років з 1490 у 2000 р. до 1143 у 2013 р. При цьому близько половини даних організацій функціонувала в галузі технічних наук (транспорт, будівництво, архітектура) і значна частина – у галузі природничих наук (фізико-математичних, хімічних, біологічних, геологічних, географічних, сільськогосподарських, ветеринарних, медичних та фармацевтичних наук). Із сукупної чисельності організацій, які здійснювали наукові та науково-технічні роботи, 44,3% відносились до підприємницького сектору, 41% – державного сектору, 14,6% – сектору вищої освіти і 0,1% – приватного неприбуткового сектору [8].

Серед позитивних тенденцій розвитку інноваційної діяльності в Україні слід відзначити поступове збільшення обсягів впровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції. При цьому, незадовільною можна визначити динаміку питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – скорочення з 6,8% у 2001 р. до 3,3% у 2013 р. [8].

Важливим чинником інноваційного розвитку національної економіки є кадрове забезпечення наукових організацій, що здійснюється, у першу чергу, вищими навчальними закладами. Так, у 2012 р. із 129,9 тис. працівників основної діяльності 82 тис. становили фахівці, що виконують НДДКР, включаючи 4,5 тис. докторів наук і 15,9 тис. кандидатів наук. Крім цього, 61,1 тис. працівників займалися науково-дослідною та науково-технічною роботою за сумісництвом. Однак, у порівнянні з 2000 р. дані показники помітно зменшилися. Тенденція до скорочення кількості співробітників наукових організацій чітко простежується і в секторі вищої освіти: 9272 працівники основної діяльності в 2012 р. проти 10969 – у 2005 р.; 7345 дослідників у 2012 р. проти 8754 – у 2005 р.; 732 техніки у 2012 р. проти 798 – у 2005 р. Причому, для державного та підприємницького сектору характерна аналогічна тенденція. Більшість учених з науковими ступенями в економіці України сконцентровано у вищих навчальних закладах (10928 докторів наук і 64235 кандидатів наук) і науково-дослідних інститутах (3581 докторів наук і 12480 кандидатів наук) [8].

В аналізованому контексті роль вищих навчальних закладів в активізації інноваційного розвитку на-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

ціональної економіки проявляється також у підготовці фахівців з інноваційного менеджменту, проведення курсів підвищення кваліфікації кадрів інноваційно активних підприємств. Крім того, на базі університетів проводяться науково-практичні конференції, семінари та круглі столи з актуальних питань забезпечення інноваційного розвитку економіки. Висновки та результати таких заходів сприяють вирішенню проблем інноваційної діяльності і визначенню перспектив розвитку інноваційно активних підприємств країни.

Особливий науковий інтерес викликають питання фінансування науково-дослідної та інноваційної діяльності в країні. Основними джерелами фінансування вищих навчальних закладів є державні і місцеві бюджети, власні кошти, іноземні джерела. Зокрема, власні кошти освітні установи формують шляхом надання платних освітніх послуг, здійснення наукових досліджень за господарськими договорами, орендної плати, проведення експертної та консультативної діяльності тощо. З розвитком глобалізаційних процесів значно диверсифікуються іноземні джерела фінансування вищих навчальних закладів. Однозначно перспективним є розвиток діяльності з отримання грантів міжнародних організацій та фондів на реалізацію науково-освітніх міжнародних проектів.

Результативність наукової і науково-технічної діяльності визначається показниками трансферу і комерціалізації винаходів. У 2012 р. сектором вищої освіти було подано 6263 заявки на видачу охоронних документів (6232 – у 2010 р.), у тому числі 1798 – на винаходи (1235 – у 2010 р.). Державним департаментом інтелектуальної власності України в 2011 р. було видано 6385 охоронних документів (5419 – у 2010 р.) у секторі вищої освіти, у тому числі 1626 – на винаходи (1051 – у 2010 р.). Порівнюючи активність різних суб'єктів у патентуванні результатів наукових та науково-технічних робіт, можна відзначити лідируючі і все зростаючі позиції сектора вищої освіти [8].

Найбільшу кількість патентів на винаходи видано за класами: медицина, ветеринарія, гігієна (12,4%), органічна хімія (10,2%), сільське господарство, лісництво, тваринництво, полювання, риболовля (6,7%). При цьому більшість національних заявників отримують патенти на винаходи за класами: вимірювання, випробування (11,4%); медицина, ветеринарія, гігієна (9,8%); сільське господарство, лісництво, тваринництво, полювання, риболовля (6,9%). На іноземних заявників патенти переважно розподіляються за такими класами: органічна хімія (17,8%); медицина, ветеринарія, гігієна (14,7%); техніка електричного зв'язку (7,6%) та ін. [8].

Аналізуючи стан комерціалізації результатів наукових досліджень, варто зазначити, що у 2013 р. Державною службою інтелектуальної власності України було зареєстровано 2124 договорів про розпорядження майновими правами промислової власності (у тому числі, 1864 – на передачу права, 166 – невиключні ліцензії, 28 – «відкриті» ліцензії, 66 – виключні ліцензії) проти 2109 договорів у 2011 р. (у тому числі, 1822 – на переда-

чу права, 137 – невиключні ліцензії, 77 – «відкриті» ліцензії, 71 – виключні ліцензії, 2 – одиничні ліцензії) [8].

Дієвою формою трансферу знань є висвітлення результатів наукових та науково-технічних робіт у наукових публікаціях. Збільшення обсягів публікації результатів наукових досліджень супроводжується поширенням передових знань і активізацією їх комерціалізації, сприяючи таким чином інноваційному розвитку національної економіки.

