

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Формування ринкової економіки

**Збірник наукових
праць**

**Заснований 1992 р.
Видається двічі на рік**



Випуск 32

КИЇВ 2014

УДК 330.34

Висвітлюються теоретичні й методологічні проблеми формування ринкової економіки, розкриваються соціальні, політичні, інституціональні та економічні умови і фактори її становлення в Україні. Значну увагу приділено питанням розвитку ринкових структур.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів.

This collection of articles covers theoretical and methodological problems of market economy formation. Social, political, institutional and economic conditions and factors of market economy formation in Ukraine are examined in the book. Much attention is paid to the development of market structures.

For scientists, professors, post graduates and students of higher educational institutions.

Редакційна колегія

О.О. Беляєв, д-р екон. наук (відп. ред.); **В.М. Данюк**, канд. екон. наук (заст. відп. ред.); **Л.М. Здрилюк** (відп. секр.); **В.Г. Андрійчук**, д-р екон. наук; **А.С. Бебело**, канд. екон. наук; **Ю.К. Зайцев**, д-р екон. наук; **В.І. Кириленко**, д-р екон. наук; **Л.М. Кіндрацька**, д-р екон. наук; **Д.Г. Лук'яненко**, д-р екон. наук; **Т.В. Майорова**, канд. екон. наук; **І.Й. Малий**, д-р екон. наук; **Ю.М. Пахомов**, д-р екон. наук; **О.О. Терещенко**, д-р екон. наук; **О.А. Швиданенко**, д-р екон. наук

Адреса редакційної колегії: 03680, м. Київ, проспект Перемоги 54/1,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
тел. 371-61-74

Засновник та видавець

Державний вищий навчальний заклад

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Зареєстровано в Міністерстві юстиції України

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 11578-450 Р від 28.07.06

Збірник внесено до переліку фахових видань України,
у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт з економіки
(постанова президії ВАК від 06.10.2010 р. №3-05/6)

Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ імені Вадима Гетьмана
Протокол № 4 від 27.11.14 р.

Художник обкладинки *Т. Зяблицева*

Коректор *Ю. Пригорницький*

Верстка *М. Матвійчук*

Підп. до друку 19.12.14. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.

Гарнітура Тип Таймс. Друк офсет. Ум. друк. арк. 25,10.

Обл.-вид. арк. 28,57. Наклад 100 пр. Зам. № 14-4997.

Державний вищий навчальний заклад

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

03680, м. Київ, просп. Перемоги, 54/1

Тел./факс: (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44

E-mail: publish@kneu.kiev.ua

© КНЕУ, 2014

ЗМІСТ

I. Економічна теорія

<i>Чорнодід І.С.</i> Роль держави в забезпеченні соціального конкурентного статусу України.	6
<i>Гальчук А.А.</i> Трактуння та взаємозв'язок категорій «інновація», «новація», «нововведення», «інноваційний процес» та «інноваційна діяльність».	12
<i>Білоконь І.В.</i> Проблемні території: методологічні аспекти їх виникнення та дослідження	19

II. Економіка, управління та маркетинг

<i>Гребешкова О., Шалдаєва Т., Фоміна А.</i> Сучасні тренди впровадження на підприємстві нових управлінських технологій	29
<i>Шафалюк О.К.</i> Соціальна відповідальність у забезпеченні конкурентоспроможності, комунікаційної і комерційної ефективності комплексу маркетингу	38
<i>Герасименко О.О.</i> Професійний розвиток персоналу в системі управління працею на підприємстві: інноваційні форми	46
<i>Дяченко М.І.</i> Зміни в організації в контексті впровадження управлінських інновацій.	54
<i>Гребешков О.М.</i> Різновиди та передумови впровадження інформаційної стратегії на вітчизняних підприємствах	61
<i>Кизенко О.О., Каморіна В.</i> Система стратегічного контролю на підприємстві: процес ний аспект	72
<i>Ліщинська В.В.</i> Глокалізація як конкурентна стратегія компанії	80
<i>Данніков О.В.</i> Вдосконалення процесу управління продажем з позицій маркетингового стратегічного планування	91
<i>Касянов Я. А.</i> Моделювання процесів фармацевтичного бізнесу України	104
<i>Савощенко А.С., Сірук М.М.</i> Конкурентні переваги друкованих ЗМІ та друкованої реклами в еру Інтернет-технологій.	113
<i>Щукін Б.М., Павленко В.П.</i> Статистичне прогнозування в системі державного планування та програмування розвитку економіки України.	119
<i>Бараник З.П., Кикош Ю.В.</i> Фактори формування та розвитку ринку освітніх послуг	129
<i>Трубнік Т.Є.</i> Статистичний аналіз впливу структурних зрушень на якість галузевих трансформацій української економіки	138

<i>Храпунова Я.В.</i> Теоретичні основи статистичного оцінювання наслідків демографічної експансії в Україні	152
<i>Василенко А.О.</i> Сучасні аспекти розвитку аутсорсингу в Україні через призму досвіду західно-європейських країн	161

III. Міжнародна економіка

<i>Ільницький Д.О., Паценко О.Ю., Сандул М.С.</i> Місія університетів у забезпеченні сталого розвитку в глобальному вимірі	170
<i>Рябець Н.М.</i> Проблема ефективності міжорганізаційного навчання в стратегічних альянсах ТНК в умовах глобальних трансформацій	185
<i>Я. М. Столярчук, О. Ю. Бєленький</i> Сучасні асиметрії розвитку фінансового глобалізму	195
<i>Пономаренко Р.О.</i> Маркетингові активи в системі управління результативністю міжнародних компаній	207
<i>Діба О.М., Змійчук А.В.</i> Валютна політика постсоціалістичних країн у період підготовки їх вступу до європейського валютного союзу: досвід для України	220
<i>Буряченко А.Є.</i> Міжнародний досвід фінансування комунального пасажирського транспорту	234
<i>Янишина А.М.</i> Китай на шляху до світового економічного лідерства: проблеми сталого розвитку	246
<i>Келічавий А.В.</i> Вплив екології на розвиток сучасної економіки та підвищення її конкурентоспроможності	254
<i>Шлапак А.В.</i> Сутність диверсифікації національних фінансових ринків та форми її вияву	235
<i>Німченко Н. С.</i> Аналітична оцінка сучасного стану зовнішньоторговельного співробітництва України і США	275

IV. Фінанси та кредит

<i>Щеглюк М.С.</i> Політика рефінансування банків: вітчизняна практика та міжнародний досвід	291
<i>Куць Н.В.</i> Формування довіри на ринку банківських послуг у межах загальної стратегії комерційного банку	300
<i>Буряк Л.Д., Павліковський А.М., Кремтова Н.Л.</i> Оцінка ефективності використання основних засобів суб'єктів малого підприємництва	317
<i>Івасько І.М.</i> Забезпечення ресурсозбереження в аграрному секторі економіки України шляхом застосування податкових механізмів	327
<i>Сендзюк М.А., Кабалдіна Х.О.</i> Концепція управління фінансами агропромислових підприємств засобами сучасних інформаційних технологій	341

V. Облік, аналіз та аудит

<i>Свірко С.В., Фаріон А.І.</i> План рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління: вихідні положення та формотворчі фактори	349
<i>Заплітна Т.В.</i> Універсальність вартісного оцінювання матеріальних активів в ринковій економіці	360
<i>Осмятченко В.О., Матюха М.М.</i> Інтеграція інформаційних потоків підприємств	367
<i>Кузьмінська О.Е.</i> Інформаційні джерела аналізу виробничих запасів підприємств	377

VI. Економіко-математичні методи

<i>Білоус Т.В., Квітка Ю.</i> Методичне забезпечення вибору інноваційних підходів щодо задоволення потреби в персоналі	388
<i>Примостка А.О.</i> Концептуальні засади агентно-орієнтованого моделювання економічних процесів	402
<i>Лісовська В.П., Нестеренко О.Б., Зінкевич О.П.</i> Важливість мотивації при вивченні та викладанні математики.	413
<i>Петухова О. А.</i> Гендерна нерівність та її вплив на ринок праці в Україні	421

I. Економічна теорія

УДК 330.3

Чорнодід І.С., к.е.н., доцент, докторант
Науково-дослідного економічного інституту
Міністерства економічного розвитку та торгівлі України

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНОГО КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ УКРАЇНИ

Ihor S. Chornodid, doctora,l candidate,
scientific and Research Institute
of Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine
PhD, associate professor

ROLE OF THE STATE IN ENSURING THE SOCIAL AND COMPETITIVE STATUS OF UKRAINE

АНОТАЦІЯ. У статті розкрито сутність соціального конкурентного статусу країни. Обґрунтовано роль і функції держави у забезпеченні високого соціального конкурентного статусу країни. Охарактеризовано головні пріоритети соціальної конкурентоспроможності України на сучасному етапі розвитку економіки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: соціальний конкурентний статус, конкурентоспроможність, соціальна конкурентоспроможність, соціальні інститути, громадянське суспільство, соціальна політика держави.

АНОТАЦІЯ. The article reveals the essence of competitive social status. Substantiated the role and functions of the state in providing competitive high social status. The characteristic of the main priorities of social competitiveness of Ukraine at the present stage of economic development.

KEYWORDS: competitiveness, social competitiveness, social institutions, civil society, social policy.

Вступ. Соціально-економічний стан України визначається як нестабільний, через відмову від важелів державного регулювання процесів реформування економіки, а її теперішній стан ускладнюється внаслідок глобальної та внутрішньої економічної кризи. Ускладнення ситуації обумовлено також неефективністю управ-

лінських дій щодо попередження та усунення загроз у соціальній та економічній сферах як на національному, так і на регіональному рівнях. Економічні інтереси держави, які передбачають одержання країною економічних переваг, економічної незалежності та конкурентоспроможності, залишились на рівні стратегічних орієнтирів. Також на сьогодні змінюються місце та соціальна роль держави в регулюванні соціально-економічних процесів — відбувається різке обмеження соціально-регулятивних функцій, часткова відмова від соціального забезпечення на користь розвитку соціального страхування; обмеження сфери впливу держави на процеси розподілу та перерозподілу ВВП; підвищення міри самостійності місцевих органів влади та громадянського суспільства у розв'язанні соціальних проблем [3].

Аналіз досліджень і публікацій з проблематики. Нині досить активно ведеться розробка окремих аспектів соціальної конкурентоспроможності у працях таких учених-економістів, як А. Гальчинський, В. Геєць, Я. Жаліло, О. Новікова, О. Любченко, Н. Лебедева, О. Грішнова, Е. Лібанова, В. Куценко, Ю. Привалов, С. Штирбул, Е. Каргаполова, Л. Ільчук, М. Портер. Водночас сучасний етап розвитку національної економіки актуалізує проблему забезпечення високого рівня соціального конкурентного статусу та ролі саме держави.

Мета та завдання статті. Проаналізувати сутність категорії соціальної конкурентоспроможності національної економіки, обґрунтувати роль держави в забезпеченні та підтримці високого соціального конкурентного статусу країни.

Результати дослідження. Соціальний конкурентний статус (СКС) країни визначає рівень її соціально-економічного розвитку за універсальними на даний час міжнародними стандартами. Цей рівень описується такими характеристиками як людський розвиток, політична та економічна стабільність, соціальна безпека, якість суспільних інститутів тощо. СКС характеризує рівень досягнення соціальних конкурентних переваг за головними детермінантами соціальної конкурентоспроможності — рівнем і якістю життя, ступенем зрілості людського, інтелектуального, соціального капіталу, якістю суспільних інститутів, умовами розвитку бізнесу та інновацій, ступенем захисту навколишнього середовища.

Соціальна конкурентоспроможність країни — це порівняльний стан розвитку соціальних процесів і явищ, який характеризує

її місце у світовому співтоваристві, наявність порівняльних переваг за показниками рівня життя, соціальної безпеки, ступенем розв'язання глобальних проблем і потенційні можливості (економічні, технологічні, інституціональні, людські та інші) для забезпечення і підтримання високого конкурентного статусу у політичній, економічній та соціокультурній сферах [4].

Роль держави у забезпеченні високого СКС можемо проаналізувати шляхом визначення її впливу на складові соціальної конкурентоспроможності економіки країни.

Перш за все, необхідно забезпечити високий рівень і відповідну сучасним вимогам якість життя населення. Для забезпечення соціальної конкурентоспроможності показники якості життя повинні бути на рівні значень відповідних показників розвинених країн. А їх досягнення вимагає комплексних системних зусиль з боку держави, спрямованих на зростання ефективності виробництва на його основі — забезпечення високого рівня якості життя населення. Саме держава через мережу соціальних інститутів на засадах вироблених механізмів розподілу доходів і створення умов економічної самостійності та зайнятості населення, системи соціального захисту та соціального забезпечення має забезпечити досягнення гідної якості життя.

Головне, що має очікувати суспільство від реалізації соціальної політики — досягнення соціальних стандартів людського розвитку через освіту, охорону здоров'я, культуру, доходи, забезпеченість житлом тощо. З огляду на забезпечення СКС країни, важливо орієнтуватися на дотримання міжнародних індикаторів.

Список соціальних індикаторів, прийнятих ОЕСР[1]:

1) здоров'я (тривалість життя, стан здоров'я, тривалість майбутнього життя, рівень материнської смертності, тимчасова непрацездатність, тривала непрацездатність);

2) освіта і навчання (безперервна освіта, навчання дорослих, рівень письменності);

3) зайнятість і якість трудового життя (рівень безробіття, вимушена неповна зайнятість, питома вага тих, що зневірилися знайти роботу, середня тривалість робочого часу, час на дорогу на роботу, оплачувана щорічна відпустка, гнучкий робочий графік, розподіл заробітків, смертність на робочому місці, порушення нормальних умов праці);

4) відпочинок і використання робочого часу (вільний час (об'єм), використання вільного часу (структура);

5) стан споживчого ринку товарів і послуг (доступність товарів і послуг, дохід, багатство, доступність певних видів товарів і послуг, розподіл доходу, низький дохід, матеріальна незабезпеченість, розподіл багатства);

6) стан навколишнього середовища (житлові умови, внутрішня житлова площа, володіння навколишньою територією, основні зручності, вплив забруднення атмосфери, дія шуму на людину);

7) особиста безпека і правовий захист (рівень самогубств, смертельні випадки, серйозні травми, страх за особисту безпеку);

8) соціальні можливості, соціальна активність (ступінь соціальної нерівності, ступінь участі в суспільному житті, в суспільних інститутах, в ухваленні рішень).

У забезпеченні СКС країни держава виконує такі функції:

1) регулятивна, спрямована на розробку та створення механізмів взаємодії держави і громадян, сприяння їх самоорганізації та самозахисту за допомогою правових, економічних, морально-етичних важелів. Її під функціями можуть бути: розробка соціальних стандартів, забезпечення соціальної справедливості, боротьба з бідністю, регулювання трудових відносин та інші;

2) забезпечення умов соціального відтворення — формування сприятливих умов життєдіяльності населення у таких сферах суспільного життя як праця, освіта, споживання, сімейні відносини, охорона здоров'я, екологія, культура;

3) соціального захисту — забезпечення гідного рівня життя громадян на основі соціально зорієнтованого державного управління та відповідної бюджетної політики держави (соціального забезпечення, соціального страхування, соціального захисту, соціальної допомоги, соціальної безпеки людини);

4) забезпечення соціальної стабільності в державі на основі формування та вдосконалення механізмів легітимації органів публічної влади шляхом узгодження інтересів через правове регулювання конфліктів, забезпечення гармонізації суспільних відносин, інтеграції та солідаризації суспільства, розвитку соціального партнерства.

Високий соціальний конкурентний статус країни — це найвища оцінка виконання цих функцій.

У виконанні цих функцій важлива роль належить визначенню стратегічних пріоритетів соціального розвитку, здатних спрямувати розвиток суспільства на досягнення світового рівня соціальної конкурентоспроможності країни.

На даний час головні пріоритети соціальної конкурентоспроможності України пов'язуються з європейським вибором України, який передбачає втілення на практиці стандартів демократичної держави та цивілізованого соціально орієнтованого ринкового господарства. «Наближення до економічних і соціальних стандартів Євросоюзу є насамперед «домашнім завданням» України, але успіху на цьому шляху легше досягти у найширшому співробітництві з об'єднаною Європою» [5]. Це означає послідовну орієнтацію на діючу в провідних європейських країнах модель соціальної ринкової економіки, перевагами якої є високий рівень соціальних стандартів і розвитку гуманітарної сфери, ефективний захист прав працівників, розвинена система соціального захисту.

Для попередження неефективності державних заходів щодо реалізації соціальної та економічної політики у країнах ЄС застосовується практика оцінювання впливу — інформаційно-аналітичний метод оцінки можливих витрат, наслідків, побічних ефектів запланованих інструментів політики (законодавчих, регулятивних актів, державних програм і т.д.). Результати оцінки впливу використовуються для підвищення якості прийняття політичних рішень і розробки інструментів політики (наприклад, законодавчих і регулятивних актів, інвестиційних програм тощо). Така процедура необхідна як засіб інформування уряду щодо можливих варіантів рішень: можливих варіантів інструментів політики, можливої структури інструментів політики чи щодо необхідних змін або відмови від застосування і зупинення діючих інструментів політики [2].

Процедура оцінки впливу забезпечує:

- під час розробки законодавчих і регуляторних актів інформацію щодо їх відповідності, можливості реалізації, про специфічні умови та / або переваги для певних груп суспільства;
- можливість співставлення очікуваних наслідків від різних альтернатив політики;
- інформацію про те, наскільки впроваджені інструменти політики досягають цілей, наскільки якісно й ефективно відбувається їхнє адміністрування та як саме вони сприймаються громадськістю.

Узявши орієнтацію на євроінтеграцію, уряд України у сфері розробки державної політики повинен забезпечувати відповідність законодавства, регуляторних актів та інших адміністративних рішень і державних програм суспільним потребам та інтере-

сам, а також удосконалювати систему їх ефективної розробки й реалізації. Це вимагає удосконалення усіх фаз і процедур державної й муніципальної політики: визначення цілей і завдань політики, розробки альтернатив політики, розробки інструментів політики.

Література

1. Богданова Т.І. Якість життя населення — як мета політики соціально-орієнтованої держави / Т.І. Богданова // Вісник соціально-економічних досліджень. — № 37. — С. 8–15.
2. Деякі засади й принципи державного управління в країнах Європейського Союзу, що забезпечують відкритість й соціально-економічну ефективність влади // Аналітичний центр «Академія» ; [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.academia.org.ua/?p=972>
3. Чорнодід І.С. Роль держави в забезпеченні соціальної спрямованості конкурентоспроможності країни // Формування ринкових відносин в Україні. — 2012. — № 12. — С. 34–37.
4. Чорнодід І.С. Методологія аналізу соціальної конкурентоспроможності країни // Бізнес інформ. — 2013. — № 7. — С. 225–231.
5. Україна — європейський союз: соціальний вимір: український монітор. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://cpcfpu.ru/projects/foreignpolicy/papers/0207/>.

References

1. Bohdanova T.I. Yakist' zhyttia naselennia — iak meta polityky sotsial'no-oriientovanoi derzhavy / T.I. Bohdanova // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen' № 37. — S. 8–15.
2. Deiaiki zasady j pryntsypy derzhavnoho upravlinnia v krainakh Yevropejs'koho Soiuzu, scho zabezpechuiut' vidkrytist' j sotsial'no-ekonomichnu efektyvnist' vlady // Analitychnyj tsentr «Akademiia» ; [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.academia.org.ua/?p=972>
3. Chornodid I.S. Rol' derzhavy v zabezpechenni sotsial'noi spriamovanosti konkurentospromozhnosti krainy // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. — 2012. — №12. — S. 34–37.
4. Chornodid I.S. Metodolohiia analizu sotsial'noi konkurentospromozhnosti krainy // Biznes inform. — 2013. — № 7. — S. 225–231.
5. Ukraina — ievropejs'kyj soiuz: sotsial'nyj vymir: ukrains'kyj monitor. — [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://cpcfpu.ru/projects/foreignpolicy/papers/0207/>.

Статтю подано до редакції 10.07.14 р.

УДК 330.341.1

*Гальчук А.А., аспірант
кафедри політичної економії
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

**ТРАКТУВАННЯ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КАТЕГОРІЙ «ІННОВАЦІЯ»,
«НОВАЦІЯ», «НОВОВВЕДЕННЯ», «ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС»
ТА «ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

*Artem Galchuk
postgraduate*

**INTERPRETATION AND CORRELATION
OF CATEGORIES «INNOVATION», «NOVATION»,
«INTRODUCTION», «INNOVATION PROCESS»
AND «INNOVATIVE ACTIVITY»**

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто теоретичні підходи до визначення категорій «інновація», «новація», «нововведення», «інноваційний процес» та «інноваційна діяльність» і розкрито їх єдність і відмінність. Запропоновано авторське трактування даних термінів та їх ієрархізація.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інновації, нововведення, новація, інноваційний процес.

ANNOTATION. This article considers views of different scientists on identifying the following categories: «innovation», «novation», «innovation», «innovational process» and differences between them. And the authors recommendations for determination of these terms were suggested.

KEY WORDS: innovations, innovatons, novelty, innovational process.

Постановка проблеми. Враховуючи умови сьогоденної ринкової економіки, а також стан економічної системи, в якій знаходиться наша держава сьогодні, неможливо навіть і уявити, як побудувати стійку, розвинену економіку без використання інновацій. Крайню необхідність введення інновацій потребують усі, без виключення, галузі на всіх рівнях української економіки. Нам украй важливо не тільки впровадити передові інновації, які використовують економічно розвинені країни, але й створити, впровадити свої. Необхідно оцінити та максимально використати наявний національний інноваційний потенціал, а також зрозуміти,

як ефективно його розширити та розвинути. Впровадження інновацій дасть змогу національній економіці інтегруватися в світову економічну систему та зайняти там гідне місце. Саме інновації можуть дати відповідь на постійне питання будь-якого економічного суб'єкта — як виробляти більше продукції, використовуючи менше ресурсів, при цьому не знижуючи якість виробленої продукції, а підвищуючи її. Але вибираючи шлях до розвитку економіки за рахунок впровадження інновацій, треба дійти до єдиного, або вибрати один із запропонованих, визначень даної категорії. Відсутність єдиного, всеохоплюючого та уніфікованого розуміння даної категорії призведе до низки непорозумінь у період їх впровадження та після нього. Тому, такі категорії, як «інновація», «новація», «нововведення», «інноваційний процес», «інноваційна діяльність» потребують глибинного та багатогранного теоретичного аналізу та виведення єдиного уніфікованого визначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інновація — це складна, багатогранна та актуальна для дослідження економічна категорія. Уперше цей термін використав відомий австрійський економіст Й. А. Шумпетер, також дане явище досліджував видатний український економіст М. Туган-Барановський і його послідовник М Кондратьєв. Дослідженням даного явища також займалися К. Фрімен, Б. Санто, Ф. Хаберланд, Б. Твісс, М. Портер, Е. Тоффлер, Ф. Ніксон, Дж. Нейсбит, П. Лелон, Е. Менсфілд, К. Найт, Х. Барнет, П. Друкер, С. Валдайцев, Н. Маренков, А. Кругліков, К. Галстян, А. Фатхутдінов, А. Медінський, А. Яковлев, А. Черваньов, Л. Нейкова, Л. Антонюк, В. Савчук, А. Поручник, А. Пригожин та інші.

Метою статті є уточнення, уніфікація, аналіз трактування і взаємозв'язок таких категорій, як «інновація», «інноваційний процес», «нововведення», «новація», «інноваційний процес».

Викладення основного матеріалу. Як уже було зазначено, першим, хто ввів категорію «інновація», був відомий австрійський економіст Й. Шумпетер, який сформулював власну інноваційну теорію, що лягла в основу інноваційних концепцій, розроблених згодом західними економістами. Й. Шумпетер розглядає інновацію як економічний засіб, застосований «підприємцем-героем», для максимізації прибутку [9, с. 84–154]. Згодом дана категорія була розвинута до особливої економічної концепції, яка до сьогодні займає особливе місце у економічній науці. Саме Й.

Шумпетер перший узагальнив і дав першу класифікацію інноваціям. Його теоретичні розробки покладені в основу майже усіх існуючих інноваційних концепцій.

На сьогоднішній день існує безліч визначень даної категорії. Так, наприклад, К. Фрімен називає інновацію виробничою, дизайнерською, технічною, управлінською діяльністю, пов'язану зі створенням товарів і послуг, використанням нового обладнання, чи способу виробництва, застосованого вперше з комерційною ціллю. Б. Санто вважає, що інновація — це такий суспільний техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів призводить до створення кращих, за своїми властивостями, виробів, технологій, або до максимізації прибутку [5].

Ф. Хаберланд, німецький спеціаліст, вважає, що «нововведення охоплює науково-технічні, технологічні, економічні й організаційні зміни, що відбуваються в процесі відтворення. Його основними характеристиками є якісна новизна виробів, засобів виробництва і технологій у порівнянні з попередніми, динаміка циклу нововведення, економічна ефективність, соціальні наслідки». Б. Твісс визначає інновацію як процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту [6, с. 37].

На думку М. Портера, інновації — це можливість здобуття конкурентних переваг. Інновації виявляються в новому дизайні продукту, у новому підході до маркетингу, у новому процесі виробництва.

К. Найт розглядає інновацію як упровадження нового способу організації виробництва. За С. Валдайцевим, інновації — це впровадження нової виробничої лінії, заснованої на новій технології, що спроможна вивести на ринок продукт, який задовольняє незабезпечення потреби існуючою пропозицією [3].

Д. Черваньов і Л. Нейкова визначають інновації як процес доведення наукової ідеї чи технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить дохід [8].

Л. Антонюк, В. Савчук та А. Поручник у своїй монографії трактують інновацію як нове явище, новаторство або будь-яку зміну, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності на внутрішньому і на зовнішньому ринках [2].

Українське законодавство визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішен-

ня виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Розглядаючи категорію інновація, ми натикаємося на такий казус: латинське слово інновації (оновлення, поліпшення) є основою англійського слова інновації, в перекладі на українську мову має три значення: інновація, нововведення, новація. Тому деякі автори, наприклад А. Пригожин і Н. Маренков, вважають, що термін «інновація» є синонімом до «нововведення» і «новації» і може використовуватися поряд з ними. Але між цими поняттями є суттєві смислові відмінності. Автор також вважає, що ці категорії слід розмежовувати, але для початку наведемо визначення деяких науковців категорії «нововведення», а потім спробуємо їх проаналізувати та дати відповідь, чи є вони синонімами, чи ні.

П. Лелон зазначає, що нововведення — це новий вид продукції, методу, технології. Е. Менсфілд, у свою чергу, стверджує, що коли винахід починає застосовуватися, він стає науково-технічним нововведенням [4]. За Б. Твіссом, нововведення — процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту. «Це єдиний у своєму роді процес, — пише Б. Твісс, — що об'єднує науку, техніку, економіку і управління. Він полягає в одержанні новизни і триває від зародження ідеї до її комерційної реалізації, охоплюючи комплекс відносин, виробництво, обмін, споживання» [6]. К. Найт під нововведенням розуміє впровадження будь-чого нового відносно організації, чи її безпосереднього оточення, і розглядає нововведення як особливий випадок процесу змін в організації. Х. Барнет визнає нововведенням будь-яку ідею, діяльність чи речовий результат, які відрізняються за своїми якісними ознаками від існуючих форм. А. Кругліков під нововведенням розуміє вперше створений і використаний конкретний засіб чи спосіб діяльності, який задовольняє суспільні потреби, дає реальний ефект у відповідних сферах людської діяльності і в якому знайшло практичне використання, або втілилось нове знання у вигляді наукового відкриття чи технічного винаходу.

Ряд американських дослідників під нововведенням розуміють процеси виникнення, розвитку, поширення і зміни науково-технічних новацій у різних сферах людської діяльності.

Тобто, науковці мають два різні погляди на розуміння інновацій. Перший полягає в розумінні інновації як динамічного процесу введення нових виробів, елементів, підходів, принципів за-

мість діючих застарілих. Цієї точки зору дотримуються Б. Твісс, Б. Санто, Ф. Ніксон, К. Галстян та інші. Але у випадку, коли інновація є статичним результатом творчого процесу у вигляді нової продукції (техніки), технології, методу і т. ін. Прихильниками цього підходу є вчені А. Фатхутдінов, А. Мединський, А. Яковлев, А. Плеханов та інші.

Автор дотримується іншої точки зору, вважаючи, що підхід до інновації як до процесу замінює визначення інновації поняттям «інноваційний процес». Слід зазначити, що ці явища не тотожні і між ними є відмінності. Інноваційний процес включає в себе наступні етапи: створення, освоєння і поширення нововведень.

Новація — це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у якій-небудь сфері діяльності по підвищенню її ефективності. Новація може оформлятися у вигляді: відкриттів, винаходів, патентів, товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій, ноу-хау, понять, наукових підходів чи принципів і та ін. [7].

Нововведення означає, що новація використовується. З моменту появи на ринку новацій вони одержують нову якість і стають інновацією.

Вивчення різних трактувань поняття «інновація» надає змогу сформулювати деякі висновки. По-перше, специфічним змістом інновації є якісні зміни, які призводять до поліпшення, удосконалення або появи нового продукту або технології. По-друге, інновація завжди успішна. Ефект, який забезпечувати інновація, може бути технічним, економічним, соціальним та екологічним.

Тобто, інновація — це новація, яка принесла позитивні зміни у виробництво у вигляді зменшення витрат і максимізації прибутку. Ефективність новації виражається в додатковій вигоді, яку отримує інноватор. У зв'язку з цим в економічній літературі з'являється термін «інноваційна рента». Якщо рента визначена як дохід від будь-якого фактора виробництва, пропозиція якого є не еластичною, то інноваційна рента припускає наявність доходу від впровадження новацій, недоступних для інших організацій. По-третє, основними властивостями інновації є: науково-технічна новизна, застосування у виробництві та комерційна вигода від використання даного нововведення. Усі три властивості в рівній мірі важливі для визначення та існування категорії «інновація». Комерціалізація, на відміну від інновації, виступає як потенційна властивість, без якої вона стає простим нововведенням.

Відповідно до міжнародних стандартів, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг. Інноваційна діяльність, у свою чергу, це процес, спрямований на реалізацію результатів наукових досліджень і розробок, або інших науково-технічних досягнень у вигляді нової або удосконаленої продукції, та/або удосконаленого технологічного процесу, який підвищує конкурентоспроможність продукції.

Висновки. Інновація — це глибинна та багатогранна економічна категорія, дослідженням якої займалися багато видатних економістів. У науковців склались два погляди на значення даного терміну, деякі з них ототожнюють поняття з категоріями «новація» і «нововведення», інші чітко розмежовують ці категорії. Автор розділяє думку останніх і вважає, що новація є лише теоретичним відкриттям у вигляді винаходу чи ноу-хау, нововведення, у свою чергу, це спроба практичного застосування новації, а інновація — це вже результат впровадження нововведень, які принесли реальну користь у виробничий процес.

Базове визначення інновації, яке б враховувало всі існуючі розбіжності, а також, перераховані вище недоліки та особливості, має відповідати деяким вимогам: по-перше, необхідно розмежувати поняття «інновація» і «нововведення»; по-друге, поняття «інновація» не має включати етапи розробки, створення і впровадження інновації, які відносяться до поняття «інноваційний процес»; по-третє, обов'язковою умовою інновації є ефективність. Отже, інновація — це результативне впровадження нововведень у виробничий процес, яке забезпечує підвищення прибутку та/або зниження витрат.

Література

1. Закон України «Про Інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. — К.: КНЕУ, 2003. — 394 с.

3. *Валдайцев С. В.* Оценка бизнеса и инновации / С. В. Валдайцев. — М.: Информационно-издательский дом «Филин», 1997. — 336 с.
4. *Мэнсфилд Э.* Экономика научно-технического прогресса / Э. Мэнсфилд. — М.: Прогресс, 1979. — 240 с.
5. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венгер. Н. А. Русак. — М.: Прогресс, 1990. — 296 с.
6. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс; пер. с англ. И. И. Елисеевой. — М.: Экономика, 1989. — 217 с.
7. *Фатхутдінов А.А.* Інноваційний менеджмент : Підручник для вузів. — М.: ЗАТ «Бізнес-школа «Інтел-Синтез»», 1998. — 17 с.
8. *Черваньов Д. М.* Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. — К.: Знання, 1999. — 514 с.
9. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер; пер. с англ. Л. И. Кравченко. — М.: Прогрес, 1982. — 455 с.

References

1. The Law of Ukraine «On innovation» [electronic resource]. — Access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. *Antonyuk L.L.* Innovations: Theory, Mechanism, Design and Commercialization: [monograph] / L.L. Antonyuk, A. Poruchnyk, V.S. Savchuk. — K.: KNEU, 2003. — 394 p.
3. *Valdaytsev S.V.* Business evaluation and Innovation / S.V. Valdaytsev. — M.: Information and Publishing Home «Filin», 1997. — 336 p.
4. *Mansfyld E.* Economy Scientific and Technical progress / E. Mansfyld. — Moscow: Progress, 1979. — 240 c.
5. *Santo B.* Innovations as means of economic development / B. Santo; Per. with Wenger. N. Rusak. — Moscow: Progress, 1990. — 296 p.
6. *Tvyss B.* Management of Scientific and Technical innovations / B. Tvyss; transl. from English. I. I. Elyseevoy. — Moscow: Economy, 1989. — 217 p.
7. *Fahtutdinov A.A.* Innovation Management: Textbook for universities. — M.: JSC «Business School» Intel- Synthesis «, 1998 — 17 c.
8. *Chervanov D.M.* Management of innovations and investment development of Ukrainian enterprises / D.M. Chervanov, L.I. Neykov. — K.: Knowledge, 1999. — 514 p.
9. *Schumpeter J.* Theory of the Economic development: Investigations on entrepreneurial profits, capital, credit and cycle of conjuncture / Schumpeter; Transl. from English. L.I. Kravchenko. — M.: Progress, 1982. — 455 p.

Статтю подано до редакції 17.07.14 р.

УДК 332.142.2

Білоконь І.В., к.е.н., доцент
кафедри регіональної економіки,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМНІ ТЕРИТОРІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Bilokon I.V., PhD Economics, Researcher,
Associate professor Department of regional economics
at Kyiv National Economics University by V. Hetman

PROBLEM TERRITORIES: METHODOLOGICAL ASPECTS OF THEIR APPEARANCE AND RESEARCH

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто теоретичні аспекти виникнення проблемних територій, обґрунтовується їхня сутність і об'єктивність і методологія їхнього дослідження. Розкрито вплив проблемних територій на регіонально-просторовий розвиток економіки країни.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: асиметрія, проблемні території, депресивні, економічно-відсталі і кризові регіони, методи оцінки.

ANNOTATION. The article considers theoretical aspects of appearance of problem territories, substantiates their essence and objectivity and methods of conducting research into them, shows the influence which problem territories have on the regional and special development of a country's economy.

KEY WORDS: asymmetry, problem territories, depressive economically underdeveloped and crisis regions, methods of evaluation.

Постановка проблеми. Розвиток господарства завжди відбувається як у часі, так і в просторі. При цьому якщо цей розвиток господарства має лише один напрям, то простір завжди характеризується як багатомірністю, так і неоднорідністю. Параметри просторового розвитку носять динамічний характер, що обумовлено як особливостями гео економічного положення території, особливостями природних умов і ресурсів, так і рівнем її соціально-економічного розвитку та тривалістю її освоєння. Сучасний етап еволюції глобального економічного простору характеризується регіональною соціально-економічною диференціацією. Неоднорідність регіонально-просторового розвитку притаманна ко-

жній країні світу та зумовлена нерівномірністю розміщення по території країн підприємств і видів господарської діяльності і є, в першу чергу, наслідком територіального поділу праці, концентрації і спеціалізації виробництва, урбанізації і розселення тощо. Саме ці об'єктивні фактори просторового розвитку зумовлюють наявність у країні регіонів, які характеризуються неоднаковим рівнем соціально-економічного розвитку, гостротою і складністю проблем.

Наявність регіональних диспропорцій соціально-економічного розвитку вимагає глибоких досліджень закономірностей регіонально-просторового розвитку та розробки методології індивідуального підходу до окремих територій і, в першу чергу, проблемних з метою згладжування асиметрії соціально-економічного розвитку територіально-просторових систем. Посилення економічної і просторової диференціації (асиметрії) в умовах ринкових трансформацій в економіці країни може сприяти соціальній напрузі в суспільстві, загрожувати в певній мірі її територіальній цілісності, стримувати динаміку економічного зростання, ускладнювати інтеграцію країни з міжнародними структурами та знижувати ефективність ринкових перетворень.

Враховуючи, що міжрегіональні асиметрії не є постійними і можуть змінюватися під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, державі необхідно не лише створювати умови для зростання і розвитку всього господарства та необхідних структурних зрушень, але й підтримувати певну однорідність розвитку регіонально-просторових систем. Звідси впливає два взаємопов'язаних завдання у забезпеченні регіонально-просторового розвитку економіки країни: зменшення міжрегіональних диспропорцій у рівнях соціально-економічних показників і забезпечення стійкого розвитку кожного регіону.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Дослідженню проблем диференціації регіонального розвитку формування і реалізації державної регіональної економічної політики, комплексного розвитку господарства, впливу проблемних територій на соціально-економічний розвиток регіонально-просторових систем і країни в цілому, необхідності удосконалення функцій інституту державного управління присвячені наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених: В.О. Антоненко, С.С. Артоболевського, С.О. Білої, О.Г. Гранберга, Б.М. Данилишина, М.І. Долішнього,

В.В. Кістанова, О.А. Климова, Д.В. Клинового, В.С. Куйбіди, В.Н. Лексіна, А.Г. Мельника, О.В. Ольшанської, М.І. Фащевського, Б.С. Хорєв та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексний розвиток господарства країни неможливий без всебічного соціально-економічного розвитку регіонів, як частини її території. Регіонально-просторовий розвиток територій завжди супроводжується наявністю певних проблем. Щодо проблемності розвитку регіонів в умовах стабільного економічного розвитку держави вчені виділяють два основні види регіонів: динамічні (піонерні) і проблемні. *Динамічні (піонерні)* — це регіони з прогресивним станом економіки, високим рівнем життя населення, стабільною політичною і екологічною ситуацією. До піонерних учені відносять також регіони, які швидкими темпами виходять з кризових ситуацій і характеризуються покращенням соціально-економічної ситуації, високими темпами зростання виробництва та доходів населення і бюджету, випереджаючи за цими показниками інші регіони. В умовах економічної кризи до динамічних відносяться регіони, які мають оптимальнішу структуру господарського комплексу та великі можливості забезпечення зайнятості населення. Оптимальність структури господарства регіонів визнається в основному часткою галузей обробної промисловості та сфери послуг, які є рушійною силою науково-технічного і соціального прогресу, основним джерелом попиту на робочу силу.

На відміну від динамічних *проблемними* є регіони, соціально-економічний розвиток яких з певних причин суттєво відстає від середнього у державі рівня.

У кінці ХХ ст. серед проблемних територій більшість вітчизняних і зарубіжних учених почали виділяти три основні їх типи: *депресивні, відсталі і кризові*.

Депресивні регіони характеризуються порівняно високим рівнем економічного потенціалу, значною питомою вагою промисловості і в багатьох випадках, її провідних виробництв у структурі господарства, досить високим рівнем кваліфікації трудового потенціалу. Разом з тим, у результаті низької конкурентоспроможності профілюючих галузей, розриву сировинних зв'язків або переорієнтації стратегічного курсу ці регіони відзначаються глибоким економічним спадом, високим рівнем безробіття (у першу чергу, структурним), низькою інвестиційною активністю, низь-

ким рівнем фінансово-бюджетного забезпечення і реальних доходів населення та ін. [3, с. 181–182].

Деякі вчені-економісти пропонують депресивні території визначати як об'єкти державної підтримки. Депресивними можуть стати території, в яких, на їх думку, за економічних, політичних, соціальних, екологічних та інших підстав перестали діяти умови і стимули розвитку. Ці території не можуть самостійно змінити свою депресивну ситуацію і вимагають спеціальної підтримки зовні, з боку держави [7, с. 94].

До **слаборозвинених** вітчизняні вчені відносять регіони, економічна відсталість яких обумовлена як географічним (рельєф місцевості; кліматичні умови та ін.) так і історичними чинниками (традиційність виробництва, об'єднання територій з різним рівнем економічного розвитку). Ці чинники створюють проблеми, в основному, економічного характеру: призводять до несприятливих передумови для концентрації населення в регіоні, підвищують затратність виробництва, погіршують умови для активізації ділової, інвестиційної, соціальної та інших сфер діяльності. До слаборозвинутих регіонів в Україні вчені відносять Північну Буковину і Закарпаття, які довгий час були відірвані від основної території України; Полісся, що сильно постраждало від аварії Чорнобильській АС, і бідний на природні ресурси і має складні кліматичні умови Північний Крим [5, с. 511].

До **депресивних** більшість вітчизняних учених відносять регіони, економічна відсталість яких зумовлена стагнацією, спричинена структурною кризою, що охопила виробництва, які стали неефективними із-за зміни умов розвитку. Найчастіше це старопромислові регіони з переважно видобувними галузями або традиційними галузями спеціалізації промисловості, які базуються на виробництві засобів виробництва, що відбувається в основному за застарілими технологіями, з високою матеріало- і енергоємністю, низькою рентабельністю і недостатньою екологізацією виробництва. До депресивних регіонів в Україні вітчизняні вчені відносять Поділля, окремі районами Донбасу, Черкаська, Кіровоградська, Сумська області тощо [5, с. 512].

Поглибленіше і розширеніше визначення *слаборозвинених* або *економічно відсталих* регіонів (територій) дають академік О.Г. Гранберг та інші російські вчені. До таких регіонів вони відносять території з надзвичайно малою інтенсивністю і низькими параметрами господарської діяльності, однобокою, недиверсифікованою структурою економіки, різким відставанням від основних регіонів у розвитку виробничої бази, соціальної сфери і ринкової інфраструктури, з високим рівнем безробіття і низьким рівнем життя, найвищою серед інших суб'єктів дотаційністю територіальних бюджетів [3, с. 183].

Російський учений С.С. Артоболевський виділяє три типи проблемних територій: депресивні, відсталі (слаборозвинені) й особливо бідні (найкризовіші) [2, с. 64–72].

Деякі вчені, уникаючи термінів «депресивні» та «відсталі» території, пропонують зосередитися на *«поляризованому розвитку регіонів»*. Цей підхід ґрунтується на фіксації ресурсів в «опорних регіонах» («полюсах», «локомотивах зростання»). Самі території ці автори групують, залежно від функцій, у просторовій організації країни на сировинні зони, зони технологічного трансферту, інноваційного розвитку, світові міста, старопромислові регіони та ін. Сучасність такого підходу не знімає автоматично проблеми, що пов'язані з існуванням депресивних і відсталих територій.

Проблеми «депресивності» і «відсталості» не можуть бути вирішеними заміною термінів. Пошук «локомотивів» зростання економіки країни не виключає необхідності глибокого вивчення проблемних територій і пошуку шляхів їх вирішення у результаті регіонально-просторової організації економіки. Вирішення цих проблем можливе лише при умові проведення виваженої державної регіональної економічної політики.

Відсталі регіони — це ті, економічний потенціал яких у силу об'єктивних причин у кілька разів нижчий, ніж середній у країні, а їх економіка значний період знаходиться в стані тривалого застою і характеризується малодиверсифікаційною структурою промисловості та слаборозвиненою ринковою і виробничою інфраструктурною та соціальною сферою.

З поняттям «депресивний регіон» пов'язані розвинені та стабільні у минулому території, які в результаті кризових явищ характеризуються загальним спадом виробництва. Таким чином, відсталі регіони з'являються, перш за все, у результаті швидшого

розвитку інших регіонів країни, а депресивні — під час загального спаду виробництва.

Разом з тим, як у першому, так і в другому випадку виникають асиметрії. Відмінність лише в тому, що депресія — це наслідок економічної кризи, в результаті якої частина регіонів не змогла адаптуватися до нових умов і стала проблемною. У випадку відсталих або слаборозвинених регіонів виникає асиметрія, що викликана нераціональним розміщенням продуктивних сил і нерівномірністю їх економічного розвитку.

Точність дефініцій депресивності та відсталості необхідна не лише для визначення регіональних проблем, але й для пошуку адекватних шляхів зняття гостроти відповідних асиметрій.