В умовах стрімкого поширення глобалізаційних процесів актуалізується значення розвитку міжнародної діяльності сучасних вищих навчальних закладів. У даному контексті доцільно зазначити, що ключовою формою трансферу передових знань за кордон є виїзд науковців на стажування, навчання, підвищення кваліфікації, для навчання, проведення наукових досліджень, участі в міжнародних наукових заходах. Особливу роль в інноваційному розвитку сектору вищої освіти відіграють міжнародні науково-освітні програми. Згідно з офіційними статистичними даними, у 2012 р. сектором вищої освіти від міжнародних фондів на наукову роботу було отримано 1439 грантів, у тому числі 888 – індивідуальних. У цілому, цими грантами користувалося 2877 науковців. При цьому, тривалість виїзду науковців України за кордон становить переважно період до трьох місяців. Зокрема, у 2012 р. лише 590 співробітників у секторі вищої освіти перебували за кордоном протягом трьох місяців-одного року; 63 особи – одного-двох років, 25 осіб – більше двох років. Однак, у цілому все ж можна виокремити тенденцію активізації міжнародної діяльності сектору вищої освіти України, що знаменує його поступову інтеграцію в європейський і світовий науковий та освітній простір.

З огляду на активізацію інтеграційних процесів в Україні суттєвий науковий інтерес викликають питання визначення позицій України серед країн Євросоюзу в контексті розвитку науково-дослідної та інноваційної діяльності. Згідно з офіційними статистичними даними, Україна поступається провідним країнам ЄС за показниками питомої ваги витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт у ВВП, а також чисельності виконавців наукових та науково-технічних робіт і дослідників у розрахунку на 1000 населення. Фінансування наукових та науково-технічних робіт у ЄС-27 виконується переважно за рахунок підприємницького сектора, у той час як для України характерно фінансування наукових досліджень за рахунок власних і державних коштів.

Позитивними тенденціями розвитку інноваційної діяльності в Україні є: зростання внеску вищої освіти в інноваційний розвиток національної економіки; поступове збільшення кількості інноваційно активних підприємств, обсягів впровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції, а також чисельності вчених з науковими ступенями, задіяних у національній економіці [1; 4]. Негативними тенденціями є недостатня диверсифікованість джерел фінансування інноваційної діяльності, зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисло-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

вої. Активізація інноваційного розвитку національної економіки вимагає консолідації та взаємоузгодження перспектив і пріоритетів діяльності інноваційно активних підприємств, організацій, що здійснюють наукові дослідження, вищих навчальних закладів за умови оптимального та виваженого державного регулювання інноваційних процесів в країні.

Висновки. Економічна безпека визначає необхідність досягнення сталого позитивного темпу економічного зростання країни. Питання кадрового забезпечення у даному контексті займають ключову позицію. Підготовку висококваліфікованих фахівців здійснюють вищі навчальні заклади за спектром напрямів підготовки і спеціалізацій. У ході реалізації освітньої діяльності університети мають орієнтуватись на реальні (поточні) та перспективні запити національного ринку праці. Обов'язкового врахування потребують вимоги роботодавців щодо професійного і кваліфікаційного рівня випускників освітніх установ. Усестороннього узгодження вимагає перелік затребуваних на ринку праці умінь, знань, навичок і додаткових компетенцій молодих спеціалістів. Повне задоволення потреб роботодавців у висококваліфікованих фахівцях означає забезпечення виробничого процесу необхідними кадрами, висока продуктивність діяльності яких визначає ефективність функціонування підприємства. На загальнодержавному рівні це закладає фундамент економічної безпеки країни.

Економічне зростання, і в логічній єдності із цим – економічна безпека, у сучасних умовах становлення суспільства знань, у першу чергу, визначається спроможністю й орієнтованістю національної економіки на інноваційні засади розвитку. Роль вищої освіти при цьому проявляється достатньо диверсифіковано, багатоглясно. Основна функція системи вищої освіти у даному ракурсі – світоглядна, виховна, сутність якої полягає у формуванні інноваційної культури в суспільстві.

Мережа вищих навчальних закладів є потужним суб'єктом інноваційної діяльності національної економіки. Обґрунтовується це тим, що саме в університетах здійснюються фундаментальні і прикладні науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи. Останні слугують базою винахідницької діяльності. Розроблені таким чином інновації патентуються і за посередництва продажу ліцензій використовуються у виробничому процесі, забезпечуючи його вдосконалення, трансформацію та модернізацію.

Виключну важливість в організації науково-дослідної діяльності вищих навчальних закладів має досягнення відповідності науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт законодавчо визначених пріоритетам інноваційного розвитку національної економіки.

В умовах динамічної інформатизації суспільства особливої актуальності набувають проблеми трансферу знань, інформації, інновацій. На сьогоднішній день вищі навчальні заклади є найбільш активно залученими до даного процесу суб'єктами, як у якості передатчиків,

так і в якості отримувачів інформаційних ресурсів. Однак поряд із цим виникає суттєва проблема гарантування інформаційної безпеки, особливо стосовно конфіденційності даних, пов'язаних із економічною й національною безпекою в цілому.

Досліджуючи значення вищої освіти в економічній безпеці країни, необхідно зацентувати увагу на принциповій важливості досягнення максимально можливого збалансування інтересів людини, суспільства і держави. В аналізованому ракурсі мається на увазі оптимізація взаємодії секторів вищої освіти, академічної науки й бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Асаул А. Н. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики / Под ред. д. э. н., проф. А. Н. Асаула / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров – С.-Пб. : «Гуманистика», 2007. – 280 с
3. Геворкян Е. Н. Рынок образовательных ресурсов: аспекты модернизации : монография / Е. Н. Геворкян. – М. : Маркет ДС, 2005. – 360 с. – (Академическая серия).
4. Інституційні засади інноваційної економіки: міжнародний довід та вітчизняна практика: Монографія / А. С. Аблов, О. С. Довгий, Л. П. Гальперіна та ін.; За заг. ред. В. Є. Новицького / – К. : Книжкове вид-во НАУ, 2005. – 200 с.
5. Каленюк І.С. Інтеграція вищої освіти України в європейський та світовий освітній простір: економічний вимір: монографія / І.С. Каленюк, О.І. Гонта, М.П. Вербовий, Н.І. Холявко; За заг. ред. д.е.н., проф. Каленюк І.С. – Чернігів: РВК «Деснянська правда», 2011. – 165 с.
6. Каленюк І.С. Розвиток вищої освіти та економіка знань : монографія / І.С. Каленюк, О.В. Куклін. – К. : Знання, 2012. – 343 с. – (Сучасна наука).
7. Освітній імператив суспільного розвитку : Наукова монографія / І.С. Каленюк, О.І. Гонта, Холявко Н.І., Сакун О.С., Демченко О.П., Дьякон А.А., Цимбал Л.І. За заг. ред. д.е.н., проф. І.С.Каленюк. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2014. – 172 с.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ У СУЧАСНИХ ПТНЗ

Холявко О.І., магістр, викладач

Чернігівського професійного ліцею залізничного транспорту

Анотація. У статті автором обгрунтовано теоретико-методичні засади і практичні рекомендації щодо вдосконалення методики організації та проведення виробничого навчання у професійно-технічних навчальних закладах.

Ключові слова: професійно-технічний навчальний заклад, метод, виробниче навчання.

Annotation. The theoretical and methodological principles and practical recommendations for improvement of the methods of organizing the training in vocational educational institution are analyzed in the article.

Keywords: vocational educational institution, method, vocational training.

Постановка проблеми. Успіх навчання залежить не лише від правильного визначення його мети і змісту, а й від засобів досягнення цієї мети, тобто від методів навчання, які використовуються викладачами, майстрами у різних навчально-виробничих умовах, - у майстернях і лабораторіях училищ, на підприємствах. Добір методів залежить не лише від мети і змісту навчання, а й від інших причин, зокрема від специфічних особливостей професії, рівня попередньої професійної підготовки і віку учнів, умов навчально-виробничого процесу. Крім того, добір методів визначається кваліфікацією і досвідом педагога та майстра виробничого навчання. Лише в тому разі, коли він уміло володіє системою сучасних методів навчання, оптимальними прийомами їхнього застосування, можна досягти успіху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами професійної підготовки фахівців та організації виробничого навчання у професійно-технічних навчальних закладах займаються А. Амельченко, Н. Божко, Л. Висоцька, М. Корчукова, М. Лобур, О. Оліферчук, М. Пальчук, А. Пригодій, Л. Сергеева, Л. Старовойт, Т. Стахмич, О. Федоренко, Г. Хаматгалеева.

Постановка завдання. Метою статті є обгрунтування теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо вдосконалення методики організації та проведення виробничого навчання у професійно-технічних навчальних закладах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різні науковці кладуть в основу класифікації методів різні основи, ознаки, критерії. При виборі методів навчання професійно-технічним навчальним закладам слід керуватись метою, а також основними загальноосвітніми і професійними завданнями, що стоять перед кожним заняттям. Узагальнюючи, основні загальноосвітні і професійні завдання, що стоять перед кожним уроком виробничого навчання, представимо таким чином: засвоєння нових знань про принципи дії, будову і використання об'єктів техніки; набуття відомостей про принципи і способи здійснення технологічних процесів;

формування практичних умінь та навичок поводження з об'єктами техніки, виконання технологічних операцій, організація робочого місця і праці, планування майбутньої діяльності, самоконтроль; залучення учнів професійно-технічних навчальних закладів до суспільно корисної, продуктивної праці; перевірка і оцінка рівня якості професійної підготовки учнів.

До основних дидактичних вимог до уроку виробничого навчання варто віднести наступні: нерозривність навчаючої, розвиваючої та виховної мети; організаційна чіткість, виразність загального завдання, яке розв'язується на даному занятті в прийнятій програмі навчання; правильний вибір форми організації заняття (фронтальної, бригадної, індивідуальної, змішаної); правильний вибір об'єктів роботи для групи, бригади, кожного учня; матеріально-технічне та дидактичне забезпечення занять: організація робочих місць, наявність та справність обладнання, інструменту, приладів, наявність матеріалів, необхідної навчально-виробничої документації; правильний вибір методичних прийомів інструктажу з урахуванням форми організації заняття, особливостей трудового завдання, індивідуальних особливостей окремих учнів; колективність в роботі учнів, товариська взаємодопомога в поєднанні з самостійною індивідуальною роботою кожного, загальна цілеспрямованість у виконанні виробничого завдання в навчальному цеху, на ділянці, в майстерні як одна з основних передумов колективності [3; 5].

Готуючись до уроку виробничого навчання майстер повинен: проаналізувати підсумки попередніх занять, уточнити зміст, тему та мету наступного уроку; визначити структуру уроку та час, відведений на кожний його елемент; вивчити технічну та методичну літературу, а також матеріали з передового досвіду роботи, нової техніки, технології; намітити навчально-виробничі роботи, які учні будуть виконувати на уроці виробничого навчання; намітити методи та методичні прийоми проведення уроку; визначити типові помилки, яких допускаються учні професійно-технічних навчальних

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

закладів під час вправ, намітити міри їх попередження; визначити домашнє завдання учням; скласти план уроку та конспект вступного інструктажу (при необхідності); перевірити справність обладнання, інструментів та приладів; підготувати до уроку матеріали, заготівки, навчальну та технічну документацію, наочні приладдя; приготуватися до показу на уроках виробничого навчання трудових прийомів [4; 8].

Зміст та порядок підготовки майстра до уроку виробничого навчання багато в чому залежить від періоду навчання, змісту навчального матеріалу, досвіду майстра, складу групи.

Методи навчання (табл. 1):

- словесні: розповідь, пояснення, бесіда, лекція («живе слово») і робота з книгою («друковане слово»);
- наочні: демонстрація об'єктів, що вивчаються; ілюстрація їхніх зображень (моделі, таблиці, схеми, діафільми, кінофільми, навчальні відеозаписи, досліди та ін.), екскурсія;
- практичні: лабораторно-практичні роботи, розв'язування технічних завдань і задач, вправи, виконання практичних завдань [1; 6-7].