«Розвинені території» або *«локомотиви зростання»* самі по собі є також проявом асиметрії зі своїми проблемами. В групу розвинених (опорних) регіонів учені-регіоналісти включають в основному старопромислові райони, агломерації і центри з високим докризисним рівнем індустріального розвитку, науково-технічного прогресу та інтенсифікації виробництва. Це, в основному, високотехнологічні й сировинні регіони країни. Вони характеризуються ними як «генератори» економічного прогресу, полігони для відпрацювання нових господарських механізмів, «вікна» до світового ринку. Більшість науковців вважає, що за допомогою таких «локомотивів» реформи можна витягти весь ланцюжок ринкових перетворень у всій країні та забезпечити її конкурентоспроможність у системі світового господарства [3, с. 179].

Сам термін «розвинені» часто має відносний характер. Мова тут йде про досягнення певною територією стійких показників економічного зростання, які значно вищі за середні в країні. Разом з тим, залежно від міри відхилення, асиметрія, яка є результатом гіпертрофічного розвитку, приховує в собі не менше проблем, ніж інші види асиметрії.

Для прикладу візьмемо Київ, який, як і області, має статус суб'єкту господарювання та управління. У ньому сконцентровано не лише урядові установи, парламент, але й величезна кількість установ науки, культури, гігантський промислововиробничий потенціал, банківський і страховий бізнес, основні фінансові потоки тощо. Тут розміщуються офіси найкрупніших компаній. У результаті цього реальний вклад Києва у ви-

робництво валового внутрішнього продукту (ВВП) країни виглядає значно перевищеним за рахунок особливостей формування звітних даних.

За офіційною статистикою, валовий регіональний продукт (ВРП) на одного жителя міста Києва більше ніж у три рази вищий, чим у середньому в Україні, у два рази вищий, ніж у Донецькій і Дніпропетровській областях і майже в сім разів, ніж у Тернопільській області. Такий стан значною мірою обумовлюється тим, що більшість товарних потоків офіційно оформлюється через Київ, а реально вони виробляються далеко за його межами. У Києві осідає значна частина корпоративних податків компаній всеукраїнського характеру.

Якщо вилучити із показника ВРП на одного жителя «звітний приріст» валового регіонального продукту, то справжня ефективність Києва у виробничому сенсі може бути близькою до середніх параметрів в Україні, а в деяких сферах — можливо й нижчою.

Слід зважати і на наявність інших, дуже гострих проблем міста, пов'язаних з перенаселенням, що породжує проблеми житла, житлово-комунального господарства, транспорту, сфери обслуговування, охорони здоров'я, освіти, охорони правопорядку та значні екологічні проблеми.

Виходячи з того, що «регіони-локомотиви», тобто найрозвиненіші і найблагополучніші регіони мають власні фінансово-економічні джерела розвитку, особливу увагу слід приділити регіонам-аутсайдерам, у яких власні можливості в сучасних ринкових умовах не дозволяють подолати наявне відставання в економічному розвитку. Саме такі регіони прийнято називати проблемними.

Методи оцінки проблемних ситуацій. Сучасні наукові дослідження проблемних територій характеризуються багатоманітністю кількісними і якісними оцінками рівня і гостроти соціально-економічної ситуації в них. Методи дослідження будь-якої проблеми не можуть обмежуватися набором певних характеристик, тобто кількома ключовими показниками, ухиляючись від складних, багатомірних оцінювальних систем. Тим більше, під час аналізу процесів територіально-просторового розвитку не слід обмежуватися лише кількома ключовими показниками.

Важливим завданням регіональної політики країни є вирівнювання рівнів соціально-економічного розвитку регіонів. Основними індикаторами досягнення вирівнювання економічного розвитку пропонуються виробництво валового регіонального продукту на душу населення, середній грошовий дохід, вартість споживчого кошика та ін.

Для оцінки асиметрій регіонального розвитку найчастіше використовують такий інтегральний (результативний) показник, як виробництво регіонального валового продукту на душу населення. Але при цьому слід враховувати, що цей інтегральний показник не повною мірою відображає розвиток регіону. Перш за все він дуже залежить від наявної системи цін. Як приклад, сучасний стан із світовою ціною на нафту, яка протягом кількох років змінювалася на 40 і більше відсотків. Для нафтовидобувних регіонів така ситуація веде до помітних змін у показниках валового регіонального продукту на душу населення. Особливо рельєфно це проявляється у тих регіонах, де нафтовидобувна галузь є основною галуззю спеціалізації їх господарських комплексів. Крім того, інтегральні показники здатні вирівнювати, усереднювати самі різноманітні диспропорції, які часто призводять до помилкового оцінювання ситуацій в регіонах. Тому для дослідження проблемних територій необхідно разом з інтегральними показниками широко використовувати систему додаткових якісних характеристик. Серед таких характеристик — показники розвитку основних галузей матеріального виробництва (середньодушові показники розвитку промислового й сільськогосподарського виробництва тощо), інфраструктурна забезпеченість території (розвиток транспорту, зв'язку тощо), рівень розвитку невиробничої сфери (якість комунікацій, введення житла, обсяг платних послуг у розрахунку на одного жителя, забезпеченість населення медичними послугами тощо), роздрібний товарообіг, доходи громадян, рівень безробіття в регіоні, екологічний стан (рівень забруднення водних, земельних ресурсів, повітряного басейну) тощо.

Оцінку проблемності регіонів можна дати й за їх конкурентоспроможністю, оскільки серед конкурентоспроможних регіонів, як правило, немає депресивних і відсталих.

Висновки. Найчастіше до проблемних (депресивних і відсталіх) територій (регіонів) науковцями і практиками відносяться регіони, які мають найгірші показники економічного і соціального розвитку.

Виходячи із положення про безперервність розвитку як такого і об'єктивного характеру виникнення різноманітних асиметрій, які лежать в основі виникнення проблемних територій, доцільним було б зробити оцінку проблемних територій на основі індивідуального підходу. Такого роду підхід має забезпечувати принцип співставлення даних, а також обов'язкове вивчення впливу конкретних проблемних територій не лише на інші частини території, але і на функціонування великих регіональних систем. Це має особливе значення при обґрунтуванні шляхів і напрямів підтримки депресивних, відсталіх, кризових та інших проблемних територій.

Методи системного аналізу дають можливість ранжування ступеня проблемності територій у межах глобального економічного простору, визначення послідовності й масштабу заходів, спрямованих на розвиток проблемних територій.

Проблемні території впливають як на демографічні, так і соціально-економічні показники функціонування великих регіонально-просторових систем (економічних районів, групи регіонів, країни, групи країн). Серед демографічних показників аналізується вплив проблемних територій на такі важливі інтегральні показники, як загальний коефіцієнт смертності, коефіцієнт дитячої смертності, коефіцієнт народжуваності, а також зміни сальдо міждержавної і міжрегіональної міграції населення.

З економічної і соціальної точки зору депресивні території впливають на обсяг валового регіонального продукту великих регіонально-просторових систем, на ВРП у розрахунку на одного жителя, середньорічні темпи ВРП, дохід населення у середньому на одного жителя, прожитковий мінімум, співвідношення доходу з величиною прожиткового мінімуму, на більшість важливих показників соціального розвитку крупних регіонально-просторових систем.

Таким чином, реабілітація проблемних територій разом зі стимулюванням розвитку «регіонів-локомотивів» і зменшенням ступеня проблемності депресивних територій позитивно сприятиме регіонально-просторовому розвитку економіки країни.

Література

1. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» / Відомості Верховної Ради. — 2005. — 51. — С. 548.
2. Артоболевский С.С. Государство и кризисные территории в Российской Федерации. — М., 2000.
3. Гранберг А.Г., Кистанов В.В. и др. Государственно-территориальное устройство России. — М.: Дека, 2003.
4. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. — М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
5. Данилишин Б.М., Клиновий Д.В., Пена Т.В. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Навчальний посібник / За наук. ред. Б.М. Данилишина. — Ніжин: Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007.
6. Климов А.А. Пространственное развитие и проблемные территории. Социально-экономические аспекты. — М.: Кам-Книга, 2006.
7. Лексин В.Н., Швецов А.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. — М.: УРСС, 1997.
8. Хорев Б.С. Территориальная организация общества. — М.: Мысль, 1981.

Literatura

1. The law of Ukraine «About stymuliuvannia development of maize» // Domest Verkhovna Sake. — 2005. — 51. — Article. 548.
2. Artobolevsky S. The State and crisis in the territory of the Russian Federation. — M., 2000.
3. Granberg A.G., Kistanov V.V. State-territorial structure of Russia. — M.: Deko, 2003.
4. Granberg A.G. Fundamentals of the regional economy. — M.: higher school of Economics, 2000.
5. Danylyshyn B.M., Clinovia D.V., Pepa T.V. Evolution produktivnyh forces a regional economy. Navalny p. / For the Sciences. edit BM Danylyshyn. — NIN: publishing house «Aspect-Palsgraf», 2007.
6. Klimov A.A. Spatial development and problem areas. Socio-economic aspects. — M.: Kam-Book, 2006.
7. Leksin V.N., Shvetsov A.N. The state and the regions. Theory and practice of state regulation of territorial development. — M.: URSS, 1997.
8. Horev B.S. Territorial organization of society. — M.: Thought, 1981.

Статтю подано до редакції 23.07.14 р.

II. Економіка, управління та маркетинг

УДК 330.34.01

Гребешкова О., канд. екон. наук, доцент
кафедри стратегії підприємств,
Шалдасєва Т., студентка
факультету економіки та управління,
Фоміна А., студентка
факультету економіки та управління,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ НОВИХ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

O. Grebeshkova, Ph.D, Associate Professor
Department strategy of enterprises,
Kyiv National Economic University named Vadym Hetman
T. Shaldayeva, student at the Faculty of Economics and Management,
Kyiv National Economic University named Vadym Hetman
A. Fomina, student at the Faculty of Economics and Management,
Kyiv National Economic University named Vadym Hetman

MODERN TRENDS IN IMPLEMENTATION OF NEW MANAGEMENT TECHNIQUES AT THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ. У статті наведено узагальнення сучасних тенденцій поширення у бізнес-середовищі управлінських інструментів і технологій. Представлено порівняльну аналітичну характеристику практики застосування управлінських інновацій зарубіжними та вітчизняними компаніями. Зроблено висновки про передумови впровадження управлінських інновацій на українських підприємствах.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: підприємство, управління, управлінська технологія, методи управління, управлінські інновації, стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент.

SUMMARY. The article summarizes current trends in the spread of management tools and technologies in business environment. Comparative analytical characterization of the practice of management innovations by foreign and domestic companies is given. Conclusions about the premises of implementation of managerial innovations in Ukrainian enterprises are made.

KEYWORDS: enterprise, management, management technology, management innovation, strategic management, innovative management.

Постановка проблеми. Розвиток сучасної економіки характеризується невизначеністю, нестабільністю, а також загостренням проблеми ефективного використання усіх наявних ресурсів. Характерними рисами ринків товарів, послуг, ресурсів і капіталу є динамізм, прискорена технологізація, висока цінність інформації, загострення конкуренції, ускладнення структури попиту, а також зростаючий вплив інтеграційних і глобалізаційних процесів. За умов таких процесів в економічному середовищі результати діяльності підприємств і компаній суттєво залежать від належних реформ управління. Використання неадекватних сучасності, застарілих технологій, методів та інструментів управління діяльністю підприємства знижує його конкурентну позицію, та, як наслідок, веде до банкрутства та ліквідації. Відтак загострюється проблема пошуку адекватних сьогоденню методів та інструментів управління первинними ланками економіки, здатних забезпечити успішний розвиток підприємств у стратегічній перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Початок активних досліджень проблематики технологій управління організаціями дослідники відносять на кінець 50-х років XX ст. Наприклад, Дж. Вудворд пропонувала розглядати управлінські технології як інформацію та засоби її збереження; Дж. Томпсон — як організаційну діяльність і знання про причинно-наслідкові зв'язки; Ч. Пер-роу — через призму варіабельності ресурсів і процесів пошуку оптимальних рішень; А. Негандхі та Б. Естафен — як різні управлінські практики, принципи та техніки, що використовуються для виконання функцій планування, організації, підбору кадрів, керівництва та контролю [1, с. 28].

Проблематиці управлінських технологій і новацій в управлінні присвятили свої праці багато вітчизняних дослідників: В. Александрова, Г. Андрощук, Л. Антонюк, Ю. Бажал, В. Верба, О. Гуцалюк, І. Павленко, В. Пирогова, Н. Чухрай, М. Яковенко та ін. Зокрема, українські дослідники вивчали: вітчизняний досвід використання інновацій на підприємстві [2]; практику впровадження в українських компаніях найпоширеніших у світі управлінських технологій [3, с. 53–58]; ефективність застосування управлінських технологій на вітчизняних і зарубіжних підприємствах, роль цих технологій в управлінні підприємством [4, с. 86–89; 5, с. 68–73]; вплив управлінських технологій на формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [6, с. 31–38].

Невирішені частини досліджуваної проблеми. Останніми роками зарубіжні та вітчизняні науковці опікуються вирішенням таких дослідницьких завдань, як: поєднання внутрішнього і зовнішнього розвитку компаній, а також вплив психологічних факторів на процеси управління [7]; теоретичні закономірності та практичні основи інноваційного менеджменту [8; 9]; способи організації інноваційної діяльності на підприємстві [10]; окремі моделі/концепції управлінських технологій (збалансована система показників, бюджетування, моделювання бізнес-процесів, ключові компетенції тощо) та їх застосування на підприємстві.

Мета дослідження полягає у виявленні сучасних трендів у світовій практиці застосування нових управлінських технологій та узагальненні досвіду впровадження управлінських інновацій на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження. Необхідно відзначити, що у вітчизняній науковій літературі не існує однозначного підходу до трактування сутності управлінських технологій. Наприклад, у публікаціях радянських науковців кінця 1980-х рр. управлінська технологія трактувалася як «однин із проявів соціальних технологій, що безпосередньо відображає управлінські процеси, її сутність полягає у системному поєднанні наукового знання, управлінських потреб та інтересів суспільства, цілей і функцій державного управління, можливостей і елементів управлінської діяльності. Вона поділяється на послідовно взаємопов'язані процедури й операції, метою яких є досягнення високої результативності та ефективності» [2]. З переходом до ринкових відносин змінюється і використання терміну «управлінська технологія»: він перестає відноситися суто до державного управління і розповсюджується у бізнес-структурі, починає використовуватися фахівцями і науковцями з менеджменту.

У сучасному трактуванні, технологія управління — це безупинний творчий процес підтримки стійкого режиму функціонування системи шляхом прийняття і реалізації господарських рішень. До цього процесу зводиться уся діяльність менеджера організації як суб'єкта управління своєї системи [7, с. 234].

Ефективне управління на сучасних підприємствах неможливе без упровадження нових управлінських технологій, що забезпечують утримання та/або набуття стійких конкурентних переваг за умов стрімких і непередбачуваних змін зовнішнього середовища. Від використовуваних технологій управління залежать:

— швидкість, якість і точність прийняття управлінських рішень;

— якість і результативність проведення досліджень (сучасні управлінські технології передбачають накопичення і зберігання значних масивів інформації, що дозволяють сформулювати достатнє інформаційне забезпечення прикладних наукових досліджень);

— можливість інновацій в управлінському процесі (під час багаторазового випробування і відпрацювання управлінських операцій виникають суперечності, розв'язання яких має як наслідок удосконалення, або ідеї покращення управлінського циклу);

— кваліфікаційний рівень персоналу підприємства (використання сучасних управлінських технологій значно підвищує вимоги до професійного відбору та підготовки управлінців).

Слід зазначити, що інновації в управлінні повинні мати не разовий, а періодичний характер. Тільки тоді їх запровадження призведе до успіху підприємства. Виокремлюють три умови, при яких інновації у сфері управління створюють довгострокові переваги: 1) управлінські інновації базуються на нових принципах; 2) управлінські інновації повинні бути системними; 3) управлінські інновації є частиною безперервного процесу нововведень, котрі з часом потребують удосконалення [10].

Керівники підприємств у першу чергу стикаються із вибором необхідної технології управління діяльністю підприємства, яка б максимально відповідала потребам сучасності, дозволяла досягати поставлених цілей і контролювати усі сфери діяльності підприємства, давала змогу швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Тому варто звернути увагу на те, що розвитку технологій управління у контексті діяльності конкретного підприємства передують процес їх вибору та впровадження. Фактори вибору технології управління діяльністю підприємства поділяються на дві групи. Перша група відображає ті, які пов'язані з певними параметрами самого підприємства, і містить економічні, адміністративні та психологічні фактори. Друга група факторів пов'язана із параметрами власне технології управління, оскільки в сучасних умовах існує безліч варіацій кожної з них, які відрізняються: вартістю, популярністю, тривалістю періоду впровадження і первинної апробації, широтою охоплення різних суб'єктів управління [13].

Виникнення, упровадження і розвиток технологій управління слід розглядати на двох рівнях: загальноекономічному та на рівні окремого підприємства. Незважаючи на те, що у світовій практиці ефективне управління компанією просто неможливе без використання сучасних управлінських технологій, вітчизняні підприємства у своїй більшості не поспішають до впровадження нових технологій управління або не прагнуть вдосконалення використовуваних. Наведемо кілька фактів на користь зазначеному.

За даними консалтингової компанії «Bain&Company» у 2013 році 1208 керівників глобальних підприємств різних сфер діяльності, масштабів і регіональної приналежності виділили 25 найпопулярніших інструментів управління, до числа яких віднесені: збалансована система показників; бенчмаркетинг; аналітика «великих даних»; реорганізація бізнес-процесів; управління змінами; зниження складності; ключові компетенції; управління взаємовідносинами з клієнтами; сегментація клієнтів; концепція радикального вдосконалення процесів; скорочення; управління персоналом; злиття та поглинання; формування місії та візії; відкриті інновації; аутсорсинг; цінова оптимізація; задоволеність і лояльність управління; сценарне планування; бренд-менеджмент; стратегічні альянси; стратегічне планування; управління ланцюжками поставок; концепція загального менеджменту якості та бюджетування [14]. Також, на сьогодні широко застосовуються такі управлінські інновації як: концепція радикального вдосконалення процесів (КАЙРІО); концепція загального менеджменту якості (TQM); стратегічний менеджмент; проектний менеджмент; контролінг; структурно-функціональне моделювання [2].

За даними консалтингової компанії «Bain&Company», кількість використовуваних управлінських технологій із 2004 року по 2012 рік мала тенденцію до зниження, хоча великим компаніям притаманне порівняно більше число застосовуваних управлінських інструментів, ніж це спостерігається у малих і середніх підприємств. Зокрема, у 2012 році великі компанії застосовували в середньому 9 різних управлінських інструментів (проти 16 — у 2004 році); середні компанії — менше 7 (проти 13 у 2004 р.); малі компанії — не більше 6 (проти майже 12 у 2004 році). Також експерти відзначають, що останніми роками спостерігається стійка тенденція пошуку компаніями свідомого вибору технологій управління (на відміну від переважającego донедавна вибору «модної» концепції або моделі) [14].

За даними консалтингової компанії «Bain&Company», компанії Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Північної Америки використовують найбільшу кількість із уже зазначених 25-ти інструментів управління, а саме 8,5 і 8,4 відповідно. Серед компаній країн Латинської Америки і ЕМЕА останніми роками спостерігається значне скорочення кількості застосовуваних управлінських технологій. Латиноамериканські компанії використовують тільки 5 із 25-ти запропонованих управлінських технологій: стратегічне планування; управління взаємовідносинами з клієнтами; управління персоналом; бенчмаркінг; збалансована система показників. Керівники компаній Азіатсько-Тихоокеанського регіону поклалися на концепцію управління взаємовідносинами з клієнтами більш ніж на будь-який інший інструмент управління, демонструючи свою зацікавленість у збільшенні споживчої цінності як способу реалізації можливостей для зростання. При такій незначній кількості управлінських технологій в умовах сьогодення відзначається важливість зосередження менеджменту підприємств на тих з них, котрі забезпечуватимуть найбільшу вигоду для підприємства.

Об'єктивна необхідність управлінських нововведень усвідомлюється переважною більшістю керівників вітчизняних підприємств. За даними консалтингової агенції «Консалтинг Груп Юкрейн», потреба у використанні нових методів управління під час розв'язання управлінських завдань усвідомлюють 71 %, а під час управління конкретними сферами діяльності — 67 % опитаних керівників. Найпозитивніші оцінки впливу управлінських нововведень на фінансове становище підприємства виявляють: 1) керівники промислових підприємств, з яких 68 % очікують позитивного ефекту; 2) менеджмент фірм, що займаються інформаційним обслуговуванням (позитивного ефекту очікують 67 % опитаних керівників); 3) керівники торгових фірм (67 %) [15].

Слід визнати, що загальний рівень застосування українськими підприємствами інноваційних управлінських технологій залишається порівняно низьким. За результатами опитування 300 керівників вітчизняних підприємств і компаній різних сфер діяльності для вітчизняних підприємств першою у рейтингу популярності залишається концепція бюджетування (якій надали найвищий рейтинг 68 % опитаних), тоді як стратегічне планування (67 %) — на другому місці. Це є свідченням надмірного фокусування менеджерів українських компаній на проблемах переважно тактичного характеру.

Привертає увагу занадто низький рівень впровадження в українську управлінську практику таких інноваційних управлінських технологій, як збалансована система показників (BSC) — 8 %, реінжиніринг бізнес-процесів — 28 %, бенчмаркінг — 30 % і сценарне планування — 30 %. Слід відмітити, що для впровадження подібних управлінських технологій на українських підприємствах поки що не створено необхідних передумов. Зокрема, тільки 49 % респондентів визнають, що на їх підприємствах формулюються місія і візія, 38 % респондентів запроваджують принципи ціннісно-орієнтованого управління [3, с. 57].

Ця ситуація пояснюється, з одного боку, складними макроекономічними умовами останніх кризових років, у яких більшість вітчизняних підприємств намагаються вижити та зберегти мінімальні економічні досягнення, набуті у передкризовий період. З іншого боку, слід визнати стратегічну недалекоглядність вітчизняного менеджменту, переважання цілей фінансового характеру, слабку адаптивність до змін, недовіру до нових форм і методів мислення.

Ефективність управлінських технологій перевіряється через прийоми, методи організації робіт, терміни і тривалість виконання процедур, вимоги до кваліфікації персоналу. Проте, фактичним підґрунтям розвитку управлінських концепцій слід визнати аналіз практики застосування підприємствами відповідних інструментів та інноваційних технологій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Огляд результатів проведеного дослідження дозволяє робити висновок про те, що управлінські технології є важливим фактором ефектної діяльності сучасного підприємства та можуть бути його тактичною конкурентною перевагою. Управлінські технології забезпечують досягнення поставлених цілей і контроль усі сфер діяльності підприємства, дозволяють менеджменту швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Світовою управлінською наукою запропоновано чимало комплексних управлінських інновацій, що здатні забезпечити сучасному підприємству успіх у стратегічній перспективі. Проте, за умов світової економічної кризи керівникам підприємств доцільно дотримуватись обміркованого підходу при виборі тієї чи тієї управлінської інновації, виходячи зі стратегічних завдань розвитку та оминаючи «модні» тенденції. На подальше дослідження очікують практичні аспекти

вибору та впровадження управлінських технологій, зокрема у практиці діяльності вітчизняних підприємств і компаній.

Література

1. *Пирогов В. И.* Технологизация — путь совершенствования управления предприятием [Электронный ресурс] / В. И. Пирогов, С. К. Завьялов, Г. Р. Мукушев. — Режим доступа: http://econom.nsc.ru/eo/arhiv/ReadStatiy/2007_05/Pirogov.htm
2. *Волкова О. І.* Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посібник / О. І. Волкова, А. П. Гречан, М. П. Денисенко: 3-є вид. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 667 с.
3. *Верба В. А.* Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 5. — С. 52–59.
4. *Клюквіна М. С.* Управлінські технології формування конкурентоспроможності підприємств / М. С. Клюквіна // Інноваційна економіка. — 2010. — № 5. — С. 31–38.
5. *Ракша Н. В.* Роль інноваційних технологій в управлінні підприємством / Н. В. Ракша // Інноваційна економіка. — 2012. — № 9. — С. 86–89.
6. *Прохорова В. В.* Формування системи управлінських інновацій як передумова інноваційного розвитку підприємств / В. В. Прохорова // Теория и практика управления. — 2012. — №3. — С. 68–73.
7. *Акофф Р.* Планирование будущего корпорации: пер. с англ. / Р. Акофф. — М.: ПРОГРЕСС, 1985. — 385 с.
8. *Оголева Л. Н.* Инновационный менеджмент: учеб. пособие / под ред. д.э.н., проф. Л. Н. Оголевой. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 238 с.
9. *Павленко І. А.* Інноваційне підприємництво в трансформаційній економіці України : монографія / І. А. Павленко. — К. : КНЕУ, 2007. — 248 с.
10. *Воробьев В. П.* Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В. П. Воробьев, В. В. Платонов, Е. М. Рогова: под ред. д-ра экон. наук, проф. С. Ю. Шевченко. — СПб.: ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов», 2005. — 115 с.
11. Толковый словарь по социальным технологиям. 500 терминов. — М.: ИПО «Профиздат», 1994. — С. 220.
12. *Герчикова І. М.* Менеджмент: підручник для вузів / І. М. Герчикова. — М.: ЮНІТІ «Банки і біржі», 1997. — С. 375.
13. *Гуцалюк О. М.* Передумови та фактори впровадження технологій управління діяльністю підприємства / О. М. Гуцалюк // Економічний аналіз : зб. наук. пр. — Тернопіль : ТНЕУ : «Економічна думка», 2011. — Вип. 9, Ч. 1. — С. 105–109.
14. Management Tools and Trends 2013 [Electronic resource]. — Mode of access: www.bain.com
15. *Прокопишин Л. М.* Управлінські інновації та особливості їх використання на машинобудівних підприємствах в сучасних умовах гос-

подарювання / Л. М. Прокопишин // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». Пробл. економіки та упр. — 2008. — № 628. — С. 628–633.

References

1. *Pirogov, V. I., Zav'jalov, S. K., & Mukushev, G. R.* (n.d.). Tehnologizacija — Put' Sovershenstvovaniya Upravleniya Predpriyatiem. Retrieved January 16, 2014, from http://econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatii/2007_05/Pirogov.htm
2. *Volkova, O., Grechan, A. P., & Denysenko, M. P.* (2007). *Ekonomika ta Organizacija Innovacijnoi' Dijal'nosti: Navch. Posibnyk* (3rd ed.). — Kiev: Centr uchbovoi' literatury.
3. *Verba, V., & Grebeshkova, O.* (2010). Analitychna Ocinka Upravlin-s'kyh Tehnologij Rozvytku Ukrai'ns'kyh Pidpryjemstv // Aktual'ni problemy ekonomiky. — 5. — P. 52–59.
4. *Kljukvina, M.* (2010). Upravlins'ki Tehnologii' Formuvannja Konkurent-spromozhnosti Pidpryjemstv // *Innovacijna Ekonomika*, 5, 31–38.
5. *Raksha, N. V.* (2012). Rol' Innovacijnyh Tehnologij v Upravlinnja Pidpryjemstvom // *Innovacijna Ekonomika*, 9, 86–89.
6. *Prohorova, V.* (2012). Formuvannja Systemy Upravlins'kyh Innovacij Jak Peredumova Innovacijnogo Rozvytku Pidpryjemstv // *Teoryja i Praktyka Upravlenija*, 3, 68–73.
7. *Akoff, R.* (1985). *Planirovanie Budushhego Korporacii: Per. s Angl.* — Moscow: PROGRESS.
8. *Ogoleva, L.* (2001). *Innovacionnyj Menedzhment: Ucheb. Posobie.* Moscow: INFRA-M.
9. *Pavlenko, I.* (2007). *Innovacijne Pidpryjemnyctvo v Transformacijnij Ekonomici Ukrai'ny: Monografija.* — Kiev: KNEU.
10. *Vorob'ev, V. P., Platonov, V. V., Rogova, E. M., & Shevchenko, S. J.* (2005). *Innovacionnyj Menedzhment: Ucheb. Posobie.* — Saint Petersburg: GOU VPO «Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet jekonomiki i finansov».
11. *Tolkovyj Slovar' po Social'nym Tehnologijam.* 500 Terminov. (1994). — Moscow: IPO «Profizdat».
12. *Gerchikova, I.* (1997). *Menedzhment: Pidruchnyk Dlja VUZiv.* — Moscow: JuNITI «Banky i birzhi».
13. *Gucaljuk, O.* (2011). Peredumovy ta Faktory Vprovadzhennja Tehnologij Upravlinnja Dijal'nistju Pidpryjemstva // *Ekonomichnyj Analiz : zb. nauk. pr.*, 9(1), 105–109.
14. *Management Tools and Trends 2013.* (n.d.). Global management consulting firm — Bain & Company. Retrieved February 10, 2014, from <http://www.bain.com>
15. *Prokopyshyn, L.* (2008). Upravlins'ki Innovacii' ta Osoblyvosti I'h Vykorystannja na Mashynobudivnyh Pidpryjemstvah v Suchasnyh Umovah Gospodarjuvannja // *Visn. Nac. un-tu «L'viv. politehnika». Probl. Ekonomiky ta upr.*, 628, 628–633.

Статтю подано до редакції 25.07.14 р.

УДК 001.11:3.085:658.8

Шафалюк О.К., д.е.н., проф.
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ,
КОМУНІКАЦІЙНОЇ І КОМЕРЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ
КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ**

О. Shafaliuk,
Professor, ScD in Economics
Vadym Hetman Kyiv National Economics University

**SOCIAL RESPONSIBILITY IN ENSURING
COMPETITIVENESS, COMMUNICATION AND
COMMERCIAL MARKETING-MIX EFFECTIVENESS**

АНОТАЦІЯ: Стаття присвячена актуальним проблемам теоретичних, методичних та практичних аспектів щодо розвитку ефективного і соціально-відповідального маркетингу. Визначено і методично опрацьовано результативні підходи оцінювання ефективності діяльності підприємств на принципах соціальної відповідальності.

KEYWORDS: marketing, social responsibility of business, factors of business responsibility, efficiency, enterprise.

ANNOTATION: The article is devoted to the topical issues of theoretical, methodological and practical aspects of development of the effective and social responsible marketing. Effective methodic approaches of evaluating the efficiency of enterprises on the principles of social responsibility are determined.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: маркетинг, соціальна відповідальність бізнесу, фактори відповідальності бізнесу, ефективність, підприємства.

Постановка проблеми. Соціальній спрямованості розвитку економіки України у період її незалежності було присвячено багато дисертацій, зокрема за авторством Зайцева Ю. К., Гришкіна В.О., Дєєвої Н.М., Двігун А.О., Мех О.А., Прокопенко О.В., Писаренко В.В., Федорченка А.В., Решмідлової С.Л., Лісної І.Ф., Голофаєвої І.П., Сержук А.В. тощо. Актуальність повноцінної реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесом, у розвитку маркетингу підприємств сьогодні є доведеною та декларується широким колом науковців і практиків. Структурування ключових підходів і точок зору також у достатній мірі представлено у спеціальній літературі [1–5]. Проблемою на цьому шляху є

відсутність достатньо переконливих підходів щодо обґрунтування не лише репутаційної, але й економічної ефективності відповідних стратегічних орієнтирів, можливості отримання значущих прибутків у короткостроковій перспективі.

У багатьох дослідженнях економічна результативність свідомо і принципово не передбачається. Відсутність дієвих стимулів з боку суспільства, широкі можливості зменшення прозорості і контрольованості господарської діяльності, відчутності різниці у споживчих властивостях пропонованих ринку товарів і послуг, на фоні вимог споживачів до цін, — причини заморожування ситуації на рівні закликів і гасел [3, 5, 6, 7].

Постановка цілі. Публікацію спрямовано на визначення і методичне опрацювання результативних підходів щодо забезпечення і оцінювання економічної ефективності реалізації принципів соціальної відповідальності у маркетинговій діяльності підприємств, за різних часових горизонтів її планування.

Результати дослідження. Базис і головні положення концепції соціально-відповідального маркетингу поділяються більшістю науковців і практиків, які багато роблять для їх вдосконалення і підвищення результативності діяльності підприємств і організацій широкої спеціалізації. При цьому, у цілому, проте без зайвої категоричності висновків, можливо погодитися з результатами теоретичних досліджень науковців харківської школи маркетингу, які дозволяють констатувати брак напрацювань за напрямком «формування критеріальної бази соціально-орієнтованої системи маркетингу на підприємствах» [5].

Визнаючи авторитет харківської школи маркетингу за напрямком досліджень соціальної відповідальності бізнесу, заслуженого великою мірою завдяки зусиллям професора П.А. Орлова [6, 7], слід звернути увагу й на певні протиріччя і обмеження у результатах, які є характерними і для України в цілому.

У пошуках критерію оцінки ефективності ухвалюваних стратегічних рішень на принципах соціальної відповідальності пропонуються результати, представлені у таблиці 1. З її змісту видно, що пропоновані до використання критерії і показники мають різний рівень конкретності, масштабу, відображення специфіки контексту соціальної відповідальності тощо. Не всі елементи таблиці можуть бути точно визначеними як характеристики переваг, критерії, показники. Окрім іншого, принципово, переваги у сучасному світі не можуть розглядатися як гарантія результатив-

ності, в тому числі економічної. Саме тому М. Портер запропонував перейти від головної домінанти його теорії конкуренції — переваг до компетенцій.

Таблиця 1

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Економічні конкурентні переваги підприємницьких структур		Соціальні конкурентні переваги підприємницьких структур	
базові компоненти	критерії і показники	базові компоненти	критерії і показники
Динамічність попиту	Інтенсивність конкуренції на ринку	Організація роботи із стейкхолдерами	Ефективність реалізації стратегії
Чинники пропозиції, витрати на НІОКР	Зростання ємкості ринку	Створення безпечних умов праці	Оцінка умов праці
Інституційне забезпечення	Ефективність державного регулювання	Екологічність виробництва	Рівень орієнтації на ринок
Висока якість інфраструктури	Система міжгалузевих взаємодій	Імідж і етика корпорації	Імідж марки і її конкурентний потенціал
Низькі податкові і митні ставки	Рівень розвитку галузей і ринків	Добродійність	Залученість у проблеми території, регіону
Тип конкурентних переваг і їх характеристика	Питома вага інноваційної продукції	Інформаційна відкритість компанії	Ступінь інформатизації взаємодії
Конкуренція на основі знань; відкритість фінансової діяльності, високий рівень міжнародних економічних відносин		Система взаємин компанії з суспільством у вигляді стратегічного партнерства бізнесу і держави в області інвестицій в освіту, охорону здоров'я, соціальну сферу	

3 позицій визначення сфери і ознак результативності, цілком слушними, проте у певному сенсі не повним вбачається визначення: «Соціально-відповідальний маркетинг підприємства — це неухильне виконання вимог державних нормативних актів в сфері забезпечення соціальної відповідальності бізнесу на території країни базування і країн, в які експортується продукція підприємства; неприпустимість виробництва і реалізації продукції, не-

безпечної для моралі здоров'я, життя і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища і суспільства в цілому; неприпустимість недобросовісної реклами і методів психологічної дії на споживачів з метою нав'язати їм будь-яку покупку; прояв соціально направлених ініціатив» [6, 7]. Планово-нормативний характер цільових орієнтирів, зведення розуміння ефективності до простого і доволі абстрактного співвідношення прибутку та витрат — сьогодні не можуть у повній мірі задовольнити вимоги управління, забезпечити високий рівень впевненості у економічній результативності соціально-відповідальних практик.

А.В. Колодка наводить цілком справедливі, за даними європейських досліджень, оцінки очікувань ефективності прийняття і дотримання принципів соціальної відповідальності у господарюванні (табл. 2) [8].

Таблиця 2

**МАТРИЦЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ)**

	Фактори сталого розвитку						
	Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
	Корпоративне управління	Активність груп впливу	Покращення екологічних процесів	Екологічний розвиток місцевості	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
Зростання доходів, доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
Скорочення витрат та продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
Управління ризиком	22	23	24	25	26	27	28
Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
Репутація компанії	36	37	38	39	40	41	42

	Немає доказів умов доцільності КСВ
	Деякі свідчення умов доцільності КСВ
	Наявні докази умов доцільності КСВ

За умов беспрецедентної складності сучасних маркетингових систем з домінантою нематеріальних елементів, а також необхідності розвитку і збереження збалансованості/гнучкості/дієвості всіх складових бізнесу за швидкої і постійної зміни ринків, ні раціоналізація, ні зростання не є самодостатніми стратегіями підприємств. Пріоритетними стають комплексні і стабільні у часі та інших базисних вимірах показники ефективності інвестицій в активи успіху, послідовна політика їх системної і прогресивної гармонізації. Саме тому, в останні десятиріччя до сфери економічних досліджень активно залучаються неекономічні характеристики діяльності підприємств (організаційної культури, творчості, гуманізації економічних процесів, соціального капіталу тощо) [9].

Цілком справедливими і конструктивними для визначення продуктивних підходів оцінювання ефективності соціальної відповідальності у маркетингу вбачаються висновки, відповідно до яких, основні методичні варіанти можна розділити на три категорії: традиційні, якісні (їх ще називають евристичними) і імовірнісні. Деякі з них, наприклад Economic Value Added (EVA), більше нагадують будівельні блоки, аніж методики. Автори інших (зокрема, Balanced Scorecard) роблять спроби створити розвинені системи управління ефективністю, що охоплюють практично всі питання, починаючи з постановки завдань і закінчуючи створенням системи преміальних стимулюючих виплат. Втім, яку б методологію не було обрано, кінцева мета оцінки дуже проста — необхідно встановити прямий зв'язок між інвестиціями у маркетинг і результатами роботи компанії [9].

Використання найбільш прогресивних з зазначених вище систем оцінювання ефективності поточної діяльності і розвитку маркетингу і підприємств створює передумови для більш точного і правильного визначення результативності реалізації принципів соціальної відповідальності в сучасній економіці. На наш погляд, принциповим є відокремлення двох напрямків у цій роботі.

По-перше, пов'язаних з інноваційним розвитком на різних часових горизонтах із застосуванням підходів концепції постійного вдосконалення бізнес-процесів, інструментів комплексу маркетингу. Заходи соціально-відповідального маркетингу виконують роль одного з драйверів загальної синергії ефектів господарювання (рис. 1) [9].

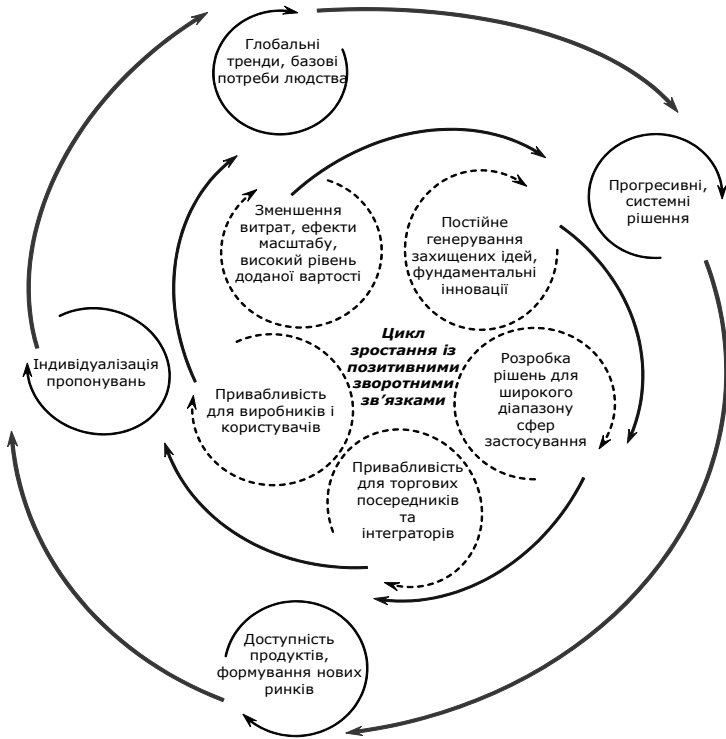


Рис. 1. Ефективний цикл розвитку у машинобудуванні

По-друге, тих, що нейтралізують системні обмеження простого нарощування показників (за незмінного комплексу маркетингу) — інфраструктурні, інтеграції зусиль ринку у формуванні прогресивних трендів і т.п. Соціальна відповідальність стає запорукою успішної реалізації концепції сталого розвитку. Тут формування нових стандартів функціонування бізнес-систем створює передумови отримання стабільно високої доданої вартості підприємствами, залучення зовнішнього фінансування на вигідних умовах, вагомі конкурентні бар'єри. Компанії інвестують у реальні опції, зберігаючи стратегічну гнучкість при реалізації певного набору ймовірних і привабливих сценаріїв.

Висновки. Окрім репутаційних ефектів реалізація принципів соціально-відповідального маркетингу створює передумови для

підвищення економічної результативності через нівелювання системних обмежень розвитку, запровадження на ринках комплексних інновацій.

В оцінюванні економічної ефективності конкретних проектів необхідним є використання прогресивних евристичних і ймовірнісних методик, передбачених ними показників, що дозволяють врахувати невизначеність перспектив і мінливість ринків, характерну для сучасних економічних систем нематеріальність елементів і синергію.

Глибокої розробки потребують алгоритми моделювання розвитку маркетингових систем, орієнтованих на соціальну відповідальність, з відповідним удосконаленням комплексу використовуваних показників оцінювання ефективності, цілісності і гармонійності передбачених стратегій.

Література

1. *Акимов Д.И.* Социально-ответственный маркетинг и корпоративная ответственность бизнеса в Украине: подходы к исследованию проблемы / Д.И. Акимов // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. — 2008. — С. 220–225.
2. *Булах І.В.* Поняття соціально-відповідального маркетингу / І.В. Булах, Г.А. Какуніна, О.О. Черних // Вісник ХНУ. — Серія: Економічні науки. — 2010. — Т. 4, № 5. — С. 67–69.
3. *Окландер М.А.* Соціально-відповідальний маркетинг / М.А. Окландер, Н.В. Дунаєва // Молодий вчений. — 2014. — №5. — С. 166–168.
4. *Шапочка Е.* Стратегии социальной ответственности в маркетинге компаний [Электронный ресурс] / Е. Шапочка // iTeam портал. Технологии корпоративного управления. — Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_2467/.
5. *Шталь Т.В., Тищенко О.О.* Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу: взаємозв'язки й результати / Т.В. Шталь, О.О. Тищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2012, № 4 с. 97–104.
6. *Орлов П.А.* Влияние качества государственного регулирования экономики на конкурентоспособность продукции и становление социально ответственного маркетинга / П.А. Орлов // Бизнес-информ. — 2009. — № 4 (3). — С. 4–10.
7. *Орлов П.А.* Проблемы социальной ответственности маркетинга в промышленно развитых странах с рыночной экономикой и в Украине в условиях затяжного мирового экономического кризиса / П.А. Орлов // Бизнес-информ. — 2013. — № 1. — С. 6–12.

8. Офіційний веб-сайт Української мережі Глобального Договору ООН. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua>

9. *Філонов В.І.* Маркетинг та ефективність підприємства: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / В.І. Філонов. — К.: Київський національний економічний університет, 2013. — 180 с.

Reference

1. *Akimov D.I.* Socialno-otvetstvennyy marketing i korporativnaya otvetstvennost biznesa v Ukraine: podhody k issledovaniyu problemy / D.I. Akimov // Metodologiya, teoriya ta praktika sociologichnogo analizu suchasnogo suspilstva. — 2008. — S. 220–225.

2. *Bulah I.V.* Ponyattya socialno-vidpovidalnoho marketingu / I.V. Bulah, G.A. Kakunina, O.O. Chernih // Visnik HNU. — Seriya: Ekonomichni nauki. — 2010. — T. 4, no 5. — S. 67–69.

3. *Oklander M.A., Dunaeva N.V.* Social responsibility marketing / M.A. Oklander, N.V. Dunaeva // Molody vcheny. — 2014. — №5. — C. 166–168.

4. *Shapochka E.* Strategii socialnoy otvetstvennosti v marketinge kompaniy [Elektronnyy resurs] / E. Shapochka // iTeam portal. Tehnologii korporativnogo upravleniya. — Rezhim dostupa: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_2467/.

5. *Shtal T.V., Tyshchenko O.O.* Social marketing and social responsibility of the business: intercoupling and results / T.V. Shtal, O.O. Tyshchenko // Marketing and Management of Innovations, 2012, № 4 — C. 97–104.

6. *Orlov P.A.* Vliyanie kachestva gosudarstvennogo regulirovaniya ekonomiki na konkurentosposobnost produktsii i stanovlenie socialno otvetstvennogo marketinga / P.A. Orlov // Biznes-inform. — 2009. — no 4 (3). — S. 4–10.