Послідовність організації майстром виробничого навчання уроків передбачає:

- визначення цілей навчального процесу на певному етапі чи курсі навчання;
- визначення змісту предмета з урахуванням вимог підприємств-замовників робітничих кадрів і вимог державного стандарту з професійно-технічної освіти;
- розбивку програми предмета на блоки-модулі;
- визначення переліку навичок, умінь і професійних знань, які формуються у процесі вивчення кожного блоку-модулю;
- визначення умінь, знань і навичок, які мають бути сформовані наприкінці кожного етапу навчання;
- розробку системи методів виробничого навчання;
- розробку навчально-методичного комплексу дидактичних засобів;

- розробку методів, показників, критеріїв та засобів оцінювання сформованості у учнів професійних навичок з урахуванням цілей навчання;
- здійснення експериментальної перевірки дієвості розроблених методів і засобів навчання;
- здійснення корекції елементів проекту на основі експериментальних даних (за необхідності);
- здійснення експериментальної перевірки дієвості відкоректованих методів і засобів навчання;
- розробку методики формування й оцінювання сформованості у учнів професійних навичок;
- розробку методики формування і вдосконалення професійних навичок на певному етапі (чи для всіх етапів) навчання [2; 8].

При цьому варто зазначити, що у своїй організаційній діяльності стосовно уроків виробничого навчання майстер має орієнтуватися на: перелік ключових знань, умінь і навичок, якими має володіти майбутній фахівець; особливі вимоги підприємств-замовників робітничих ка-

дрів; виявлення можливого вкладу навчального предмету у формування професійної майстерності майбутнього фахівця; можливість гнучкості навчального процесу та внесення коректив при швидкій зміні потреб ринку праці.

Таблиця 1
Порівняльна характеристика методів виробничого навчання, класифікованих за різними ознаками в професійно-практичній підготовці

Назва	Переваги	Інструменти реалізації
Словесний	<ul style="list-style-type: none"> - передача у майстротій термі великого обсягу інформації для формування базових знань, професійних умінь; - розвиток абстрактного мислення; - правильне сприйняття й осмислення виробничих ситуацій, визначення істотних зв'язків між явищами та процесами; - забезпечення свідомості і активності у навчанні, попередження помилок у роботі; - мотивація професійно-практичної підготовки. 	Розповідь, пояснення, роз'яснення, бесіда, евристична бесіда, інструктаж, робота з друкованим словом (інструкційно-технологічною документацією, літературою тощо).
Наочний	<ul style="list-style-type: none"> - закріплення словесної інформації й підвищення ефективності навчання; - формування наочно-образного мислення; - створення оригінальної основи діяльності при формуванні практичних умінь і навичок; - формування інтересу до навчання. 	Демонстрація натуральних об'єктів і наочних приладів, практичний показ майстром трудових прийомів і операцій, спостереження учнів, демонстраційної експерименту, екскурсія тощо.
Практичний	<ul style="list-style-type: none"> - закріплення знань, формування умінь і навичок їх застосування у практичній діяльності; - зв'язок теорії з практикою; - формування професійних умінь і навичок. 	Вправи, рішення виробничо-технічних задач, самостійне виконання навчально-виробничих завдань, експериментальні навчально-виробничі роботи тощо.
Пояснювально-ілюстраційний	<ul style="list-style-type: none"> - виклад нового інформативно-описового навчального матеріалу; - передача великого обсягу інформації; - формування інтересу учнів до матеріалу, який вивчається. 	Розповідь, пояснення, бесіда з демонстрацією ілюстраційних матеріалів та проведенням демонстраційного експерименту
Репродуктивний	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечує швидке і міцне засвоєння навчального матеріалу; - сприяє швидкому і правильному формуванню практичних умінь і навичок; - оперативно орієнтує учнів на усунення типових помилок; - застосовується, якщо учні не готові до проблемного навчання. 	Навчально-виробничу діяльність згідно до інструкційно-технологічної документації; виконання прийомів і операцій за зразком, контроль ходу і підсумки роботи за вказівками майстра, вправи на тренажері згідно інструкцій тощо.
Частково-випускний (самостійний)	<ul style="list-style-type: none"> - сприяє осмисленню і самостійному оволодінню знаннями, умінями і навичками; - самостійне виконання окремих етапів діяльності з поступовим ускладненням; - освоєння нових умінь і формування нових способів діяльності шляхом рішення проблемних завдань різного рівня складності; - оволодіння критичними прийомами мислення. 	Виконання навчально-виробничих робіт за інструкційно-технологічною документацією з неповними даними; самостійне проведення окремих дій із самоконтролем; самостійне виконання окремих вправ на тренажері в різних режимах і ситуаціях тощо.
Проблемно-ілюстраційний	<ul style="list-style-type: none"> - сприяє розвитку творчих здібностей учнів при вирішенні нових проблем у процесі виробничої діяльності; - сприяє розвитку навичок наукового пошуку і самостійного обґрунтування вибору раціонального рішення навчально-виробничих завдань. 	У залежності від рівня проблемності застосовує на всіх етапах уроку у вигляді монологічного, діалогічного проблемного викладу, евристичної бесіди, ілюстративного вступного інструктажу, самостійного виконання пошукових завдань учнями тощо.
Декларативний	<ul style="list-style-type: none"> - визначення навчального матеріалу, що вимагає встановлення причинно-наслідкових зв'язків, виявлення специфічних особливостей об'єктів на основі загальних положень; - сприяє швидкому засвоєнню навчального матеріалу, розвиває абстрактне мислення; - сприяє розвитку здібностей учнів аналізувати, робити самостійні висновки. 	Виклад нового навчального матеріалу майстер починає із загальних положень, формул, законів, а потім переходить до конкретних прикладів і конкретних завдань.
Індуктивний	<ul style="list-style-type: none"> - визначення матеріалу, що носить фактичний характер, пов'язаний з формуванням положень, зміст яких може бути зрозумілий у ході індуктивних міркувань; - виявлення технічних пристроїв і виконання практичних завдань; - сприяє розвитку умінь узагальнювати інформацію. 	Інструктування будується таким чином, що учні спочатку одержують інформацію про виконання окремих трудових прийомів, призначення пристроїв, властивостей окремих предметів праці, а потім проводиться узагальнення параметрів технологічного процесу
Аналіз	<ul style="list-style-type: none"> - формування умінь виявляти істотні ознаки об'єкта; - встановлення причинно-наслідкових зв'язків; - систематизація даних. 	У процесі інструктування майстром питання завдання, які передбачають виділення складових загального явища на підставі певних основ для аналізу; виявлення зв'язку між компонентами, які аналізуються тощо.
Порівняльний	<ul style="list-style-type: none"> - дозволяє поглибити знання навчального матеріалу; - краще запам'ятовування, формування умінь систематизувати та розробити класифікації. 	Постановка майстром питань і завдань, які припускають виявлення подібності й розходження об'єктів, обґрунтування їх причин, систематизація та класифікація
Незалежний: виробничо-практичний	<ul style="list-style-type: none"> - закріплення, розширення й удосконалення професійних умінь і навичок, отриманих при навчанні в навчальних майстернях; - освоєння прийомів і способів виконання виробничих робіт і функцій, типових для конкретної професії і рівня кваліфікації в умовах виробництва. 	Організація професійно-практичної підготовки і переддипломної практики викладено до наступних вимог: <ul style="list-style-type: none"> - зміст і послідовність професійно-практичної підготовки повинні відповідати умовам виконання кожним учнем робіт на штатному робочому місці та програмі професійного навчання; - роботи повинні бути підібрані з урахуванням зростаючої складності, включати різноманітні прийоми й операції, сприяти розвитку технічного мислення, здібностей до раціоналізації; - Майстер розробляє систему конкретних виробничих ситуацій за темами уроків, в процесі вирішення яких учні повинні обрати й обґрунтувати діяльність прийнятної технічної рішення; правильно розробити фрагмент технологічного процесу; підібрати інструмент, пристосування, матеріал; обрати правильні дії в кризових і конфліктних ситуаціях тощо.
Вітальний: історичний; аналіз комерційних (виробничих) ситуацій	<ul style="list-style-type: none"> - сприяють розвитку реальних та логічного мислення учнів в процесі вирішення реальних і модельних ситуацій; - розвиток умінь знаходити правильні технічні рішення в нестандартних ситуаціях; - розвиток умінь знаходити правильні технічні рішення в нестандартних ситуаціях; - стимулюють самостійну пізнавальну діяльність учнів. 	Майстер розробляє систему конкретних виробничих ситуацій за темами уроків, в процесі вирішення яких учні повинні обрати й обґрунтувати діяльність прийнятної технічної рішення; правильно розробити фрагмент технологічного процесу; підібрати інструмент, пристосування, матеріал; обрати правильні дії в кризових і конфліктних ситуаціях тощо.
Модельний (історичний; історично-рольовий)	<ul style="list-style-type: none"> - моделювання майбутньої професійної діяльності; - розвиток професійної самостійності; - розвиток творчого застосування знань, умінь, навичок при виконанні функціональних професійних обов'язків у нестандартних модельних ситуаціях. 	Підготовляється педагогічний сценарій та правила проведення ділової (рольової) гри, що визначає певну професійну діяльність учнів у відповідності до терміну навчання та рівню професійно-практичної підготовки учнів.

Джерело: побудовано автором

Висновки. Аналіз практики, науково-педагогічної і методичної літератури дозволив установити, що найбільш розповсюдженими в діяльності викладачів і майстрів виробничого навчання в ПТНЗ є словесні, наочні і практичні методи. Вибір методів залежить не лише від мети і змісту навчання, а й від інших, іноді чисельних причин, зокрема від специфічних особливостей професії, рівня попередньої підготовки і віку учнів, умов навчально-виховного процесу. Не менш значимий чинник – кваліфікація і досвід педагога або майстра виробничого навчання [2].

Ключовою складовою частиною виробничого навчання, що орієнтована на вивчення властивостей матеріалів, здійснення різноманітних вимірів, випробувань є лабораторно-практичні роботи. Майстер виробничого навчання шляхом комбінування спостереження і поточного інструктування контролює виконання учнями

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

трудових операцій і дій, дотримання ними технологічних нормативів і стандартів, технічних вимог до якості роботи. З виконанням лабораторно-практичних завдань незмінно пов'язують ідеї зростання самостійності, розумового розвитку, пізнавальної активності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуревич Р.С. Теорія і практика навчання в професійно-технічних закладах: Монографія / Гуревич Р.С. – Вінниця: ТОВ «Планер», Вінниця, 2009. – 409 с.
2. Добровольська С. Інноваційні умови професійного вдосконалення вчителя / Добровольська С. // Завуч. – 2009. - № 10 (376) – С. 9 – 11.
3. Закон України «Про професійно-технічну освіту» // Вісник профтехосвіти № 3, березень 1998. – С. 22-26.
4. Коберник О.М. Методика організації проектно-технологічної діяльності на уроках трудового навчання: Навчально-методичний посібник / Коберник О.М., Ящук С.М. – Умань, 2001. – 382 с.
5. Коберник О.М. Проектно-технологічна система трудового навчання / Коберник О.М. // Трудова підготовка в закладах освіти. – 2003. - №4 – С. 8-12.
6. Козлакова Т.О. Теоретичні і методичні основи застосування інформаційних технологій у вищій технічній освіті: Монографія / Козлакова Т.О. – К.: ІЗМН, 1997. – 180 с.
7. Михеева Э.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности. – М.: Изд. центр «Академия», 2006. – 384 с.
8. Ничкало Н.Г. Теоретико-методологічні проблеми і перспективи розвитку досліджень з неперервної професійної освіти: Неперервна професійна освіта: теорія і практика: Зб. наук. праць / Ничкало Н.Г. // За ред. І.Я. Зязюна та Н.Г. Ничкало. – Ч. 1. – К., 2001. – С. 35-43.