7. *Orlov P. A.* Problemy sotsialnoy otvetstvennosti marketinga v promyshlenno razvitykh stranakh s rynochnoy ekonomikoy i v Ukraine v usloviyakh zatyazhnogo mirovogo ekonomicheskogo krizisa [Electronic resource] / P. A. Orlov // Biznes Inform. — 2013. — No. 1. — P. 6–12.

8. Official site of the UNO GC network in Ukraine: [On-line resource]. Access mode: <http://www.globalcompact.org.ua/ua>

9. *Filonov V.I.* Marketing and efficiency of enterprises: dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk : 08.00.04 / V.I. Filonov. — Kyiv, 2014. — 180 p.

УДК 331.5:658

*Герасименко О. О., канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРАЦЕЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ

Oksana Gerasimenko

PROFESSIONAL STAFF DEVELOPMENT IN THE LABOR MANAGEMENT SYSTEM IN THE ENTERPRISE: INNOVATIVE FORMS

АНОТАЦІЯ. Визначено місце професійного розвитку персоналу в системі управління працею. Наведено закономірності професійного розвитку персоналу в рамках концепції внутрішньокорпоративного навчання. Розкрито сутність і функції корпоративного університету як інноваційної форми організації професійного розвитку. Наведено характеристику системи управління талантами та сертифікації персоналу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Професійний розвиток, внутрішньокорпоративне навчання, корпоративний університет, управління талантами, сертифікація персоналу.

АННОТАЦИЯ. Определено место профессионального развития персонала в системе управления трудом. Приведены закономерности профессионального развития персонала в рамках концепции внутрикорпоративного обучения. Раскрыта сущность и функции корпоративного университета как инновационной формы организации профессионального развития. Приведена характеристика системы управления талантами и сертификации персонала.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Профессиональное развитие, внутрикорпоративное обучение, корпоративный университет, управление талантами, сертификация персонала.

ANNOTATION: The author was determined place of personnel in the labor management system. In the article was presented patterns of professional staff development within the concept of internal corporate training. The nature and function of the corporate university as an innovative form in professional staff development were revealed. Characteristics of the talent management and personnel certification were presented.

KEY WORDS. Professional staff development, intranet training, corporate university, talent management, personnel certification.

Вступ. Глобалізація та інноваційний вектор розвитку економіки, зростання значущості інформаційного ресурсу, загострення конкуренції на національних і міжнародному ринку спонукають суб'єктів господарювання до посилення конкурентоспроможності. Перехід від економіки індустріального типу до економіки знань супроводжується динамічним зростанням значущості людських ресурсів як стратегічної основи конкурентних переваг. При цьому суттєво підвищуються вимоги до рівня професійної підготовки працівників. Головним завданням системи управління професійним розвитком персоналу підприємств стає формування належної його компетентності, що забезпечує досягнення поставлених цілей.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Узагальнення та аналіз теоретико-прикладного доробку з питань управління професійним розвитком працівників підприємств засвідчив, що переважна частина наукових праць вітчизняних учених-економістів присвячена традиційним підходам, механізмам, формам і технологіям управління процесами формування компетентності персоналу. Зокрема, досліджено комплексні питання та систему управління професійним розвитком персоналу [3; 4; 8; 9; 10], окремі складові та інструменти управління процесами професійного розвитку [1; 7; 11], моделі розвитку професійного навчання персоналу на виробництві [2; 4].

Постановка завдання. Проблема використання інноваційних підходів, технологій і форм професійного розвитку працівників вітчизняних підприємств залишається недостатньо розробленою. Все це обумовило вибір теми статті, її головну мету, теоретичну і практичну спрямованість наукових завдань.

Результати. В умовах становлення нової економіки у фокусі вдосконалення системи професійного розвитку як компоненти управління працею на підприємстві в рамках ресурсного підходу (рис. 1) перебуває проблема запровадження інноваційних підходів із використанням відповідних технологій та організаційних форм.

Головною інноваційною формою організації професійного розвитку персоналу в умовах сьогодення стає корпоративний університет як система стратегічних програм з навчання та розвитку, яка впливає на стратегію корпорації, тобто створюється на її основі, сприяє її реалізації та дає поштовх до подальшого розвитку, поширює корпоративні цінності та культуру, фокусується на освітніх потребах компанії. Базовий принцип корпоративного професійного розвитку — орієнтація на практичний розвиток персоналу з урахуванням бізнес-потреби.

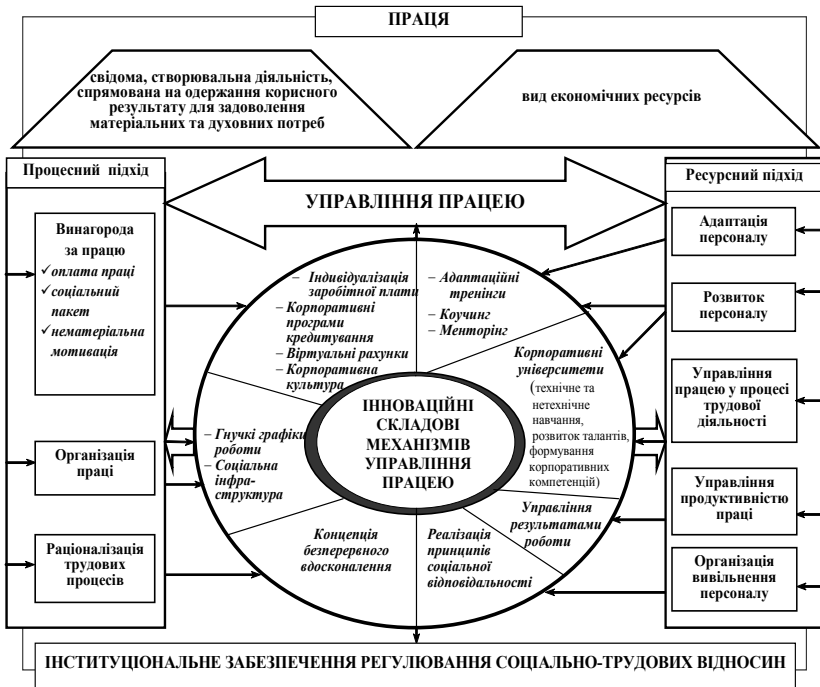


Рис. 1. Інноваційні компоненти управління працею на підприємстві

Професійний розвиток персоналу підприємств у рамках концепції внутрішньокорпоративного навчання здійснюється з дотриманням таких закономірностей:

- комплексність і цілісність організаційно-структурного, нормативно-правового, змістовного, процесуального та методичного компонентів;

- саморегулювання внутрішньокорпоративного навчання з урахуванням економічної доцільності;

- відкритість, динамічність, готовність внутрішньокорпоративного навчання до інновацій як передумова його ефективності;

- наявність різноманітних корпоративних програм навчання, що розробляються згідно зі стратегічними цілями підприємства та забезпечують високий рівень компетентності персоналу;

- моніторинг професійного розвитку персоналу з метою діагностики його динаміки та виявлення необхідних ресурсів.

Особливістю корпоративного університету є націленість на вирішення в першу чергу корпоративних завдань. По суті, корпоративний університет є спеціалізованим професійним сервісом, який надає освітні послуги всім структурним підрозділам.

Об'єм і різноплановість навчальних курсів корпоративного університету, тематична спрямованість, глибина та широта охоплення освітніх програм перш за все залежать від переліку професій і спеціальностей, специфіки комплексу компетенцій, які використовуються у сфері основної та неосновної діяльності підприємства. Зусилля університету можуть бути спрямовані на підготовку резерву управлінських кадрів різних рівнів, на підвищення кваліфікації менеджерів, професіоналів і фахівців, на підготовку та перепідготовку робітничих кадрів.

Окрім того, поширеними функціями корпоративного університету є науково-аналітична та консалтингова діяльність. Зокрема, корпоративний університет може спеціалізуватися на розробленні професійних стандартів, які б забезпечили тісну інтеграцію між освітою та практичною професійною діяльністю, а також стандартів професійної корпоративної компетентності.

У найпоширенішому розумінні корпоративний університет визначається як організаційна ланка підприємства, що забезпечує цілеспрямованість, системність, плановірність і безперервність корпоративного професійного розвитку співробітників. На переважній більшості підприємств корпоративний університет реалізує комплексні освітні програми за модульним принципом. Кожен модуль включає в себе цикл тренінгів-семінарів, спрямованих на формування певного комплексу компетенцій.

У межах корпоративного університету може зосереджуватися частина функцій, що зазвичай покладаються на співробітників HR-департаменту, зокрема розроблення корпоративних компетенцій для персоналу різних професійно-кваліфікаційних груп, реалізація адаптаційних програм, формування корпоративної «бази знань», виявлення потреби у корпоративному навчанні шляхом діагностики компетентності співробітників підприємства, мотивація до корпоративного навчання та оцінювання його ефективності, вибір зовнішнього провайдера надання послуг щодо професійного розвитку в разі набуття компетенцій, технологіями формування яких співробітники підприємства не володіють.

На відміну від традиційних підрозділів з навчання персоналу, функціонування яких здійснюється за принципом ситуаційних

запитів підприємства та спрямоване на формування вузькоспеціалізованих компетенцій певної групи працівників, корпоративний університет планує свою діяльність відповідно до корпоративної стратегії загалом і персонал-стратегії зокрема, адаптуючи програми корпоративного навчання під потреби підрозділів і використовуючи широкий спектр форм і методів корпоративного навчання — навчання на робочому місці, тренінги, коучинг, менторінг, обмін досвідом, дистанційне навчання тощо.

У рамках корпоративних університетів проводиться як технічне навчання, що вкрай важливо для високотехнологічних компаній, зокрема ІТ-сектору, так і нетехнічне навчання.

Особливої значущості набуває система управління талантами як процесу інтегрування таланту в бізнес з метою зниження рівня витрат і ризику, вдосконалення якості найму, а також підвищення рентабельності підприємства. Одним із ключових питань підприємств, які запровадили систему управління талантами у практику, є здатність залучати, мотивувати та утримувати висококомпетентних співробітників, що формує основу прирощення інтелектуального капіталу підприємства [9; 10].

Управління талантами можна визначити як систему процесів і практичних дій, спрямованих на залучення, управління, розвиток, мотивування і утримання найважливіших талановитих співробітників [7].

Концепція управління талантами на підприємстві орієнтована на вирішення таких завдань:

- прогнозування потреби в талантах;
- пошук рентабельних шляхів виховання талантів на підприємстві;
- створення ефективних систем найму й утримання працівників;
- використання належної системи мотивації [9].

Проте, на сьогодні інтереси роботодавців щодо найму та застосування талантів на підприємстві можуть не збігатися з інтересами самих працівників. Особи, які не знайшли застосування своїм компетенціям на одному підприємстві, можуть легко змінити місце роботи. Однак вони втрачають можливість досягти максимального кар'єрного зростання. Головна проблема полягає в тому, що лише виконавчі менеджери вирішують, хто і де працюватиме, не беручи до уваги думку працівників. Попередження та вирішення подібних конфліктів інтересів здійснюється завдяки

вдосконаленню внутрішніх комунікацій, зокрема шляхом оформлення внутрішніх інформаційних стендів і формування внутрішньої інформаційної системи, що дозволяє поширювати інформацію про можливості подальшого службового просування та підвищення професійних компетенцій всередині підприємства. Таким чином, кожний працівник має можливість знайти якнайкраще застосування своєму таланту і досягти професійного успіху.

Одним з дієвих інструментів управління професійним розвитком є сертифікація персоналу, що передбачає підтвердження відповідності працівників вимогам професійних стандартів (кваліфікаційних вимог). Найузагальненішим типом є загальнопрофесійна сертифікація. Досить поширеною та ефективною на сьогодні є сертифікація ІТ-фахівців, принципи та стандарти якої започаткував вихід західних ІТ-компаній на ринки України. Високому рівню затребуваності та котуванню фахівців, які мають сертифікати професіоналів корпорацій Microsoft, Oracle, Cisco, SAP, сприяє бренд вендора — компанії, що надала сертифікат. Професійна сертифікація стала своєрідною відповіддю на постійні виклики ринку праці щодо компетентності робочої сили. Сертифікати, не будучи прив'язаними до певного підприємства чи посади, сприяють підвищенню мобільності робочої сили та відіграють роль об'єктивного, засвідченого третьою стороною підтвердження знань та досвіду кандидата [12]. Суб'єктами сертифікації бухгалтерів зазвичай є міжнародні асоціації. Зокрема сертифікат CIPA (Сертифікований міжнародний професійний бухгалтер) є підтвердженням кваліфікації за програмою, що розроблена Євразійською Радою сертифікованих бухгалтерів і аудиторів (ЕРСБА). Програма CIPA ґрунтується на міжнародних стандартах фінансової звітності, розробляється міжнародною асоціацією та слабко піддається державному регулюванню та контролю. Серед програм сертифікації персоналу, які в Україні регламентуються законодавчо, — сертифікація аудиторів, зокрема питання сертифікації аудиторів банків, екологічних аудиторів [5; 6].

Корпоративна, або внутрішньофірмова сертифікація розробляється організаціями для власних потреб з метою забезпечення та підтвердження компетенцій співробітників.

Висновки. Становлення нової економіки супроводжується численними викликами у сфері управління працею та регулювання соціально-трудових відносин. Актуальним і неповною мірою відпрацьованим механізмом залишається управління про-

фесійним розвитком персоналу в контексті забезпечення конкурентних переваг як самого людського ресурсу, так і підприємства в цілому. Серед інноваційних організаційних форм пріоритет належить корпоративним університетам, у рамках яких паралельно з наданням освітніх послуг структурним підрозділам підприємства здійснюється науково-аналітична та консалтингова діяльність. Важливою складовою функціонування корпоративного університету слід визнати розроблення стандартів професійної корпоративної компетентності та професійних стандартів як інтегратора освіти та практичної професійної діяльності.

Перспективними напрямками дальших наукових досліджень мають стати механізми та інструменти імплементації корпоративних університетів у систему стратегічного управління підприємством, обґрунтування альтернатив функціонування корпоративного університету як окремої юридичної особи чи групи навчальних закладів, що заснована підприємницькою структурою, формування передумов для діяльності корпоративного університету як самостійного провайдера на галузевих ринках послуг корпоративного навчання.

Література

1. Дорошенко Т. М. Стимулювання професійного розвитку працівників в системі стратегічного розвитку підприємства / Т. М. Дорошенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. — 2009. — Вип. 15. — С. 258–263.
2. Дрозач М. Формування інноваційної моделі розвитку професійного навчання персоналу на виробництві / М. Дрозач // Україна: аспекти праці. — 2013. — № 3. — С. 28–31.
3. Ланська С. П. Формування системи безперервного професійного розвитку в промисловості : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.07 / С. П. Ланська; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2010. — 21 с.
4. Петренко О. О. Формування адаптивної системи професійного навчання працівників промисловості : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.07 / О. О. Петренко; Харків. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. — Харків, 2014. — 20 с.
5. Про затвердження Положення про Комітет з питань аудиту банків України: Постанова Правління Національного банку України від 06.04.2015 р. № 214.
6. Про затвердження Положення про сертифікацію екологічних аудиторів: Наказ Міністерства охорони природного середовища України від 29.01.2007 р. № № 27.

7. Робертсон Алан, Эбби Грэм. Управление талантами: Как извлечь выгоду из таланта ваших подчиненных / пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. — 200 с.

8. Савченко В. А. Развитие персонала: Підручник. — К.: КНЕУ, 2008. — 512 с.

9. Суков Г. С., Тутик И. Я. Управление развитием персонала на машиностроительном заводе. Теория и практика: монография / за науч. ред. В. М. Данюка. — К.: КНЭУ, 2008. — 232 с.

10. Тутик И.Я. Реализация современных технологий управления развитием персонала в ЗАО НКМЗ. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Управлінський потенціал у с системі управлінського розвитку» / 22–23 жовтня 2007 року. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. — 168 с.

11. Швець І. Б. Створення системи мотивації професійного розвитку персоналу підприємств / А. О. Полиця, І. Б. Швець // Вісник Одеського національного університету. Економіка. — 2013. — Т. 18, Вип. 3 (3). — С. 39–43.

12. Phillip Barnhart, The Guide to National Professional Certification Programs (1997), HRD Press.

References

1. Doroshenko, T. M. (2009), «Promote professional development of employees in the strategic development of the company», *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, Vol. 15, pp. 258-263.

2. Drozach, M. (2013), «Formation of innovative model of professional training in manufacturing», *Ukraina: aspekty pratsi*, Vol. 3, pp. 28-31.

3. Lans'ka, S. P. (2010), «Formation of continuing professional development in the industry», Ph.D. Thesis, Demography, labor economics, social economics and politics, Donets. nats. un-t., Donets'k, Ukraine.

4. Petrenko, O. O. (2014), «Formation of adaptive system of professional training of industrial workers» Ph.D. Thesis, Demography, labor economics, social economics and politics, Kharkiv. nats. ekon. un-t im. S. Kuznetsia, Kharkiv, Ukraine.

5. National Bank of Ukraine (2015), «Resolution of the National Bank of Ukraine «Approval of Regulations on audit committee of banks Ukraine 214» (Accessed 06 April 2015).

6. Ministry of Environment of Ukraine (2007), «Order of the Ministry of Environment of Ukraine of 29.01.2007, Vol. 27. «Approval of Regulations on certification of auditors», (Accessed 29 January 2007).

7. Robertson, A. Grjem, J. (2004), *Upravlenie talantami: Kak izvlech' vygodu iz talanta vashih podchinennyh* [Talent Management: How to benefit from the talent of your employees], Balans-Klub, Dnepropetrovsk, Ukraine.

8. Savchenko V. A. (2008), *Rozvytok personalu* [Development of personnel], Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Het'mana, Kyiv, Ukraine.

9. Sukov, G. S. and Tupik, I. Ja. (2008), *Upravlenie razvitiem personala na mashinostroitel'nom zavode. Teoriya i praktika* [Management personnel development at an engineering plant. The theory and practice], KNEU, Kyiv, Ukraine.

10. Tupyk, Y.Ya. (2007), «The implementation of modern technologies in the management of personnel development Company NCMHs», *Zbirnyk materialiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Upravlins'kyj potentsial u s systemi upravlins'koho rozvytku], Vyd-vo SNU im. V. Dalia, Luhans'k: Ukraine, pp. 10-168.

11. Shvets', I. B. and Polytsia, A. O. (2013), «Creating a system of motivation professional development companies», *Visnyk Odes'koho national'noho universytetu. Ekonomika*, T. 18, Vol. 3 (3), pp. 39-43.

Статтю подано до редакції 29.08.14 р.

УДК 658.589

Дяченко М.І., ст. викладач
кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»

ЗМІНИ В ОРГАНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

M.I. Diachenko,
Senior Lecturer of
Enterprises Strategy Department
SHEE «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

ORGANIZATION'S CHANGES IN THE CONTEXT OF MANAGERIAL INNOVATIONS IMPLEMENTATION

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто сфери діяльності підприємства, в яких відбуваються зміни, необхідні для забезпечення ефективного впровадження управлінських інновацій, а також стисло описано заходи, спрямовані на підтримку управлінських інновацій.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: управлінські інновації, сфери діяльності, організаційно-структурні зміни, групи персоналу.

ANNOTATION. The spheres of enterprises activity, in which necessary for effective introduction of managerial innovations changes take place, are examined in the article. Also measures, directed on support of administrative innovations, are shortly described.

KEY WORDS: managerial innovations, spheres of activity, organizational and structural changes, groups of personal.

У сучасних умовах господарювання для підприємств надзвичайно актуальними стають питання впровадження у свою діяльність не тільки техніко-технічних, але й управлінських інновацій. Для набуття та підтримки конкурентних переваг усе більш значущим стає вдосконалення методів, форм і способів управління підприємством, впровадження нових управлінських технологій. В умовах інтелектуалізації економіки підприємствам недостатньо мати тільки технологічні переваги для ведення конкурентної боротьби. Актуальність питання впровадження інновацій у діяльність сучасних підприємств підтверджується значною кількістю досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних авторів. Зокрема, роботи П. Друкера, М. Хаммера та Дж. Чампі, К. Маркхема, І. Массакі, В. Гріньова, В. Горника, Д. Кокоріна, Ю. Морозова, І. Павленко, Л. Федулової присвячені інноваціям.

Але незважаючи на значний інтерес з боку вчених до проблем інноваційної діяльності підприємств, ряд питань залишається недостатньо вивченим, особливо, це стосується управлінських інновацій. Так, методично незабезпеченими на сьогодні залишаються питання впровадження у діяльність підприємств управлінських інновацій, визначення наслідків їх реалізації, оцінки їх ефективності.

У межах даного дослідження розглянемо особливості реалізації управлінських інновацій на підприємствах.

Аналіз підходів до визначення управлінських інновацій показав, що традиційно під управлінськими інноваціями розуміють результат розробки та впровадження нових принципів, методів і структур управління, що змінюють внутрішнє середовище підприємства відповідно до змін у його зовнішньому середовищі [7]. Виходячи з такого визначення, впровадження управлінських інновацій передбачає ряд змін у діяльності підприємства. Для забезпечення ефективності управлінських інновацій необхідно забезпечити адекватне управління даними змінами, для чого, перш за все, слід визначити сфери, в яких вони будуть відбуватися.

Усі підприємства є відкритими соціально-економічними системами, що характеризуються використанням основних елементів виробництва, основними функціями управління, здатністю адаптуватися до змін у середовищі, властивістю змінювати структуру та механізм функціонування, здатністю формувати власну поведінку, спрямованістю на цілевстановлення та цілереалізацію [8, с. 38].

Виходячи з даних характеристик і ґрунтуючись на системоутворюючих чинниках підприємства, доцільним є виділення ряду сфер діяльності, в яких відбуваються зміни, пов'язані із впровадженням управлінських інновацій.

Найпростішу схему компонентів організації, які схильні до змін, запропоновано Г. Лівіттом. Він виділив їх чотири: цілі, люди, структура, технологія. При цьому зазначені компоненти пов'язані між собою у цілому та попарно, тобто зміна в кожному з них призводить до змін і трьох інших, і всієї організації, до того ж впливати на кожний компонент можна безпосередньо та опосередковано через інші [5].

Незважаючи на те, що інновації знаходяться у протиріччі зі всім консервативним, спрямованим на збереження існуючого положення, вони мають на меті покращення техніко-економічної діяльності організації, забезпечення реалізації стратегії та досягнення стратегічних орієнтирів організації. Отже, першою сферою (або рівнем) змін, пов'язаних із реалізацією управлінських інновацій доцільно визначити стратегічну (яка відображає зміни у підсистемі цілей підприємства). У цій сфері необхідно узгодження управлінських інновацій, що плануються, із стратегією підприємства, перегляд бізнес-цілей підрозділів, оптимізація бізнес-процесів, спрямованих на досягнення даних цілей, удосконалення методологічної та ІТ-підтримки.

Оскільки рішення про реалізацію управлінських інновацій приймається на вищих рівнях керівництва підприємством, перед менеджерами постає проблема узгодження інноваційних рішень із рішеннями, прийнятими раніше, а також тими, що плануються, для уникнення опортунізму та протиріч, розробки програми, спрямованої на досягнення встановлених цілей.

Здійснення таких змін вимагає чіткої артикуляції стратегії підприємства, формалізації стратегічних цілей та орієнтирів, розуміння стратегічних завдань на всіх ієрархічних рівнях організації.

За зміною стратегії, встановленням нових бізнес-цілей, зміною бізнес-процесів неодмінно слідує зміни в інших областях діяльності підприємства, зокрема відбувається перебудова організаційної структури, перерозподіл обов'язків і повноважень персоналу, тобто наступною сферою (рівнем) змін на підприємстві є організаційно-структурна. Традиційно вважається, що саме організаційна структура є найінерційнішою підсистемою управління підприємством. Для впровадження ефективних змін, організацій-

на структура повинна бути децентралізована, гнучка, з універсальними ланками, принцип формування яких базується на виявленні та розв'язанні проблем [6, с.480]. Зміни на рівні роботи з персоналом проявляються в новому наборі та звільненні (вивільненні) персоналу, в появі нових і ліквідації старих підрозділів, відповідно організаційна структура завдяки своїй гнучкості та динамічності має дозволяти досягати швидкого стратегічного реагування, оптимізації використання ресурсів і створення організаційних умов для швидшого досягнення мети. Ще наприкінці 60-х років XX ст. Уоррен Бенніс запропонував поняття «адаптивна організація» для позначення підприємств з таким управлінням, при якому воно було б в змозі негайно реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі [5].

При визначенні напрямів організаційно-структурних змін доцільним є оцінювання тих елементів організаційної структури, які найбільше сприяють досягненню стратегічних цілей, для опису існуючих і майбутніх матеріальних, інформаційних, грошових потоків і напрямків зв'язків і характеру управлінських дій.

На сьогоdnішній день об'єктивною проблемою вітчизняних підприємств є невідповідність формальної організаційної структури реальному розподілу прав і повноважень, тому особливій уваги потребують питання, пов'язані із визначенням складу нових підрозділів, трудомісткості основних видів робіт і кваліфікаційний склад виконавців, розподіл задач і робіт між конкретними працівниками, встановлення відповідальності за їх виконання, розробка порядку взаємодії підрозділів та інші [4].

Найскладнішою і найцікавішою сферою, яка потребує змін у разі впровадження управлінських інновацій, є створення умов для позитивного ставлення персоналу до реформ, його залучення до реалізації інновацій. Ця сфера змін може бути названа психологічною, оскільки пов'язана із внесенням змін у свідомість персоналу. Досить часто зміни, що ініціюються керівництвом, викликають свідомий або несвідомий опір працівників, оскільки вони не інформовані так, як керівники, їх цілі, як правило, відрізняються. Тому важливим є створення умов для виникнення позитивної реакції підлеглих на повідомлення про реформи та залучення їх до впровадження інноваційного варіанту розвитку компанії. Подолання опору працівників присвячена значна кількість робіт іноземних і вітчизняних науковців, головною ідеєю яких є залучення найбільшої кількості

прихильників. Цікавим у контексті даного питання є напрацювання Міжнародного інституту управління (IMD), який займається розробкою управлінських технологій впровадження інновацій, в основі якого класифікація працівників відповідно їх опору змінам.

Класифікацію персоналу для забезпечення потреб реалізації управлінських інновацій доцільно здійснювати за такими критеріями: відношення працівників до запропонованих ініціатив та їх сприйняття інноваційного процесу (участь у процесі). Сприйняття працівниками змін може бути активним або пасивним, а відноситися до змін вони можуть позитивно або негативно. На основі цих критеріїв серед персоналу організації можна визначити чотири групи працівників (рис. 1).

Відношення до інновацій	Позитивне	I — інноватори	III — спостерігачі
	Негативне	II — антиінноватори	IV — консерватори
		Активна	Пасивна
		Участь у інноваційному процесі	

Рис. 1. Класифікація персоналу підприємства за відношенням до інновацій та участю в них

До групи I (інноватори) відносяться працівники, які розглядають інновації як перспективну можливість подальшого розвитку як особистого, так і організаційного. Внутрішні цінності таких працівників — найчастіше позитивно налаштованих молодих активістів, їх бажання самовдосконалення відповідають інноваційним ідеям.

Групу II (антиінноватори) утворюють працівники, які розглядають зміни негативно, як загрозу своєму комфортному стану і намагаються зберегти свої посадові та владні повноваження. Досить часто це працівники вищого управлінського складу.

До групи спостерігачів (III) відноситься пасивно налаштована категорія управлінського персоналу, яка не сприймає інновації, доки не зрозуміє їх зміст, задачі та не відстежить весь інноваційний процес.

Група IV (консерватори) характеризується пасивним і негативним відношенням до інновацій через прагнення збереження статус-кво та відчуття безпеки. Цю групу зазвичай утворюють керівники нижчої управлінської ланки, які працюють відповідно до своїх посадових інструкцій і почують себе комфортно в корпоративній системі організації.

Виявлення таких груп персоналу дає можливість керівництву підприємства, яке ініціює впровадження управлінських інновацій, сформувати необхідні для реалізації змін умови та сконцентрувати владу в руках інноваторів, підтримку яких можна використовувати для залучення спостерігачів і консерваторів до участі в інноваційному процесі. Керівники, які виступають ініціаторами реалізації управлінських інновацій на підприємстві, мають визначити спосіб застосування своєї влади відносно «запуску» інновацій: революційний або еволюційний. Революційний припускає різкі зміни та реорганізацію, що означає набуття нових повноважень, посад, зміну керівництва на всіх рівнях і т.д. Еволюційний підхід передбачає відкриту підтримку інновацій та інноваторів, прямі контакти зі споживачами, конкурентами та ін., для чого необхідна відповідна інформаційна підтримка, підкріплення системою винагороди та грамотна сегментація.

Підтримка вищого керівництва в компаніях, готових до впровадження інновацій, має критичне значення. Вплив керівництва є визначальним у разі більшої сили противників інновацій і відповідних змін, а втручання керівництва необхідно для мобілізації всіх основних ресурсів на заключному етапі протистояння для залучення всіх інших співробітників.

Отже, для ефективної реалізації управлінських інновацій значну увагу слід приділити роботі з персоналом, визначенню інноваційно активних груп, залученню працівників до розробки та впровадження інноваційних ідей.

Ретельна розробка відповідних заходів у кожній із зазначених сфер при реалізації управлінських інновацій у діяльність підприємства, дозволить керівництву розробити чіткий план дій щодо впровадження змін та уникнути опору персоналу нововведенням.

Подальшого дослідження потребують питання розробки алгоритму впровадження відповідних змін, а також їх фінансового забезпечення та економічного оцінювання їх ефективності.

Література

1. A Time for New Ideas: Innovation in Central Eastern Europe / Economist Intelligence Unit, Oracle. — London: EIU, 2008.
2. Асаул А.Н. Организационно-управленческие инновации как фактор повышения конкурентного потенциала предприятия / А.Н. Асаул // Вісник Хмельницького національного університету 2010. — № 5. — Т. 3. — С. 7–13. Режим доступу: http://www.bishelp.ru/uprbiz/opit/innovacii_v_upravlenii.php
3. Верба В.А. Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В.А. Верба, О.М. Гребешкова // Актуальні проблеми економіки — К.: НАУ, 2010. — № 5. — С. 52–59.
4. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА — М, 2003. — 558 с.
5. Моргунов Е.Б. Организационное поведение / Е.Б.Моргунов. — М.: ЮНИТИ, 2004.
6. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Э. Довгань. — К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2002. — 560 с.
7. Плешу Г. Управлінські інновації як головний чинники реструктуризації підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Г. Плешу, С.С. Шаповал, Г.С. Фоменко // Труды Одесского политехнического университета. — 2009. — № 1 (31). — С. 193–199.
8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник./ З.Є. Шершньова. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.

Reference

1. A Time for New Ideas: Innovation in Central Eastern Europe (2008) Economist Intelligence Unit, Oracle. — London.
2. Asaul, A. (2010). Organizational and managerial innovation as a factor in increasing the competitive capacity of enterprises. Journal of Khmeltsky National University, 5, 7–13. Retrieved February, 27, 2014, from http://www.bishelp.ru/uprbiz/opit/innovacii_v_upravlenii.php [in Ukrainian]
3. Verba, V., & Grebeshkova, O. (2010). Analytical evaluation of management techniques of Ukrainian enterprises // Actual problems of Economics, 5, 52-59. [in Ukrainian]
4. Milner, B. (2003). Theory of Organization. — Moscow: INFRA. [in Russian]
5. Morgunov, E. (2004). Organizational Behavior. — Moscow: YUNITY. [in Russian]
6. Nemzov, V. (2002). Strategic Management. — Kyiv, UVPK «EksOb». [in Russian]

7. Pleshu, G., Shapoval S. & Fomenko G. Management innovation as a factor in restructuring enterprises-subjects of foreign economic activity // Proceedings of the Odessa Polytechnic University, 1(31), 193–199. [in Ukrainian]

8. Shershnyova, Z. (2004). Strategic Management. — Kyiv: KNEU. [in Ukrainian]

Статтю подано до редакції 115.08.14 р.

УДК 65.011.1

Гребешков О. М., к.е.н.,
ст. викладач кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

РІЗНОВИДИ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

O. M. Grebeshkov PhD,
senior lecturer at Enterprise Strategy Department of
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

BACKGROUND AND TYPES OF INFORMATION STRATEGY IMPLEMENTATION FOR NATIONAL ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ. На основі авторського підходу до визначення та типології інформаційної стратегії підприємства у статті висвітлено необхідні передумови доцільності розробки інформаційної стратегії та запропоновано перелік проектів для удосконалення інформаційної роботи на прикладі чотирьох українських компаній різних бізнес-профілів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: підприємство, стратегічний менеджмент, інформаційна стратегія, інформаційних продукт, інформаційне середовище.

SUMMARY. On the basis of the author's approach to the definition and typology of enterprise information strategy the article lightens the feasibility of developing an information strategy and proposed list of projects for the improvement of information work based on the example of four Ukrainian companies in various business formats.

KEYWORDS: enterprise, strategic management, information strategy, information product, information environment.

Актуальність і постановка проблеми. Необхідною умовою функціонування бізнесу та основою для досягнення підприємствами стійких конкурентних переваг у сучасних умовах господарювання є розробка та впровадження інформаційної стратегії як такої, що виконує генеруючу, забезпечуючу та збалансовуючу функції роботи з інформацією на підприємстві за рахунок управління інформаційними процесами та інформаційною інфраструктурою [1–4]. Однак унікальність кожного окремого підприємства є причиною того, що розробка інформаційної стратегії є комплексним процесом, який потребує аналізу та врахування багатьох факторів. Перед менеджментом підприємства постають питання розробки та впровадження такої інформаційної стратегії, яка б підтримувала та сприяла досягненню стратегічних цілей розвитку, тобто не суперечила визначальним стратегічним настановам його діяльності та підсилювала б бізнес-стратегію підприємства.

Не дивлячись на те, що в умовах сучасної економіки розробка інформаційної стратегії є бажаним етапом стратегічного планування для кожного підприємства, умови вітчизняного бізнесу інколи збігаються таким чином, що не всі вітчизняні підприємства є об'єктивного готовими до її впровадження. Саме тому існує необхідність у системному підході до ідентифікації і здійснення на бізнес- і функціональному рівнях управління підприємствами програми дій з набуття здібностей до здійснення організаційних змін, необхідних для досягнення стратегічних цілей розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти інформаційної стратегії підприємства розкривають у роботах зарубіжні та вітчизняні вчені: Р. Галль'єрс [5], Д. Ляйднер [6], Е. Орна [7], В. Васил'єв і О. Ільїна [8], Т.В. Омеляненко [9] та ін. Переважно увага дослідників зосереджується на окремих питаннях управління інформацією у діяльності підприємств, концептуальних засадах теорії інформаційної стратегії підприємства, теоретичних підходах до оцінювання її ефективності. Проте практичні аспекти впровадження інформаційної стратегії на підприємстві, зокрема за умов вітчизняного бізнес-середовища, залишаються мало вивченими.

Метою цього дослідження є висвітлення необхідних передумов та узагальнення організаційних заходів із впровадження інформаційної стратегії на українських підприємствах.

Результати. Розробка та впровадження інформаційної стратегії підприємства базується на використанні внутрішніх інструме-

нтів стратегічного менеджменту та зовнішніх інструментів, які регулюють взаємовідносини підприємства із суб'єктами ринку в процесі господарської діяльності.

Усі процеси інформаційного забезпечення та обміну в межах підприємства можна уявити згрупованими в окрему підсистему, для якої в загальній системі управління підприємством виділяється власна підсистема управління — система стратегічного інформаційного планування. Однак зрозуміло, що інформаційна стратегія не може існувати сама по собі — у неї є мета, яка полягає у підтримці та забезпеченні процесу реалізації бізнес-стратегії підприємства (рис. 1). Маємо зазначити, що у вітчизняній літературі практично відсутні дані про досвід реалізації інформаційної стратегії як формалізованого комплексу заходів, спрямованих на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємств внаслідок свідомої організації роботи з інформацією. Тому пропонуємо результати нашої апробації розробки інформаційної стратегії на чотирьох вітчизняних підприємствах різних бізнес-профільів: ПАТ «Фітофарм» (фармацевтика); ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи» та ТОВ «Центр технічної підтримки «Доктор Веб» (ІТ-технології); ДП «Талан Коммунікейшнс» (консалтинг). Усі ці компанії відрізняються високим вмістом інформаційної складової продукції або послуг і високою інформаційною інтенсивністю бізнес-процесів, що (згідно моделі інтенсивності впливу інформації М. Портера¹) свідчить про високу важливість процесів управління інформацією для успішного розвитку цих компаній.

За результатами проведеного дослідження рівню визначеності інформаційного середовища компаній вибірки, оцінки активності їх поведінки в інформаційному середовищі, для кожної компанії запропоновано один з чотирьох типів інформаційної стратегії (рис. 2).

У ПАТ «Фітофарм» управління інформацією відбувається на основі процедурної («історичної») інформації. Результати проведеного інформаційного аудиту показали, що ПАТ «Фітофарм» отримує конкурентну перевагу за рахунок зниження витрат на отримання та виробництво інформації і оптимізації виробничих процесів. Для ПАТ «Фітофарм» обґрунтовано доцільність упровадження інформаційної стратегії спостереження. Інформаційне середовище, в якому функці-

¹ В межах даної матричної моделі М. Портер пропонує класифікувати галузі економіки у відповідності до інформаційної інтенсивності ланцюжка створення вартості продуктів та послуг. Згідно даної матриці, чим вищою є інформаційна інтенсивність процесів в окремо взятій галузі, тим більшу важливість для успішної діяльності бізнесу мають процеси отримання, обробки та управління інформацією.

онує підприємство, слід вважати визначеним, оскільки не відчуючи нестачі інформації щодо стану і динаміки власного бізнес-середовища та своєї конкурентної позиції, ПАТ «Фітофарм» не чинить активного інформаційного пошуку. ПАТ «Фітофарм» є одним із лідерів фармацевтичної галузі, тому підприємство само певною мірою створює інформаційне середовище в межах свого ринку та чинить на зовнішнє інформаційне середовище значний вплив. За таких умов ПАТ «Фітофарм» доцільно вести інформаційний пошук з використанням стандартних процедур, що не потребує будь-яких змін в існуючих бізнес-процесах, а відповідно і будь-яких додаткових витрат.

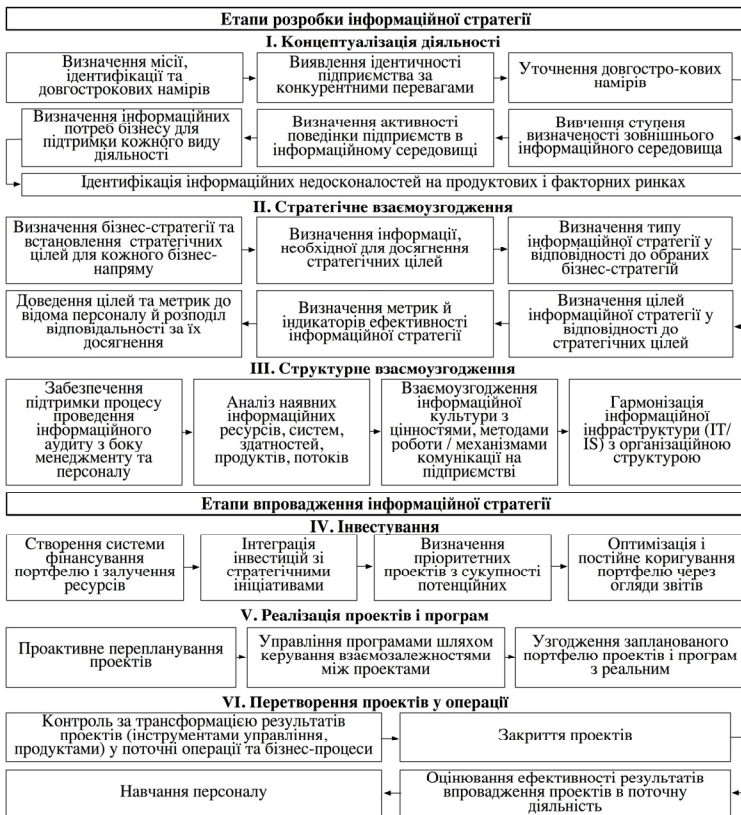


Рис. 1. Основні процедури розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства (розроблено автором)

Для ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи» доцільним виявилось дотримання проактивної інформаційної стратегії. Інформаційне середовище підприємства є невизначеним, не дивлячись на те, що цільові ринки, на яких працює підприємство (комп'ютерне обладнання і консалтинг) не можна віднести до ринків, на яких доступ до інформації є ускладненим. При цьому менеджмент підприємства вважає за необхідне свідомо формувати інформаційний простір на цих ринках, активно впливаючи на нього. Займаючи лідируючі позиції на вітчизняному ринку консалтингових послуг з інформаційних технологій, ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи» має всі можливості для такого впливу.

Зазначимо, що профіль активності підприємства в інформаційному середовищі виявив високу активність створення внутрішнього та зовнішнього інформаційних продуктів, але пасивність у процесі інформаційного пошуку. Таку ситуацію можна пояснити специфікою інформаційної роботи ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи»: незважаючи на постійні інновації, накопичені знання фахівців підприємства спонукають до постійного обміну досвідом, формування баз даних і перетворення цієї інформації у зовнішні інформаційні продукти.

Для двох підприємств (ДП «Талан Коммунікейшнс» і ТОВ «Центр технічної підтримки «Доктор Веб») виявилось доцільним застосування інформаційної стратегії цілеспрямованого пошуку, яка характеризується підвищеною активністю інформаційної пошукової роботи. Оскільки основним завданням консалтингових компаній є ідентифікація проблем бізнесу і пошук шляхів їхнього вирішення за умови максимально високої якості рішень і дотримання фінансових і часових обмежень, проактивна поведінка таких компаній в інформаційному просторі є об'єктивно необхідною. Для успішного здійснення проактивної поведінки доцільно створювати в структурі підприємства спеціальний підрозділ, на який покладається організація і проведення інформаційної роботи з клієнтами (створення зовнішнього інформаційного продукту) та співробітниками (створення внутрішнього інформаційного продукту). Слід відзначити, що у ДП «Талан Коммунікейшнс» подібного підрозділу не існує, а його функції частково виконуються всіма працівниками відповідно до сфери їх інформаційних потреб та інтересів, а також відповідно до участі працівників у поточних проектах.

характеристика поведінки підприємства в інформаційному середовищі

активна

пасивна

Інформаційна стратегія сприйняття	Проактивна інформаційна стратегія
Спосіб використання інформації для збільшення вартості бізнесу: мінімізація ризиків (звіти, моніторинг) Бізнес-стратегія: емерджентна (за Г. Минцбергом), реактора (за Р. Майлзом і Ч. Сноу) Організаційна структура управління: немає систематичної структури й організаційного дизайну Організаційна культура: не визначена Інформаційна культура: не визначена Обмін інформацією: випадковий Інформаційні потреби: загальні потреби. Сприйняття будь-яких змін зовнішнього середовища як даності Характеристика інформаційного пошуку: реактивність; випадковий, неформальний характер; зовнішні, ненадійні джерела інформації Використання інформації: Відхилення більшості інформації через високий ступінь її невизначеності Інтерпретація: очікування важливих змін Створення знань: невеликий обсяг набутих раніше знань Стиль прийняття рішень: політичний («коаліція»)	Спосіб використання інформації для збільшення вартості бізнесу: створення нової реальності (інновації, нові ринки, споживачі, продукти) Бізнес-стратегія: лідирування за продуктами (за М. Трейсі, Ф. Вірсемою); диференціювання (за М. Портером); радикальної інновації (за Дж. Муром) Організаційна структура управління: «м'яка» матрична, органічна (адаптивна) Організаційна культура: компетентності та розвитку Інформаційна культура: взаємодії або відкритості Обмін інформацією: накопичення інформації Інформаційні потреби: інформація для тестів та експериментів. Створення нових рис зовнішнього середовища Характеристика інформаційного пошуку: проактивність; вибіркоковий пошук зворотного зв'язку; зовнішні, ненадійні джерела інформації Використання інформації: Відхилення частини інформації через високий ступінь її невизначеності Інтерпретація: створення нових характеристик зовнішнього середовища Створення знань: приховані (неявні) знання: навчання на практиці Стиль прийняття рішень: процесний («анархія»)

енергетична

визначення інформаційного середовища

Інформаційна стратегія спостереження	Інформаційна стратегія цілеспрямованого пошуку
Спосіб використання інформації для збільшення вартості бізнесу: зниження витрат (зменшення трансакційних витрат, оптимізація бізнес-процесів) Бізнес-стратегія: операційної досконалості (за М. Трейсі, Ф. Вірсеомо) = лідирування за витратами (за М. Портером) Організаційна структура управління: лінійно-функціональна Організаційна культура: контролю Інформаційна культура: функціональна Обмін інформацією: вибірковий Інформаційні потреби: рутинні, формальні дані. Інформаційний пошук у вибраних за певними нормами та стандартами сферах Характеристика інформаційного пошуку: пасивне сприйняття; внутрішні, автоматизовані джерела; збереження записів, інформаційні системи Використання інформації: незначні втрати інформації через невизначеність Інтерпретація: підприємства керуються нормами та очікуваннями (віруваннями) Створення знань: культурні знання; очікування Стиль прийняття рішень: раціональний («програмування»)	Спосіб використання інформації для збільшення вартості бізнесу: створення споживчої цінності (через ринкову або споживчу орієнтацію) Бізнес-стратегія: близькості до споживача (за М. Трейсі, Ф. Вірсеомо); диференціювання (за М. Портером) Організаційна структура управління: «жорстка» матрична Організаційна культура: баланс між культурами співробітництва зі споживачем і розвитку Інформаційна культура: дослідження або відкритості Обмін інформацією: повний Інформаційні потреби: формальна (формалізована) інформація. Визначення об'єктивного стану зовнішнього середовища Характеристика інформаційного пошуку: активний пошук; внутрішні, автоматизовані джерела; дослідження, опитування Використання інформації: незначні втрати інформації через невизначеність Інтерпретація: дослідження об'єктивної реальності Створення знань: явні знання; матеріально зафіксовані дані, формалізовані моделі Стиль прийняття рішень: процесний

Рис. 2. Матриця типів інформаційної стратегії підприємств (розроблено автором)

Необхідність упровадження інформаційної стратегії для підприємствах вибірки полягає в існуванні інформаційного перевантаження в системі підприємства, тобто наявності великих обсягів неконтрольованої управлінської інформації.