ІСТОРИЧНО-ФУТУРОЛОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ОСВІТЯНСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ «МАРКЕТОЛОГІВ 3.0»

Юдіна Наталія Володимирівна,

Лауреат Премії Президента України для молодих вчених

кандидат економічних наук, старший викладач кафедра промислового маркетингу

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»,

Портал дистанційних курсів з маркетингу «Футуролог» (<http://futurollog.com.ua>)

В залежності від змін світових напрямів розвитку людства запропоновано виокремлювати три історичні періоди формування маркетологів. Замість традиційного лінійного підходу в маркетинговій освіті обґрунтовано необхідність переходу до чотирьохвимірної підходу. Порівняно із попереднім підходом він також передбачає необхідність формування у маркетологів 3.0 додаткового широкого простору міждисциплінарних знань та урахування впливу фактору часу.

Ключові слова: маркетингова освіта, режими із загостренням, концепція сталого розвитку, глобалізація, футурологія, динамічні умови, маркетолог 3.0

It was proposed to separate the three historical periods of forming marketers depending on the changes in global trends of human development. Instead of the traditional linear approach in the marketing education the necessity of the four-dimensional approach was substantiated. In comparison to the previous approach, it also involves an additional wide area of interdisciplinary knowledge and the effect of the time factor for the formation of the marketers 3.0.

Key words: marketing education, blow-up regime, concept of sustainable development, globalization, futurology, dynamic, marketer 3.0

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Світова економіка в цілому та маркетинг зокрема опинилися перед великою кількістю питань, що передбачають необхідність нових відкриттів, адже старі інструменти вже не в змозі надавати вірні прогнози та ефективні результати [7; 8]. В умовах, коли людство увійшло в режими із загостреннями, що являють собою прискорення всіх процесів, які оточують людство [4], загострюється потреба в передбаченні і розробленні інноваційних маркетингових технологій. Подібні тенденції мають відобразитися в освітній підготовці фахівців з маркетингу, адже саме нові покоління маркетологів повинні розвиватися випереджальними темпами порівняно із цільовими аудиторіями споживачів, з якими вони працюватимуть у майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошуку способів управління освітою маркетологів та впровадженню інноваційних підходів присвячені праці таких вчених, як Н.Карпенко, Т.Решетілової, А.Павленка, І.Решетнікової, В.Пилипчака, тощо. Проблематику падіння ефективності маркетингу розглядають такі вчені, як А. Зайцев, А.Нетесова, Р.Ткаченко, А. Длігач. Періодизацію розвитку вимог до діяльності фахівців з маркетингу виокремлює Н. Сорочан. При цьому питанням реформування освітнянської підготовки маркетологів України з огляду на глобальні історичні зміни в цілому присвячено

небагато робіт. Однак тільки цілісний погляд на сутність змін глобальних масштабів надає можливість виокреми шляхи до модернізації маркетингової освіти в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є виокремлення специфічних особливостей підготовки маркетологів майбутнього в умовах режимів із загостреннями.

Вклад основного матеріалу дослідження. Питання освітньої підготовки маркетологів завжди оцінювалося з огляду на світові масштаби та пріоритетні напрями розвитку людства на майбутнє, що ухвалюється в міжнародних конвенціях. Наприклад, ідеологія першого покоління маркетологів України, що формувалася з початку 1990-х років до майже середини 2000х років, назовемо це покоління фахівців зі спеціалізованою вищою освітою «маркетологи 1.0», ґрунтувалася на концепції глобалізації. Маркетологи, які отримали спеціальну освіту в цей період, були орієнтованими на ринкові стосунки, капіталістичні умови їх формування, розуміння впливу «невидимої руки ринку», відкриті кордони і загострення конкуренції, спільні міжнародні проекти, роботу у великих транснаціональних компаніях, широкі комунікації з усім світом, прагнення до нарощування процесу виробництва товарів та послуг для нарощування задоволення потреб споживачів і як наслідок – нарощування прибутків компаній. При цьому маркетингові плани компаній, що вчилися розробляти маркетологи 1.0, були орієнтовані у середньому на 3-5 років.

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

Однак, як глобалізація у цілому, так і дії маркетологів 1.0 призвели до появи потужних перекосів. Ці потужні перекоси спочатку мали економічний характер, а потім їх наслідком стало нерівномірне вичерпання ресурсів планети, загострення екологічних і соціальних проблем людства. Тому концепція глобалізації була визнана недостатньо ефективною, і замість неї головами 189 держав та урядів на Генеральній Асамблеї ООН у 2000 році Декларацією «Цілі розвитку тисячоліть» була затверджена концепція сталого розвитку [1]. Слід зазначити, що за усіма ознаками вона перетворилася на антиглобалізаційну, оскільки глобалізація не передбачала жодного іншого інструменту управління, окрім ринку. Тому глобальна ринкова економіка здійснила перехід до регульованої завдяки впровадженню такого додаткового інструменту управління, як ієрархія на глобальному рівні. Однак в освітній підготовці маркетологів України основні положення цієї концепції поступово почали впроваджуватися лише наприкінці 2000х років, формуючи тим самим нове покоління «маркетологів 2.0». Представники маркетологів 2.0 в Україні стали орієнтованими на збереження екології, на запобігання негативних наслідків своєї діяльності в довгостроковому періоді, навчання протягом життя та прагнення до саморозвитку.