Базуючись на результатах виявлення причин впровадження інформаційної стратегії на підприємствах вибірки, можна виділити дві їх групи: 1) «оборонні», що спрямовані на дотримання проголошених правил доступу до формалізованої інформації, жорсткий контроль якості інформації протягом всього циклу її створення, затвердження, публікації та архівування; 2) «наступальні», яким притаманні швидкий доступ і поширення інформації «всередині» підприємства, відкритий обмін інформацією, накопичення знань і спільне створення інформації. Зазначимо, що до групи «оборонних» за всіма ознаками відносяться ПАТ «Фітофарм», тоді як ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи», ДП «Талан Коммунікейшнс» і ТОВ «Центр технічної підтримки «Доктор Веб» слід віднести до групи «наступальних» підприємств. Очевидно, що «оборонні» підприємства спрямовані на вирішення поточних проблем у сфері управління інформацією і свідчать про наявність проблем у внутрішніх процесах забезпечення інформацією, що саме є характерним для ПАТ «Фітофарм».

Дослідивши рівень розвитку інформаційного менеджменту на підприємствах вибірки, встановлено що на ДП «Талан Коммунікейшнс» і ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи» велику роль відіграє якість використовуваної інформації, яка безпосередньо впливає на ефективність діяльності підприємств у цілому. Для цих підприємств доцільно перейти до управління інформацією як активом. Це дозволить їм отримувати максимальну кількість релевантної інформації з існуючих інформаційних джерел та дасть їм можливість ефективніше використовувати інформацію, що дозволить підвищити лояльність споживачів зазначених підприємств.

Менеджмент ПАТ «Фітофарм» має уявлення про наявність дублювання інформаційних потоків і процесів (наприклад, багаторазове отримання інформації під споживачів і постачальників). Більшість інформаційних потоків обробляються децентралізовано та без застосування автоматизованих методів. Розподіл необхідно інформації також відбувається вручну. Це призводить до сприйняття вхідної інформації як «бар'єру», який необхідно по-

долати. Однак, менеджментом формально визнано важливість інформації для успішного функціонування підприємства.

Для ТОВ «Центр технічної підтримки «Доктор Веб» першочергову важливість має якість інформації, яка безпосередньо впливає на ефективність бізнес-процесів. Тому доцільним є призначення відповідальних менеджерів для спостереження за дотриманням і підвищенням якості інформації. Крім того, запровадження у практику інформаційної роботи підприємства моделі метаданих дозволить підвищити ефективність використання інформації для всіх підрозділів підприємства та оптимізувати процеси отримання, зберігання та пошуку інформації.

Для забезпечення реалізації на підприємствах вибірки обраних інформаційних стратегій, запропоновано реалізувати проекти розвитку, зазначені в табл. 1.

Таблиця 1

**ПРОЕКТИ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ОБРАНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ВИБІРКИ**

Підприємство	Проекти розвитку
ПАТ «Інформаційні комп'ютерні системи»	— змінити організаційну структуру підприємства на «м'яку» матричну; — трансформувати інформаційну культуру на культуру «взаємодії»; — створити уніфіковану відкриту базу знань; — модернізувати систему архівації та зберігання даних
ДП «Талан Комунікейшнс»	— змінити організаційну структуру на «жорстку» матричну, яка потребує впровадження інформаційних систем, що дозволить розподілити функціональну інформацію на кожному рівні управління по проектах, програмах і продуктах і забезпечити точні і вчасні звіти для менеджерів; — створити структурно-організаційну одиницю для пошуку та систематичного аналізу даних щодо маркетингових прогнозів і трендів розвитку ринків; — запровадити нові види послуг (маркетингові послуги в соціальних мережах, маркетинг мобільного програмного забезпечення); — виконати проект модернізації існуючої інформаційної системи з метою спрощення інтеграції інформаційної системи підприємства в інформаційні системи споживачів

Закінчення табл. 1

Підприємство	Проекти розвитку
ТОВ «Центр технічної підтримки «Доктор Веб»	— підвищення кваліфікації персоналу інформаційних служб з метою стимулювання їх до правильного оформлення інформації, яка входить до сфер їх відповідальності; — провести інформаційні акції рекламного характеру; — розробити нову версію популярного продукту компанії («Антивірус Dr. Web Pro»)
ПАТ «Фіто-фарм»	— пошук нових видів продукції; — проведення інформаційних акцій рекламного характеру в мережі Інтернет і соціальних мережах; — оптимізувати бізнес-процеси, пов'язані зі збиранням, класифікацією і зберіганням інформації в базах даних з метою забезпечення доступу до цих баз усього зацікавленого персоналу; — розвиток інформаційних і комунікаційних систем підприємства з метою підтримки процесів прийняття управлінських рішень

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інформаційний пошук вітчизняних підприємств характеризується чітким усвідомленням надзвичайної комплексності та непередбачуваності зовнішнього інформаційного середовища, проте вітчизняні реалії та практика бізнесу показують, що сучасне зовнішнє середовище, яке характеризується значним ступенем невизначеності та мінливості не завжди стимулює підприємства інтенсифікувати свій інформаційний пошук. Часто підприємства продовжують функціонувати в умовах інформаційної недостатності та невизначеності («інформаційного голоду»), не змінюючи своєї поведінки. Виправити цю ситуацію здатні цілеспрямовані заходи з налагодження на підприємстві ефективної роботи з інформацією як ресурсом і як продуктом, що укладаються у формат інформаційної стратегії підприємства. З урахуванням специфічних характеристик організації та особливостей її бізнес-профілю інформаційна стратегія може набувати різного змісту та форми, що потребують подальшого вивчення. Але свідоме управління інформаційною складовою діяльності сучасного підприємства — це об'єктивна передумова його успішного розвитку в сучасному світі.

Література

1. Гребешков О.М. Управління інформацією в сучасному бізнесі: стратегічний аспект / О.М. Гребешков // Формування ринкової еконо-

міки: Зб. наук. праць. Економіка підприємства: теорія і практика. — Ч. 1. — К.: КНЕУ, 2008. — С. 154–162.

2. *Гребешков О.М.* Типологія інформаційної стратегії підприємства / О.М. Гребешков // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Економіка підприємства: теорія і практика. — Ч. 2. — К.: КНЕУ, 2010. — С. 238–245.

3. *Гребешков О.М.* Ключові фактори успіху підприємства в контексті інформаційної економіки / О.М. Гребешков // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журнал. — Вип. 1–2. — К.: НАУ, 2009. — С. 427–434.

4. *Гребешков О.М.* Методичні підходи до розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства [Електронний ресурс] / О.М. Гребешков // Ефективна економіка. — 2010. — № 12. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=414>

5. *Galliers R.D., Leidner D.E.* Strategic Information Management: Challenges and Strategies in Managing Information Systems [Paperback] / R.D. Galliers, D.E. Leidner. — Routledge; 4 edition, 2009. — 584 p.

6. *Leidner D.E.* Global Information Systems: The Implications of Culture for IS Managment [Paperback] / D.E. Leidner, T. Kayworth. — Butterworth-Heinemann, 2008. — 496 p.

7. *Orna E.* Information Strategy in Practice: How to Develop an Organizational Information Strategy. / E. Orna. — Gower Pub Co, 2004. — 162 p.

8. *Васильева В. О.* Ильина Выбор эффективной стратегии реализации информационно-технологического проекта [Электронный ресурс] / В. Васильева, О. Ильина // Сайт «Технологии корпоративного управления». — Режим доступа:

http://www.iteam.ru/publications/project/section_41/article_349/

9. *Омельяненко Т. В.* Ракурси інформаційної стратегії підприємства / Т. В. Омельяненко // Вчені записки : зб. наук. праць. — К. : КНЕУ, 2010. — Вип. 12. — С. 124–130.

Reference

1. *Grebeshevskov, O.* (2008). Upravlinnja informacijeu v suchasnomu biznesi: strategichnyj aspekt // Formuvannja rynkovoi' ekonomiky: Zb. nauk. prac'. Ekonomika pidpryjemstva: teorija i praktyka, 154-162.

2. *Grebeshevskov, O.* (2010). Typologija informacijnoi' strategii' pidpryjemstva // Formuvannja rynkovoi' ekonomiky: Zb. nauk. prac'. Ekonomika pidpryjemstva: teorija i praktyka, 238-245.

3. *Grebeshevskov, O.* (2009). Ključovi faktory uspihu pidpryjemstva v konteksti informacijnoi' ekonomiky // Strategija rozvytku Ukraïny (ekonomika, sociologija, pravo): Nauk. zhurnal., 1-2, 427-434.

4. Grebeshkov, O. (n.d.). Metodychni pidhody do rozrobky ta vprovadzennja informacijnoi strategii' pidpryjemstva // Efektyvna ekonomika. Retrieved January 30, 2014, from

<http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=414>

5. Galliers, R., & Leidner, D. E. (2009). Strategic information management challenges and strategies in managing information systems (4th ed.). — Oxford: Butterworth-Heinemann.

6. Leidner, D. (2008). Information Systems: The Implications of Culture for IS Managment. — Butterworth-Heinemann.

7. Orna, E. (2004). Information strategy in practice. Aldershot, Hants, England. — Gower.

8. Vasil'eva, V., & Il'ina, O. (n.d.). Vybory jeffektivnoj strategii realizacii informacionno-tehnologicheskogo proekta. Tehnologii korporativnogo upravlenija. Retrieved January 30, 2014, from

http://www.iteam.ru/publications/project/section_41/article_349/

9. Omel'janenko, T. (2010). Rakursy informacijnoi strategii pidpriemstva // Vcheni zapiski : zb. nauk. prac', 12, 124–130.

Статтю подано до редакції 28.08.14 р.

УДК 658.513

Кизенко О.О., к.е.н., доц.
кафедри стратегії підприємств,
Каморіна В., магістрант кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»

СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО КІТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ПРОЦЕСНИЙ АСПЕКТ

O. Kyzenko, PhD, associate professor,
Self-governing (autonomous) research university
«Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman», Ukraine
V. Kamorina, master student,
Self-governing (autonomous) research university
«Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman», Ukraine

STRATEGIC CONTROL SYSTEM AT THE ENTERPRISE: PROCESS ASPECT

АНОТАЦІЯ. У статті представлено характеристику стратегічного контролю як етапу стратегічного процесу на підприємстві, узагальнено рівні збору та реєстрації інформації в системі стратегічного контролю і запропоновано шляхи вирішення ключових про-

блем, пов'язаних з інформаційним забезпеченням стратегічного контролю на вітчизняних підприємствах.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегічний контроль, стратегічний процес, інформаційна база підприємства, етапи стратегічного контролю.

ANNOTATION. The article presents the characteristics of strategic control as a step strategic process at the enterprise, summarized levels of collecting and recording information in the system of strategic control and propose solutions to the key problems associated with information of strategic control of national enterprises.

KEYWORDS: strategic control, strategic process, enterprise information base, the stages of strategic control.

Постановка проблеми. Результативність господарської діяльності вітчизняних підприємств, що працюють в умовах високої асиметричності зовнішнього інформаційного середовища, великою мірою залежить від швидкості та адекватності реагування на кон'юнктурні зміни в умовах ведення бізнесу. Тому широкого поширення набувають дослідження стратегічного планування і стратегічного контролю у межах забезпечення єдиного стратегічного процесу на підприємстві з метою підтримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Стратегічний контроль на разі розглядається як інструмент виявлення нових можливостей для успішної реалізації стратегії підприємства. Проте, питання сутності системи стратегічного контролю, її інформаційного наповнення та ролі на підприємстві в забезпеченні ефективності стратегічного процесу й досі залишаються дискусійними і потребують подальшого наукового вирішення, що визначає актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, що останніми роками проводяться у сфері стратегічного контролю, можна умовно поєднати у такі групи. По-перше, ряд наукових праць присвячено висвітленню елементів стратегічного контролю у межах вивчення стратегічного рівня системи контролінгу на підприємстві, зокрема: А. Дайле [3], Э. Майера і Р. Манна [6], Д. Хана [11] та інші. Результати аналізу цих досліджень свідчать про те, що більшість науковців виділяють два рівні контролінгу: стратегічний і оперативний, але серед учених немає єдиного розуміння місця контролінгу в системі управління підприємством. По-друге, дослідження з проблематики стратегічного управ-

ління, в яких система стратегічного контролю узагальнено розглядається як елемент системи стратегічного управління на підприємстві. Серед вітчизняних науковців цій проблематиці присвячено дослідження Л.П. Артеменко, Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай [4], А.П. Наливайка [7], В.В. Пастухової [8], І.В. Смолина [9] та інших. Необхідність систематизації підходів різних науковців до визначення сутності стратегічного контролю і значення системи стратегічного контролю у забезпеченні ефективності стратегічного процесу на підприємстві обумовлює мету дослідження.

Метою цієї наукової роботи є представлення досліджень авторів щодо узагальнення сутності стратегічного контролю, його етапів, ефективності в межах стратегічного процесу та розробки рекомендацій з подолання проблем інформаційного забезпечення системи стратегічного контролю на українських підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Стратегічний контроль — це напрямок міждисциплінарних досліджень, у якому інтегруються та розглядаються на якісно новому рівні до цього часу розмежовані питання стратегічного управління, економіки підприємства, економічного аналізу і контролю.

На сьогоднішній день існують різні визначення поняття «стратегічний контроль», тому у цьому дослідженні визначимо стратегічний контроль як управлінську систему на підприємстві, в межах якої функціонує механізм оцінювання ефективності обраних стратегій з метою прийняття рішень про доцільність реалізації поточної стратегії та окреслення нової на наступний часовий горизонт.

Якщо розглядати систему стратегічного контролю у процесному аспекті, вона є одним із етапів стратегічного процесу на підприємстві. У цьому контексті основним завданням стратегічного контролю є оцінка ефективності поточної стратегії: чи обрана стратегія дійсно призводить до досягнення поставлених довгострокових стратегічних цілей діяльності організації?

Процес контролю здійснюється через систему економічних показників діяльності організації, які виступають індикаторами оцінки ефективності стратегії. Система економічних показників аналізу діяльності організації, система збору і аналізу первинних даних управлінського обліку для їх розрахунку і швидкість доступу до інформації ключових керівників організації характеризують у цілому інформаційне забезпечення системи стратегі-

чного контролю. Важливо виділити основні властивості та характеристики інформаційного забезпечення стратегічного контролю.

1) об'єктивність — адекватне відображення досягнутих параметрів щодо встановлених поточних і стратегічних цілей діяльності організації;

2) всеохоплюваність — відображення усіх індикаторів, без винятку, та їх співставлення з визначеними цілями діяльності підприємства;

3) своєчасність — надання інформації у визначений термін, коли вона є актуальною;

4) регулярність — систематичне отримання і аналіз даних, що дає можливість побачити якість реалізації поставлених цілей та обраної стратегії протягом певного періоду;

5) системність — застосування системного (комплексного) підходу в стратегічному контролі і орієнтація на розкриття цілісності інформаційної системи та виявлення всіх типів зв'язків, зведення їх у єдину систему.

Необхідно також зазначити, що при формуванні системи інформаційного забезпечення стратегічного контролю необхідно зводити до мінімуму наступні організаційні проблеми її функціонування:

- орієнтація керівників підприємства виключно на контролюванні показники, що спричиняє підміну цілей організації параметрами контролю;

- перевантаження працівників інформацією, що надходить із системи стратегічного контролю.

- спрямованість і вибірковість стратегічного контролю, що значно обмежує його вплив на загрози та можливості, що не входять до діапазону контролю, тобто відсутня реєстрація слабких сигналів, нечіткої інформації про зміни критичних параметрів умов ведення бізнесу [1, с. 27].

Стратегічний контроль передбачає здійснення спостереження за всіма напрямками операційної діяльності підприємства. Він передбачає виконання таких 4 етапів [10, с. 102; 2]:

1. Визначення стандартів оцінювання. Цей етап передбачає вибір складу стандартів і визначення фактично досягнутих значень. Ці значення обирають відповідно із цілей планування. Цілі повинні бути обмежені певними часовими рамками, що відповідають періоду розробки плану.

2. Створення системи вимірювання, що надасть можливість визначити ступінь досягнення визначених раніше цілей. Параметри, що контролюються, повинні мати кількісний вимір. Характеризувати ступінь досягнення поставлених цілей у такому випадку будуть показники результативності. Ті цілі, які не можна виміряти кількісно, варто подавати непрямим методом, через кількісні показники інших параметрів. Проте з цим методом варто бути дуже обережним і об'єктивно підбирати непрямі показники, які прямо впливають на досліджуваний показник.

3. Порівняння отриманих результатів зі стандартами, які встановили на першому етапі. На цьому етапі процесу контролю відбувається зіставлення фактично досягнутих результатів діяльності підприємства в різних сферах із визначеними контрольними стандартами. При порівнянні результатів необхідно зрозуміти, наскільки фактично досягнуті результати діяльності підприємства відповідають запланованим. Крім того, на цій стадії доцільно також проводити оцінку масштабу відхилення від контрольних стандартів. Такого роду оцінка може й повинна бути основою для розробки програми заходів щодо корегування плану розвитку підприємства. Діяльність, що здійснюється на даній стадії процесу контролю, є найважливішою частиною усієї системи контролю. На другому етапі контролю відбувається вимір результатів діяльності. Зробивши вимір, необхідно відповісти, чи вдалося дотриматися поставлених стандартів і на скільки. Важливу роль має поширення інформації серед відповідних працівників, точно і в доступній формі. Необхідно забезпечити ефективний зв'язок між тими, хто встановлює контрольні стандарти, і тими, хто повинен їх виконувати.

4. Оцінювання зазначених результатів діяльності. Заключним етапом процесу контролю є оцінка інформації про отримані результати. У багатьох випадках мірою такої оцінки може служити масштаб припустимих відхилень, установлений раніше. Разом з тим в окремих випадках управлінські працівники можуть і повинні давати особисті оцінки та інтерпретувати значимість отриманої інформації. При цьому вони повинні взяти до уваги ризик та інші фактори, які обумовлюють вибір того або того управлінського рішення. Мета цієї оцінки полягає в тому, щоб приймати рішення — чи необхідні певні дії, і якщо так, то які? Оцінивши результати, необхідно вибрати певну лінію поведінки управлін-

ського працівника. Виділено 3 лінії: нічого не вживати, усунути відхилення чи переглянути контрольні стандарти. У випадку досягнення поставлених цілей управлінський працівник не повинен нічого вживати. У випадку, коли фактичні результати не співпадають із запланованими, потрібно усунути відхилення. Для цього варто виявити причини відхилень і домогтися повернення підприємства до запланованої стратегії розвитку. Проте деякі відхилення не потрібно усувати, адже вони виникають через нереальні, неправильно сформовані стандарти.

Стратегічне управління без компоненти стратегічного контролю є неповним і не може функціонувати досить ефективно. Постійно діюча система стратегічного контролю забезпечує реалістичність планових припущень підприємства, сприяє досягненню цілей обраної стратегії і генерує дані для оцінки успіху підприємства в стратегічному вимірі.

На жаль, більшість підприємств України відмовляється від проведення стратегічного контролю, що досить часто зумовлене нездатністю керівництва правильно організувати процес його здійснення.

Причини порівняно низького рівня застосування стратегічного контролю на українських підприємствах є такими.

1. Надмірне фокусування керівників українських компаній на проблемах переважно тактичного характеру.

2. Порушення принципу системності при впровадженні стратегічного контролю: зараз інструментарій стратегічного управління використовується фрагментарно, — тому отримання максимального ефекту від запровадження стратегічного контролю на підприємстві є неможливим [5, с. 58].

3. Низький рівень професійної підготовки певної категорії вітчизняних управлінців. Застарілі погляди на управлінські технології та недостатня поінформованість управлінців призводять до небажання застосовувати щось нове або до неякісного застосування нових інструментів.

4. Обмежені фінансові можливості багатьох підприємств і слабе фінансування інноваційних управлінських технологій.

5. Основні засади і підходи стратегічного контролю на українських підприємствах запозичені переважно з розробок зарубіжних учених і практики американських, японських і європейських корпорацій з огляду на те, що досвід України у цій сфері невеликий. А методи стратегічного контролю, які використовуються у

зарубіжній практиці, не адаптовані до вітчизняного ринку, і, як наслідок, результати їхнього використання виявляються не завжди задовільними.

У сучасних умовах невизначеності та нестабільності стратегічний контроль є вкрай необхідною складовою успішного функціонування підприємства. Вирішення проблем, пов'язаних із застосуванням стратегічного контролю на українських підприємствах, можливе при реалізації таких заходів:

1. Адаптація основних інструментів стратегічного контролю до українських умов ведення бізнесу, найпоширеніших методичних підходів реєстрації інформації в системі обліку організації і комп'ютерних програмних продуктів, які впроваджені і успішно використовуються на вітчизняних підприємствах, за рахунок співпраці бізнесу з університетами та консалтинговими компаніями.

2. Отримання необхідних навичок, досвіду, знань за рахунок співпраці з науковими установами, що займаються дослідженням впровадження стратегічного контролю на підприємства, та з зарубіжними компаніями, які мають великий досвід у даному питанні, а також з українськими підприємствами, які успішно впровадили та використовують стратегічний контроль.

Висновки. Підсумовуючи результати досліджень системи стратегічного контролю в процесному аспекті, можна зробити такі висновки. Предметна область стратегічного контролю є однозначно не визначеною, тому вимагає комплексного дослідження з позиції застосування елементів загальної теорії систем з метою її ідентифікації.

На рівні підприємства стратегічний контроль можна розглядати як специфічну соціально-економічну систему у процесному аспекті, що дозволяє конкретизувати значення цієї системи для забезпечення ефективності стратегічного процесу на підприємстві через декомпозицію стратегічних цілей організації на систему індикаторів. Такий підхід дозволяє сформувати дієвий механізм інформаційного забезпечення стратегічного контролю через систему економічних показників.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження даної теми повинні бути спрямовані на адаптацію інструментів стратегічного контролю під українські реалії за рахунок упровадження прикладних досліджень вітчизняних науковців і співпраці з консалтинговими організаціями.

Література

1. *Верба В.А.* Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 5. — С. 52–59.
2. *Гребешкова О.М.* Стратегічний контролінг в системі управління підприємством / О.М. Гребешкова, О.О. Кизенко // Проблеми економіки та управління: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — № 683. — С. 205–210.
3. *Дайле А.* Практика контролінга / А. Дайле. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 336 с.
4. *Довгань Л. Є.* Стратегічне управління Навчальний посібник / Довгань Л. Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
5. *Дьолог Т. І.* Процес стратегічного планування на підприємствах у сучасних умовах господарювання // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. — 2013. — № 2. — С. 99–102.
6. *Манн Р.* Контролінг для начинающих. Система управления прибылью / Р. Манн, Э. Майер. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 304 с.
7. *Наливайко А.П.* Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія / А.П. Наливайко. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.
8. *Пастухова В.В.* Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність / В.В. Пастухова. — К.: КНТЕУ, 2002. — 302 с.
9. *Смолін І.В.* Стратегічне планування розвитку організації / І.В. Смолін. — К.: КНТЕУ, 2004. — 344 с.
10. Стратегічне управління: навч. посібник / [В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз та ін.]. — К.: Центр учбової літератури, 2013.
11. *Хан Д.* Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. А. А. Турчака, Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 800 с.

Reference

1. *Verba V.A.* Analitichna ocinka upravlins'kih tehnologij rozvitku ukraïns'kih pidpriemstv / V. A. Verba, O. M. Grebeshkova // Aktual'ni problemi ekonomiki. — 2010. — № 5. — S. 52–59.
2. *Grebeshkova O.M.* Strategichnij kontroling v sistemi upravlinnja pidpriemstvom / O.M. Grebeshkova, O.O. Kizenko // Problemi ekonomiki ta upravlinnja: Visnik Nacional'nogo universitetu «L'vivs'ka politehnika». — 2010. — № 683. — S. 205–210.
3. *Dajle A.* Praktika kontrollinga. — Moskva: Finansy i statistika, 2001.

4. *Dovgan' L. Є., Karakaj Ju.V., Artemenko L.P.* Strategichne upravlinnja. — Kiyv: Centr uchbovoi literaturi, 2009.
5. *D'olog T. I.* Proces strategichnogo planuvannja na pidpriemstvah u suchasnihi umovah gospodarjuvannja // Formuvannja rinkovih vidnosin v Ukraїni: zb. nauk. prac'. — 2013. — № 2. — S. 99–102.
6. *Mann R., Majer Je.* Kontrolling dlja nachinajushhih. Sistema upravlenija pribyl'ju. — Moskva: Finansy i statistika, 2004.
7. *Nalivajko A.P.* Teorija strategii pidpriemstva. Suchasnij stan ta naprjamki rozvitku. — Kiyv: KNEU, 2001.
8. *Pastuhova V.V.* Strategichne upravlinnja pidpriemstvom: filosofija, politika, efektyvnist'. — Kiyv: KNTEU, 2002.
9. *Smolin I.V.* Strategichne planuvannja rozvitku organizacii. — Kiyv: KNTEU, 2004.
10. Strategichne upravlinnja: navch. Posibnik / [V. L. Dikan', V. O. Zubenko, O. V. Makovoz ta in.]. — Kiyv: Centr uchbovoi literaturi, 2013.
11. *Han D.* Planirovanie i kontrol': koncepcija kontrollinga. — Moskva, Finansy i statistika, 1997.

Статтю подано до редакції 20.09.14 р.

УДК 303.43.2: 338.486

В.В. Ліщинська, старший викладач
кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ГЛОКАЛІЗАЦІЯ ЯК КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ КОМПАНІЇ

V.V. Lishchynska, Senior Lecturer
Department business strategy

GLOCALIZATION AS A COMPETITIVE STRATEGY OF THE COMPANY

АНОТАЦІЯ. У статті розкривається суть глокалізації як конкурентної стратегії сучасної компанії, що функціонує на локальних ринках в умовах глобалізації. На прикладі успішних компаній розкривається симбіотична взаємозалежність між процесами глобалізації та локальною специфікою бізнесу. Узагальнено чинники, що визначають доцільність вибору компанією стратегії глокалізації як способу конкурентної поведінки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: глокалізація, стратегія, конкуренція, глобалізація, компанія, маркетинг.

ABSTRACT. The article reveals the essence of glocalization as a competitive strategy of modern companies operating on local markets in the context of globalization. For example, successful companies disclosed symbiotic interdependence between globalization and local specificity business. Overview factors that determine the feasibility of the selection of glocalization strategies as a means of competitive behavior.

KEYWORDS: glocalization, strategy, competition, globalization, company, marketing.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що все більше компаній конкурують в глобальному масштабі, діяльність на локальних ринках продовжує відігравати важливу роль в отриманні конкурентних переваг. Багато науковців сьогодні вважає, що людство вступило у нову постглобальну [1] фазу розвитку, для якої усе більш актуальним стає лозунг — «мислити глобально, але діяти локально».

В умовах постіндустріальної економіки, її інформаційного етапу прискорюється процес взаємної адаптації та симетричної взаємодії глобальних і локальних процесів. Глобалізаційні ефекти все частіше стикаються з локальними факторами, які примушують процес глобалізації видозмінюватися, модифікуватися. Чим сильніше процес глобалізації, тим більш затребуваною стає локальна специфіка, яка, впливаючи на процес глобалізації, трансформує його, перетворює на складний симбіозний процес глокалізації [2].

Посилення конкуренції в умовах глобальних трансформацій загострює проблеми завоювання й утримання конкурентних переваг, що прямо залежать від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного менеджменту і маркетингу. Координація глобальних і локальних конкурентних активностей для компаній стає особливо важлива ще й тому, що Інтернет в значній мірі стирає відстані і межі між споживачами, ринками, країнами. Тому керівники підприємств змушені шукати відповідь на запитання: «В якій точці шкали, обмеженої полюсами «глобалізація» та «локалізація», хоче і може розташуватися фірма?».

Аналіз останніх досліджень і публікацій та невирішені частини загальної проблеми. Глобально-локальна бінарність сучасного світу є предметом спеціальних соціологічних, політичних та економічних наукових досліджень, зокрема Р. Робертсона, У. Бе-

ка, Р. Рамфора, Е. Гідденса, М. Кастельса, М. Епштейна, Дж. Рітцера, П.В. Козайкіна, В. Штепе, А. Чумакова, О.М. Олійника, І.І. Гладія, В. Бебика, В. Воронкової, І.Т. Шавкун, О.М. Олійника, М.Б. Гладун, О.Г. Домбровського та інших зарубіжних і вітчизняних авторів. Р. Робертсон [3] відмічає, що глобальні сили, які часто асоціюються із прагненням до стандартизації і гомогенізації, стрімко обертаються чимось локальним у будь-якій конкретній області. Замість того, щоб пригнічувати одне одного, глобальне і локальне перемішуються, виробляючи унікальний для кожного місця результат.

Вплив процесів глокалізації на корпоративний менеджмент досліджували К. Омае, Р. Кох, Т. Фрідман, Ф. Котлер, Е.Ф. Авдокушин. Зокрема Дж. Ф. Джонс [4] зазначає, що не існує виключно глобальних чи локальних стратегій: глобальним брендам доводиться пристосовуватися до локальних особливостей кожної країни, вдаватися до локалізації як самого продукту, так і всього комплексу маркетингових комунікацій, тоді як локальним компаніям для виходу за межі своєї країни потрібно пристосовуватися до особливостей глобальних ринків.

Мета дослідження. Процеси глокалізації світової економіки впливають на зміну стратегій бізнесу як глобальних так і локальних компаній. Тому метою нашого дослідження є визначенні сутності глокальної конкурентної стратегії та аналіз впливу процесів глокалізації на стратегічний менеджмент та маркетинг компаній.

Результати. Поняття «глокалізація» сьогодні розглядається як один із важливих соціоекономічних феноменів світової економіки, який характеризує нерозривність і взаємодоповнення зовні суперечливих процесів глобалізації і локалізації [5,6]. Вважається, що цей термін краще, ніж глобалізація, відображає сучасні тенденції, зокрема — гнучкість мультинаціональних компаній в їх вмінні використовувати глобальні тенденції на власну користь, водночас пристосовуючись до локальних умов існування [7].

В широкому сенсі «глокалізація» — це явище світоглядного рівня. Воно відображає шар світової свідомості, для якого характерно одночасне відстоювання своєї самобутності, локальності та прагнення до стирання просторових кордонів, до зміцнення зовнішніх зв'язків. У найширшому тлумаченні глокалізацією позначаються нові неповторні форми переплетення традицій, культур, комунікативних практик, що виникають у результаті залучення в

глобальні потоки та слідування місцевим культурним традиціям, соціальним засадам.

У вузькому сенсі «глокалізація» — це маркетингова стратегія, яка передбачає таку зміну продукту, що він може продаватися глобально, і в той же час задовольняти потреби споживачів на локальних ринках. Адже на думку більшості маркетологів, ані повна уніфікація продуктів і послуг, ані повна їх адаптація до умов локальних ринків сьогодні не важливі, а важлива їх комбінація — гібридна глокальна стратегія на основі ретельної оцінки факторів конкурентоспроможності.

Глокалізація передбачає наявність паралельних тенденцій до уніфікації та диференціації в економіці. Уніфікація виникає тоді, коли представники різних держав, націй чи культур починають повторювати способи споживання товарів і послуг, а також формувати однорідний попит на продукцію. Диференціація пов'язана із відстоюванням культурних особливостей, посиленням національних ідентичностей під тиском мультикультурних змін, в наслідок чого транснаціональні компанії, щоб задовольняти потреби споживачів, повинні у створенні попиту та просуванні товарів і послуг орієнтуватися не на глобальні схеми споживання, а на локальні культурні особливості споживачів [7]. Таким чином, єдиний стандарт є глобальним виміром глокалізації, а особливості його застосування у кожному окремо взятому регіоні — локальним.

Результатом інтеграції глобальних і локальних процесів в світовій економіці є формування глокальних компаній, ринків та продуктів (послуг) [8] (рис. 1).

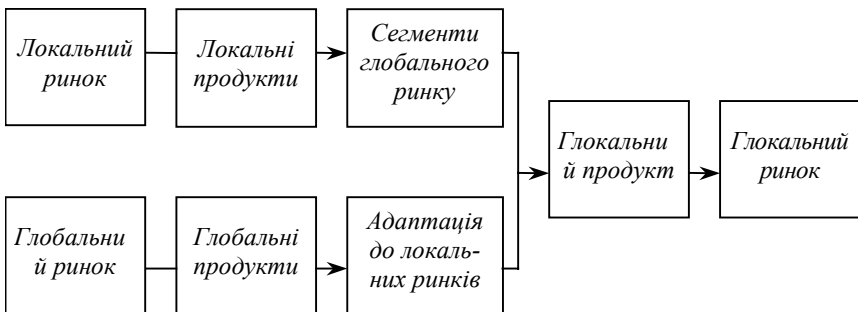


Рис. 1. Інтеграція глобальних і локальних ринків [9]

Формування глокальних компаній обумовлено необхідністю подолання глобалізаційних ефектів, а саме посилення конкурентної боротьби на більшості товарних ринків, обмеження розвитку міжнародної торгівлі, скорочення транспортних та інформаційних витрат, обмеженість певних видів ресурсів тощо [10]. Головною конкурентною перевагою глокальних компаній, які ще називають «хамелеонами» [11] стає здатність швидко адаптуватися до особливостей конкурентного середовища кожного локального (місцевого) ринку.

Глокальний підхід в бізнесі означає, що глобальні та локальні ринкові особливості враховуються в рівній мірі і оптимізують стратегію компанії. Стратегія глокалізації бізнесу — це гібридна стратегія поєднання глобальної і локальної конкурентної активності компанії, яка спрямована на те, щоб компанія була здатна ефективно конкурувати та працювати з клієнтами, в якій би країні не знаходилися її споживачі (табл.1).

Таблиця 1

**ПОРІВНЯННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ, ЛОКАЛЬНОЇ
ТА ГЛОКАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЙ КОНКУРЕНЦІЇ**

Характеристики	Глобальна стратегія	Локальна стратегія	Глокальна стратегія
Девіз	Думай глобально, дій глобально	Думай локально, дій локально	Думай глобально, дій локально
Ключова конкурентна перевага	Стратегія, яка орієнтується на ефект масштабу і мінімізацію затрат	Стратегія, яка орієнтується на високу цінність і якість продукції	Гібридна стратегія, яка передбачає поєднання високої якості (цінності) та низької ціни
Ринкове позиціонування	Глобальний ринок	Локальний ринок	Спеціалізовані ніші глобального ринку
Бренд	Глобальний	Локальний	Глобальний
Продукт	Стандартний	Унікальний	Адаптований
Рекламна концепція	Глобальна (стандартна)	Локальна (унікальна)	Локальна (адаптована)
Маркетингові комунікації	Глобальні (стандартні)	Локальні (унікальні)	Локальні (адаптовані)

Мета глокальної стратегії конкуренції — поєднати конкурентні переваги глобальних мереж і окремих локальних ринків, збалансувати процеси глобалізації і локалізації шляхом створення системи глокального менеджменту і маркетингу.

Актуальність застосування глокальної стратегії підтверджується сьогодні такими основними чинниками [11,12]:

- сильна диференціація і насиченість сучасних ринків, відповідно глобальні компанії змушені шукати нові локальні ніші, а локальні місцеві виробники прагнуть вийти на глобальний ринок;

- наявність глокалізованого попиту, тобто одночасно існує попит як на масові стандартизовані продукти, так і на продукти, адаптовані до потреб локальних споживачів;

- тенденція до персоніфікації товарів і послуг для споживачів (якщо трендом попередніх років в маркетингу були сегментація, таргетування аудиторій, то сьогодні на перше місце ставляться індивідуальні переваги і бажання клієнтів);

- динамічність конкурентних переваг, яка змушує як глобальні так і локальні компанії вдаватися до застосування гібридних стратегій конкуренції;

- стирання географічних меж між локальними ринками, особливо завдяки Інтернету.

Глокальну стратегію конкуренції компанії використовують у випадках:

- коли глобальні фірми прагнуть завоювати локальні ринки і для цього адаптують свої глобальні продукти до місцевих потреб (така адаптація може відбуватися в двох напрямках: по-перше, пристосування глобальних брендів до локальних ринків, смаків споживачів і культур; по-друге, локалізації виробництва продуктів);

- коли локальні виробники зі своїм локальним продуктом хочуть отримати конкурентні переваги в спеціалізованих нішах глобального ринку.

Локалізація продуктів глобальних компаній передбачає, що міжнародні компанії стандартизують головні атрибути (власливості) свого глобального продукту, такі як якість, бренд, упакування або інші споживчі параметри, а індивідуально визначається цінова політика, рекламні стратегії, маркетингові комунікації, канали продажів цих продуктів на конкретних локальних ринках. Локалізація продуктів глобальних компаній реалізується переважно через стратегію глокального маркетингу.

гу (рис. 2), який покликана гармонізувати бізнес-стратегію компаній з потребами та побажаннями локальних споживачів і потенційних конкурентів.

		Маркетингові комунікації	
		Стандартизовані комунікації	Локалізовані комунікації
Продукт	Глобальний продукт	Глобальна стратегія	Глокальна стратегія
	Локальний продукт	Глокальна стратегія	Локальна стратегія

Рис. 2. Матриця вибору глокальної стратегії маркетингу [13]

Локалізація виробництва глобальних компаній передбачає створення продуктів в результаті взаємодії глобальної фірми як замовника і локальної фірми як виконавця. Компанії, які сьогодні володіють глобальними брендами активно використовують міжнародний аутсорсинг і міжнародні альянси з метою підвищення своєї конкурентоспроможності. Багато великих міжнародних компаній самостійно не виробляють свою продукцію, а товари, які просуваються під їх глобальними брендами, фактично розробляються і виробляються місцевими підприємствами. Наприклад, шведська меблева компанія ІКЕА, яка володіє понад 150 магазинами в усьому світі, і 28 виробничими підприємствами у 8 країнах, сама випускає лише близько 10 % свого асортименту, купуючи все інше у локальних постачальників (місцевих меблевих фабрик).

На наукоємних ринках глобальні компанії практикують передачу зарубіжним партнерам не тільки операцій по збиранню продукції, але й по розробці нових товарів. Транснаціональні компанії для оптимізації витрат виробництва і скорочення строків випуску нової продукції передають в міжнародний аутсорсинг навіть перспективні дослідження і інноваційні розробки. В результаті центри інноваційних розробок і досліджень починають відриватися від материнських компаній, а їх функції передаються в аутсорсинг, при чому не тільки до країн, що розвиваються, де складна інженерна праця набагато дешевше, а й до відомих наукових, інженерних шкіл в розвинутих країнах [11].

Локалізація виробництва глобальних компаній також може передбачати, що філії або відділення міжнародних компаній, використовуючи глобальні напрацювання в бізнесі материнської компанії, створюють нові глокальні продукти чи послуги, які спочатку реалізуються на локальних ринках, а потім вже просуваються на глобальний ринок, адаптуючись до нових локальних умов. При цьому співробітники дочірніх фірм розглядаються не просто як виконавців, а як люди, які спроможні своїми інноваційними ідеями і творчими можливостями зробити внесок до конкурентного успіху всієї компанії.

Глобалізація локальних компаній передбачає виведення на глобальний ринок локальними виробниками успішних місцевих продуктів, послуг або брендів. Така стратегія притаманна компанії, які прагнуть вийти за межі свого регіону чи країни, розширити сферу і форми своєї взаємодії з глобальним бізнесом, розробляючи нові продукти або моделі співробітництва з міжнародними компаніями.

Глобалізація локальних виробників призводить до появи глобальних продуктів, хоча зазвичай локальність виробництва цих продуктів приховується, і вони позиціонується на ринку як глобальні. Успішність стратегії глокалізації бізнесу залежатиме від того наскільки унікальним є локальний продукт (послуга), щоб забезпечити належний рівень диференціації в глобальному ринку.

Глобалізація локальних компаній також може включати глокалізацію технологій та інновацій, тобто інтеграцію нових ефективних технологій, які були створені на локальному рівні в глобальні ланцюги створення вартості транснаціональних компаній (міжнародні компанії, які активно займаються розробкою нових технологій сьогодні відкриті різним формам інновацій, тому одночасно з власними дослідженнями шукають нові технології і на інших локальних рівнях). Глокалізація технологій, особливо поширення набуває в сфері інноваційного бізнесу, оскільки прискорює розробку і вихід нових продуктів на ринок, знижує ризики для інвестора, розширює доступ до фінансування, дозволяє малому і середньому бізнесу інтегруватися в глобальні корпоративні ділові системи.

Глокалізація як нова конкурентна стратегія знайшла своє відображення у маркетингових концепціях більшості транснаціональних компаній, які виробляють глобальну продукцію, пристос-

совуючись під смаки і погляди конкретного ринку. Компанія McDonald's за останні роки змінила свою стратегію і локалізувала свої продуктові пропозиції в різних країнах світу, а у Франції її символом взагалі став улюблений французький персонаж «Астерікс». В рамках стратегії глокалізації McDonald's підкреслює свою співпрацю з місцевими виробниками і постачальниками для своїх ресторанів.

Але вибравши стратегію глокалізації, компанії можуть зіткнутися з деякими труднощами балансування глобального і локального рівня. Якщо робити акцент на глобальний розвиток і уніфікацію, тоді можна відсікти значну частину споживачів, які хочуть купувати місцеві товари. Якщо ж створювати локальні продукти, то будуть втрачені такі конкурентні переваги як глобальна технологія і впізнаваний бренд.

Висновки. Сильна диференціація сучасних ринків, динамічність конкурентних переваг змушує як глобальні так і локальні підприємства вдаватися до застосування так званих гібридних стратегій бізнесу, і зокрема стратегії глокалізації, яка спрямована на те, щоб компанія була здатна ефективно конкурувати та працювати з клієнтами, в якій би країні не знаходилися її споживачі.

Стратегія глокалізації передбачає, з одного боку, відкритість міжнародних компаній місцевим, національним техніко-технологічним новаціям, з іншого боку — цей процес дозволяє національному малому і середньому бізнесу вчитися у міжнародних компаній, прискорює передачу знань і навичок, надаючи можливість локальним гравцям вийти на глобальний рівень.

Глокалізація бізнесу для міжнародних компаній — це не просто реалізація принципів глобального маркетингу, націленого на адаптацію свого продукту до різних зарубіжних ринків, а формування такої стратегії, коли компанія будує свою політику у відношенні до власних зарубіжних філіалів таким чином, щоб ці філіали глибоко інтегрувалися в місцеву економіку та локальні ринки.