Досить парадоксальним виявився той факт, що на практиці маркетингові плани маркетологів 2.0 скоротилися з 3-5 років до 1 року. Одним з пояснень цього стала світова економічна криза, що розпочалася у 2008 р. Однак сам факт досягнення кризою рівня окремих підприємств свідчить про втрату ефективності маркетингових інструментів, що застосовують маркетологи 2.0. Адже одним з призначень запровадження маркетингової діяльності на підприємстві – це досягнення стійкого розвитку підприємства, що буде незалежним від криз, оскільки маркетинг повинен їх вчасно передбачувати та застосовувати попереджальні антикризові заходи (наприклад, перед початком кризи запровадження нового виду економічної діяльності, що дозволить отримувати прибуток під час кризи) [6].

На засіданні Генеральної Асамблеї ООН вже у квітні 2012 р Пан Гі Мун зазначив, що концепція сталого розвитку планети не виправдала себе, оскільки світова економічна криза 2008 року змушує визнати, що впроваджені цією концепцією критерії управління економікою, екологією і соціумом є недостатньо ефективними [2]. Це вимагатиме розроблення нової моделі динамічного зростання економік держав, і як наслідок – нової ідеології підготовки маркетологів, що означає неминучість актуальності появи нового покоління фахівців з маркетингу, адаптованих під ці умови, - «маркетологів 3.0».

Виникає досить логічне запитання, які саме специфічні особливості має надавати маркетингова освіта майбутнім маркетологам 3.0. Адже глобальної, чітко сформульованої концепції розвитку людства досі немає, немає мети, якої мають прагнути маркетологи. А це означає, що немає чіткого уявлення, якими саме мають бути маркетингові інструменти у майбутньому. Тому си-

туаційні умови, в яких працюватимуть маркетологи 3.0, можна порівняти з хаосом, і, перш за все, маркетологи 3.0 мають навчитися їм управляти, оскільки хаос – це погана бізнес-модель. Перед маркетологами 3.0 постає необхідність створювати, розробляти нові інструменти, але що саме для цього потрібно, поки невідомо.

Сьогоднішня система освітня підготовки маркетологів ще поки продовжує відповідати традиційному підходу в освіті, який існував протягом останніх майже 100 років. Традиційний підхід характеризується глибиною та лінійністю процесу навчання. Це означає, що кожна дисципліна має чітко визначену мету із заздалегідь сформульованими знаннями, вміннями і компетенціями, які мають отримати майбутні маркетологи, визначену структуру та послідовність вивчення матеріалу, який має періодично оновлюватися. Таким чином, згідно традиційному підходу, кожна дисципліна вивчалася лінійно вглиб, фундаментально. Хоча слід зазначити, що запровадження компетенцій у освітня процес у цілому дещо адаптувало традиційний підхід до ринкових вимог конкурентного середовища.

Але, через входження людства в режими з загостреннями, ситуативні умови маркетингової освіти порівняно із попереднім періодом, в якому готувалися маркетологи 1.0 та маркетологи 2.0, вже суттєво змінилися і продовжують прискорено змінюватися. Як це не боляче визнавати, але лекції з більшості дисциплін, що розроблялися викладачами-науковцями роками, за дуже короткий термін опинилися у відкритому доступі в Інтернеті. Більшість технологій і інструментів, які розглядаються в цих лекціях, або вже застаріли, або постійно модифікуються. Така ситуація провокує студентів або взагалі не відвідувати лекції та знаходити знання за певною дисципліною в Інтернеті, або пасивно їх відвідувати, якщо застосовувати для підвищення кількості студентів на лекціях такий інструмент управління, як ієрархія (наприклад, зниження балів за відсутність, т.і.). Однак ефективності, з огляду на формування професійних маркетологів, адаптованих до сучасності, такий спосіб не принесе. Безумовно, такі ситуативні умови суттєво підвищують вимоги до професійного рівня викладача, який повинен бути не тільки теоретиком, але й успішним практиком-маркетологом. Але технологія колективного розуму Інтернету завжди виявиться більш глибокою з точки зору змісту знань, ніж самий інноваційний та досвідчений викладач. Це означає, що порівняно із глобальними темпами розвитку людства освіта вже почала пригальмовувати як за змістом, так і за темпами свого розвитку. Тому слід визнати, що традиційний підхід в маркетингової освіті, що лінійно формує глибину знань, умінь і компетенцій маркетологів, в сьогоднішніх ситуаційних умовах втрачає свою актуальність.

Тому в освітня підготовці маркетологів 3.0 має бути застосований підхід, що замість лінійного має перетворитися на чотирьохвимірний. Такий підхід має передбачати, що формування знань маркетологів 3.0 вшир у вигляді формування міждисциплінарних зв'язків (двохвимірний простір) повинно переважати форму-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

ванню знань вглиб (третій вимір), і обов'язковою складовою цього процесу є врахування динамічності таких знань, тобто врахування впливу фактору часу (четвертий вимір). В умовах швидкого застарівання технологій, що є основною проблемою більшості дисциплін, у тому числі і маркетингових, вже стає неефективним їх вивчення лінійно, фундаментально, вглиб. Крім того уся інформація про технології є широко доступною в Інтернеті, що знецінює процес її глибокого вивчення. Замість глибокого вивчення вже існуючих знань пропонується навчати маркетологів виокремлювати актуальні питання в розрізі усвідомлення динаміки різноманітних глобальних процесів у світі, які потребуватимуть вирішення у майбутньому. Такий чотирьохвимірний підхід до освітньої підготовки маркетологів 3.0 дозволить їм зрозуміти своє місце у глобальних процесах та визначити ефективні напрями управління підприємством в умовах швидких змін режимів із загостреннями.

Можна виокремити три основні елементи, що відрізнятимуть чотирьохвимірний підхід до підготовки маркетологів 3.0 від традиційного лінійного підходу підготовки маркетологів 1.0 та 2.0.