Синергійний ефект глокальної стратегії конкуренції, який виникає в результаті синтезу глобальних і локальних процесів, призводить до появи інноваційних технологій, виникнення нових ринкових сегментів, прискореного виходу продуктів на ринок. Компанії, що використовуватимуть переваги глокалізації, тобто вміння працювати через кордони, знаходити точки

дотику з різними бізнес-культурами обов'язково, за інших рівних умов, доб'ються високої міжнародної конкурентоспроможності.

Література

1. *Pollifroni M.* Globalization and Glocalization: an Epistemological Analysis from Business // *Economics Economia Aziendale*. — 2006. — № 3. — P. 109–124.
2. *The Oxford Dictionary of New Words*, comp. by Sara Tulloch. — Oxford, New York: Oxford University Press, 1992. — 326 p.
3. *Робертсон Р.* Глокалізація: Часопростір і гомогенність-гетерогенність // *Глобальні модерності*. За ред. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона: пер. з англ. — К.: Ніка-Центр, 2008. — С. 48–72.
4. *Джонс Дж.Ф.* Мифы, небылицы и факты о рекламе. Анализ 28 самых живучих мифов: пер. с англ., — М.: Омега-Л, 2005. — 336 с.
5. *Штена В.* Диалектика глокализации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.inache.net/files/510>.
6. *Шавкун І.Г.* Менеджмент ХХІ століття: колізія між глобалізацією і регіоналізацією [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_35_8.pdf
7. *Домбровський О.Г.* Концепт глокалізації в сучасному економічному просторі: інноваційний вимір/ О.Г. Домбровський // *Економіка Крима*. — 2012. — № 4. — С. 60–64.
8. *Hollis N.* Glocal evaluation: Measuring effectiveness [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.r-trends.ru/netcat_files/File/Glocal_Evaluation_Measuring_Effectiveness.pdf
9. *Foglio A., Stanevicius V.* Scenario of glocal marketing as an answer to the market globalization and localization // *Management (Vadyba)*. — 2007. — № 3–4 (16–17). — С. 40–55.
10. *Козьякин П.В.* Влияние транснациональных корпораций на развитие процесса глокализации мировой экономики // *Российское предпринимательство*. — 2011. — № 8. — Вып. 1 (189). — С. 4–9.
11. *Авдокушин Е.Ф.* Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия // *Вопросы новой экономики* — 2010. — № 2 (14). — С. 4–17.
12. *Авдокушин Е.Ф.* Некоторые особенности процесса глокализации мировой экономики// *Вопросы новой экономики*. — 2008. — № 3–4. — С. 27–37.
13. *Dumitrescu L., Vinerean S.* The glocal strategy of global brands [Electronic resource]. — Mode of access: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/blg/journal/538dumitrescu%26vinerean.pdf>

Reference

1. *Pollifroni M.* Globalization and Glocalization: an Epistemological Analysis from Business // *Economics Economica Aziendale*. — 2006. — № 3. — r. 109–124.
2. *The Oxford Dictionary of New Words*, comp. by Sara Tulloch. — Oxford, New York: Oxford University Press, 1992. — 326 r.
3. *Robertson R.* Glokalizacija: Chasoprostir i gomogennist'-geterogennist' // *Global'ni modernosti*. Za red. M. Fezerstouna, S.Lesha, R.Robertsona: per. z angl. — K.: Nika-Centr, 2008. — S. 48–72.
4. *Dzh.F. Dzhons Mify*, nebylicy i fakty o reklame. Analiz 28 samykh zhivuchih mifov: per. s angl., — M.: Omega-L, 2005. — 336 s.
5. *Shtepa V.* Dialektika glokalizacii [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: [http:// www.inache.net/filos/510](http://www.inache.net/filos/510).
6. *Shavkun I.G.* Menedzhment HHI stolittja: kolizija mizh globalizacieju i regionalizacieju [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupu: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_35_8.pdf
7. *Dombrov's'kij O.G.* Koncept glokalizacii v suchasnomu ekonomichnomu prostori: innovacijnij vimir/ O.G. Dombrov's'kij // *Jekonomika Kryma*. — 2012. — № 4. — S. 60–64.
8. *Hollis N.* Glocal evaluation: Measuring effectiveness [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.r-trends.ru/netcat_files/File/Glocal_Evaluation_Measuring_Effectiveness.pdf
9. *Foglio A., Stanevicius V.* Scenario of glocal marketing as an answer to the market globalization and localization // *Management (Vadyba)*. — 2007. — №3-4 (16-17). — S.40-55.
10. *Kozjajkin P.V.* Vlijanie transnacional'nyh korporacij na razvitie processa glokalizacii mirovoj jekonomiki // *Rossijskoe predprinimatel'stvo*. — 2011. — № 8.- Vyp.1(189). — S. 4–9.
11. *Avdokushin E.F.* Glokalizacija kak ob#ektivnyj process i korporativnaja strategija // *Voprosy novoj jekonomiki* — 2010. — № 2 (14). — S. 4–17.
12. *Avdokushin E.F.* Nekotorye osobennosti processa glokalizacii mirovoj jekonomiki// *Voprosy novoj jekonomiki*. — 2008. — № 3–4. — S. 27–37.
13. *Dumitrescu L., Vinerean S.* The glocal strategy of global brands [Electronic resource]. — Mode of access: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/blg/journal/538dumitrescu%26vinerean.pdf>

УДК 658.8 :339.1-0510.В.

Данніков О.В., к.е.н., доцент,
доцент, докторант кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ З ПОЗИЦІЙ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

O.V. Dannikov, Ph.D. in Economics, Associate professor,
Assistant professor at the Department of Marketing,
State University doctoral marketing
«Vadym Hetman Kyiv National Economic University», Kyiv

IMPROVING PROCESS MANAGEMENT SALES POSITIONS MARKETING STRATEGIC PLANNING

АНОТАЦІЯ. Автором розглянуто питання маркетингового управління продажами у діяльності сучасних торговельно-посередницьких (оптово-роздрібних) підприємств України. Запропоновано методичні рекомендації щодо вдосконалення процесу управління продажами з позицій маркетингового стратегічного планування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: збут; продаж; реалізація продукції; маркетинг; бізнес-тенденції; дилери; торговці; торгівля; торговельно-посередницькі підприємства; маркетингове управління; мерчандайзинг; підприємства оптово-роздрібної торгівлі; система продажу, учасники маркетингового каналу; комерційна діяльність; управління продажами; торговельне посередництво; стратегія продажу; план продажу (збуту).

ANNOTATION. The author deals with the sales management in marketing of modern trade and intermediary (wholesale and retail) companies Ukraine. Methodical recommendations for improving the process of sales management positions with strategic marketing planning.

KEYWORDS: sales; marketing; business trends; dealers; traders; trade; trade facilitation company; marketing management; merchandising; wholesale and retail trade; systems sales, marketing channel members; commercial activities; sales management; Commercial mediation; sales strategy; plans sales.

Постановка проблеми зумовлена динамікою ринкових перетворень, підвищенням рівня конкуренції та зростаючими вимогами до забезпечення дієвості бізнесу у мінливому зовнішньому

середовищі. Загострення конкуренції на вітчизняному товарному ринку і особливо на його найприбутковіших сегментах спонукає до розширення застосування маркетингу підприємствами, які прагнучи до збільшення своєї частки ринку і рівня підвищення конкурентоспроможності вдаються до пошуку інноваційних маркетингових рішень, що в свою чергу веде до зміни структури маркетингу торговельно-посередницьких підприємств і вимагає відповідальнішого та гнучкішого підходу до управління продажем.

За таких умов посилюється необхідність розробки методичних і прикладних підходів до пошуку механізмів і засобів удосконалення процесу управління продажем у діяльності підприємств, спрямованих на підвищення ефективності збутової діяльності при повному задоволенні потреб споживачів. Актуальність вирішення вказаних питань, необхідність подальшої розробки маркетингової теорії та інструментарію у діяльності вітчизняних торговельно-посередницьких підприємств визначили вибір теми, мети та завдань дослідження.

Узагальнення останніх науково-прикладних розробок щодо організації та здійснення процесу управління продажем у діяльності торговельно-посередницьких підприємств засвідчує, що багато існуючих теоретичних і практичних підходів недосконалі та неоднозначні в трактуванні, що викликають дискусії науковців та експертів у цій галузі [1, 6—9, 11].

Питання організації збутової діяльності розглядалися в роботах видатних зарубіжних і вітчизняних маркетологів та економістів: Аллена П., Болта Г. Дж., Бурцева В.В., Войчака А.В., Герасимчука В.Г., Джонстона М., Кальченко А.Г., Котлера Ф., Куденко Н.В., Маршалла Г., Павленко А.Ф., Пилипчука В.П., Романенко Л.Ф., Решетнікової І.Л., Руделіуса В., Савощенко А.С., Еванса Дж., Хартлі С., Хершгена Х., Штерна Л. В. та ін. Разом з тим, *аналіз останніх досліджень і публікацій у сфері маркетингу та збуту* дозволив зробити висновок про неоднозначність підходів щодо формування маркетингових стратегічних рішень у сфері продажу, зокрема, алгоритму розробки і практичної реалізації маркетингової стратегії розвитку торговельно-посередницького підприємства, розуміння складових маркетингової стратегії продажу тощо [2—4, 11].

Метою дослідження є: розробка науково-обґрунтованих методичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесу управління продажем з позицій маркетингового стратегічного планування.

Предметом дослідження є діяльність суб'єктів ринку з організації, планування, мотивації, контролю та ефективності задоволення споживчого попиту шляхом товарно-грошового обміну.

Об'єктом дослідження є процес становлення і розвитку маркетингової діяльності та суб'єктів господарювання.

Результати дослідження. Дуже важливо визнати той факт, що ефективність діяльності торговельно-посередницького підприємства на ринку безпосередньо пов'язана з процесом управління продажем, який необхідно здійснюватися в контексті загального стратегічного маркетингового плану. Тільки в цьому випадку можна гарантувати, що зусилля з продажу будуть відповідати, а не суперечити іншим маркетинговим діям. У зв'язку з цим стратегії і тактики продажів можуть бути обрані, реалізовані й оцінені тільки в рамках загальних завдань компанії і процесів її стратегічного планування.

Маркетингове стратегічне управління як управління знаннями та організаційними змінами інтенсивно розвивається. Сучасне підприємництво мислення виходить з того, що ринок збуту є вихідним пунктом усієї ділової активності підприємства. Кожне підприємство, фірма чи організація живуть завдяки ринку і задля ринку. У зв'язку з цим маркетинг інтегрує і координує всі управлінські функції на підприємстві та націлює їх на об'єкт маркетингу — ринок збуту. Тому, не можна не погодитись з С. Хартлі, Р. Керін і В. Руделіусом, які вважають, що підставою результативного маркетингу є доставка споживачам єдиної, унікальної вартості, через що фірма отримує прихильних клієнтів. На думку цих авторів, споживча вартість — це така комбінація користей, отримуваних цільовими клієнтами, яка вбачає якість, ціну, зручність, пунктуальну поставку, а також необхідні послуги впродовж перед- і післяпродажних періодів [9, с. 31].

Вважаємо, що необхідним є впровадження низки заходів щодо гармонізації відносин усіх учасників процесу взаємодії суб'єктів господарювання у сфері товарно-грошового обміну, які реалізують свої комерційні інтереси для найефективнішого задоволення запитів споживачів і створення значущих для них цінностей при врахуванні вимог ринку. Перед фахівцями, які займаються стратегічним плануванням, завжди стоїть завдання вибору типу стратегії відповідно до класифікації, запропонованої різними вченими. Наприклад, з огляду на специфіку підприємств торгівлі, А. А. Мазараки, Л. О. Лигоненко,

Н. М. Ушакова визначили стратегію як «узагальнюючу модель дій, які необхідні для досягнення визначених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів підприємства; набір правил, необхідних для прийняття рішень, які підприємство використовує у своїй діяльності; формування системи довгострокових цілей діяльності торговельного підприємства та вибір найефективніших шляхів їх досягнення; цілісну систему взаємопов'язаних рішень, які спрямовані на розвиток процесів взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища, і визначення на цій основі якісно нових цілей» [4, с. 50–51].

Стверджуючи, що в основі формування стратегії полягають напрямки розвитку підприємства, автори виділяють такі класифікаційні ознаки угруповання стратегій для підприємств торгівлі, як масштаб діяльності, строки реалізації, вид ресурсів тощо [4, с. 52] (рис. 1). При цьому кожна із зазначених ознак пов'язана з метою або комплексом цілей підприємства торгівлі.

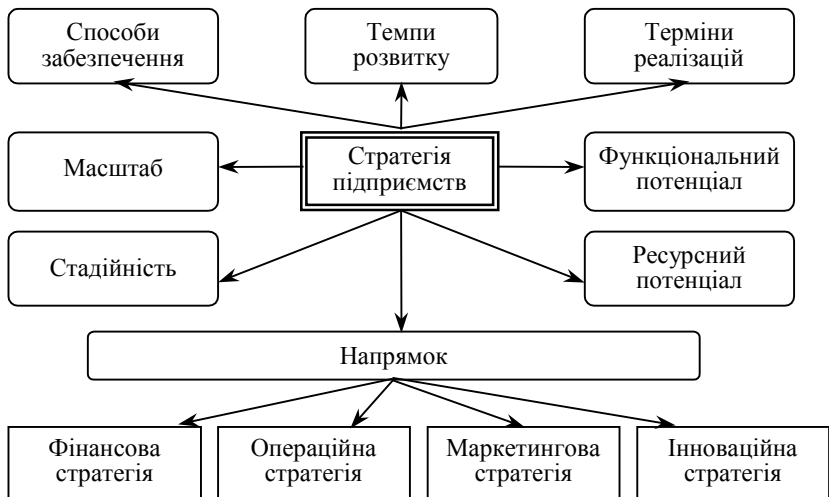


Рис. 1. Ознаки класифікації стратегій підприємств торгівлі [4, с. 60]

Так, залежно від масштабу діяльності виділяють загальну стратегію, що являє собою процес розробки найузагальненіших концептуальних основ подальшого розвитку підприємства, і допоміжні стратегії, у ході яких визначаються заходи й

програми, які необхідні для досягнення поставленої цілі або комплексу цілей.

Вважаємо, що при виборі стратегічного напрямку розвитку торговельно-посередницького підприємства необхідно виходити з оцінки потенційних можливостей фірми та забезпеченості її відповідними ресурсами (SWOT-аналіз). Адже оптимальна стратегія посередницького підприємства має: забезпечувати фірмі стійку конкурентну перевагу; забезпечувати досягнення маркетингових і загально-фірмових цілей; ґрунтуватися на використанні ринкових можливостей і знешкодженні ринкових загроз; бути гнучкою до ринкових змін; характеризуватися невисоким ризиком; відповідати можливостям фірми; бути сумісною з іншими стратегіями фірми; бути сумісною з організаційною структурою фірми; забезпечувати синергізм стратегічної діяльності фірми; бути сумісною з стратегіями партнерів по каналу розподілу; орієнтуватися на ринок; відображати передовий інноваційний досвід тощо.

На основі вибраного стратегічного напрямку розвитку діяльності торговельно-посередницького підприємства, розробляються стратегічні альтернативи. При виборі підприємством стратегічного напрямку зростання, як правило, звертаються до традиційних його різновидів: інтенсивний розвиток, інтегрований розвиток і диверсифікація.

На нашу думку, при виборі конкретної стратегії інтенсивного зростання слід керуватися рівнем комерційного ризику, який виникає при реалізації стратегії, та обсягом необхідних інвестицій. Матриця І. Ансоффа «Зміна географічного вектору зростання» — це тривимірна матриця, яка має три виміри — ринок, товар, технології і вказує на множинність комбінацій і напрямів зміни стратегічного портфелю (рис. 2). Крайніми з можливих варіантів є: продовжувати обслуговувати традиційні потреби на тому ж географічному ринку із застосуванням традиційної технології (заштрихована частина кубу, позначена А) чи зробити різкий перехід на нову позицію по всім вимірам [7, с. 86].

Не можна залишити поза увагою узагальнюючий підхід до класифікації стратегій в маркетинговій діяльності підприємства проф. Н.В. Куденко, яка запропонувала оновлений варіант класифікації Ж. Ж. Ламбена, доповнюючи його розділ «Інтегративний ріст» вертикальною інтеграцією, а «Стратегії диверсифікації» — конгломеративною стратегією (табл. 1).

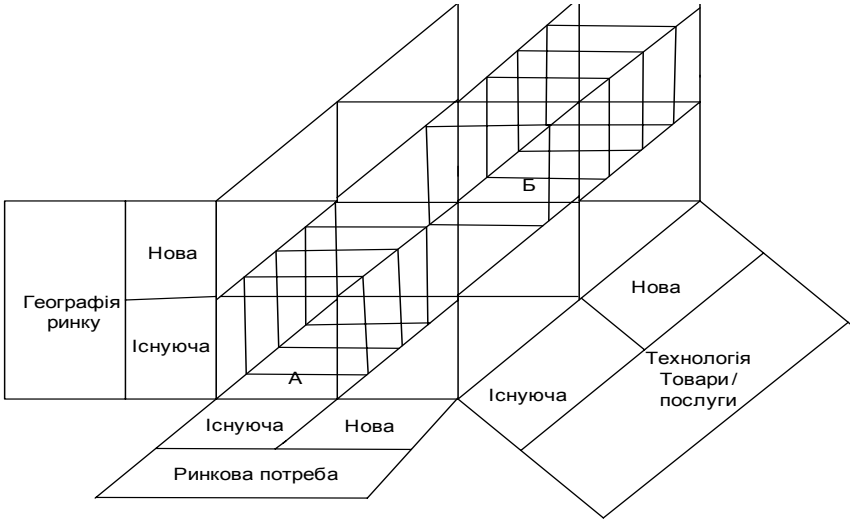


Рис. 2. Матриця І. Ансоффа
«Зміна географічного вектору зростання» [7, с. 89]

Таблиця 1

КЛАСИФІКАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РОСТУ [7, с. 96]

Основні стратегічні напрями росту	Різновиди основної стратегії
1. Інтенсивний (органічний ріст)	Глибоке проникнення на ринок Розвиток товару Розвиток ринку
2. Інтегративний ріст	Пряма інтеграція Зворотна інтеграція Вертикальна інтеграція Горизонтальна інтеграція
3. Диверсифікація	Концентрична (вертикальна) диверсифікація Конгломеративна диверсифікація Горизонтальна диверсифікація

Тому, на нашу думку, інтегроване зростання торговельно-посередницьких підприємств передбачає розширення обсягів збуту, збільшення прибутку та/або ринкової частки, внаслідок його об'єднання з постачальниками або конкурентами. Залежно від

того, з ким об'єднується посередницьке підприємство, пропонуємо виділити такі види стратегій інтегрованого зростання (рис. 3):

- пряма вертикальна інтеграція передбачає об'єднання зусиль посередницького підприємства із замовником (роздрібним торговельним підприємством) або підсилення над ним контролю;
- зворотна вертикальна інтеграція передбачає підсилення контролю над постачальником (виробником або оптовим посередником) або його поглинання;
- горизонтальна інтеграція можлива коли посередницьке підприємство прагне до розширення масштабів своєї діяльності за рахунок об'єднання його зусиль з основними конкурентами.

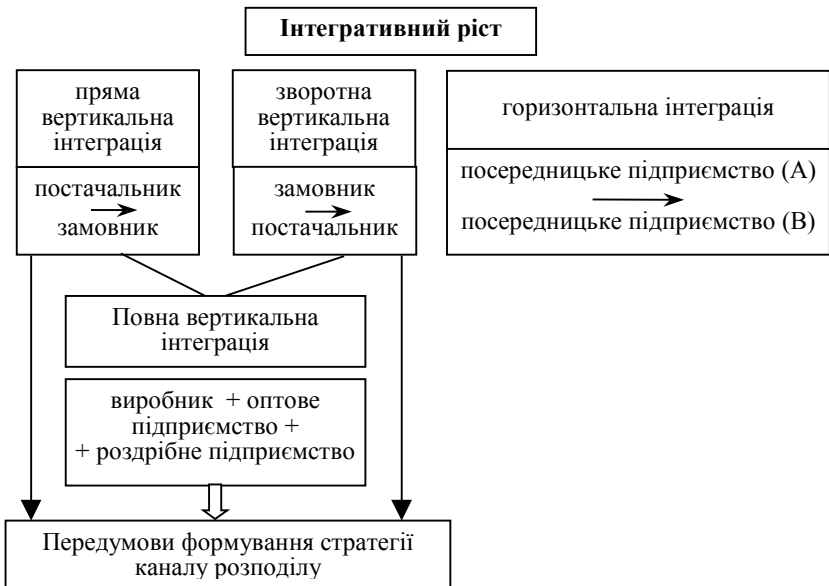


Рис. 3. Види маркетингової стратегії інтеграції торговельно-посередницьких підприємств [11, с. 318]

Як видно з рис. 3, одночасне використання стратегій прямої вертикальної інтеграції та зворотної вертикальної інтеграції утворює цілковиту вертикальну інтеграцію. Така інтеграція передбачає контроль підприємства над усіма ланками інтеграційного ланцюга.

Використання підприємством стратегій вертикальної інтеграції створює, на наш погляд, передумови для формування стратегії

маркетингового каналу — єдина стратегія, яка враховує інтереси та можливості всіх учасників інтеграції. Отже, ми дійшли висновку, що в роботі торговельно-посередницьких підприємств важливою умовою успішного розвитку є забезпечення зв'язку між стратегією підприємства та стратегією каналу розподілу.

М. Портер розглядає вертикальну інтеграцію як «комбінацію чітко окреслених у технологічному відношенні виробництва, розподілу, збуту та/або інших економічних процесів у межах діяльності однієї фірми» [11, с. 316]. При цьому він підкреслює, що недостатньо вирішити проблему «виробляти чи купувати», оскільки потрібно ще враховувати широкі стратегічні проблеми інтеграції в зіставленні з ринковими угодами, а також певні адміністративні проблеми управління вертикально інтегрованою одиницею, які можуть мати вплив на успіх інтегрованого підприємства.

Вертикальну інтеграцію слід використовувати в тому випадку, якщо: товар знаходиться на початковій стадії свого життєвого циклу; покупці вимагають високого рівня обслуговування; товар тісно пов'язаний з основною діяльністю компанії.

В основі багатьох міркувань щодо «жорсткої» вертикальної інтеграції знаходиться концепція «аналізу трансакційних витрат» (TransactionCostAnalysis— «ТСА»), розроблена економістом Олівером Е. Уільямсоном (Oliver E. Williamson). Ця теорія застосовується в тих випадках, якщо витрати, пов'язані з укладанням угоди «на ринку» (тобто з придбанням послуг аутсайдерів, або субпідрядників, або незалежних організацій і агентств) виявляються дуже високими в порівнянні з витратами на здійснення цих операцій власними силами, з використанням «жорсткої» вертикальної інтеграції. Компанії, прагнучі до максимізації прибутку, залишають за собою тільки ті функції, самостійне виконання яких обходиться дешевше, ніж придбання подібних послуг на ринку [11, с. 319].

Відповідно до концепції «ТСА», здійснення операційної діяльності «на ринку» слід розглядати як оптимальну модель поведінки для фірми. Проте, до встановлення взаємовідносин між бізнес-партнерами трансакційні витрати, пов'язані зі здійсненням операцій «на ринку», стають дуже високими в тому випадку, якщо виявляється дуже складним знайти відповідних партнерів та інформацію про можливості тих, кого вдалося знайти; скласти проект угоди, яка охоплює всі непередбачені обставини, що можуть виникнути при взаємодії; провести переговори і визначити справедливі умови і зобов'язання; передбачити в угоді необхід-

ний захист основних інтересів фірми. Після встановлення взаємовідносин трансакційні витрати також зростатимуть у тому випадку, якщо виявляється, що дуже складно реалізувати угоду і організувати контроль за її виконання; корегувати умови угоди; підтримувати й забезпечувати взаємодію між партнерами в каналі; забезпечувати постійну ефективність співпраці.

Розробляючи стратегію, менеджмент організації повинен відповісти на ще одне важливе питання: як досягти поставлених цілей, враховуючи позицію ін перспективи підприємства. Це — по-перше: сплановані, цілеспрямовані дії по досягненню мети, раціонально використовуючи наявні ресурси, а по-друге: — адекватна реакція на непередбачувані зміни кон'юнктури ринку та загострення конкуренції (висока адаптивність).

Посилення уваги до розробки стратегії продажу підприємства, яка стала важливою конкурентною перевагою, також пов'язано з безперервністю процесу узгодження та корегування стратегічної мети, яка втілюється у планах продажу та фактичною реалізацією товарів і послуг на ринку збуту (рис. 4).

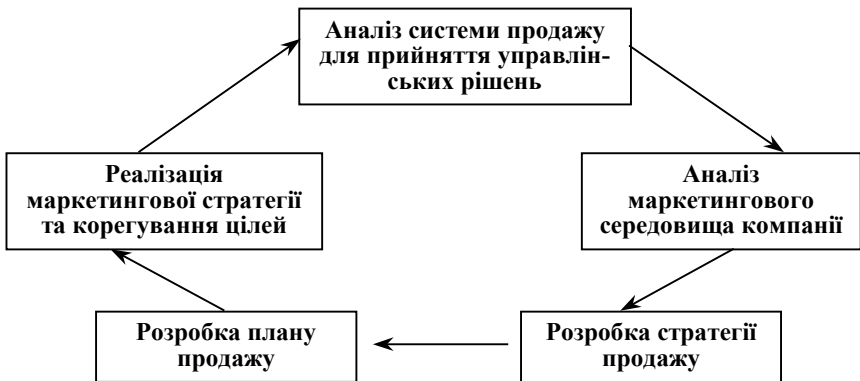


Рис. 4. Безперервність процесу узгодження стратегії продажу підприємства (авторська розробка)

При формуванні маркетингових стратегічних рішень, необхідно врахувати такі умови, як: на якій стадії життєвого циклу перебуває галузь; структуру галузі; сутність і потужність п'яти конкурентних сил (постачальники найважливіших ресурсів, покупці, конкуренція між продавцями всередині галузі, товари-

субститути, потенційні продавці даного товару), масштаби діяльності конкурентів. Перш за все, виявляються конкурентні переваги фірми. Для оцінки можливостей успішного виходу компанії на ринок зіставляються дані аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища і на їх основі проводиться порівняння характеристик даної фірми з характеристиками конкурентів, а також з очікуваннями споживачів і партнерів. Фірма визначає сильні та слабкі сторони, що допомагає їй виділити ті напрямки, в яких вона зможе досягти успіху. Порівняння потенційно успішних напрямків і важливих для успіху факторів дає фірмі уявлення про власні конкурентні переваги та робить можливим розробку стратегій.

Управління продажем є системою відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно і юридично вільними суб'єктами ринку збуту, які реалізують свої комерційні потреби / інтереси, шляхом найефективнішого задоволення платоспроможного попиту та врахування вимог ринку, тобто реальної ринкової ситуації але досить часто визначена стратегічно ціль не повністю відповідає фактичному продажу. Тому необхідне її уточнення та відповідне корегування (рис. 5).

Особливу увагу при розробці програми та плану продажу необхідно звернути на можливі відповідні дії конкурентів, ураховуючи рівень їх практичного досвіду та знань, а також позиції з точки зору фінансової стабільності в умовах існуючої ринкової ситуації. Якщо постачальник/виробник не подбає про залучення до просування своєї продукції проміжних покупців — оптових і роздрібних посередників, та про стимулювання інтересу до товарів і послуг з боку кінцевих споживачів, навіть значні рекламні бюджети можна вважати неефективними. Як спонукати торговельного посередника долучитись до ефективного просування своєї продукції по ланках товаророзподільчої мережі до кінцевого споживача — завдання, яке компанії вирішують за допомогою інструментарію торгового маркетингу. У розробці системи продажу найбільш успішних підприємств значна роль відводиться соціальним процесам (поведінковий підхід), тобто канали збуту розглядаються не тільки як економічні, але і як соціальні системи. Тому, приступаючи до розробки стратегії продажу необхідно з'ясувати задачі відділу збуту в рамках загальної концепції маркетингу підприємства та пов'язати її з програмою по стимулюванню збуту, зрозуміти роль яку відіграє торговельний персонал у процесі продажу.

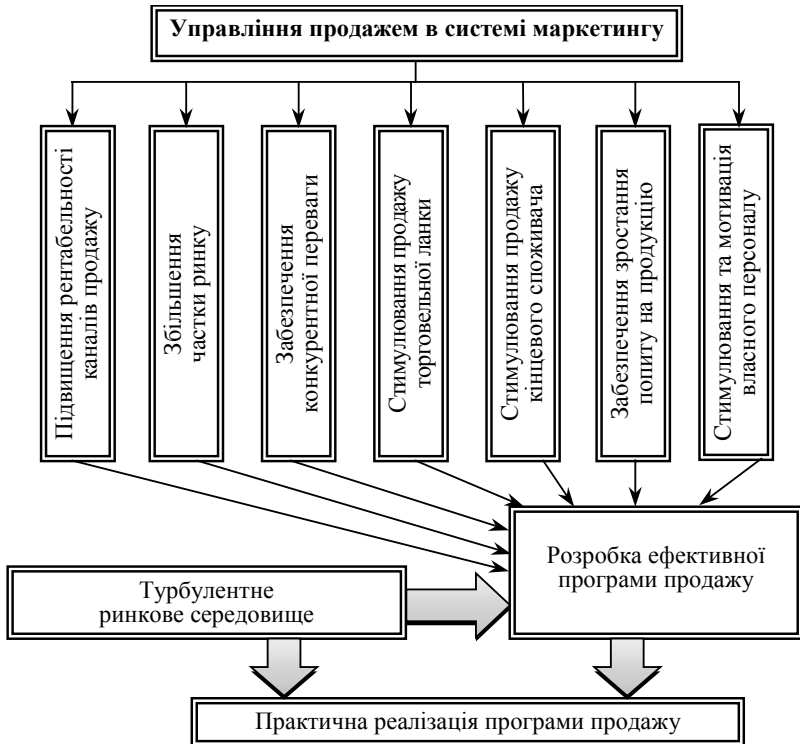


Рис. 5. Дії менеджменту щодо досягнення стратегічних цілей у процесі управління продажем підприємства (авторська розробка)

Висновки. В основі управління бізнесом полягає розробка стратегії, її адаптація до специфіки підприємства, впливу навколишнього середовища та подальша реалізація. Процес формування стратегії має ряд загальних характеристик. Сформульована стратегія повинна бути використана для розробки стратегічних проектів методом пошуку. Роль стратегії у пошуку полягає у тому, щоб, по-перше, допомогти зосередити увагу на певних ділянках діяльності і можливостях фірми; по-друге, відкинути решту всіх можливостей як несумісні із стратегією. У ході формулювання стратегії досить важко передбачати всі можливості, які відкриваються при складанні проекту конкретних заходів. Тому доводиться користуватися узагальненою, неповною і неточною інформацією щодо альтернатив розвитку підприємства. Як тіль-

ки в процесі пошуку відкриваються конкретні альтернативи, з'являється і точніша інформація. Проте, вона може поставити під сумнів обґрунтованість первинного стратегічного вибору. Тому успішне використання стратегії неможливе без зворотного зв'язку.

Розробка стратегії маркетингу та продажу відбувається в рамках еволюції організації через усвідомлення та закріплення елементів «де ми є та куди ж ми йдемо». На практиці цей процес часто співпадає з (або спричинюється) бажанням власників і топ-менеджерів бізнесу підвищити безпеку свого бізнесу через введення єдиних «правил гри» — актуальними стають питання щодо формалізації бізнес-процесів, процедур, порядку розробки рішень тощо. Це саме стосується і стратегій, які могли б гарантувати подальший успіх і зростання бізнесу. Як правило, результатом розробки стратегії мають бути чітко сформульовані положення про цільові сегменти, унікальну пропозицію цінності, цілі бізнесу, конкурентні стратегії, стратегії росту, елементи маркетинг-мікс, цілі з продажу тощо.

Література

1. Ансофф І. Стратегічне управління [Текст]: — М.: Економіка, 1989 — 358 с.
2. Данніков О.В. Актуальні проблеми маркетингового забезпечення процесу управління оптово-роздрібних підприємств України // Науковий вісник Мукачівського державного університету «Серія Економіка»: зб. наук. праць — М.: МДУ, 2014. — № 2. — С. 83–90.
3. Данніков О.В. Системний підхід до організації продажу у торговельно-посередницьких підприємствах // Формування ринкової економіки. — К.: КНЕУ, 2012. — № 27. — С. 204–218.
4. Економіка торговельного підприємства [Текст]: підручник для ВНЗ / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова, Н.М. Ушакова (ред.) — К.: КДТЕУ, 1999.
5. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст]: / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2004. — 800 с.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент [Текст]: 12-е изд. — СПб.: Питер, 2006., — С. 816.
7. Куденко Н.В. Маркетингова стратегія фірми: монографія [Текст]. — К.: КНЕУ, 2002. — 245 с.
8. Маркетинг [Текст]: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак, Н.В. Куденко та ін.; За наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка; Кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф., І.Л. Решетнікова. — К.: КНЕУ, 2008. — 600 с.
9. Маркетинг [Текст]: Підручник / Руделиус Уильям; Керин Роджер А.; Хартли Стивен У. и др. — М.: ДеНово. 2001. — 706 с.

10. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку [Текст]: Монографія: у 2 т. — Т. 1 / [Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк та ін.]; За заг. ред. Д.Г. Лук'яненка, А.М. Поручника. — К.: КНЕУ, 2006. — 816 с. — С. 163–167.

11. Управління продажем [Текст]: навч. посіб. / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана». — К.: КНЕУ, 2011. — 627 с.

Reference

1. *I. Ansoff. Strategic management* [Tekst]: — М.: Экономика, 1989 — 358 s.

2. Dannikov O.V. Aktual'ni problemy 'markety'ngovogo zabezpechennya procesu upravlinnya optovo-rozdribny'x pidpry'emstv Ukrayiny'. Naukovy'j visny'k Mukachivs'kogo derzhavnogo universy'tetu «Seriya Ekonomika»: zb. nauk. prac' — М.: MDU., 2014. — № 2. — S. 83–90.

3. *Dannikov O.V. Sy'stemny'j pidxid do organizaciyi prodazhu u torgovel'no-poseredny'cz'ky'x pidpry'emstvax. Formuvannya ry'nkovoyi ekonomiky'*, — К.: КНЕУ, 2012. — № 27. — S. 204–218.

4. *Ekonomika torgovel'nogo pidpry'emstva* [Tekst]: pidruchny'k dlya VNZ / A.A. Mazaraki, L.O. Ligonenko, N.M. Ushakova; N.M. Ushakova (red.) — К.: KDTEU, 1999.

5. *Lambin Jean-Jacques. Management, market-oriented* [Tekst]: / Per. s angl. — SPb.: Py'ter, 2004. — 800 s.

6. *Kotler Ph., Keller K. L. Marketingmanagement*[Tekst]: 12-e y'zd. — SPb.: Py'ter, 2006., — S. 816.

7. *Kudenko N.V. Markety'ngovastrategiyafirmy': monografiya* [Tekst]. — К.: КНЕУ, 2002. — 245 s.

8. *Markety'ng* [Tekst]: Pidruchny'k / A.F. Pavlenko, I.L. Reshetnikova, A.V. Vojchak, N.V. Kudenokotain.; Zanak. red. d-raekon. nauk, prof., akad. APN Ukrayiny' A.F. Pavlenka; Ker. avt. kol. d-r ekon. nauk, prof., I.L. Reshetnikova. — К.: КНЕУ, 2008. — 600 s.

9. *Marketing* [Text]: Rudelius William; Karin Roger A.; Hartley, Steven d & others. Y'zdatel'stvo: М.: DeNovoPereplet, 2001. — 706 s.

10. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку [Текст]: Монографія: у 2 т. — Т. 1 / [Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк та ін.]; За заг. ред. Д.Г. Лук'яненка, А.М. Поручника. — К.: КНЕУ, 2006. — 816 с. — С. 163–167.

11. Управління продажем [Текст]: навч. посіб. / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана». — К.: КНЕУ, 2011. — 627 с.

УДК 339.138

Я. А. Касянов
*аспірант кафедри маркетингу
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Iaroslav Kasianov
*Post-graduate student of marketing department
Vadym Hetman Kyiv National Economics University*

PROCESS-MODELING OF UKRAINIAN PHARMACEUTICAL BUSINESS

АНОТАЦІЯ. У статті представлено результати авторського підходу до моделювання тенденцій інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств у глобальному економічному середовищі. Дослідження спрямовані на виявлення залежності між ринковими та маркетинговими показниками діяльності фармацевтичних компаній. Запропонована концепція маркетингового забезпечення інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств на засадах прогнозування споживчих, ресурсних, часових та інформаційних параметрів, входження до цілісних глобальних бізнес-моделей.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інноваційний процес, маркетингове забезпечення, об'єднання підприємств, інновація

SUMMARY: The study presents author's approach for the process-modeling of innovation of Ukrainian pharmaceutical companies in the global context. The research is devoted to estimate a relationship between innovations and market indicators of pharmaceutical companies. The paper is presented a concept of marketing support for improving innovation in pharmaceutical companies. The key of this concept is an efficiency evaluation of integrating different companies into one economic system based on the consumers, resources, information and other expenses' estimation.

KEY WORDS: innovation, innovation activity, marketing support, corporate integration, pharmaceutical enterprises

Постановка проблеми. Більшість секторів національної економіки надзвичайно гостро відчули вплив макроекономічної нестабільності, а багато з українських підприємств опинилися на межі ліквідації. Особливої руйнації завдали кризові процеси у секторах наукомісткої продукції та робіт. Саме у таких галузях,

як аерокосмічна промисловість, інформаційні системи та технології, складне машинобудування та інші, інвестиційні ресурси розподілялися між окремими учасниками інноваційних мереж. Багато капіталу інноваційно-орієнтованих підприємств інвестовано у довгострокові дослідницькі проекти, які не тільки не володіють запасом фінансової міцності, але й мають і без того підвищений рівень ризику.

Проблематику розробки прикладних інноваційних стратегій та їх об'єднань вивчалася і продовжується вивчатися на базі досвіду керівників найбільших компаній. У власних дослідженнях нами було поєднано такі емпіричні публікації з науковими фундаментальними працями відомих вчених [1-10]. Для даної роботи найбільше значення мають роботи наступних науковців: Друкер П., Делл М., Дерлоу Д., Карлоф Б., Седерберг С., Кемпбелл Э., Саммерс Лачс К., Коллінз Дж., Кристенсен Клейтон М., Крокетт Р., Элстром П., Ламберт Т., Макмиллан Ч., Мерсер Д., Мерриден Т., Паккард Х. та інші

Дослідження автора здійснюються відповідно до напрямків наукової роботи кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Постановка цілі. Статтю присвячено опрацюванню сучасних можливостей побудови ефективних інноваційно-орієнтованих маркетингових систем об'єднань підприємств.

Результати дослідження. Вирішення завдань маркетингової підтримки інноваційних процесів можливе лише на основі співпраці й інтеграції з кінцевим споживачем всіх учасників суміжних ринків: постачальників медичних послуг, фінансових і страхових компаній, фармацевтичними корпораціями, некомерційними організаціями. Відстоюючи позицію щодо необхідності залучення споживача до маркетингових та інноваційних процесів фармацевтичних компаній показано зв'язки між трансакційними витратами виробників і споживачів медичних препаратів. На цій основі організація маркетингових процесів і їх поєднання з інноваційними у фармацевтичних об'єднаннях має вирішувати наступні завдання: 1) активна ідентифікація потреби кінцевого споживача, а також її адаптація до можливостей та вимог медичних організацій, фінансових установ, неприбуткових організацій і власних потреб фармацевтичної компанії; 2) системна оцінка комплексних, складних технологічних, соціальних, екологічних та економічних зв'язків, які формують попит на медичні препа-

рати та послуги забезпечення здоров'я; 3) інтеграція цілей управління інноваційними процесами з позицій соціальної значимості, пріоритетності для споживача, тобто цілей різного рівня: соціального, корпоративного й індивідуального; 4) структуризація та аналітичне обґрунтування внутрішніх зв'язків між учасниками інноваційного об'єднання підприємств, їх можливостей та обмежень; 5) ідентифікація ключових факторів впливу на споживання медичних препаратів, які знаходяться в зоні контролю фармацевтичного підприємства, а також в зонах контролю його партнерів по об'єднанню; врахування прямих та зворотних зв'язків між рівнем споживання медикаментів та якістю життя населення; 6) системне обґрунтування оперативних, тактичних і стратегічних рішень побудови маркетингових комунікацій, ринкових стратегій, фаз інноваційних процесів для кожного учасника фармацевтичного об'єднання.

Загалом, на українських фармацевтичних підприємствах основними передумовами запровадження маркетингового управління в інноваційних процесах виступають:

1. Існування управлінських систем обліку витрат, які б дозволяли ідентифікувати не тільки явні статті витрат, але й неявні (альтернативні, трансакційні) витрати діяльності підприємств.

2. Побудова ієрархічної системи цільових орієнтирів, яка з одного боку є адекватною сфері бізнесу, очікуванням усіх учасників, а також сформованому суспільному типу економічних відносин.

3. Фокусування більшості бізнес-процесів підприємства на клієнтах, з вимог яких починаються і закінчуються усі планові процедури, інноваційні процеси та інше.

4. Визнання домінуючої ролі інформаційно-інтелектуальних складових у вартості товарів, а також у ланцюгу створення цінності для споживача.

5. Децентралізація ресурсного управління на підприємстві у розрізі проектних напрямків і співпраці у світовому масштабі.

6. Визнання відповідальності підприємства перед всіма учасникам бізнесу, а також формування суспільної системи підтримки соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

7. Інтеграція системи управління за результатами до загального циклу стратегічного менеджменту, оперативно-календарного планування, функціональних сфер управління підприємством.

8. Формування на підприємстві системи моніторингу ринкового середовища, дослідження споживчих уподобань і використання CRM-системи.

Ефективним інструментом інтегрованого управління маркетинговою та інноваційною діяльністю фармацевтичних компаній та їх об'єднань, на наш погляд, може виступати аналіз життєвих циклів інновацій та фармацевтичних препаратів на ринку. Фактично слід говорити, що динаміка життєвого циклу товару залежить від динаміки розповсюдження інновацій на ринку, яка у свою чергу безпосередньо впливає на рівень конкуренції товарів-замінників і обсяги продажу. Нами вбачається можливість побудови технології інтегрованого управління і маркетингового забезпечення інноваційною діяльністю фармацевтичних підприємств на основі управління вартістю за різними фазами маркетингового та інноваційного циклів.

Загальну логіку та послідовність нашого підходу до аналізу та маркетингового обґрунтування управлінських рішень за сучасних умов доцільно представити такими кроками:

1. Визначення результуючого критерію маркетингової діяльності підприємств, за умови їх входження до інноваційних об'єднань, або розробка системи результуючих критеріїв та встановлення вимог до їх моніторингу.

2. Побудова алгоритму прийняття управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності.

3. Розробка попереднього переліку факторів суттєвого впливу на ефективність маркетингової діяльності підприємств, що входять до фармацевтичних інноваційних об'єднань.

4. Розробка факторної системи аналізу ефективності маркетингових процесів у інноваційних об'єднаннях підприємства виходячи з інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень.

5. Ідентифікація та формалізація характеру зв'язків у маркетингових механізмах підприємств та їх об'єднаннях, встановлення часткових факторних підсистем, які формують додаткові вектори аналізу.

6. Розробка та аналіз організаційно-маркетингової моделі прийняття управлінських рішень, побудова системи аналітичних індикаторів і матриці внутрішніх зв'язків механізму управління.

7. Розробка спектру можливих управлінських впливів та імпульсів зовнішнього характеру, а також побудова технології їх аналітичної обробки та модифікації базового маркетингового механізму управління.

Грунтуючись саме на цій логіці ми спробували виділити групи факторів впливу на ефективність маркетингових процесів у фармацевтичних об'єднаннях підприємств. Для інтерпретації характеру впливу того чи іншого фактора ми оцінювали тільки напрямок його дії на результуючий індикатор. У нашому випадку ми визначили показник гудвілу як критерій ефективності організації маркетингових процесів на підприємствах, що входять до фармацевтичних об'єднань. Зазначимо, що цей же показник може бути використаний і для аналізу маркетингових процесів і на рівні всього об'єднання. Додатковою перевагою гудвілу, як результуючого показника, є можливість його інтеграції в оцінку вартості бізнесу, а значить і в систему фінансових індикаторів.

Ми намагалися ідентифікувати характер та спрямованість впливу окремих часткових параметрів діяльності підприємства на результуючий індикатор — гудвіл підприємства. Але для цілей управління досить корисним завданням є ідентифікація комплексу зв'язків між всіма цими параметрами. Нами всі чинники впливу не розподіленні на екзогенні та ендегенні, але з метою управління такий розподіл слід зробити у процесі моделювання.

Вважаємо, що між двома суміжними показниками присутній причинно-наслідковий зв'язок у випадку коли вони є характеристиками чи учасниками одного і того ж економічного процесу. Зважаючи на це, логічним є припущення, що економічні зв'язки та залежності між показниками можуть бути формалізовано описані за допомогою математичного інструментарію.

На цій основі можливо створити модель оцінки ефективності маркетингових процесів в фармацевтичних об'єднаннях підприємств, яка повинна відповідати наступним вимогам:

— інтегрованість до системи традиційного управлінського обліку економічних результатів діяльності підприємств та їх об'єднань, тобто немає сенсу синтезувати складні аналітичні конструкції показників при відсутності можливості їх усвідомлення і обрахунку на базі існуючої (доступної) об'єктивної інформації;

— реалізація вартісного підходу до оцінки ефективності маркетингових процесів, як основи всіх економічних розрахунків та інтерпретації наслідків ринкових та економічних процесів;

— реалізація організаційно-управлінських завдань передбачає можливість чіткого опису причинно-наслідкових залежностей між характеристиками господарських процесів, для конкретних галузей економіки чи специфічних організаційно-правових форм об'єднань підприємств можливо використовувати систему інших показників;

— прогностична функція моделі є обов'язковою передумовою її практичного використання, а також передбачає здатність ідентифікації стану системи за певних умов майбутніх змін;

— логічність та математична точність представлення причинно-наслідкових зв'язків у системі показників вимагає використання статистично-математичних методів, а необхідність її використання в межах конкретної організації — розробку організаційного механізму реалізації.

Отже, кожне стратегічне рішення не приймається на основі виключної домінантності одного якогось параметру економічного процесу, а враховує певну логічну послідовність (сукупність) характеристик. Ми говоримо про обґрунтування управлінського рішення на основі прогнозування впливу «управлінського впливу». Під останнім нами розуміється вектор можливих змін системи на кожен конкретний момент часу. Іншими словами, якщо на фармацевтичному ринку виявлена середньорічна тенденція зміни місткості ринку на 17 %, то до вектору вноситься приріст відповідної змінної на 0,17 (або індексом 1,17). Якщо керівництво (власники) фармацевтичної компанії вважають за можливе збільшити витрати на збут продукції, то аналогічним чином відбувається коригування відповідної змінної. Таким чином, ми оперуємо вектором (стовпцем) параметрів, які справляють вплив на нашу початкову матрицю системи аналізу.

А розрахунки та оцінка стану моделі відбуватиметься на основі традиційної формули організаційно-математичного моделювання:

$$\overline{X} = M(0) + i^0 \times (E + S + S^2 + S^3 + S^4 + S^5 \dots S^n), \quad (1)$$

де X — результуюча матриця стану системи зміни через 5 або n -років впливу управлінського імпульсу; $M(0)$ — початкова матриця моделі, описана знаковим оргграфом показників, можливим є також зважування цієї системи за відповідними коефіцієнтами часткової кореляції; i^0 — початковий управлінський імпульс системи, або параметри початкового управлінського рішення, представленні у векторному вигляді; E — одинична матриця зв'язків системи показників системи аналізу та управління маркетинговою діяльністю; $S, S^2, S^3, S^4, S^5, S^n$ — матриці суміжності вершин аналітичної системи через n років після початкового управлінського рішення (імпульсу).

Представлена технологія розрахунків передбачає процес акумулювання змін системою, тобто тут реалізується принцип мультиплікативності управлінських рішень в реальних умовах діяльності підприємств чи їх об'єднань. Додатково відзначимо, що формула передбачає накопичення змін у економічному механізмі водокористування, тобто наявність принципу суперпозиції складних соціально-економічних систем.

Зважаючи на власні дослідження фармацевтичних ринків нами сформовано «базовий» управлінський імпульс, який у позицій окремої компанії слід більш детально обґрунтувати: місткість ринку зростає на 20 %; середньозважена вартість однієї упаковки ліків зростає на 14 %; скорочення кількості підприємств на ринку на 12 %; зростання операційних витрат на 17,5 %; зростання збутових витрат на 10 %; зростання витрат на дослідження та розробка на 13,5 %; зростання рентабельності продажу на 5 %; зростання сукупних активів на 10,6 %.

Всі перераховані зміни носять об'єктивізований характер і не пов'язуються нами з конкретними стратегіями окремих компаній.

Висновки. Фармацевтичні компанії повинні забезпечувати адекватні зміни показників своєї діяльності, хоча б на рівні загальногалузових тенденцій бо у протилежному випадку, вони втрачатимуть конкурентоспроможність і ринкові позиції.

Розвиток вітчизняних фармацевтичних компаній відбуватиметься шляхом зростання торгово-комерційних операцій, а не розвитку власних науково-дослідних розробок. Такий висновок обґрунтовується значеннями приросту збутових витрат в 1,88 %, при порівняно значно нижчій динаміці зростання операційних витрат (приріст 0,96 %), витрат на дослідження та розробки

(приріст 0,46 %). Зважаючи на той факт, що саме витрати на дослідження та розробки справляють визначальний вплив на вартість гудвілу фармацевтичних компаній, інноваційні стратегії компаній стають ключовими чинниками забезпечення стабільності та конкурентоспроможності їх розвитку у довгостроковій перспективі.

На фармацевтичному ринку України відбуватиметься подальша консолідація активів і концентрація операторів ринку медичних препаратів, про що свідчить динаміка ринкової частки (приріст 6,51 %), чистого доходу від реалізації (приріст 5,94 %). Зазначимо, що дані результати свідчать також про сповільнення існуючої сьогодні тенденції інтенсивного розвитку ринку в 17–20 %. Приблизно через 5 років ринок та пропозиція медичних препаратів в Україні поступово буде переходити у фазу зрілості.

Таким чином, і конструктивний аналіз спеціалізованих наукових публікацій це підтверджує, завдання побудови ефективних інноваційно-орієнтованих маркетингових систем об'єднань підприємств потребує подальшого розвитку.

Література

1. Воронков Д.К. Развитие предприятия: управление изменениями та інновації : монографія / Д.К. Воронков, Ю.С. Погорелов. — Харків : АДВАТМ, 2009. — 436 с.
2. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегии / Р.Каплан, Д.Нортон. — М.: Олимп-Бизнес, 2008. — 416 с.
3. Клейтон М. К. Дилемма инноватора / М. К. Клейтон. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 239 с.
4. Коллинз Дж. От хорошего к великому / Дж. Коллинз. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2001. — 285 с.
5. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филипп Котлер, Фернандо Триас де Бес; пер. с англ. — М.: Альпина паблишерз, 2010. — 206 с.
6. Портер, Майкл Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 453 с.

7. Руденко Л.В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій: Монографія / Л. В. Руденко. — К.: Кондор, 2004. — 480 с.
8. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто. — М.: Прогресс, 2005. — 376 с.
9. Уотермен Р. Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании / Р. Уотермен. — М.: Экономика, 1998. — 368 с.
10. Фелпс Б. Умные бизнес-показатели: Система измерений эффективности как важный элемент менеджмента / Б. Фелпс. — Днепропетровск: Баланс-Бизнес-Букс, 2004. — 312 с.

Reference

1. Clayton M., Ch. The Innovator's Dilemma / Clayton Ch. M. — Boston: Harvard Business School Press., 1997. — 179 p.
2. Collins J. C. Good to great / J. C. Collins. — New York: HarperBusiness, 2001. — 300 p.
3. Felps B. Umnye biznes-pokazateli: Sistema izmereniy effektivnosti kak vazhnyy element menedzhmenta / B. Felps. — Dnepropetrovsk: Balans-Biznes-Buks, 2004. — 312 s.
4. Kaplan R. Organizaciya, orientirovannaya na strategii / R.Kaplan, D.Norton. — М.: Olimp-Biznes, 2008. — 416 s.
5. Kotler F. Lateralnyy marketing: tehnologiya poiska revolyucionnyh idey / F. Kotler. — М.: Alpina publishere, 2010. — 206 s.
6. Porter M. Competitive Strategy. Method for analyzing industries and competitors / M. Porter. — Moscow: Harvard Business Review, 2006. — 454 s.
7. Rudenko L. V. Upravlinnia potokamy kapitaliv u suchasniy biznes-modeli funktsionuvannia transnatsionalnykh korporatsii / L. V. Rudenko. — Kyiv: Kondor, 2004. — 480 s.
8. Santo B. Innovation as a tool for economic development / B. Santo. — Moscow: Progress, 2005. — 376 s.
9. Waterman R. Factor update: how to remain competitive in the best company / R. Waterman. — Moscow: Progress, 1998. — 368 s.
- Voronkov D.K. Rozvitok pidpriemstva: upravlinnya zminami ta innovatsiyi: monografiya / D.K. Voronkov, Yu.S. Pogorelov. — Harkiv : AdvATM, 2009. — 436 s.

Статтю подано до редакції 09.10.14 р.

УДК 655.06:659.131:005.332.4:004.738.5

Савощенко А.С., доцент кафедри маркетингу,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Сірук М.М., маркетинг-менеджер,
ТОВ «Видавничий дім «Аудитор України»»

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ДРУКОВАНИХ ЗМІ ТА ДРУКОВАНОЇ РЕКЛАМИ В ЕРУ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

A.S. Savoshenko
associate Professor of Marketing
DVNZ KNEU named after Vadym Hetman
M.M. Siruk
marketing-manager
Publishing house Auditor Ukraine LTD

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE PRINT MASS-MEDIA AND PRINT ADVERTISING IN THE ERA OF INTERNET TECHNOLOGY

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто значення та актуальність друкованих ЗМІ як засобу комунікаційної діяльності. Про сильні та слабкі сторони друкованого видання.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: засоби масової інформації (ЗМІ), друковані ЗМІ, реклама, друкована реклама, цільова аудиторія, засоби масової комунікації (ЗМК).

ANNOTATION. The article considers the importance and relevance of print media as a product of publishing. Investigated the benefits of print media for advertisers, and found out the advantages and disadvantages of the printed edition.

KEYWORDS: media, print media, advertising, print advertising, target audience, mass media.

Вступ. Сучасна суспільна масова комунікація включає велику кількість різноманітних засобів, від «сарафанного радіо» до супернових електронних систем. Особливе місце серед них займають друковані ЗМІ. Незважаючи на те, що Інтернет нині визнано одним із найперспективніших і найзручніших засобів масової комунікації, друковані ЗМІ не втрачають своєї актуальності та привабливості. Це обумовлюється суттєвими особливостями друкованих видань як з позиції тривалості користування, можливості повернення до прочитаного, так і зі змістовного наповнення.

Друковані ЗМІ, особливо професійні, мають чітко визначену цільову аудиторію, підтримуються спонсорами та несуть цілеспрямовану, обґрунтовану та достовірну ділову інформацію. Це є достатнім аргументом для їхнього існування та розвитку.

Постановка проблеми. Використання та ефективність друкованих ЗМІ ставиться під сумнів, оскільки персонал, який відповідає за підбір інструментів впливу на свідомість своєї цільової аудиторії, схильється на користь дешевших і масовіших — електронних ЗМК, або ж навпаки при можливостях бюджету — до телебачення, радіо або зовнішньої реклами, незважаючи на те, що охоплення цільової аудиторії друкованими ЗМІ значно ефективніше, ніж масова реклама.

Аналіз сучасних закордонних і вітчизняних праць. Значну увагу вивченню друкованих ЗМІ приділяють Л. Балабанова, А. Назайкин, М. Тимошик та інші.

В Україні діяльність ЗМІ регулюється законами «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію», «Про рекламу», «Про телебачення та радіомовлення» та низкою інших.

Метою статті є визначити конкурентні переваги та актуальність друкованих ЗМІ як засобу соціальної комунікації, виділити переваги професійних друкованих ЗМІ для рекламодавців, а також з'ясувати сильні та слабкі сторони друкованого видання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Друковані ЗМІ — реальність нашого життя, яка формує свідомість читачів, учить, виховує, нав'язує, радить. Навіть незважаючи на те, що в Україні регулярно читає газети лише п'ята частина суспільства, їхня роль залишається важливою, впливовою, оскільки має більшу довіру ніж електронні видання.

Преса має низку переваг. До надрукованого можна повернутися, подумати над ним. Можна передати газету чи інший друкований ЗМІ колезі, іншим членам сім'ї, обговорити прочитане, можна робити підбірки матеріалів.

Перевагою професійних друкованих ЗМІ є також розміщення в них не тільки офіційних документів і коментарів до них, але й роз'яснення на конкретних прикладах методів та особливостей застосування їх.

Оформлення передплати на друкований ЗМІ забезпечує майже 100 % прочитання матеріалу на противагу електронним ЗМК, до яких звертаються лише вибірково.

Саме реклама в пресі підтверджує вагомість існування та розвитку друкованих ЗМІ. Наприклад, реклама в друкованих виданнях користується популярністю і повагою як читачів, так і рекламодавців, оскільки вона у провідних друкованих ЗМІ є достатньо достовірною і відповідальною. Також ефективність друкованої реклами підтверджується тим, що вона добре сприймається, не викликає роздратування і добре запам'ятовується, всупереч іншим видам реклами. Оскільки споживач обирає, що йому необхідно та цікаво, він може витратити на читання як журналістського, так і рекламного тексту або ж розглядання вишуканого рекламного макету стільки часу, скільки потрібно. Окрім того варто пам'ятати, що рівень розуміння і запам'ятовування реклами на телебаченні становить 4 %, у той час як у пресі — 11,5 %.

Друковану рекламу легко зберегти, відтворити, повернутися до неї, записати адресу і телефон. Видання можна взяти з собою, відправитися з ним на роботу чи відпочинок. Великий інформаційний потік в електронних ЗМІ і велика кількість однотипної зовнішньої реклами, не дозволяють цього зробити. Потенційний споживач, проглянувши кілька електронних сторінок, уже може не згадати, де саме він читав чи бачив ту чи ту інформацію. Тому, найбільшою перевагою ми вважаємо саме статичність інформації поданої в друкованих ЗМІ. Жодне з інших ЗМІ не може надати споживачу первісний варіант поширеної інформації.

Також друкована реклама дозволяє знайти свого покупця. Це пов'язано з тим, що кожне видання має свою цільову аудиторію, преса чітко сегментована.

Друкована реклама інформативна. У порівнянні з іншими видами реклами, друкована реклама може бути подана як стаття, інтерв'ю, коментар, анонс, прес-реліз, фотофакт та іншими видами інформаційних повідомлень. Саме завдяки таким видам представлення свого продукту чи компанії, друкована інформація буде сприйматися читачам із більшою довірою, ніж матеріал у електронних ЗМК, оскільки друковане видання слідує редакційній політиці та відповідає за кожен матеріал.

Друкована реклама відносно недорога (у порівнянні з відео-, аудіо- та зовнішньою рекламою) і є ефективною, оскільки працює довше саме завдяки тривалішому життю друкованого продукту. За умови обмеженого бюджету, професійне створення і розміщення реклами в газетах, журналах і каталогах дозволяє, усупереч значним витратам на рекламу в електронних ЗМІ та з-

внісних носіях, цілком реально отримати суттєвий економічний ефект. Проте варто зауважити, що лише при виборі друкованого продукту для потрібної цільової аудиторії, реклама зможе реально принести цей економічний ефект.

Отже, друкована реклама довготривала. Люди, які цілеспрямовано купують глянцеви журнали, зберігають їх роками. Людина може повернутися до реклами в журналі в будь-який час, на відміну від будь-якого іншого виду реклами. Коли фірма постійно розміщує рекламу в журналі, це створює відчуття стабільності та солідності підприємства, його іміджу. Цільовій аудиторії це необхідно. Рекламні ролики в кілька секунд не дають можливості переконливо аргументувати чому власне їхні товари чи послуги заслуговують найбільшої довіри.

Якщо поглянути на рекламу у друкованих виданнях із психологічної точки зору, можна виділити ще й такі переваги цього методу поширення інформації про товар чи компанію: прочитана інформація відкладається значно глибше, ніж сприйнята на слух; реклама в друкованих ЗМІ належить до ненав'язливого засобу комунікації, оскільки споживач може прочитати цікаву для нього інформацію будь-якої миті; рекламні оголошення в газетах або інших друкованих ЗМІ не переривають читання, не заважають і не дратують, як, наприклад, реклама в електронних ЗМІ.

На нашу думку, найкращим засобом для детального інформування потенційного клієнта залишається все ж таки друкована реклама, яка разом створить або ж підкреслить імідж компанії.

Отже, для кращого розуміння переваг і недоліків друкованого видання варто побудувати таблицю.

Таблиця 1

СИЛЬНІ ТА СЛАБКІ СТОРОНИ ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ

Переваги	Недоліки
Точність (охоплення цільової аудиторії)	Високі витрати на друк (висока вартість друку видання)
Вибір місця (зручність використання — можна читати будь-де)	Макулатура (частина тиражу може залишитися не розкупленою чи не розісланою)
Тривалість впливу (можливість збереження для повторного використання)	Затрати на доставку (необхідно використовувати службу доставки видання)

Закінчення табл. 1

Переваги	Недоліки
Вибір часу (можливість вибору часу користувачем)	Короткотривалі часові рамки рекламних оголошень (обмеженість у часі рекламних оголошень)
Структурована подача інформації (інформація всіх категорій уміло скомпоновано)	Повільний пошук статті, автора (вкрай утруднений пошук необхідної статті в підшивці)
Підбірка (читач отримує відразу повний комплект інформації)	Недоцільність роз'єднання видання (важко робити тематичні добірки інформації з підшивки)
Статичність (інформація зберігається і є доказом підтвердження)	Обмежений канал впливу (лише візуальний)
Поширення (передача колезі, другу, членам родини)	Непродуманість підшивок (незручно збирати підшивки газет і журналів)
Сприйняття (краще запам'ятовується)	Обмеженість у часі (відсутність можливості негайної публікації матеріалів)
Достовірність (перевірена редакцією інформація)	Неможливість виправити помилки (помилки, допущені при друці, неможливо виправити)
Вплив (ненав'язливий засіб просування)	Реакція (неможливість миттєвої відповіді, дискусії)
Масштаб (вибір регіону поширення)	Доставка (доставка за межі країни істотно обмежена)
Інформативність (інформація може бути подана в таблицях, графіках, порівняннях)	

Отже, як бачимо з наведеної таблиці, є переваги і є недоліки друкованих видань. Але потрібно розуміти ціль компанії, яка хоче розмістити рекламу. Компанії важливий сталий імідж та охоплення цільової аудиторії? Чи разовий високо вартісний ролик? Чи є формування підшивок реклами для своїх клієнтів плюсом чи це незручність? Рекламодавець, передусім, має розуміти, що потрі-

бно його клієнту і який канал поширення краще обрати. Для кожної цільової аудиторії є свої вимоги, проте стабільна, якісно розроблена, на якісному папері у престижному всеукраїнському періодичному виданні реклама надасть лише міцності бренду, впізнаваності продукту.

Висновки. ЗМІ мають неймовірний вплив на масову свідомість і це означає, що кожен матеріал чи то інформаційний, чи то рекламний, виконує свою роль ефективно. Головною ознакою ефективності поширення потрібної інформації своїй цільовій аудиторії є правильний вибір друкованого ЗМІ.

Унікальною перевагою, яку надає преса рекламодавцю, на противагу іншим видам рекламної комунікації, є можливість розширено донести інформацію про продукт чи товар цільовій аудиторії, описати його, порівняти, надати всі відомості, а також повторно звернутися до цього видання, передати іншим зацікавленим особам у даній інформації, зробити підбірку важливих матеріалів.

У друкованих виданнях можна друкувати будь-яку довідкову інформацію: ціни, телефони, адресу, ліцензії та всю необхідну підприємству інформацію. У той же час терміни, аббревіатури, англомовні назви, місцезнаходження та інша інформація, яка важко запам'ятовується на слух — буде добре сприйматися у друкованих виданнях. Тому рекламодавцеві потрібно визначитися, яку саме інформацію він хоче подати своїй цільовій аудиторії, а тоді спеціально для неї розробити макет або ж інформаційний матеріал, які забезпечать очікуваний результат.

Література

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент [текст]: підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 392 с.
2. Назайкин А. Н. Эффективная реклама в прессе: Практич. пособие. — М.: Изд-во Международного института рекламы, 2002. — 208 с.
3. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: Практичний посібник. — 2-ге вид., стереотипне. — К.: Наша культура і наука, 2006. — 560 с.
4. http://pidruchniki.ws/1965032337010/politologiya/harakteristika_okremih_vidiv_zmi
5. <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=7>

References

1. *Balabanova L.V.* Advertising Management [text]: Manual / L.V. Balabanova, L.O. Yuzyk. — K.: Center of Educational Literature, 2013. — 392 p.
2. *Nazaykyn A.N.* Effective Advertising in the Press: Practical manual. — M.: International Institute of Advertising Publishing House, 2002. — 208 p.
3. *Tymoshyk M.* Book for Author, Editor, Publisher: Practical manual. — 2nd ed., Stereotype. — K.: Our Culture and Science, 2006. — 560 p.
4. http://pidruchniki.ws/1965032337010/politologiya/harakteristika_okremih_vidiv_zmi
5. <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=7>

Статтю подано до редакції 23.10.14 р.

УДК 338.2

Щукін Б.М., к.е.н., завідувач відділу,
Павленко В.П., к.е.н., здобувач,
Науково-дослідний економічний
інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

СТАТИСТИЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Schukin B.M., Ph.D., Head of Department, Scientific
and Research Institute of Economics of the Ministry
of Economic Development and Trade of Ukraine
Pavlenko V.P., Ph.D., applicant, Scientific
and Research Institute of Economics of the Ministry
of Economic Development and Trade of Ukraine

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена формуванню методологічних засад побудови інтегрованої моделі короткострокового прогнозування показників національних рахунків на базі блоків, що відображають факторні зв'язки в кожному секторі економіки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Прогнозування, розвиток економіки, модель прогнозування, сектори економіки.

ANNOTATION. The article is devoted to the formation of methodological principles of building an integrated model of short-term forecasting of the indicators of national accounts based on blocs that reflect factor ties in each sector.

KEY WORDS. Forecasting, development of the economy, forecasting model, sectors of the economy.

Вступ. Методичний арсенал прогнозування завжди є актуальним питанням безпосередньої організації прогнозного процесу. Треба визнати, що він за останні 15 років суттєво не покращився. Принципово нових методів визначення взаємозалежностей між залежними економічними змінними, які характеризують результат і незалежними змінними, які є факторами, не з'явилося. Лише комп'ютеризація надала нові можливості для прогнозистів за рахунок реалізації багатоступінчатих ітераційних розрахунків вибирати серед різних сценарних умов найкращі за різними критеріями.

Таким чином, удосконалення методів прогнозування як основи планування та програмування економіки залишається вельми актуальною науковим і практичним завданням. Сьогодні, як ніколи виникла потреба у достовірних прогнозах для використання їх як на макроекономічному рівні, так і для потреб бізнесу, оскільки без точного макроекономічного прогнозу Уряд не в змозі приймати ефективні заходи економічної політики, а бізнесмени — рішення, адекватні майбутній ситуації. У зв'язку із кризовими явищами та ризиками економічного розвитку, загострилась потреба пошуку ефективних методів аналізу та прогнозування економічного стану держави та розробки дієвих методів регулювання та покращення економічних процесів.

Реалізація напрямів економічної політики держави потребує визначення головних макроекономічних показників і пропорцій на перспективу, а також процесів відтворення, які системно відображаються показниками національних рахунків.

Водночас, треба зробити висновок, що посилення інституційної складової в процесах стабільного економічного розвитку зумовлює необхідність деталізації прогнозних розрахунків показників СНР за інституційними секторами та об'єднання модельних блоків прогнозування в інтегровану модель.

Постановка задачі. Метою дослідження є формування методологічних засад побудови інтегрованої моделі короткострокового прогнозування показників національних рахунків на базі блоків, що відображають факторні зв'язки в кожному секторі економіки і здійснення за її допомогою експериментального розрахунку показників інституційних секторів на 2014–2015 роки. Використання розробленої інтегрованої моделі прогнозування показників СНР за секторами економіки дозволить підвищити точність прогнозів, проводити аналітичні дослідження та обґрунтування

збалансованості показників СНР, бюджету, платіжного балансу, монетарних, соціальних та інших макроіндикаторів.

Основна частина. Особливістю сучасного розвитку економіки України є підвищення ролі інституційної складової зростання, що вимагає вдосконалення методів і принципів прогнозування, які базуються на показниках СНР у секторному розрізі. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки інтегрованих модельних розрахунків прогнозування показників СНР за інституційними секторами, які б, з однієї сторони, відображали процеси виробництва, утворення, розподілу та використання доходів, що є основними в процесах відтворення, а з іншої, — ув'язували б економічну поведінку інституційних секторів, їх показники з макроекономічними тенденціями розвитку економіки.

Концепція інтегрованої моделі короткострокового прогнозування за секторами економіки передбачає побудову наскрізної системи таблиць та алгоритмів для прогнозування показників СНР за секторами економіки в блочній структурі з урахуванням зв'язків у секторах. Розробка моделі прогнозування макроекономічних показників на перспективу спрямована на підвищення точності, збалансованості і взаємоузгодження прогнозних показників Системи національних рахунків, бюджету, платіжного балансу, монетарних і соціальних показників і на цій основі забезпечення обґрунтованості управлінських рішень. Основна ідея розробки моделі полягає в необхідності і можливості забезпечення достатньої точності і збалансованості прогнозних показників на всіх стадіях економічного обороту за допомогою моделювання показників СНР та основних балансових співвідношень між показниками і секторами економіки.

Виходячи з системного підходу, економіка держави представляється у вигляді системи зі своїми елементами, зв'язками і динамікою. Цьому відповідає модель економіки у вигляді системи національних рахунків (СНР), де її елементи представлені інституційними секторами економіки, зв'язки між секторами — показниками рахунків, що збалансовані за ресурсами і використанням, а динаміка системи показана у вигляді рахунків за фазами суспільного відтворення.

При розробленні інтегрованої моделі за основу прийняті «Методичні рекомендації з прогнозування основних макроекономічних показників на короткостроковий період», які затверджені Мінекономіки України 27.02.2010.

Прогнозування показників секторів економіки на коротко-строкову перспективу здійснюється на період до 2015 року, що пов'язано з необхідністю прогнозування макропоказників на поточний рік і два наступні. При цьому необхідно зазначити, що фактично прогнозні розрахунки показників СНР здійснюються починаючи з 2012 року, що пояснюється відсутністю звітних показників національних рахунків, а поточний 2013 рік є умовно прогнозним роком, оскільки існують статистичні дані лише за окремими показниками.

У моделі передбачається можливість прогнозування показників на всіх стадіях економічного обороту за секторами економіки у фактичних цінах: виробництва товарів і послуг, утворення первинних доходів, їх розподілу і перерозподілу, формування наявних доходів секторів економіки та їх використання на споживання і нагромадження. Прогнозування показників моделі здійснюється методом прямих балансових розрахунків, шляхом встановлення функціональних залежностей, урахування співвідношень між взаємопов'язаними показниками, на основі трендових та інших залежностей, графічних методів тощо.

На відміну від великорозмірних економетричних моделей дана модель передбачає імітаційний характер. У ній за допомогою ітераційних розрахунків забезпечується можливість моделювання процесів реалізації цілей і завдань економічної політики, що закладаються як припущення прогнозу, здійснення аналізу їх наслідків, взаємоузгодження основних макроекономічних показників та пропорцій, якими оцінюються розвиток секторів економіки, рівень життя населення, роль державного споживання, вплив монетарних показників тощо. Це зумовлює спрямованість моделі на її застосування у практичній діяльності як одного з інструментів прогнозування та управління національною економікою. Крім того, секторний розріз моделі дозволяє передбачати наслідки регулюючого впливу держави на результати економічної діяльності окремих груп інституційних одиниць, виявляти роль кожного сектору у формуванні найважливіших макроекономічних агрегатів.

Прогнозна інтегрована модель включає показники СНР за п'ятьма секторами внутрішньої економіки: нефінансових корпорацій, фінансових корпорацій, загального державного управління, домашніх господарств, некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства.

Схему процесу прогнозування показників національних рахунків за секторами економіки зображено на рис. 1.



Рис. 1. Схема процесу прогнозування показників національних рахунків за секторами економіки

Враховуючи вимогу достатньої обґрунтованості результатів прогнозних розрахунків та існуючі методичні підходи до їх реалізації, розрахунок показників у секторному розрізі рекомендується проводити в кілька етапів, які передбачають:

1) аналіз тенденцій економічного і соціального розвитку країни за передпрогнозний період, визначення пріоритетів соціальної, податково-бюджетної, грошово-кредитної та інших напрямів державної політики та оцінку розвитку економіки і її секторів на прогнозний період;

2) оцінка статистичних даних за передпрогнозний період і визначення коефіцієнтів можливих змін щодо траєкторій розвитку та формування окремих показників на наступний прогнозний рік, що відображається в припущеннях прогнозу та екзогенних показниках;

3) проведення прогнозних експериментальних розрахунків показників СНР за секторами залежно від напрямів державної політики і вибраних пріоритетів, використовуючи метод прогнозування показників «знизу-вверх»;

4) узгодження отриманих результатів прогнозних розрахунків за модельними блоками з показниками інших секторів, макроекономічними пропорціями і секторними структурами та їх корегування в разі необхідності;

5) уточнення прогнозних розрахунків за секторами економіки, аналіз результатів і визначення ризиків прогнозу.

Аналітичний етап передбачає обробку статистичних і розрахункових даних за 2001–2011 роки, в результаті якої отримуємо траєкторії розвитку стану економіки в цілому, секторів економіки, їх роль у створенні балансуючих показників СНР, а також допоміжні показники, що відображають доходи і видатки Зведеного бюджету, доходи і витрати населення, структуру формування валового наявного доходу секторів і пропорції його розподілу на споживання та заощадження, обсяги і динаміку ВДВ і ВВП.

Паралельно визначаються головні цілі економічної політики (орієнтири), основні макроекономічні та секторальні пропорції, фактори, що впливають на формування доходів і витрат секторів економіки в передпрогнозному періоді. Факторами при цьому є обсяг, динаміка і рівень ВДВ, зміни чисельності населення та зайнятості, динаміка і рівень заробітної плати, динаміка і структура доходів населення, соціальних і капітальних трансфертів, рівень інфляції, а також вплив інструментів економічної політики в по-

датково-бюджетній, інвестиційній, соціальній та інших сферах, дія фінансово-економічних важелів, що впливають на рівень виробництва, доходів і нагромадження інституційних секторів.

На наступному етапі в процесі вивчення наявної прогнозної інформації на короткостроковий період, які визначаються як екзогенні показники (Проекту Зведеного бюджету, прогнозу грошових доходів і витрат населення, Платіжного балансу, індексу роздрібного товарообороту, середньорічного індексу цін виробників промислової продукції, індексу споживчих цін, індексу цін машинобудування, індексу цін будівельно-монтажних робіт, валютного курсу, дефіциту бюджету тощо) розраховуються окремі складові кінцевих споживчих витрат у секторному розрізі за рахунок коштів бюджету, грошових доходів населення, можливого нагромадження основного капіталу секторів економіки тощо.

Далі здійснюється детальний прогнозний розрахунок результатів діяльності інституційних секторів. Для цього є необхідним залучення додаткової інформації щодо джерел формування фінансових потоків, встановлення макроекономічних взаємозв'язків і секторних перетоків.

Потім здійснюється ітеративна процедура узгодження й уточнення отриманих прогнозних показників за секторними модельними блоками та їх агрегування на рівні економіки в цілому. На цьому етапі доцільно розрахувати прогнозні показники на основі врахування міжсекторних перетоків, всі інші показники агрегувати за допомогою складання модельних блоків за секторами.

На завершальному етапі процедури прогнозування за створеною моделлю проводиться аналіз результатів прогнозних розрахунків у рамках секторних розрахунків з виходом на ВДВ і ВВП, оцінюються відповідність цих результатів загальним цілям і завданням державної політики у відповідних сферах, структурі узагальнюючих макроекономічних агрегатів та пропорцій. Структуру інтегрованої моделі короткострокового прогнозування показників національних рахунків за секторами економіки представлено на рис. 1.

Основними вимогами до інтегрованої моделі є те, що показники СНР повинні балансуватись:

- з показниками бюджету через різницю між державними заощадженнями і інвестиціями в складі загального надлишку коштів, що залишаються в економіці за виключенням інвестицій;

- з показниками платіжного балансу завдяки рівності між чистим кредитуванням (запозиченням) і сальдо поточного рахунку;
- з показниками консолідованого бюджету банківської системи через приблизну тотожність показників сектору фінансових посередників фінансового рахунку СНР (готівка і депозити, кредити, страхові технічні резерви, інші види активів) з приростом грошової маси у банківській системі.

За макроекономічним підходом розроблювана модель представляє собою сукупність блоків за секторами економіки, що знаходяться у певних взаємозв'язках між собою, а також вихідні зведені інтегровані таблиці за роками прогнозного періоду. У загальному вигляді структура кожного блоку подана стандартною схемою: вхідна інформація, розрахункові модулі, вихідна інформація. При цьому як вхідна, так і вихідна інформація одного блоку може бути вхідними параметрами для іншого.

Висновки

1. За умов здійснення реформування економіки та посилення ролі інституційної складової актуальними є питання проведення прогнозних розрахунків показників СНР у розрізі секторів економіки. Секторні показники є орієнтирами і індикаторами у проведенні ефективної економічної політики, обґрунтування оптимальних пропорцій використання і виробництва ВВП, збалансованості доходів і витрат бюджету країни тощо. Розраховані прогнозні показники СНР за секторами економіки дозволяють створити інформаційне забезпечення для аналізу методів і засобів регулювання у соціальній і бюджетних сферах, що вплине на підвищення обґрунтованості управлінських рішень щодо стабілізації соціально-економічного розвитку.

2. Побудова інтегрованої моделі прогнозування макропоказників за секторами економіки ґрунтується на основі певних правил та алгоритмів, які визначають порядок розрахунків і математичних дій, необхідних для обробки інформації. На етапі математичної формалізації моделі обґрунтовується алгебраїчна форма розрахунків, взаємозалежності між показниками описуються символами та знаками, порядок розрахунків — блок-схемами.

Необхідно зазначити, що єдиної універсальної моделі прогнозування не існує. Вибір того чи того типу моделі та методу прогнозування залежить від мети прогнозування, специфіки макро-

економічного процесу (явища), масштабу об'єкта моделювання, наявної інформаційної бази, технічного та програмного забезпечення тощо.

3. Врахування європейського досвіду прогнозування макроекономічних показників дозволяє вдосконалити методи економіко-математичного моделювання в Україні на нових сучасних принципах і підходах, які відображають головні специфічні риси української економіки, орієнтуються на СНР і дозволяють аналізувати і прогнозувати показники рахунків за секторами економіки.

4. Інтегрована модель прогнозування за секторами економіки надає можливість представити економіку країни на всіх стадіях відтворення. Перевагою даної моделі є врахування секторних можливостей розвитку, виявлення їх прогнозної динаміки та здійснення балансових і структурних розрахунків на макrorівні з метою розрахунку ВДВ і ВВП, використовуючи принцип «знизу-верх». Вона надасть можливість проаналізувати такі показники внутрішнього попиту, як кінцеві споживчі витрати, нагромадження основного капіталу через капітальні інвестиції, а також процеси формування фінансових ресурсів у вигляді доходів, їх перетоки, відповідно до встановлених державою регуляторів і дії інших факторів, пов'язаних з необхідністю відтворення ВВП, залежно від достатності ресурсозабезпечення кожного сектора економіки.

Література

1. Ghizdeanu I. Contribution of institutional sectors to economic growth / Ion Ghizdeanu Tiufa Bria // Institute of Economic Forecasting [Електронний ресурс] — Режим доступу:

ftp://www.ipe.ro/RePEc/WorkingPapers/rjef3_07_4.pdf.

2. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — 170 с.

3. Класифікація інституційних секторів економіки [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Кендалл М. Статистические выводы и связи / М. Кендалл, А. Стюарт. — М.: Наука, 1978. — 911 с.

5. Наказ Міністерства економіки України «Про методичні рекомендації з прогнозування основних макроекономічних показників на короткостроковий період» від 27.02.2010 № 203 [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=32854.

6. Наказ Держкомстату України «Про методичні рекомендації щодо складання рахунків сектору нефінансових корпорацій за підсекторами» від 25.10.2007 № 392. — К, 2007.

7. Методичні рекомендації щодо складання рахунку капіталу за інституційними секторами економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.uazakon.com/documents/date_3q/pg_gmgqwg.htm.

8. Основні показники соціально-економічного розвитку України за 2010—2011 рр. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

9. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования / 2-е изд. перераб. и доп. — М.: Статиспоэд, 1997. — 200 с.

References

1. Ghizdeanu, I., Bria, T. Contribution of institutional sectors to economic growth. Institute of Economic Forecasting. Available at: ftp://www.ipe.ro/RePEc/WorkingPapers/rjef3_07_4.pdf.

2. Yerina, A. (2001). Statistical modeling and forecasting. — Kyiv: KNEU. — 170 p. [in Ukrainian]

3. Classification of institutional sectors of economy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Kendall, M., Stuart, A. (1978). Statistical inference and relationship. — Moscow: Nauka. [in Russian]

5. Order of the Ministry of Economy of Ukraine «On guidelines on forecasting the main macroeconomic indicators in the short term». 27.02.2010 № 203. Available at: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=32854. [in Ukrainian]

6. Order of the State Statistics Committee of Ukraine «On guidelines for billing non-financial corporations subsectors». 25.10.2007 № 392. — Kyiv. [in Ukrainian]

7. Guidelines for the compilation of capital accounts by institutional sectors. Available at: http://www.uazakon.com/documents/date_3q/pg_gmgqwg.htm. [in Ukrainian]

8. Basic indicators of social and economic development of Ukraine for 2010-2011. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. [in Ukrainian]

9. Chetyrkin, I. (1997). Statistical methods of forecasting. — Moscow: Statispoed. [in Russian]

Статтю подано до редакції 20.11.14 р.

УДК 338.46:330.123.6:378

Бараник З.П., д.е.н., професор, заступник
завідувача кафедри статистики,
Кикош Ю.В., аспірант кафедри статистики
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Baranik Z.P.
*Doctor of Economics, professor, Deputy
Head of the Department of Statistics,
SHEI «Vadym Hetman Kyiv National Economic University»*
Kykosh Y.V.
*Postgraduate of the Department of Statistics
SHEI «Vadym Hetman Kyiv National Economic University»*

FACTORS IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE EDUCATION MARKET

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто та проаналізовано основні фактори формування і розвитку ринку освітніх послуг в Україні. Охарактеризовано механізм впливу факторів на освітній ринок. Визначено основні форми впливу на ринок освітніх послуг. Обґрунтовано необхідність вивчення факторів формування ринку освітніх послуг.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ринок освітніх послуг; освітня послуга; формування; фактори впливу.

ABSTRACT. The article describes and analyzes the main factors of the formation and development of the educational market in Ukraine. Characterizes mechanism of influencing factors on the educational market. It stresses the main forms of influence on the education market. The article outlines the necessity of studying the factors of the education market.

KEY WORDS: educational market; educational services; formation; impact factors.

Постановка проблеми. Розвиток людського капіталу — першочергова потреба будь-якої країни в сучасних реаліях глобальної економіки. Потужна та ефективна система освіти стає питанням номер один для вирішення. Для сталого розвитку країни необхідна адаптивна система освіти, що могла б швидко реагува-

ти на зміни в економіці, вчасно відповідати на потреби ринку праці, відтворювати спеціалістів, що б сприяли економічному зростанню країни. Ринок освітніх послуг України в останні роки стає на шлях європізації, але цей процес має на своєму шляху дуже багато проблем. Задля вдалого та ефективного процесу реформування та розвитку ринку освітніх послуг в Україні потрібно визначити фактори, що впливають на його формування та розвиток.

Аналіз останніх джерел. Проблемі формування ринку освітніх послуг і факторам, що впливають на нього присвятили багато праць учених: О. Грішнова, Р. Джапарова, О. Карлюк, Л. Колешня, У. Кравченко, В. Куценко, Е. Лібанова, Н. Лук'яненко, А. Панкрухін, В. Савченко, М. Ушакова, Г. Черніченко, Л. Шаульська та інші.

Постановка завдання. Розглянути ринок освітніх послуг з позиції статистичного підходу. Визначити основні фактори формування ринку та механізм їх взаємодії (перший етап дослідження ринку освітніх послуг).

Виклад основного матеріалу. Активний розвиток і домінування сфери послуг над виробництвом у країнах Європи та Заходу демонструє необхідність та актуальність розвитку цієї сфери економіки в Україні. Саме тому, беручи до уваги досвід західних країн, і враховуючи специфіку та ментальність вітчизняної економіки країні слід приділяти значну увагу сфері послуг та підіймати її на новий рівень.

Такі галузі сфери послуг, як галузі культури, виховання, освіти та науки потребують особливої уваги, адже вони якнайбільше впливають на формування робочої та споживчої сили людини, умов розвитку її особистості.

У контексті загальних закономірностей розвитку економіки України функціонує і ринок освітніх послуг, що володіє рядом специфічних особливостей функціонування. Ефективне функціонування ринку освітніх послуг України залежить від ряду зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів відносять економічні, соціально-демографічні, політичні, науково-технічні та природо-географічні фактори. Серед внутрішніх факторів слід виокремити кон'юнктуру та інфраструктуру ринку, рівень цін на освітні послуги та продукти інтелектуальної праці тощо.

Функціонування ринку освітніх послуг неможливе без двох його основних складових — попиту і пропозиції на ринку. Попит

на ринку освітніх послуг перш за все представлений зацікавленістю в отриманні освітніх послуг населення країни. Фактори формування попиту на освітні послуги можна описати такою функціональною залежністю:

$$D = f(P_1, P_2, P_3 \dots I, T, W, H, J, N, G, L), \quad (1)$$

де D — рівень попиту на освітні послуги;

P_1, P_2, P_3 — ціни на різні види освітніх послуг;

I — доходи населення;

T — потреби та уподобання споживачів;

W — очікування подальшого підвищення цін;

H — галузева структура підприємницького середовища;

J — потреби ринку праці;

N — демографічна ситуація;

G — рівень державних видатків на освіту;

L — рівень інвестицій в освітню галузь [1].

В основі ефективного функціонування ринкових відносин у сфері освітніх послуг лежать об'єктивні та суб'єктивні фактори. До основних об'єктивних факторів слід віднести світові тенденції економічного та соціального розвитку, різні соціальні процеси, що впливають на функціонування економіки країни, або безпосередньо на систему освіти країни. Як приклад фактору суб'єктивного характеру можна навести зміну державної політики у сфері освіти тощо.

Розглядаючи чинники формування ринку освітніх послуг, О. Карпюк класифікує їх у такий спосіб: 1) за рівнем впливу людини (суб'єктивні чинники: демографічний, політико-правовий, соціально-психологічний, інфраструктура та кон'юнктура ринку, політико-правові, соціально-економічні; об'єктивні чинники: природно-географічний; регіонального розвитку, розвиток ринкових відносин і підприємництва, інновації, науково-технічний прогрес, інтернаціоналізація та глобалізація освіти); 2) за рівнем впливу на ринок освітніх послуг (зовнішні чинники: інтернаціоналізація освіти, глобалізація в контексті економіки, технологій і соціокультурного середовища, науково-технічний прогрес; внутрішні чинники: соціально-економічний розвиток країни, розвиток інновацій, ринкових відносин, регіональний розвиток, демографічний, інфраструктура, політичні, природно-географічний); 3) за характером впливу (позитивні; негативні); 4) за функціональною

ознакою (соціально-економічний, політико-правовий, соціально-психологічний чинники; глобалізація та інтернаціоналізація, демографічний чинник і регіональний розвиток; інновації; розвиток ринкових відносин) [2].

Доходи населення є одним з основних соціально-економічних факторів, що впливають на розвиток освіти. Розглядаючи сучасні тенденції функціонування ринку освітніх послуг дедалі помітнішою є особливість розшарування населення за ознакою фінансової доступності до отримання освіти, частка сімей, що можуть дозволити собі навчання дитини у вищій навчальній установі за останні роки має тенденцію до спаду, а відсоток претендентів на бюджетні місця у вишах помітно зростає. Так, за даними Державної служби статистики України доходи населення у 2013 році зросли на 5,3 % у порівнянні із минулим роком, і наявний дохід становив 26167,2 грн, або 2180,6 грн на місяць.