По-перше, запропонований підхід обумовлений тим, що одним з ефективних інструментів боротьби з хаосом є хаос. Процес освітньої підготовки маркетологів 3.0 має перетворитися на динамічний ітераційний процес, який поки має нечітку логіку, відсутність визначеного спрямування, здатність до постійних змін і перетворення. Сформульовані у процесі такого пошуку актуальні питання потребуватимуть пошуку відповідей на них. В умовах широкої доступності інформації, що виникло завдяки розвитку Інтернет, це стає цілком можливим і ефективним у вигляді самостійної роботи студентів.

По-друге, підготовка маркетологів 3.0 має бути пов'язана із необхідністю практичних дій студентів під час навчання. Важливим елементом в цьому має стати інтеграція маркетингової діяльності із інформаційно-комунікаційними технологіями. Наприклад, за прогнозами футурологів, поняття «офіс» у майбутньому взагалі зникатиме, а на його зміну прийде віртуальний офіс, який має поєднати між собою мережу співробітників, що знаходитимуться віддалено один від одного. Саме тому, важливо маркетологам 3.0 навчитися застосовувати хмарині технології, зокрема можливості Google-apps, технології проведення вебінарів, он-лайн конференцій, зйомку і монтаж он-лайн відео, сервіси з розроблення інфографіки. Цей перелік далеко неповний і має постійно оновлюватися у відповідності із оновленнями інформаційно-комунікаційних технологій. В умовах режимів із загостреннями споживачі, партнери, співробітники і керівництво підприємств прагнуть отримувати інформацію, щоб так само прискорено приймати рішення.

По-третє, маркетологам 3.0 слід навчитися враховувати вплив фактору часу в умовах режимів із загостреннями, які передбачатимуть присутність експоненціальних залежностей процесів від часу. Це по-

требуватиме докладного аналізу довгострокових наслідків маркетингової діяльності з огляду на поєднання у довгостроковому періоді різних факторів. Тому потрібні нові знання, які будуть знаходитися на перетині різних наук. але ці знання поки не мають чіткої форми і назви [3], а з позиції роботодавців, маркетологи мають перетворитися на футурологів [5]. А це означає, що кожна маркетингова дисципліна, яку вивчатимуть маркетологи 3.0, має докладно розкривати студентам-маркетологам свій футурологічний аспект.

Одним з інструментів реалізації запропонованого підходу є дистанційна підтримка маркетингових дисциплін. Адже можливості дистанційних технологій дозволяють практично поєднати учбово-теоретичні завдання, інформаційно-комунікаційні технології, роботу з великими даними (Big Data), дистанційну колективну роботу над вирішення поставлених завдань в форматі форумів, вебінарів, он-лайн конференцій, використання технологій колективного розуму, пошук та опрацювання відкритих джерел інформації з метою постановки актуальних проблем та їх вирішення шляхом формування нових знань.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Виокремлення в залежності від глобальних міжнародних концепцій розвитку людства трьох різних поколінь маркетологів України надає не тільки можливість структурувати підходи до освітньої підготовки маркетологів нового покоління 3.0, але й зрозуміти необхідність їх реформування. Так, запропонований в статті чотирьохвимірний підхід до підготовки маркетологів 3.0, як альтернатива традиційному лінійному підходу в освіті, дозволить, на нашу думку, максимально адаптувати майбутніх фахівців до специфічних особливостей режимів із загостреннями.

Перспективами подальших розробок у даному напрямку є пошук шляхів удосконалення і адаптації існуючих програм навчальних маркетингових дисциплін до ситуативних умов хаотичності, виокремлення інноваційних напрямів в підготовці маркетологів покоління 3.0. Можна передбачити, що період хаосу в реформуванні маркетингової освіти буде короткостроковим, але й цей період так само потребуватиме інноваційних методик його впорядкування та впровадження в освітні заклади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. United Nations Millennium Declaration Resolution adopted by the General Assembly / United Nations. - 18 September 2000. – Режим доступу : http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/55/2.
2. Вебер А. Б. Модель устойчивого развития и актуальность Маркса // Альтернативы. - 2013. - № 2. - С. 19-30. – Режим доступу : <http://www.isras.ru/publ.html?id=2867>.
3. Доповідь ректора НТУУ «КПІ» академіка НАН України М.З. Згуровського на сесії науково-педагогічних працівників 29 серпня 2013 року // Київський політех-

Секція 7. Науково-методичні основи сучасного навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах: актуальні проблеми, досвід, перспективи вдосконалення

нік. - 2013. - №26. – Режим доступу : <http://www.kpi.ua/zgurovsky-article>.

4.Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. — СПб., 2002. — С. 38–39.

5.Смовж М. Маркетологи должны превратиться в футурологов и погрязнуть в мелочах [Электронный ресурс] / М. Смовж // Навигатор рекламного рынка ; <http://adindex.ru>. – 27.05.2013. – Режим доступа: <http://adindex.ru/publication/opinion/marketing/2013/05/27/99250.phtml>.

6.Юдина Н.В. Антикризисные маркетинговые инструменты инновационного развития предприятий // Маркетинг финансов. – 2014. – № 1. - М. : Изд. Дом Гребенникова. — С. 54 –61.

7.Юдина Н.В. Футурологический прогноз роли маркетинга в условиях глобализации мировой экономики // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы [Научное электронное издание] : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10-11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл.ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 370 – 372.

8.Юдина Н.В. Футурология социальной ответственности маркетологов // Объединение экономистов и правоведов - ключ к новому этапу развития (Научное периодическое издание) ; [Материалы Международного научно-практического конгресса, г. Берн, Швейцария, 29 ноября 2013 г.]. - Женева, Швейцария; Минск, Белоруссия; Одесса, Украина; Санкт-Петербург, Российская Федерация, 2013. - Т-1 - с.47-50 - Режим доступа - http://futuolog.com.ua/news_29_11_13switzerland.html; <http://www.fa.ru/faculty/gmu/news/Documents/Сборник%20работ%20Берн.pdf#page=48>.