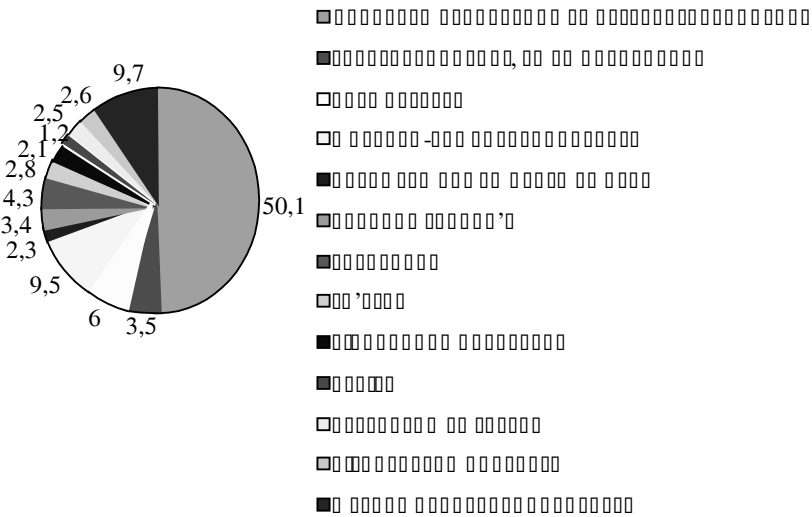


Рис. 1. Структура сукупних середньомісячних витрат населення України у 2013 р.

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

Структура доходів у 2013 році продемонструвала, що 41 % припав на доходи від заробітної плати, а 38 % — на соціальні до-

помоги та трансферти, при чому найбільший відсоток нарахованих соціальних допомог був виплачений у Чернівецькій, Закарпатській, Тернопільській областях (більше 45 %). Проте, як демонструє структура витрат домогосподарств, витрати на освіту у 2013 році знаходяться на останньому місці, та складають усього 1,2 %.

Ще одним значним соціально економічним фактором, що впливає на ринок освітніх послуг є престижність професії у суспільстві. Зазначимо, в сучасних реаліях функціонування ринку абітурієнт, вступаючи до вищого навчального закладу орієнтується не на фактичні потреби ринку праці, а на престижність і високий рівень заробітної плати. Як наслідок, ринок перенасичений такими професіями, як економіст, юрист, працівниками страхових компаній, і відчуває гостру нестачу в інших. Такий дисбаланс на ринку з роками загострюється.

Наступним соціально-економічним фактором, що відіграє значну роль у функціонуванні ринку освітніх послуг є демографічна ситуація в країні. Чисельність населення, середній розмір сім'ї, темпи зростання (зменшення) населення впливають на попит на освітні послуги в країні. Закономірності у демографічній ситуації (старіння нації, зменшення населення у віці 15—24 років) прямопропорційно впливають на зменшення попиту на освітні послуги в країні. Свідченням врахування демографічного фактору є нормативно-правові акти, які були прийняті урядом України та Міністерством освіти і науки із забезпечення реалізації державної політики у сфері освіти.

Головним економічним фактором, що впливає на ринок освітніх послуг є система фінансування ринку освітніх послуг України. Загалом, існує два фонди фінансування системи освіти в Україні. Це державний бюджет і спеціальний фонд. Розподіл коштів здійснюється згідно Закону України «Про вищу освіту» та «Про освіту». Без належної фінансової підтримки будь-які зміни в системі освіти стають неможливими, а головним джерелом фінансування освітньої галузі залишається бюджет країни. Як демонструє табл. 1, видатки на освіту мають тенденцію до збільшення до 2012 року, хоча в порівнянні з високорозвиненими країнами цей показник досі залишається дуже низьким.

Таблиця 1

СТРУКТУРА ВИТРАТ НА ОСВІТУ В УКРАЇНІ ЗА 2004–2013 рр.

Показники	Досліджуваний період									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ВВП, млрд грн	354,1	424,7	544,2	679,5	950,5	1062,0	1082,6	1302,0	1408,9	1454,9
Загальні витрати на освіту, млрд грн	21,5	26,8	33,1	39,0	57,5	64,2	79,8	86,2	101,6	75,9
У т.ч. на вищу освіту, млрд грн	5,4	7,9	8,5	11,3	18,5	20,9	24,9	26,6	29,3	21,6
Коефіцієнт зростання загальних витрат на освіту	—	1,24	1,32	1,18	1,56	1,08	1,24	1,08	1,17	–0,25
Коефіцієнт зростання загальних витрат на вищу освіту	—	1,46	1,07	1,33	1,65	1,13	1,19	1,06	1,10	–0,26

Джерело: Державна служба статистики України та власні розрахунки

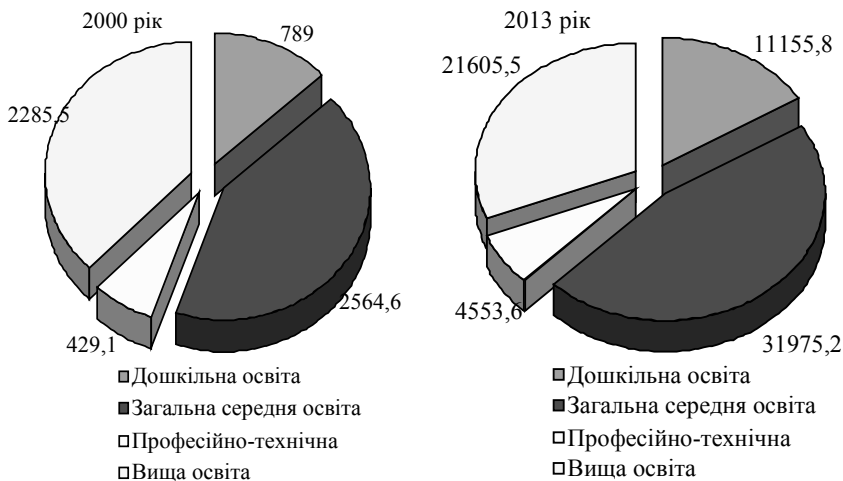


Рис. 2. Структура видатків на освіту в Україні в 2000 та 2013 рр., млн грн

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

Як видно з рис. 2, у структурі фінансування освіти за останні роки відчутних змін не відбулося, фінансування збільшилося майже пропорційно по всім сферам. У період 2000–2013 рр. відсоток дошкільної освіти у структурі фінансування освітніх установ зріс із 11,1 % до 14,6 %, значно зросла частка загальної середньої освіти — майже на 6 %, професійно-технічна освіта у структурі фінансування залишилася майже незмінною, її частка зменшилася на 0,1 %, а відсоток фінансування закладів вищої освіти у період з 2000 по 2013 рр. у структурі видатків на освіту зменшився із 32,3 % до 28,4 %.

Наступним важливим економічним фактором розвитку ринку освітніх послуг є інвестиції в освітню сферу. У табл. 2 наведено дані динаміки капітальних інвестицій у цю галузь економіки та розраховані коефіцієнти їхнього зростання.

Таблиця 2

**ДИНАМІКА КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
В ОСВІТУ УКРАЇНИ ЗА 2010–2013 рр.**

Показники	2010	2011	2012	2013
Кількість інвестицій в освіту, млн грн	1935,1	2223,9	1502,7	1053,9
Коефіцієнт зростання (ланцюговий)	—	1,14	–0,32	–0,29

Джерело: Державна служба статистики України та власні розрахунки

Як свідчать дані табл. 2, протягом аналізованого періоду з 2010 по 2013 рр. спостерігалось зростання показника обсягу інвестицій в освіту в абсолютному вимірі до 2011 року, а період 2012–2013 рр. відзначився загальним спадом інвестиційної активності в Україні.

Великий вплив на розвиток ринку освітніх послуг має політика уряду щодо просування цієї галузі економіки. Основні положення щодо розвитку ринку освітніх послуг України викладено в Указі Президента України «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» від 25.06.2013 № 344/2013, що покликана на удосконалення нормативно-правової бази, підвищення якості освіти, запровадження сучасних методів надання освітніх послуг, модернізації та комп'ютеризації освітньої галузі і т.д.

Висновки. Кожна країна в сучасних економічних реаліях належить до світового економічного простору. Розвиток ринку освітніх послуг, з одного боку, відбувається під впливом глобалізації, адже він інтегрується до світового освітнього простору, а з іншого, відбувається під тиском особливостей кожної окремої країни. Усі ці фактори, що позитивно, або негативно впливають на ринок освітніх послуг є домінуючою силою у формуванні ринку і потребують обов'язкового вивчення та оцінки ступеня їх впливу. За сучасних умов ринок освітніх послуг розвивається під впливом таких негативних факторів:

1) економічних: неефективна модель фінансування освіти, дуже низький рівень фінансування даної галузі, несприятлива система оподаткування, високий рівень корупції тощо;

2) політичних: політична нестабільність у країні, що зменшує потоки інвестицій, відсутність кадрової стратегії у сфері освіти, відсутність державної політики зайнятості населення;

3) соціальних: високий рівень безробіття серед населення, низький рівень доходів населення, недовіра до якості освіти, особливо у вищих навчальних закладах.

Під час розробки освітнього законодавства, стратегії розвитку ринку освітніх послуг в Україні особлива увага приділялася політичному та соціальному факторам, ігноруючи економічний чинник, що призвело до негативної практики впровадження та невиконання планів і заходів удосконалення освітньої галузі. Усе це ще раз підкреслює необхідність детального вивчення зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку ринку освітніх послуг і характеру їх впливу, особливо під час формування державної політики у сфері освітніх послуг.

Література

1. Антохов А.А. Ринок освітніх послуг у світлі класичного та новітніх підходів до дослідження / Антохов А.А. // Регіональна економіка. — 2009. — №1. — С. 251–259.

2. Карпюк О. А. Фактори формування та розвитку ринку освітніх послуг / О. А. Карпюк // Економіка. Управління. Інновації. Електронне наукове фахове видання Житомирського державного університету ім. І. Франка [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09koarop.pdf.

3. Семенюк С. Аналіз факторів, які впливають на кон'юктуру ринку освітніх послуг // Наука молода. — № 7 — 2007 — С. 144–149.

4. Уклова А.А. Диспропорції розвитку ринку освітніх послуг в Україні: причини та наслідки / А.А. Уклова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. — 2010. — № 891. — С. 155–159.
5. Діяльність підприємств сфери послуг. Статистичний бюлетень. — К.: Держкомстат України, 2013. — 75 с.
6. Законодавство в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>.
7. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2013/14 навчального року / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] // Державний комітет статистики України. — К. — 165 с. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Парламентські слухання «Запровадження 12-річної загальної середньої освіти в Україні: проблеми та шляхи їх подолання» / За заг. ред. Є. В. Краснякова. — К.: Парламентське вид-во, 2010. — 168 с.
9. Сучасна економічна освіта: Україна і Болонський процес / За ред. В.Д. Базилевича. — К.: Знання, 2006. — 326 с.

Reference

1. Antohov A.A. Market of educational services in the light of classical and modern approaches to the study / AA Antohov // Regional Economics. — 2009. — № 1. — S. 251–259. [in Ukrainian]
2. Karpyuk O.A. Factors of formation and development of the education market / OA Karpyuk // Economy. Office. Innovation. Electronic scientific specialized edition in Zhytomyr State University named Franko [electronic resource] — Access mode: [http // www. nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09koarop.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09koarop.pdf), [in Ukrainian]
3. Semeniuk C. Analysis of the factors affecting the market opportunities of educational services // Young science. — № 7 — 2007 — S. 144–149. [in Ukrainian]
4. Uklova A.A. The imbalance of the education market in Ukraine: causes and consequences / AA Uklova // Bulletin of Kharkiv National University VN Nomination. — 2010. — № 891. — S. 155–159. [in Ukrainian]
5. Business service industries. Statistical Bulletin. — K.: State Statistics Committee of Ukraine, 2013. — 75 s. [in Ukrainian]
6. Legislation in Ukraine [electronic resource]. — Mode of access: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/?](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/) [in Ukrainian]
7. Key indicators of higher education in Ukraine at the beginning of the school year 2013/14 / Statistical bulletin [electronic resource] // State Statistics Committee of Ukraine. — Kyiv. — 165 p. — Mode of access: <http://www.ukrstat.gov.ua/>, [in Ukrainian]

8. Parliamentary hearings «Introducing 12-year secondary education in Ukraine: problems and possible solutions» / under total. eds. EV Krasnyakova. — K.: Parliamentary publishing house, 2010. — 168 p. [in Ukrainian]

9. Modern economic education: Ukraine and the Bologna Process / Ed .. V.D. Bazilevich. — K.: Knowledge, 2006. — 326 s. [in Ukrainian]

Статтю подано до редакції 13.10.14 р.

УДК 311.17:33.05:338.24(477)

Трубнік Т.Є., к.е.н.,
ст. викладач кафедри статистики,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ НА ЯКІСТЬ ГАЛУЗЕВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Trubnik T., PhD in Economics, senior lecturer,
SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

IMPACT `S STATISTICAL ANALYSIS OF THE STRUCTURAL SHIFTS ON THE QUALITY OF SECTORAL UKRAINIAN ECONOMY`S TRANSFORMATION

АНОТАЦІЯ: У статті розкрито зміст таких категорій, як структура, структурні зрушення, результативність структурних змін, структурний ефект. Обґрунтовано мету статистичного вивчення галузевих структурних зрушень. Апробовано метод прямого перерахунку для оцінювання впливу галузевих структурних зрушень на результати функціонування економіки України. Виявлено прогресивний або деструктивний вплив змін у структурі національної економіки за видами економічної діяльності (за стандартами Державного Класифікатора 009:2005 і 009:2010) на обсяги випуску та ВДВ. Автор дійшов висновку, що інтенсивність і напрям перетворень у галузевому розподілі протягом 2005–2012 рр. не мали прогресивної спрямованості.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: структура, галузеві структурні зрушення, структурний ефект, метод прямого перерахунку.

ANNOTATION: The article reveals the content of such categories as the structure, structural changes, effectiveness of structural change, structural effect. Proved a purpose of a statistical study of branches structural changes. Approved method for direct conversion to assess the impact of branches structural changes on the results functioning of the Ukrainian economy.

Discovered progressive and destructive effects of changes in the structure of the national economy by types of economic activity (by standards of State Classification 009:2005 and 009:2010) in the volume of output and gross value added (GVA). The author concluded that the intensity and direction of changes in the branches changes during years 2005–2012 hadn't progressive direction.

KEYWORDS: structure, branches structural changes, structural effect, direct conversion method.

Постановка проблеми. Україна належить до країн з ринковою економікою постіндустріального типу, що є вектором стратегічних перетворень. За останні два десятиріччя відбувся процес радикальної трансформації національної одержавленої економічної системи на багаторівневу економічну структуру. Для сучасного етапу розвитку української економіки характерний пошук власної моделі розвитку економічної структури, сумісною із західноєвропейською і здатною функціонувати з нею в одній системі координат. Головним елементом такої структури мають стати різноманітні самостійні суб'єкти господарювання, які б у своїх діях спиралися на закон та економічну корисність.

Статистичне вивчення явищ і процесів, пов'язаних з формуванням і розвитком економічної структури, дозволяє виявляти тенденції розподілу та перерозподілу її складових, оцінювати якість структурних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, в економічній літературі існують певні напрацювання у сфері дослідження структурних трансформацій, їх кількісного та якісного оцінювання [3, 4, 7—9, 12].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Особливо актуальним залишається проблематика статистичного вимірювання структурних зрушень, аналіз їх результативності та впливу на темпи економічного зростання.

Мета статті. Виявлення прогресивного або деструктивного впливу галузевих структурних змін на макропоказники економіки дозволяє визначити якість трансформацій та оцінити структурний ефект. Статистичне вирішення цієї проблеми за допомогою методу прямого перерахунку і запропоновано автором.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «структура» походить від латинського «structura» — побудова і характеризується як внутрішня форма організації елементів системи,

що мають сталі зв'язки та забезпечують її цілісність, функціонування і розвиток [10].

На думку українського економіста М. В Скиби, структура економіки — «це комплекс внутрішніх зв'язків між основними елементами (галузями, секторами) і окремими структурними утвореннями всередині цих елементів, пов'язаних між собою системою суспільного поділу праці» [9, с. 11]. А на переконання С. І. Дорогунцова, у категорії структури значну увагу належить формам організації та управління виробництвом.

На нашу думку, структура системи — це певний її склад, елементам і підсистемам якої властиві специфічні взаємозв'язки та відношення, що утворюють жорстко визначену організаційну структуру. Сучасна економічна наука пропонує найрозраженішу структуру за галузевим принципом. Галузь економіки — сукупність підприємств і виробництв, що об'єднані спільністю виробленої продукції, технології і задоволення потреб.

З метою аналізу галузевої структури застосовується Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД). З 2006 р. по 2010 р. діяла друга редакція державного класифікатора (ДК 009:2005), на даний час використовується нова версія ДК 009:2010, що відповідає Міжнародній статистичній Класифікації видів діяльності NACE (Rev. 2, 2006). Основні принципи і загальні характеристики версій залишаються незмінними, найголовніші зміни сталися на рівні деталізації та угруповань видів діяльності, а саме за рахунок розширення представництва сфери послуг. Статистичний аналіз 2005–2010 рр. проведений за редакцією ДК 009:2005 (секції А–О), 2010–2012 рр. — за версією ДК 009:2010 (секції А–S) [1, 2].

Метою структурного аналізу багаторівневої економічної системи є дослідження закономірностей її формування, виявлення кількісних співвідношень між складовими, аналіз динаміки перерозподілу та характеристика структурних зрушень, оцінювання якості структурних змін, розроблення рекомендацій із гармонізації структурних диспропорцій.

Структурні зрушення в економіці — це зміни в структурі економічної системи під впливом різних економічних і позаекономічних факторів і під дією процесів управління економічною системою [11]. Провідний економіст країни В. М. Гесць вважає, що саме зміни у пропорціях між елементами економічної системи протягом певного проміжку часу і відображають структурні зміни в економіці [12, с. 48].

На наш погляд, традиційний аналіз структурних зрушень у розрізі за видами економічної діяльності необхідно доповнити вивченням економічних явищ і процесів, що залежні від інтенсивності та швидкості структурних зрушень у галузях, а саме, аналізом впливу на темпи економічного зростання. Це дозволить оцінити результативність формування і функціонування усього ринкового середовища.

Запропонований напрям має прояв у структурному ефекті, який виявляється головним в оцінці структурних змін. Іншими словами, структурний ефект — це зміна загальної результативності економіки, що обумовлена зрушеннями у секторальній структурі, елементи якої мають різні рівні показників ефективності.

Таким чином, виявлення структурного ефекту дозволяє оцінити позитивний чи негативний вплив на зміну загальної результативності структурних зрушень у перерозподілі складових. Результатом структурних змін стає природний перерозподіл виробничих ресурсів на користь тих секторів, елементів ринкової економіки, які найкраще пристосовані до виживання в нових обставинах і мають відповідний потенціал для досягнення максимального ефекту від діяльності. В. М. Гесць вважає, що прогресивними структурними зрушеннями прийнято вважати такі, які приводять до підвищення довготривалої ефективності економічної системи [12, с. 50].

Результативність структурних зрушень має прояв в оптимізації галузевої структури [3, 4]. На нашу думку, оптимізація — це покращення якісних і кількісних характеристик з метою підвищення результатів функціонування видів економічної діяльності. Критерієм оптимальності галузевої структури є такі співвідношення між її складовими, що дають найліпший результат функціонування системи в цілому за раціонального використання витрат і максимальної ефективності й утворюють найсприятливіші умови для реалізації конкурентоспроможності економіки.

На макрорівні для діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства науковцями для виявлення впливу структурних зрушень на практиці застосують метод прямого перерахунку [13, с. 60], сутність якого полягає у перерахунку обсягу показника досліджуваного періоду за структурою попереднього періоду. Завдяки цьому обчислюють чистий вплив змін у структурі досліджуваного явища на результати діяльності підприємства. У попередніх дослідженнях автором пропонувалося використання цього методу для оцінювання ступеня впливу секторальних змін на результати функціонування національної економіки в ці-

лому. Універсальність методу та успішна апробація його у секторальному напрямку дозволяє розширити межі його застосування у напрямку визначення ефекту впливу структурних зрушень за видами економічної діяльності на результативність макрорівня.

Застосовувавши метод прямого перерахунку на першому етапі, одержимо умовну вартість обсягу показника у досліджуваному періоді за кожним видом економічної діяльності, коригуванням його величини на структуру попереднього періоду та індекс-дефлятор за формулою:

$$Q_{п.ц.}^{КОРИГ} = Q_{п.ц.}^t \cdot d_i^{t-1} \cdot I_i^p, \quad (1)$$

де $Q_{п.ц.}^{КОРИГ}$ — скоригована вартість випуску (ВДВ) у досліджуваному періоді за структурою попереднього періоду (у постійних цінах попереднього періоду);

$Q_{п.ц.}^t$ — фактична вартість випуску (ВДВ) у досліджуваному періоді (у постійних цінах попереднього періоду);

d_i^{t-1} — питома вага виду економічної діяльності у попередньому періоді;

I_i^p — індекс-дефлятор за видом економічної діяльності.

На другому етапі визначаємо обсяг зміни (приросту або зменшення) показника під впливом структурних зрушень в абсолютному та відносному вираженні за кожним видом економічної діяльності:

$$\Delta Q_i^{СТР.ЗРУШЕНЬ} = Q_{п.ц.}^t - Q_{п.ц.}^{КОРИГ}, \quad (2)$$

$$\Delta'(\%)Q_i^{СТР.ЗРУШЕНЬ} = \frac{\Delta Q_i^{СТР.ЗРУШЕНЬ}}{Q_{п.ц.}^t} \times 100\%. \quad (3)$$

На останньому етапі розраховується вплив (дію) змін у структурі випуску (ВДВ) на загальний обсяг у цілому по економіці, підсумовуючи за галузевим розрізом в абсолютному вираженні та оцінюючи позитивний чи негативний відносний вплив. Знак «плюс» за відносною зміною вказує на покращення результатів функціонування економіки у зв'язку з оптимізацією структури у бік прогресивності, «мінус» — на деструктивні зміни.

Керуючись аналітичною метою, зведемо в одній таблиці структурні зрушення за обсягами випуску економіки у галузевому розрізі та їх зміну у відносному вигляді за рахунок галузевих зрушень (табл. 1).

Таблиця 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ВПЛИВУ ГАЛУЗЕВИХ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ
НА ОБСЯГ ВИПУСКУ МЕТОДОМ ПРЯМОГО ПЕРЕРАХУНКУ ЗА 2005–2011 рр.

	Зрушення у структурі випуску, в.п.							Зміна випуску під впливом структурних зрушень, %						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A	-1,05	-1,20	-1,09	0,30	0,54	0,06	0,85	-14,62	-6,25	-44,11	-1,95	14,50	-32,72	-0,16
B	0,00	-0,01	-0,01	0,00	0,01	-0,01	0,00	5,73	-32,32	-37,46	-21,03	6,61	-39,07	-23,99
C	0,21	-0,23	-0,22	0,74	-0,40	0,92	0,42	-23,00	-7,58	-30,79	-67,51	12,94	-46,92	-22,45
D	-0,15	-1,44	-1,05	-1,31	-4,15	1,88	-0,24	-19,45	-8,89	-14,12	-36,77	-25,55	-4,88	-9,95
E	-0,26	0,31	-0,11	-0,14	0,64	-0,06	0,34	-12,33	-21,57	-33,59	-34,55	-13,39	-5,73	-26,10
F	-0,03	0,81	0,60	-0,36	-1,69	0,17	0,17	-44,80	-24,19	-21,65	-76,06	-100,09	-49,92	-9,59
G	1,18	0,34	0,71	0,52	0,65	0,05	0,22	-46,34	3,47	-15,49	-37,96	-22,04	-18,07	-19,08
H	-0,03	0,35	-0,04	0,04	-0,05	0,00	-0,07	-21,15	19,98	-20,75	-2,43	-17,91	3,30	-8,03
I	-0,13	-0,06	-0,47	-0,32	1,04	-0,58	0,17	4,12	-8,44	-11,15	-9,52	-13,05	-15,97	-8,05
J	-0,92	0,11	0,65	0,70	0,19	-0,67	-0,68	-18,24	-5,86	-17,99	-83,95	-22,10	-0,95	-9,69
K	0,59	0,55	1,31	-0,16	1,86	-1,32	-0,07	0,70	-16,59	-14,14	-8,99	-17,81	-31,86	-22,97
L	0,18	0,08	-0,07	0,07	0,09	-0,08	-0,45	-35,17	-56,09	-28,19	-30,06	10,39	-8,58	-27,06
M	0,22	0,11	-0,11	0,06	0,61	-0,10	-0,37	-28,22	-25,17	-38,22	-26,18	4,44	-19,00	-24,08
N	0,02	0,10	-0,10	-0,08	0,55	-0,07	-0,27	-24,71	-22,06	-33,90	-33,11	7,18	-25,64	-18,42
O	0,16	0,18	0,02	-0,06	0,11	-0,19	-0,01	3,79	-17,89	-20,44	-21,91	-24,89	-23,20	-8,22
Σ	×	×	×	×	×	×	×	-18,99	-10,55	-19,71	-32,65	-16,58	-16,19	-13,30

Таблиця 2

**ХАРАКТЕРИСТИКА ВПЛИВУ ГАЛУЗЕВИХ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ
НА ОБСЯГ ВДВ МЕТОДОМ ПРЯМОГО ПЕРЕРАХУНКУ ЗА 2005-2011 рр.**

	Зрушення у структурі ВДВ, в.п.							Зміна ВДВ під впливом структурних зрушень, %						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A	-1,77	-1,76	-1,01	0,29	0,20	0,52	1,92	-2,95	5,01	-28,08	6,42	17,15	-20,28	10,64
B	0,00	0,00	0,00	-0,01	0,01	-0,01	-0,02	-18,71	-69,43	-127,15	-157,18	-71,54	-129,61	-110,70
C	0,60	-0,08	0,36	1,39	-1,50	1,54	1,13	-40,86	-12,05	-51,34	-65,79	16,62	-52,76	-14,31
D	3,40	1,11	-1,19	-2,16	-1,94	-1,00	-7,70	-59,42	-40,42	-48,34	-60,42	-56,67	-33,46	-43,61
E	0,05	0,12	-0,41	-0,29	0,45	-0,34	0,14	-26,15	-43,94	-49,69	-50,43	-22,34	-7,64	-29,33
F	-0,64	0,42	0,63	-1,08	-1,21	0,64	-0,04	-49,26	-27,98	-17,69	-104,75	-118,61	-55,72	-10,85
G	0,76	-0,15	0,44	0,50	0,14	1,12	2,75	-47,99	14,87	-0,43	-19,88	-12,19	-0,36	-4,01
H	-0,07	0,44	-0,10	0,12	-0,16	0,06	-0,05	-14,08	-0,84	-27,49	-2,51	-8,63	3,46	-5,90
I	-1,86	-0,56	-0,77	-0,43	1,19	-0,41	0,94	5,04	-5,04	-8,21	-0,28	-8,51	-9,08	-0,30
J	-1,67	0,15	1,15	1,31	-0,02	-0,70	-0,81	-6,15	9,15	-6,11	-58,71	-17,28	12,96	-5,77
K	0,24	-0,08	1,67	0,19	1,26	-1,01	1,01	7,23	-36,85	-9,73	10,88	-4,80	-6,68	-11,03
L	0,56	0,10	-0,19	0,06	0,29	-0,24	0,25	-33,14	-51,94	-13,51	-23,04	27,31	1,55	-2,70
M	0,07	0,11	-0,30	0,06	0,71	-0,18	0,22	-17,49	-15,62	-27,71	-22,66	11,97	-10,11	-6,06
N	0,05	0,08	-0,16	-0,06	0,64	0,13	0,13	-16,43	-17,15	-24,01	-21,43	17,49	-11,67	-1,01
O	0,29	0,13	-0,11	0,11	-0,07	-0,11	0,13	8,27	-23,20	-8,48	-8,98	-32,85	-11,63	-2,45
Σ	×	×	×	×	×	×	×	-24,47	-16,36	-23,33	-28,59	-12,76	-13,55	-10,92

Джерело: розраховано автором за даними [5].

Якщо проаналізувати результати розрахунків у цілому за період 2005–2011 рр., то більшість галузей відчують негативний вплив зрушень у структурі на зміну обсягу як випуску, так і ВДВ. У 2005 р. порівняно з попереднім роком прогресивні зміни відчували такі секції економіки: рибальство, діяльність транспорту і зв'язку, операції з нерухомим майном, надання колективних та індивідуальних послуг; у 2006 р. — торгівля, діяльність готелів і ресторанів.

Протягом 2007–2008 рр. спостерігалась регресивність у розвитку секторальної та галузевої структур, що негативно вплинуло на результати діяльності економіки та знизило обсяги випуску виключно для всіх видів економічної діяльності. У 2008 р. найнегативніше зниження зафіксовано у секціях фінансової діяльності, яка перша відреагувала на кризові явища (зниження 83,95 %), у будівництва (зниження 76,07 %), добувної промисловості (–67,51 %). Однак у 2009 р. галузі первинного сектора економіки вже збільшили обсяги випуску за рахунок зрушень у структурі; галузі вторинного сектора, навпаки, суттєво зменшили їх, особливо в будівництві, де продовжилось скорочення масштабів виробництва (100,09 % — найбільший відсоток впливу протягом досліджуваного періоду).

В умовах розгортання кризових явищ, у 2009 р. такі галузі третинного сектора, як державне управління, освіта та охорона здоров'я мали приріст за рахунок змін у структурі, що пояснюється підтримкою їх з боку держави та умовною стабільністю. У 2010 р. добувна промисловість і будівництво найбільш відчутно відреагували на секторальні зрушення зниженням випуску (–46,92 і –49,92 %) на тлі позитивного зростання лише за однією секцією — діяльність готелів і ресторанів (+3,3 %). Це, на наше переконання, імовірніше пов'язано з наближенням проведення в Україні Чемпіонату з футболу «ЄВРО 2012» і стимулюванням розвитку згаданої інфраструктурної галузі.

У 2011 р. економіка України продовжувала віддзеркалювати негативний вплив галузевих структурних змін на погіршення показників, але порівняно з результатами попереднього року дещо уповільнило темп (–13,3 % у 2011 р. проти –16,19 % у 2010 р.). Така позитивна зміна відбулася за рахунок відчутного покращення показників випуску за секціями сільське господарство, мисливство та лісове господарство (–0,16 % проти –32,72 %), рибальство та рибництво (–23,99 % проти –39,07 %), добувна проми-

словість (–22,45 % проти –46,92 %), будівництво (–9,59 % проти –49,92 %), надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту (–8,22 % проти –23,20 %). У той же час заслуговує уваги погіршення результатів функціонування під впливом структурних зрушень таких видів, як діяльність готелів і ресторанів (–8,03 % проти +3,3 %), переробна промисловість (–9,95 % проти –4,88 %), виробництво та розподілення електроенергії, газу та води (–26,1 % проти –5,73 %) фінансова діяльність (–9,69 % проти –0,95 %), державне управління (–27,06 % проти –8,58 %) та освіта (–24,08 % проти –19 %).

Результати розрахунків за показником ВДВ дають дещо іншу картинку впливу змін у структурі на обсяги цього показника порівняно з випуском (табл. 2). У 2005 р. найнегативніший вплив відчували переробна промисловість (–59,42 %), будівництво (–49,26 %), торгівля (–47,99 %), добувна промисловість (–40,86 %); перелік галузей, що збільшили обсяги за рахунок цього фактора збігається за наведеним вище аналізом, за винятком тільки рибальства. У 2006 р. приріст під впливом структури зафіксовано у сільському господарстві на +5,01 %, фінансовій діяльності на +9,15 % і торгівлі на +14,87 %.

Протягом 2007–2011 рр. деформація галузевої структури найвідчутніше позначилась на зменшенні результатів діяльності у сферах рибальства, добувної промисловості та всіх галузей вторинного сектора, що в більшості секціях практично навпіл скоротило можливі обсяги ВДВ. Позитивними виявилися зміни у структурі в кризові роки 2008–2009 рр. і 2011 р. лише для сільського господарства (+6,42 %, +17,15 %, +10,64 %). У 2008 р. у будівництві та фінансовій діяльності структурні зміни найбільш вагомо знизили обсяги ВДВ. У 2010 р. секції фінансова діяльність, діяльність готелів і ресторанів і державного управління відчували позитивний вплив секторальних змін у розмірі +12,96 %, +3,46 % і +1,55 %. Вісім видів економічної діяльності з п'ятнадцяти за підсумками 2011 р. за рахунок позитивних структурних зрушень на їх користь отримали приріст ВДВ.

Слід вказати на той факт, що структурні зрушення 2005–2011 рр. мали переважно позитивний вплив на показники сервісного сектора економіки, а негативний — індустріального сектора.

Отримані результати з використанням запропонованого методологічного підходу в розрізі секцій економіки за версією

ДК 009:2010 практично не відрізняються в оцінці впливу структурних зрушень у цілому по економіці за попереднім стандартом (табл. 3). Цей факт підкреслює переваги методу перерахунку, що дозволив виявити тотожний структурний ефект від галузевих змін незалежно від кількості складових, але при незмінній їх якості.

Таблиця 3

**ХАРАКТЕРИСТИКА ВПЛИВУ ГАЛУЗЕВИХ
СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ НА ОБСЯГ ВИПУСКУ
ТА ВДВ МЕТОДОМ ПРЯМОГО ПЕРЕРАХУНКУ ЗА 2011–2012 рр.**

Секції	Зрушення у структурі випуску, в.п.		Зміна випуску під впливом структурних зрушень, %		Зрушення у структурі ВДВ, в.п.		Зміна ВДВ під впливом структурних зрушень, %	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
<i>A</i>	0,89	–0,24	0,73	–13,22	1,06	–0,45	3,86	–11,92
<i>B</i>	0,45	–0,45	–21,60	5,80	0,89	–0,81	–7,94	0,06
<i>C</i>	–0,16	–1,77	–9,73	–5,23	–1,19	0,53	–29,92	–17,64
<i>D</i>	0,38	0,23	–26,72	–8,21	0,39	0,02	–90,63	–10,93
<i>E</i>	–0,15	–0,12	–12,27	–28,28	–0,17	–0,10	1,31	–47,73
<i>F</i>	0,00	0,30	–15,75	–21,74	–0,18	–0,31	–3,47	–18,67
<i>G</i>	0,22	0,45	–18,70	–3,57	0,94	–0,63	–28,04	–3,11
<i>H</i>	0,40	–0,21	–7,19	–8,82	0,47	–1,04	–49,63	–12,53
<i>I</i>	–0,07	–0,06	–7,03	–10,63	–0,02	–0,09	–0,95	–10,87
<i>J</i>	–0,11	0,15	–15,11	2,30	–0,04	0,15	–7,54	0,17
<i>K</i>	–0,82	–0,10	–10,87	–2,74	–1,22	–0,15	–14,29	–1,11
<i>L</i>	0,02	0,19	–17,27	–5,61	0,10	0,74	–43,44	–7,75
<i>M</i>	–0,11	0,67	–40,13	20,37	–0,13	0,74	–70,19	15,63
<i>N</i>	0,03	0,03	–18,46	–1,40	0,05	0,06	–3,78	–2,31
<i>O</i>	–0,45	0,25	–27,39	–5,10	–0,45	0,16	–16,52	–10,19
<i>P</i>	–0,33	0,31	–22,74	–10,21	–0,29	0,62	–21,47	–9,02
<i>Q</i>	–0,22	0,20	–16,55	–4,93	–0,28	0,32	–69,36	–6,94
<i>R</i>	0,02	0,14	0,09	17,78	0,00	0,17	–2,35	13,81
<i>S</i>	0,02	0,02	–10,59	–9,39	0,04	0,08	–0,10	–6,65
<i>Економіка</i>	X	X	–13,41	–5,57	X	X	–12,04	–7,67

Джерело: розраховано автором за даними [6].

У 2012 р. порівняно з 2011 р. галузеві структурні зрушення найбільше негативно вплинули на обсяги випуску на такі секції: водопостачання, каналізація, поводження з відходами (–28,28 %); будівництво (–21,74 %); сільське, лісове та рибне господарство (–13,22 %), тимчасове розміщення й організація харчування (–10,63 %); освіта (–10,21 %). Позитивний вплив структурних зрушень у розрізі видів економічної діяльності відобразився на функціонуванні інституційних одиниць, що належать до професійної, наукової та технічної діяльності (+20,37 %); до мистецтва, спорту, розваг і відпочинку (+17,78 %); до добувної промисловості та розроблення кар'єрів (+5,8 %); до інформації та телекомунікації (+2,3 %).

На відміну від попередніх років, вплив на обсяги ВДВ за 2012 р. віддзеркалює тенденцію впливу на випуск, а саме повторюється перелік видів економічної діяльності з позитивним значенням (*B, J, M, R*) та в більшості випадків за негативними наслідками (*E, F, C, H*).

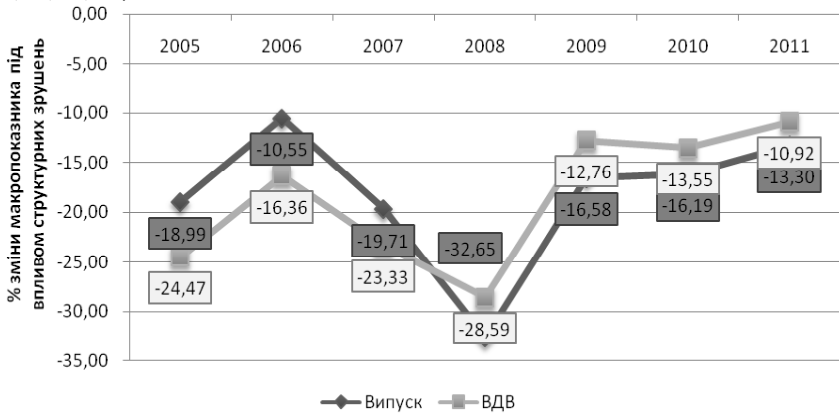


Рис. 1. Характеристика зміни макрпоказників під впливом галузевих структурних зрушень методом прямого перерахунку за 2005–2011 рр.

Висновки. Підсумовуючи результати аналізу за 2005–2012 рр., треба зазначити, що по національній економіці загалом значення показника випуску під дією галузевих структурних зрушень мало

максимальне зменшення у 2008 р. на 32,65 % і мінімальне у 2006 р. на 10,55 %, ВДВ — максимальне у 2008 р. на 28,59 % і мінімальне у 2011 р. на 10,92 % за ДК 009:2005 та у 2012 р. на 7,67 % за ДК 009:2010. Користуючись даними рис. 1 і табл. 3, неважко дійти висновку, що регресивні структурні зміни в українській економіці почалися з 2007 р. і досягли апогею у 2008 р. Інтенсивність і напрям перетворень у секторальному розподілі найпозитивніше вплинули на значення випуску у 2006 р. і валової доданої вартості у 2011 р. за ДК 009:2005, у 2012 р. — за ДК 009:2010 р., але в жоден з років не мали прогресивної спрямованості.

Зміна кількісних співвідношень між складовими економіки визначає збалансованість національного господарства. Економічна структура залежить від ринкової кон'юнктури, монополізації ринків, рівня розвитку продуктивних сил, масштабів і темпів науково-технічного прогресу, участі в міжнародному поділі праці та якості природних ресурсів. Структурні зміни стимулюються розвитком новітніх технологій, зростанням доходів населення, оновленням якості споживання. Прогресивність галузевих зрушень визначається структурним ефектом, який характеризує зв'язок між спрямованістю структурних змін і динамікою макропоказників. Результативність структурних зрушень обумовлюється перерозподільними процесами у галузях економіки. Ефект від галузевих структурних зрушень формує результативність економіки в цілому на користь складових, що мають нижчі витрати сировини та енергії, вищу продуктивність праці та якісніший результат, що досягається позитивним структурним ефектом. Саме якість структурних трансформацій повинна забезпечуватися державою шляхом оптимальної підтримки пропорцій і темпів економічного зростання.

Література

1. Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev.1.1-2002) / розроб. В. Анісімов [та ін.]. — Офіц. вид. — На заміну ДК 009-96; Чинний від 01.04.2006. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — V, 192 с.
2. Класифікація видів економічної діяльності. — На заміну ДК 009:2005 ; Чинний від 2012-01-01. — К. : Держспоживстандарт України, 2010. — IV, 42 с.

3. Красильников О. Ю. Эффективность структурных сдвигов в экономике [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ok-russia.narod.ru/stat/stat45.htm>

4. Кривцун Л. А. Структурні зрушення в нерівноважних економічних системах / Л. А. Кривцун; Національний технічний ун-т «Харківський політехнічний ін-т». — Х. : НТУ «ХПІ», 2007. — 428 с.

5. Національні рахунки України за 2011 рік: статистичний збірник / Державна служба статистики України. — К. : [б.в.], 2013. — 151 с.

6. Національні рахунки України за 2012 рік: статистичний збірник / Державна служба статистики України. — К. : [б.в.], 2014. — 151 с.

7. Осауленко О. Г. Сталий соціально-економічний розвиток: моделювання та управління : монографія / О. Г. Осауленко. — К. : Інф.-вид. центр Держкомстату України, 2000. — 177 с.

8. Попова В. В. Організаційно-економічний механізм управління розвитком національної макросистеми: архітектоніка та методологія статистичного оцінювання: монографія / В. В. Попова; Державна академія статистики, обліку та аудиту. — К. : Формат, 2008. — 485 с.

9. Скиба М. В. Механізм державного управління структурно-інноваційними зрушеннями в економіці України : монографія / М. В. Скиба. — К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова. — 2012. — 204 с.

10. Словник економічних термінів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.jobportal.com.ua>.

11. Структуризація національної економіки. Структурні зрушення [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://onlymyfacts.in.ua/economy366.html>

12. Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія / [Геєць В. М. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук Л. В. Шинкарук; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. — К. : [б. в.], 2011. — 696 с.

13. Фролова Т. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]. — Режим доступу : <http://www.aup.ru/books/m167/>

References

1. State consumer standardization (2006), «Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diial'nosti NACE, Rev.1.1-2002. — Na zaminu DK 009:96; Chynnyj vid 01.04.2006» [Classification types of economic activity (NACE, Rev.1.1-2002). — Replaced SC 009:96; Effective from 01.04.2006], Derzhspozhyvstandart — Kyiv, Ukraine.

2. State consumer standardization (2010), «Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diial'nosti. — Na zaminu DK 009:2005; Chynnyj vid 2012-01-01» [Classification types of economic activity. — Replaced SC

009:2005; Effective from 2012-01-01], Derzhspozhyvstandart. — Kyiv, Ukraine.

3. Krasil'nikov O. «The effectiveness of structural shifts in the economy», available at: <http://ok-russia.narod.ru/stat/stat45.htm> (Accessed 4 Apr 2012).

4. Krivtsun L.A. (2007), *Strukturni zrushennia v nerivnovazhnykh ekonomichnykh systemakh* [Structural changes in the equilibrium of economic systems], National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute». — Kharkiv, Ukraine.

5. State Statistics Service of Ukraine (2013), «Natsional'ni rakhunky Ukrainy za 2011 rik. Statystychnyj biuleten» [National Accounts of Ukraine 2011. Statistical yearbook], Derzhstat. — Kyiv, Ukraine.

6. State Statistics Service of Ukraine (2014), «Natsional'ni rakhunky Ukrainy za 2012 rik. Statystychnyj biuleten» [National Accounts of Ukraine 2012. Statistical yearbook], Derzhstat. — Kyiv, Ukraine.

7. Osaulenko O.G. (2000), *Stalyj sotsial'no-ekonomichnyj rozvytok: modeliuvannia ta upravlinnia* [Sustainable social and economic development: modeling and control], State Statistics Committee of Ukraine. — Kyiv, Ukraine.

8. Popova V.V. (2008), *Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm upravlinnia rozvytkom natsional'noi makrosystemy: arkhitektonika ta metodolohiia statystychnoho otsiniuvannia* [Organizational and economic mechanism of development of national macrosystem: architectonic and methodology for statistical estimation], State Academy of Statistics, Accounting and Auditing, Format. — Kyiv, Ukraine.

9. Skyba M.V. (2012), *Mekhanizm derzhavnogo upravlinnia strukturno-innovatsijnymy zrushenniamy v ekonomitsi Ukrainy* [The mechanism of of state administration structural and innovative changes in Ukraine's economy], National Pedagogical Dragomanov University, Kyiv, Ukraine.

10. Glossary of Economic Terms, available at: <http://www.jobportal.com.ua>. (Accessed 5 Feb 2012).

11. Structuring of the national economy. Structural changes, available at: <http://onlymyfacts.in.ua/economy366.html> (Accessed 1 Feb 2012).

12. Heyets, V.M. Shynkaruk, L.V. and Artemova, T.I. (2011), *Strukturni zminy ta ekonomichnyj rozvytok Ukrainy* [Structural change and economic development of Ukraine], National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Economics and Forecasting. — Kyiv, Ukraine.

13. Frolova T.A. «Analysis and diagnosis of the financial and economic activity of the enterprise», available at: <http://www.aup.ru/books/m167/> (Accessed 15 Jan 2012).

Статтю подано до редакції 08.10.14 р.

УДК 312(083.41) «477»

Храпунова Я.В., аспірантка,
Науково-дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ НАСЛІДКІВ ДЕМОГРАФІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ В УКРАЇНІ

Y. V. Khrapunova,
Post-Graduate Student, Scientific and Research
Institute of Economics at the Ministry
of Economic Development and Trade of Ukraine

THEORETICAL BACKGROUND AND THE MOST IMPORTANT CONSEQUENCES OF THE POPULATION EXPANSION IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ: В останні роки все більша увага приділяється різним аспектам демографічної експансії, яка багатьма авторами пов'язується із проблемами національної безпеки. У цьому зв'язку великий теоретичний і практичний інтерес викликають питання побудови системи показників демографічної експансії, яким, на жаль, приділяється недостатньо уваги.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: демографічна статистика, демографічна безпека, експансія, демографічна експансія, оцінка демографічної експансії, показники демографічної експансії.

ANNOTATION: Taking into consideration that during the last years increasing attention is paid to various aspects of population expansion, it is quite important to consider issues related to the definition, theoretical background as well as to the economic and social consequences of this phenomena.

KEY WORDS: demographic statistics, demographic security, expansion, demographic expansion, estimation of demographic expansion.

З давніх часів експансія була одним із найпопулярніших способів розподілу світу. Розширення сфери свого панування або впливу за історично сформовані кордони чи межі широко використовувалося, як для боротьби за своє існування, так і для досягнення політичних, економічних, ідеологічних, релігійних та інших цілей.

Серед різних видів експансії, які не стосуються розподілу світу, в останні роки особлива увага приділяється демографічній експансії. Керівники провідних європейських країн (Бельгії, Великобританії, Німеччини, Італії, Франції, Швейцарії та ін.) протягом довгих років насаджували расову, національну та релігійну терпимість, толерантність, раптом, як за помахом чарівної палички, забули про свою колишню орієнтацію на цивілізаційні пріоритети і в один голос заговорили про «мусульманську загрозу» Заходу, відмову щодо будівництва мінаретів, заборону появи у громадських місцях у національному одязі, обов'язкове примусове видворення осіб окремих національностей, руйнування європейської культури, що формувалася століттями і нагальної потреби жорсткого регулювання міграційних потоків, які реалізують демографічну експансію зі слаборозвинених регіонів земної кулі [1].

Багато фахівців, політичних і громадських діячів, серед яких обов'язково слід згадати Ш. Громана, А. Гордона, І. Беркута, В. Пехтіна, Ж. Пучініну та ін., намагаються привернути увагу як урядів власних країн, так і міжнародних організацій до проблем експансії якісно іншого роду, яка пов'язана з населенням і, на їх думку, здатна серйозно трансформувати сформовані світові пропорції.

Демографічна експансія — це процес скорочення питомої ваги корінних жителів у суспільстві, а також зниження їх ролі у політичному, соціально-економічному житті за рахунок природного та міграційного руху некорінних жителів, які не бажають приймати соціальні, етнічні, релігійні підвалини і традиції, що історично сформувалися на даній території [4].

Існує досить поширена думка (особливо у середовищі правозахисників і відповідних організацій), що будь-які розмови про демографічну експансію, включаючи різноманітні кількісні оцінки її стану та наслідків, є практичним втіленням ксенофобських ідей, які підривають нормальні міжнаціональні контакти.

Не можна не прислухатися і до протилежної точки зору, у якій йдеться про актуальність будь-якого (у тому числі і статистичного) моніторингу демографічної експансії, обумовленої реальними загрозами для докорінної популяції, серед яких є: втрата історично сформованих домінуючих демографічних, політичних, соціально-економічних, етнічних і релігійних позицій; втрата частини споконвічної, історично сформованої території проживання; втрата державного суверенітету (як крайню форму прояву) та ін.

Щоб спробувати охарактеризувати стан процесів, пов'язаних із демографічною експансією, слід використовувати певні статистичні індикатори, здатні відобразити зміну статусу-кво корінного етносу. Для цієї мети пропонуються найрізноманітніші показники (табл. 1).

Таблиця 1

**ТОЧКИ ЗОРУ ЩОДО СТАТИСТИЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ДЕМОГРАФІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ**

Автори	Наведені показники
Ш. Громан, Бельгія (Електронний ресурс: http://languages-study.com)	1) питома вага серед дітей і молоді (шкільного віку) представників некорінного населення, осіб некорінної релігійної приналежності
І. Беркут, Україна (Електронний ресурс: http://bratbook.com.ua)	1) питома вага некорінного населення чи осіб некорінної релігійної приналежності у загальній чисельності жителів; 2) наявність неформальних паралельних інститутів влади некорінного населення; 3) кількість виступів (акцій, протестів і т. д.) некорінного населення із вимогами до офіційної влади
А. Гордон, Ізраїль (Електронний ресурс: http://gazeta.rjews.net)	1) чисельність некорінного населення; 2) динаміка чисельності некорінного населення; 3) питома вага некорінного населення; 4) динаміка питомої ваги некорінного населення
Ж. Пучиніна, Росія (Електронний ресурс: http://darial-online.ru)	1) чисельність некорінного населення; 2) динаміка чисельності некорінного населення; 3) кількість домогосподарств (дворів) некорінного населення; 4) співвідношення рівней народжуваності корінного і некорінного населення

Аналіз змісту різних точок зору з питання статистичної характеристики демографічної експансії дозволяє виявити ряд особливостей.

По-перше, значна частина фахівців акцентує увагу не на причинах, а на кінцевих результатах досліджуваного процесу, використовуючи або абсолютні, або відносні показники представництва некорінного населення, які найчастіше розглядаються у динаміці. Подібний підхід носить очевидний, але не

послідовний характер. Звичайно, зміна питомої ваги некорінного населення у загальній чисельності жителів у явному вигляді відображає наслідки демографічної експансії. Однак у цьому випадку за кадром залишаються ті безпосередні явища і процеси, які власне і приводять до трансформації позицій корінного населення.

По-друге, не так часто, як цього б хотілося, але все ж зустрічаються підходи, орієнтовані на зіставлення різноманітних показників природного та міграційного руху, відтворення і т. д. корінного й некорінного населення, що проживає на певній території. Дана позиція базується на розумінні того, що саме розбіжність характеристик народжуваності, смертності, прибуття, вибуття, середньої тривалості життя та ін. у кінцевому рахунку і призводять до скорочення питомої ваги корінних жителів і зменшення їх ролі у соціально-економічному житті суспільства. Щоправда акцент тут зазвичай робиться на народжуваності, що звужує уявлення про реальні шляхи практичної реалізації демографічної експансії.

По-третє, зовсім невелика кількість авторів намагаються вийти за рамки суто демографічних процесів і говорять про необхідність оцінки політичних, економічних, соціальних наслідків зміни співвідношення корінних і некорінних жителів. Вони вважають, що збільшення представників некорінного населення знаходить свій прояв у найрізноманітніших сферах суспільної діяльності, та з тих чи тих причин може не відповідати інтересам корінної популяції. У цілому, незважаючи на відмінність, зустрічаються трактування, які об'єднує та обставина, що поки вони не дозволяють одержувати всебічну й комплексну статистичну характеристику демографічної експансії.

У цьому аспекті виникає нагальна потреба розробки та обґрунтування системи показників демографічної експансії, яка в силу своєї складності і різноманіття форм прояву навряд чи може бути ідентифікована за допомогою одного чи навіть групи часткових параметрів. Формування подібної системи показників вимагає часу і спільних зусиль представників різних шкіл і напрямків, включаючи статистику, демографію, соціологію, політологію і ряд інших наук [2].

У загальному вигляді систему показників демографічної експансії можна представити таким чином (рис. 1).



Рис. 1. Структура системи показників демографічної експансії

Показники внутрішньої демографічної експансії орієнтовані на те, щоби охарактеризувати ситуацію, яка склалася всередині самої популяції, тобто відобразити відмінність результатів тих чи тих демографічних процесів у корінних і некорінних жителів країни. За своєю природою вони є передвісниками або факторами, що приводять до трансформації демографічного стану в контексті експансії щодо населення.

Показники зовнішньої демографічної експансії, з одного боку, накладаються на показники внутрішньої демографічної експансії, тобто доповнюють, корегують її результати, а з іншого боку, свідчать про компоненти поза самою популяцією, які, потрапляючи до її складу, також призводять до експансії в області населення.

Показники наслідків внутрішньої і зовнішньої демографічної експансії акцентують увагу на кінцевих результатах змін демографічної ситуації, дають можливість побачити до чого призводять процеси подібного роду як у населенні, так і в інших сферах суспільного життя.

Говорячи про конкретний зміст кожного із виділених розділів системи показників демографічної експансії, можна назвати такі найважливіші індикатори (табл. 2).

Цілком очевидно, що у табл. 2 представлено лише основні показники, що характеризують перебіг процесів внутрішньої та зовнішньої демографічної експансії, а також їх кінцеві результати. Доповнення та уточнення наведеної вище конструкції об'єктивно має бути нерозривно пов'язане із проведенням всебічних теоретичних і прикладних досліджень суті, механізму та форм прояву демографічної експансії у сучасному світі, які досі не вивчені належним чином, а тому ще не усвідомлені усі напрямки даного процесу, що потребують адекватної кількісної оцінки.

Таблиця 2

СИСТЕМА СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ
ДЕМОГРАФІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ

1. Показники внутрішньої демографічної експансії	2. Показники зовнішньої демографічної експансії	3. Показники наслідків внутрішньої та зовнішньої демографічної експансії
• співвідношення рівней народжуваності корінного й некорінного населення; • співвідношення рівней смертності корінного й некорінного населення; • співвідношення рівней заміщення поколінь корінного й некорінного населення; • співвідношення рівней середньої тривалості життя корінного й некорінного населення; • співвідношення коефіцієнтів природного приросту корінного й некорінного населення та ін.	• рівень і динаміка чисельності некорінного населення, що прибуло на дану територію за рік; • сукупна чисельність некорінного населення, що прибуло на дану територію протягом певного періоду часу (накопичена величина); • відношення чисельності некорінного населення, що прибуло на дану територію за рік, до середньорічної чисельності корінного населення; • рівень і динаміка коефіцієнта міграційного приросту некорінного населення та ін.	• питома вага корінного населення у загальній чисельності жителів; • динаміка питомої ваги корінного населення у загальній чисельності жителів; • питома вага корінного населення у загальному прирості чисельності жителів; • динаміка питомої ваги корінного населення у загальному прирості чисельності жителів; • співвідношення темпів приросту корінного й некорінного населення; • питома вага корінного населення в органах державної та місцевої влади; • питома вага корінного населення у ключових секторах економіки; • питома вага корінного населення у бізнесі та приватній власності (земля, нерухомість, фінанси і т. д.); • динаміка розширення територіальних анклавів проживання некорінного населення та ін.

Одночасно не слід випускати з виду ту обставину, що у даний час багато із найпростіших показників демографічної експансії, розглянуті у табл. 2, не можуть бути отримані з діючих джерел офіційної статистичної інформації. На превеликий жаль, відомості про чисельність і структуру жителів, їх національну приналежність в Україні зазвичай наводиться у публікаціях матеріалів переписів населення, тобто приблизно один раз на кілька років, а в

багатьох країнах світу взагалі не прийнято збирати дані щодо національного складу жителів.

Ще складніше здійснити на постійній основі зіставлення різних показників природного та міграційного руху, а також відтворення корінного й некорінного населення. З цієї причини не лише ускладнений, а частіше і взагалі неможливий розрахунок багатьох показників демографічної експансії. Суспільство просто стикається із тією ситуацією, коли найважливіший процес, що протікає всередині населення, який має політичний, соціально-економічний характер, якщо не повністю, то принаймні частково залишається поза увагою статистичної практики.

З теоретичної точки зору також можливий підхід, орієнтований на побудову одного узагальнюючого, інтегрального індикатора демографічної експансії суспільства:

$$\text{СІРДЕ} = \sum_{i=1} E_i d_i,$$

де СІРДЕ — середній інтегральний рівень демографічної експансії;

i — число часткових показників, включених до розрахунку СІРДЕ;

B_i — бали, нараховані за той чи той частковий показник, який характеризує окремі сторони демографічної експансії;

d_i — вага часткового показника, включеного до розрахунку СІРДЕ.

Його логіка зводиться до того, щоби отримати середню зважену оцінку в балах із деякого числа часткових показників демографічної експансії. Правда при цьому доводиться вирішувати ряд складних і неоднозначних питань:

1) які часткові показники, що відображають стан і розвиток розглянутого процесу необхідно включати до складу інтегрального індикатора демографічної експансії суспільства?

2) яким має бути механізм нарахування балів за досягнення чи недосагнення певних рівнів відібраних часткових показників демографічної експансії?

3) якою має бути вага (пропорційною або непропорційною) часткових показників, включених до розрахунку інтегрального індикатора демографічної експансії суспільства?

4) чи варто окремо розглядати внутрішню і зовнішню демографічну експансію, чи інтегральний індикатор даного процесу повинен носити загальний характер?

Розглянутий алгоритм не є принципово новим у тому відношенні, що він вже апробувався щодо зведеної оцінки демографічної безпеки суспільства [3]. Однак у площині демографічної експансії (порівняно з демографічною безпекою) його застосування значно ускладнюється встановленням та обґрунтуванням гранично-критичних значень часткових показників, включених до розрахунку [5]. Наприклад, якщо при обчисленні інтегрального рівня демографічної безпеки такі показники, як загальні коефіцієнти народжуваності й смертності, коефіцієнт дитячої смертності, середня тривалість майбутнього життя населення та ін. можна «прив'язувати» до орієнтирів економічно розвинених країн світу, то з демографічною експансією справа є складнішою і носить суб'єктивний характер. Скажімо, якою повинна бути питома вага корінних жителів у загальній чисельності населення (або серед власників землі і т. д.), не знає ніхто. А будь-які спроби вироблення єдиних уніфікованих критеріїв у даному конкретному випадку наштовхуються на гострі міжжетнічні та міжконфесійні суперечки і протиріччя.

Так, наприклад, А. Гордон (табл. 1) у своїй статті «Демографія, асиміляція і закон про повернення», усебічно розмірковуючи про демографічну експансію арабів, зазначає: «Згідно загальноприйнятим у світі демографічним критеріям, якщо національна меншина становить понад 30 відсотків, то держава визначається як бінаціональна» [6]. Слідуючи цій логіці, рівень питомої ваги некорінних жителів у 30 % вважається граничною межею демографічної експансії, після подолання якої відбувається якісна трансформація обстановки (як мінімум у плані її інтерпретації). Однак величина у 30 % носить умовний характер і, швидше за все, не може бути чітко обґрунтована за допомогою будь-яких критеріїв.

На закінчення, потрібно зазначити, що на сучасному етапі розвитку цивілізації демографічна експансія є не віддаленою теоретичною можливістю, а стійкою об'єктивною реальністю для цілого ряду не лише економічно розвинених, але й усіх країн земної кулі, що розвиваються. Вона здійснює помітний вплив на трансформацію геополітичної обстановки, серйозну і швидко зміню традиційних підвалів життя, які століттями формувалися в окремих частинах світу.

Література

1. Вакуленко Е. С. Учет нелегальной миграции: методы и оценки / Е. С. Вакуленко, В. В. Цимайло [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://demoscope.ru>.
2. Гордон А. Демография, ассимиляция и Закон о возвращении [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.rjews.net/gazeta/gordon.shtml>.
3. Карманов М. В. Система показателей демографической экспансии / М. В. Карманов, Л. А. Давлетшина // Материалы второй международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие регионов России». — М.: МЭСИ, 2012. — С. 41–52.
4. Карманов М. В. Особенности интегральной оценки демографической безопасности общества / М. В. Карманов, А. М. Карманов, П. А. Смелов // Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО. — 2009. — № 4. — С. 16–24.
5. Карманов М. В. Демографическая экспансия как способ передела современного мира / М. В. Карманов, П. А. Смелов // Инновации и инвестиции — 2011. — № 4. — С. 12–18.
6. Кузин С. И. Проблемы демографической ситуации в России / С. И. Кузин // Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО. — 2013. — № 6. — С. 8–13.
7. Шахотько Л. П. Демографическая безопасность: сущность, задачи, система показателей и механизм реализации / Л. П. Шахотько, Н. Н. Привалова // Вопросы статистики. — 2001. — № 7. — С. 10–14.
8. Опросы и статистика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gazeta.rjews.net>.

Reference

1. Vakulenko E. S. Assessment of the illegal migration: methods and evaluation / E. S. Vakulenko, V. V. Tsyailo [electronic resource] — Access mode: <http://demoscope.ru>.
2. Gordon A. Demographics, assimilation and the Law of Repatriation [electronic resource] — Access mode: <http://www.rjews.net/gazeta/gordon.shtml>.
3. Karmanov M. V. The system of indicators of demographic expansion / M. V. Karmanov, L. A. Davletshyna // Materials of the Second International Scientific and Practical Conference «Social and economic development of regions of Russia». — M.: MESI, 2012. — P. 41–52.
4. Karmanov M. V. The features of integral evaluation of society demographic security / M. V. Karmanov, A. M. Karmanov, P. A. Smelov // Economics, Statistics and Informatics: Vestnik UMO. — 2009. — № 4. — P. 16–24.

5. *Karmanov M. V.* Demographic expansion as a way of redistribution of the modern world / M. V. Karmanov, P. A. Smelov // *Innovations and investments*. — 2011. — № 4. — P. 12–18.

6. *Kuzin S. I.* The issues of the demographic situation in Russia / S. I. Kuzin // *Economics, Statistics and Informatics: Vestnik UMO*. — 2013. — № 6. — P. 8–13.

7. *Shakhotko L. P.* Demographic security: the nature, objectives, indicators and system of implementation mechanism / L. P. Shakhotko, N. N. Privolova // *The questions of statistics*. — 2001. — № 7. — P. 10–14.

8. *Census and statistics*. — [Electronic resource] — Access mode: <http://gazeta.rjews.net>.

Статтю подано до редакції 16.10.14 р.

УДК 005.591.43(477:4-15)

А. О. Василенко

*старший викладач кафедри управління
персоналом та економіки праці,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДОСВІДУ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

A. Vasylenko, *Senior Lecturer of the*

*Department of Personnel Management and
Labor Economics, Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman*

MODERN ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF OUTSOURCING IN UKRAINE THROUGH THE PRISM OF THE EXPERIENCE OF WEST EUROPEAN COUNTRIES

АНОТАЦІЯ. У статті проаналізовано основні тенденції розвитку аутсорсингу з моменту його появи в середині 1990-х років до теперішнього часу, його сучасний стан, виявлено чинники, що стримують його розвиток та запропоновано заходи щодо успішного розвитку аутсорсингу в Україні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: аутсорсинг, ІТ-аутсорсинг, бухгалтерський аутсорсинг, підприємство, конкурентні переваги.

SUMMARY. The article analyzes the main trends of outsourcing since its emergence in the mid-1990's to the present, its current status, the

factors constraining its development, and proposed action concerning the successful development of outsourcing in Ukraine.

KEYWORDS: outsourcing, IT outsourcing, accounting outsourcing, business, competitive advantages.

Актуальність теми та постановка проблеми. Актуальність даної теми насамперед пов'язана з розвитком товарно-грошових відносин в Україні, який вплинув на формування насиченого ринку товарів — ринку покупця, в якому пропозиція товару більшості наявних асортиментних груп значною мірою перевищує попит на них. Як наслідок зазначених змін в ринку відбувається загострення конкурентної боротьби за нього і споживача ринкової продукції. Саме гостра боротьба за товарний ринок, а також різка зміна у використанні виробничих технологій змушують українські підприємства шукати нові, більш вдосконалені, інструменти підвищення своєї конкурентоспроможності в боротьбі за місце на ринку. Вирішенням цієї проблеми може слугувати одна з найсучасніших й найуспішніших бізнес-моделей, яка дає змогу в досягненні підприємством конкурентних переваг. Зазначеною бізнес-моделлю виступає аутсорсинг, який на практиці може реалізовуватись як маркетинговий інструмент та стратегічна ініціатива.

Аутсорсинг, як і будь-яка бізнес-модель, потребує постійного вдосконалення з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Для досягнення поставленої цілі у вигляді вдосконалення аутсорсингу в Україні потрібно проводити аналіз цього явища і всіх його складових в історичному розрізі задля виявлення помилок, які допускались на різних рівнях діяльності як самостійних підприємств на локальному рівні, так і органів влади — на загальнодержавному рівні, регулюючи правове поле застосування аутсорсингу, та знаходження шляхів вирішення цих проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аутсорсинг, як інструмент підвищення конкурентоспроможності й ефективності підприємства найбільш повно розкритий в працях західних науковців: Ж.-Л. Бравара; М. Донелланна; Е. Йордона, С. Клеменса, які досліджували саме поняття аутсорсингу та його сильні й слабкі сторони. Необхідно відзначити внесок у розвиток концепції аутсорсингу українських вчених економістів — І. Рудої та О. Зозульова. Л. Поздріна розглядає питання, пов'язані з аутсорсингом

ІТ-проектів в Україні через призму досвіду західноєвропейських та східноєвропейських країн [5]; А. Поплюйко на локальному рівні досліджує сучасний стан бухгалтерського аутсорсингу в Україні, його проблеми та перспективи розвитку [7].

Результати. Для розуміння того коли саме розпочався розвиток та процес становлення такого явища, як аутсорсинг в Україні, необхідно дослідити розвиток аутсорсингу як такого загалом. Термін «аутсорсинг» походить від англійських слів «outside resource using» — «використання зовнішніх ресурсів». Під поняттям аутсорсинг визначають передачу організацією окремих бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, яка спеціалізується у відповідній області [8].

В міжнародній бізнес-практиці цей термін визначає послідовність організаційних рішень, сутність яких полягає в передаванні деяких функцій чи видів діяльності, які раніше самостійно реалізовувалися організацією, зовнішній організації чи «третьої стороні», як прийнято казати. Аутсорсинг часто називають «феноменом ХХ ст.», а також «найбільшим відкриттям бізнесу за останні десятиріччя», адже це поняття увійшло в практику бізнесу та отримало дійсно широке поширення лише наприкінці 80-х років. В той же час ідея, щодо залучення ресурсів спеціалізованої фірми для вирішення питань організації, не є новою. Ця ідея і механізм її реалізації відомі з тих пір, коли в економічній теорії, а згодом, в науковому менеджменті, сформувалися поняття розподілу праці, спеціалізації та кооперації. Першим досвідом аутсорсерів можна вважати юридичні послуги фірм в США та Великобританії ще на початку ХХ ст. Першим прикладом аутсорсингу вважається закупівля деталей для своїх заводів Генрі Фордом.

З вищевикладеного можна зрозуміти, що аутсорсинг є досить новим явищем. Встановлено, що аутсорсинг доволі часто називають «феноменом ХХ сторіччя», так як лише в кінці 80 років це поняття увійшло в практику бізнесу і набуло розповсюдження. Одним із першовідкривачів аутсорсингу вважається всесвітньо відома фірма Kodak, які на початку 90-х років використала ІТ-аутсорсинг.

Враховуючи багатогранність поняття «аутсорсинг» та постійну еволюцію феномену міжнародного аутсорсингу не існує чіткого загальновизнаного визначення цього явища [3].

Саме через те, чітко встановити появу такого явища як аутсорсинг на український ринок стає проблемою. Для цього потрібно

встановити періоди приходу найпоширеніших у нашій країні видів аутсорсингу на український ринок.

В Україні початковий етап розвитку бухгалтерського аутсорсингу припав на середину 1990-х рр. (час розквіту бухгалтерських аутсорсингових послуг у США та Європі). І зародився він у надрах аудиту, коли аудитори зіткнулися з потребами клієнтів не тільки в аудиторських перевірках, але й у зовнішній допомозі в організації всіх видів обліку. На сьогоднішній день ринок бухгалтерського аутсорсингу в Україні тільки формується і ведення бухгалтерського обліку у формі бухгалтерського аутсорсингу стає все більш і більш популярним [7]. З-поміж моментів, які стримують розвиток цього напрямку у бізнес-середовищі в Україні, можна виділити кілька основних.

По-перше, це стереотипи мислення власника і керівника, які вважають, що бухгалтер завжди повинен бути поруч з ними. По-друге, хвилювання про те, що бухгалтерська компанія не збереже у таємниці фінансову інформацію свого клієнта. Хоча загальновідомо, що чесність у відносинах залежить не від того, який бухгалтер — власний чи запрошений — обслуговує компанію, а від порядності конкретної людини. І, по-третє, остереження, що сторонній бухгалтер не у змозі врахувати специфіку конкретного виду діяльності. Застереження зрозуміле, але невиправдане. У бухгалтерській компанії кожен співробітник спеціалізується у певній галузі бухгалтерії, веде підприємство з різними видами діяльності, і його досвід, знання і кваліфікація набагато більші, ніж у бухгалтера, що веде одне підприємство. Отже, на даний момент очевидним є той факт, що бухгалтерський аутсорсинг є галуззю, що розвивається в Україні. Тим не менше, стійкий попит вже формується. Передусім, за рахунок компаній малого бізнесу, які нараховують у штаті кілька чоловік, підприємств, які не мають постійного офісу, з невеликим документообігом, а також холдингів. Крім того, актуальність послуг спеціалізованих бухгалтерів зростає у зв'язку з популярною та доволі необхідною для залучення стратегічних інвесторів відмовою від тіньової бухгалтерії [7].

На кінець 1990-х рр. припав стрімкий розвиток ІТ-аутсорсингу (на даний час Україна займає 15 місце у світі по виробництву програмного забезпечення). Враховуючи розвиток найбільших видів аутсорсингу в нашій країні, можна зрозуміти, що розвиток аутсорсингу в Україні розпочався в середині 1990-х рр. і продовжує свій розвиток. Так, за період 2009–2010 рр. ринок ІТ-аутсорсингу в

Центральній та Східній Європі складався з шістнадцяти країн: України, Румунії, Угорщини, Польщі, Чехії, Білорусії, Болгарії, Естонії, Сербії, Словаччини, Литви, Хорватії, Молдови, Латвії, Словенії та Албанії. За цей період на ринку спостерігалася тенденція до збільшення його обсягу та кількості ІТ-фахівців, зайнятих у сфері ІТ- аутсорсингу. Що стосується України, то частка обсягу на ринку ІТ-аутсорсингу збільшилась з 508 млн євро у 2009 р. до 637 млн. євро. — у 2010 р., тобто на 25,3 %, а кількість вітчизняних ІТ-фахівців у 2010 р. зросла до 20 тис. осіб. У 2011 р. ріст індустрії аутсорсингу досяг близько 20–25 %. Будучи в рейтингу 30 країн, які є найприйнятнішими для ІТ-аутсорсингу, Україна в черговий раз підтвердила свій статус, отримавши перемогу у цьому році в номінації «Место назначения для ІТ-аутсорсинга» у рамках European Outsourcing Excellent Awards.

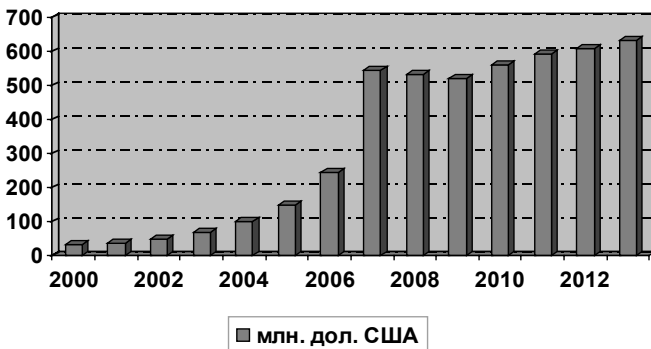


Рис. 1. Сукупна ринкова вартість послуг ІТ-аутсорсингу в Україні за 2000–2013 рр.¹

Протягом останнього десятиріччя ІТ-аутсорсинг в Україні демонстрував показники значного зростання. Згідно з нещодавніми дослідженнями в даний час Україна утримує свої позиції серед найбільш привабливих провайдерів аутсорсингу і поступово просувається до верхньої частини списку. Так, згідно з проведеними дослідженнями «Щорічної Глобальної Аутсорсингової Доповіді GS100», Україна знаходиться на 11-му місці серед 20-ти найбільших світових центрів по кількості задіяних у цій сфері людей.

¹ <http://livejournal.com/7637.html>

Україна, також, є першою у списку серед країн Центральної і Східної Європи, випереджаючи Росію, Білорусію і Польщу.

Ринкова вартість послуг ІТ-аутсорсингу в Україну постійно зростала, за винятком 2008-2009 рр., коли через глобальну нестабільність економіки, діяльність ІТ-аутсорсингу також не виявляла певної динаміки.

За прогнозами керівника сервісного центру компанії ІТ-Solutions О. Якутко, у 2012 р. Доходи від ІТ-аутсорсингу повинні були зрости на 30 %. Тобто в період 2009–2012 рр. Прослідковується стійка тенденція до зростання індустрії ІТ-аутсорсингу в Україні і в 2012 р. темп росту становив приблизно 75 % по відношенню до 2009 р. [6].

Впродовж усього періоду розвитку економіки України фінансово-промислові групи лобювали власні інтереси на найвищому державному рівні, що зумовлено політикою протекціонізму. Але на світовому ринку перспективи українських промислових підприємств значно гірші, тому для них важливо шукати шляхи взаємного співробітництва, які допоможуть зміцнити конкурентні позиції на власному ринку. В цьому сенсі в нагоді стає використання саме аутсорсингу, що зумовлює його подальший розвиток. Проте для України аутсорсинг є порівняно новою організаційною схемою діяльності, що й обмежує її застосування. Українські підприємства і на даний час не використовують повною мірою переваги виробничого аутсорсингу і передають стороннім організаціям лише другорядні функції: бухгалтерію, ІТ-розробку, та розробку веб-сайтів, кол-центрі та юридичне обслуговування. Найчастіше потенційні замовники посилаються на фактори, пов'язані з довірою до постачальника (ризик розголошення конфіденційної інформації й втрати контролю над пунктами), а також незначним досвідом роботи за схемою аутсорсингу (недостатня інформованість про можливості та майже суцільна відсутність досвіду). Це свідчить про початковий етап розвитку аутсорсингу в Україні [4].

Таким чином розвивався аутсорсинг в Україні з появи в середині 1990-х рр. і до 2012 року, коли був прийнятий новий Закон України «Про зайнятість населення» [1], де вперше було передбачено поняття аутсорсингу в Україні (на законодавчому рівні) та легалізовано саму діяльність пов'язану з передачею певних функцій стороннім організаціям з метою збільшення ефективності діяльності підприємства. Але окрім цього Верховна Рада України

видала Постанову «Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до деяких законів України щодо видачі дозволу на наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця» [2], яким було введено сильно ускладнений порядок видачі дозволів для здійснення аутсорсингу і, як наслідок, дуже погіршило становище усіх організацій, що надають послуги з аутсорсингу і зменшило ефективність цієї бізнес-моделі, що, на нашу думку, є значним кроком назад.

В цілому використання аутсорсингових схем на вітчизняних підприємствах може значно підвищити ефективність їх роботи та відкрити принципово нові можливості для взаємовигідного співробітництва, суттєво посилити їх конкурентоспроможність в умовах глобального економічного середовища.

У розвинутих країнах аутсорсинг став важливим інструментом забезпечення конкурентних переваг підприємства. В Україні цей процес відбувається не так швидко, однак із загостренням конкуренції на внутрішньому ринку, розвитком інтеграційних процесів все більше підприємств визнають його переваги і доцільність використання.

Отже, можна зробити висновок, що аутсорсинг є одним із найефективніших способів ведення бізнесу, зважаючи на ті переваги, які отримує підприємство-замовник при його використанні. Така форма ведення бізнесу сприяє впровадженню інновацій і покращенню інтеграційних зв'язків вітчизняних підприємств як в межах країни, так і поза нею, без чого сьогодні неможливо забезпечити ефективність господарської діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Поява аутсорсингу в нашій державі припадає на середину 1990-х рр. і це є причиною того, що більшість підприємців скептично відносяться до аутсорсингу. Щоб змінити ситуацію на краще потрібно проводити тренінги, професійні виставки, щоб познайомити підприємців з даною бізнес-моделлю, що може значно підвищити ефективність будь-якого підприємства.

В умовах сьогодення розвиток аутсорсингу гальмується нещодавно прийнятими законами (Закон України «Про зайнятість населення» та Постанова Верховної ради України № 461-VII) які суттєво ускладнюють застосування аутсорсингу тим, що було запроваджено надзвичайно складний і тривалий порядок видачі дозволів для здійснення аутсорсингу. Законодавство потребує негайного вдоскона-

лення задля збільшення ефективності діяльності підприємств, які використовують аутсорсинг в своїй діяльності. Цього можна досягти шляхом спрощення процедури отримання дозволів для здійснення аутсорсингу, а також запровадження пільгових програм для підприємств, що надають аутсорсингові послуги, а також для працівників, що задіяні у даній сфері. Також, держава повинна йти на зустріч компаніям, які надають аутсорсингові послуги, шляхом надання рекомендацій підприємствам, задля швидшої інтеграції даної бізнес-моделі в економіку України.

Нині, найбільш стрімко в Україні розвивається бухгалтерський аутсорсинг та ІТ-аутсорсинг. Україна займає 11 місце у світі по кількості залучених людей і перше у Східній Європі, що є гарним показником. Саме тому, не зважаючи на всі труднощі, Україна має потенціал і всі можливості для успішного розвитку аутсорсингу в цілому так і окремих його видів задля підвищення ефективності діяльності підприємств і підвищення економічного рівня держави.

Література

Нормативно-правові акти:

1. Закон України від 5 липня 2012 р. «Про зайнятість населення» // ВВР 2012 р. — № 24 ст. 243
2. Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до деяких законів України щодо видачі дозволу на наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця. Постанова Верховної ради України від 5 вересня 2013 р // ВВР — 2013 р. — № 461-18.

Наукові джерела:

3. Бравар Ж.-Л. Ефективний аутсорсинг: розуміння, планування та використання успішних аутсорсингових відносин/ Бравар Жан Луї, Морган Роберт — Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс — 2007
4. Герасимчук Ю. О. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». Історичний розвиток аутсорсингу, переваги та можливості, ризики аутсорсингу — 2013;
5. Ноздріна Л.В. Аутсорсинг ІТ-проектів в Україні / Управління проектами: стан та перспективи // Тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: web-site: conference.nuos.edu.ua;

6. Матвій І. Є. Особливості розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні. — Львів: Національний університет «Львівська політехніка», кафедра менеджменту організацій.— 2013;

7. Поплюйко А. М. Бухгалтерский аутсорсинг: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. — К.: ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» — 2011.

8. Macmillan Dictionary.

Reference

Normativno-pravovi akti:

1. Zakon Ukraïni vid 5 lipnja 2012 r. «Pro zajnjatist' naselennja» // VVR 2012 r. — № 24 st. 243

2. Pro priijnjattja za osnovu proektu Zakonu Ukraïni pro vnesennja zmin do dejakih zakoniv Ukraïni shhodo vidachi dozvolu na najmannja pracivnikov dlja podal'shogo vikonannja nimi roboti v Ukraïni v inshogo robotodavcja. Postanova Verhovnoi radi Ukraïni vid 5 veresnja 2013 r // VVR — 2013 r. — № 461-18.

Naukovi dzherela:

3. Bravar Zh.-L. Efektivnij outsorsing: rozumninja, planuvannja ta vikoristannja uspishnih outsorsingovih vidnosin/ Bravar Zhan Lui, Morgan Robert — Dnipropetrovs'k: Balans Biznes Buks — 2007

4. Gerasimchuk Ju. O. Zbirnik naukovih prac' DETUT. Serija «Ekonomika i upravlinnja». Istorichnij rozvitok outsorsingu, perevagi ta mozhlivosti, riziki outsorsingu — 2013;

5. Nozdrina L.V. Outsorsing IT-proektiv v Ukraïni / Upravlinnja proektami: stan ta perspektivi // Tezi dop. VIII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. — [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: web-site: conference.nuos.edu.ua;

6. Matvij I. Є. Osoblivosti rozvitku IT-outsorsingu v Ukraïni. — L'viv: Nacional'nij universitet «L'vivs'ka politehnika», kafedra menedzhmentu organizacij.— 2013;

7. Popljukko A. M. Buhgalterskij outsorsing: suchasnij stan ta perspektivi rozvitku v Ukraïni. — K.: DVNZ «KNEU imeni Vadima Get'mana» 2011.

8. Macmillan Dictionary.

Статтю подано до редакції 01.10.14 р.

III. Міжнародна економіка

УДК 378.4:330.3:339.9

Ільницький Д.О., к.е.н., доцент,
докторант кафедри міжнародної економіки,
ДВНЗ Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Паценко О.Ю., к.е.н., доцент,
докторант кафедри міжнародної економіки,
ДВНЗ Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Сандул М.С., аспірантка кафедри міжнародної економіки,
ДВНЗ Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

МІСІЯ УНІВЕРСИТЕТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Ilnytskyy D.O., PhD, Associate professor,
doctorate student at Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

Pacenko O.Y., PhD, Associate professor at
Chair of International Economics, Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

Sandul M.S., PhD student at Chair of International Economics,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

MISSION OF UNIVERSITIES IN ACHIEVING GLOBAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена розкриттю взаємозв'язку вищої освіти та сталого розвитку (далі — СР). Узагальнено ключові функції вищих навчальних закладів у контексті СР. Окреслено сучасні тенденції у сфері освіти для сталого розвитку, а також вивчено ключові особливості підходів різних країн, у т.ч. України, та міжнародних організацій до цього питання. Висвітлено нові види навчання, які виникають у рамках освіти для СР у їх динамічному взаємозв'язку з основними компонентами компетенції сталого розвитку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: освіта для сталого розвитку, сталий розвиток, місія університету, вища освіта, компетенція.

ANNOTATION. The article elucidate the relationship of higher education and sustainable development (further — SD). The key features of higher education institutions in the context of SD are generalized.

Outlines current trends in education for SD as well as key approaches from different countries, including Ukraine, and international organizations on this issue. Deals with new types of learning that occur as part of education for SD in their dynamic relationship with the major components of competence for SD.

KEY WORDS: education for sustainable development, sustainable development, university mission, higher education, competency.

Постановка проблеми. Глобальна економіка все гостріше стикається з проблемами браку ресурсів для забезпечення сталого соціально-економічного розвитку, збільшення асиметрій їх виробництва та перерозподілу, загострення глобальних проблем, забезпечення збалансованого розвитку економічного, соціального та екологічного вимірів. Роль і місце інституцій вищої освіти у їх подоланні має бути чітко визначена та, відповідно, може бути оцінена і проаналізована.

Найнаочніше її зв'язок з науково-практичними проблемами демонструють такі приклади. Експерти ООН встановили, що в США до 40 % продуктів харчування, залишаються не спожитими, а 25 % їжі, котру американці приносять, додому викидається [9]. Іншим прикладом є погіршення життєвого простору в наслідок накопичення у світі близько 11,2 млрд тонн твердих відходів щороку [17]. У кожній країні у таких випадках марнуються всі ресурси, які було використано для виробництва, а також витрачаються додаткові ресурси для відновлення економічної, соціальної та екологічної рівноваги. У результаті аналіз екологічного майбутнього Землі показує, що до 2050 року людство буде використовувати ресурси та виробляти відходи в 2,6 разу швидше, ніж вони можуть бути відновлені, а вже до 2030 року нам знадобиться ще одна Земля, щоб покрити такий споживчий попит [18].

Аналіз останніх досліджень. Ряд науковців присвятили дослідження питань розвитку університетів у контексті сталого розвитку, серед яких — М. Кристалбридж, А. Дейл, К. Дж. Деша, К. Харгроувз, Ф. Хесселінк, К.А. Хопкінс, Б. Джиклінг, З. Мак-Кеон, Г.А. М'єг, І. Ньюман, А. Різі, В. Скотт, Д. Тілбурі, П. Вейр, П.П. Ван Кемпен, А.Е.Дж. Уолс, а також українські дослідники Масловська Л.Т., Непейна Г.В., Патон Б.Є., Садовенко А.П., Середа В.І., Висоцька О.Е. та інші. На жаль, більшість із них розглядають внесок університетів у забезпечення СР досить фрагментарно. За останні 8 років у середньому 92 % публікацій на тему

СР до ключових питань відносять також і діяльність університетів; варто відмітити тенденцію до зростання цього показника — з 84 % у 2007 р. до 95 % у 2014 році (табл. 1).

Невиявлені раніше частини проблеми. У працях, на які опиралися автори при підготовці цієї роботи, відсутнє узагальнене викладення цілісної парадигми місця університетів у забезпеченні сталого розвитку. Зараз, упродовж останнього року «Десятиліття освіти в інтересах сталого розвитку» (2005–2014 рр.), оголошеного ООН у 2002 році, цілком доречно переглянути роль університетів для освіти в інтересах СР.

Метою цієї роботи є проведення узагальнення здобутків світової думки щодо ідентифікації ролі та місця університетів у забезпеченні сталого розвитку глобальної економіки та суспільства. Для досягнення поставленої мети були визначені такі **завдання**: окреслити базис проведення досліджень університетів у парадигмі сталого розвитку; виявити особливості участі міжнародних організацій в освіті для СР; ідентифікувати ставлення країн до освіти для СР; визначити університетські компетенції СР; розглянути ключові виміри університету в контексті СР.

Таблиця 1

**КІЛЬКІСТЬ ПУБЛІКАЦІЙ НА ТЕМУ УНІВЕРСИТЕТІВ
І СТАЛОГО РОЗВИТКУ (ПОШУК ЗА КЛЮЧОВИМИ СЛОВАМИ)**

Рік	«сталий розвиток»	«університет» + «сталий розвиток»	«освіта» + «сталий розвиток»
2014	220	210	24
2013	271	257	25
2012	235	218	12
2011	223	212	3
2010	164	148	11
2009	157	146	9
2008	122	112	3
2007	121	102	1
Всього	2160	2002	110

Джерело: складено автором за даними ScienceDirect database [24]

Основний матеріал. Виділяють досить багато визначень поняття «сталий розвиток». Їх узагальнення дає нам, що СР прагне задовольнити потреби і сподівання нинішнього покоління, не завадивши здатності задовольняти потреби майбутнього [22]. Одночасно сталий розвиток є процесом змін, у якому експлуатація ресурсів, спрямування інвестицій, орієнтація технологічного розвитку та інституційні зміни здійснюються відповідно як до майбутніх, так і нинішніх потреб. СР також визначається як підтримка рівноваги з одного боку між потребою поліпшити життя людей і досягти відчуття добробуту, а з іншого — збереженням природних ресурсів і екосистем, від яких залежать майбутні покоління [27]. Він заснований на довгостроковому підході, який враховує нерозривність екологічних і соціально-економічних аспектів діяльності у сфері розвитку [10].

Необхідність переходу на сталий розвиток, який прагне перешкодити деградації навколишнього середовища і екології в рамках інтегрованої ціннісної структури справедливості для наступних поколінь і світу в цілому так чи так впливає на всіх учасників глобального суспільства [14]. Про роль освіти у сприянні сталому розвитку вперше було згадано в главі 36 «Порядку денного — 21» [3]. Освіта в інтересах сталого розвитку (ОСР) визначається як такі знання, навички, розуміння і цінності для участі у прийнятті рішень про те, як робиться будь-що індивідуально і колективно, на місцевому і глобальному рівнях, та які поліпшать якість життя без негативного впливу на планету майбутнього [5].

Системи вищої освіти країн, представлені університетами, зараз проходять через зміни, які обумовлені складними викликами глобалізації вищої освіти, зростаючої конкуренції, масифікації освіти (у зв'язку з розвитком ІКТ, онлайн-навчання та МВОК) тощо. Необхідність йти в ногу з часом, вводячи ОСР у свою практику, виявилась ще одним випробуванням, з яким зіткнулись університети. Узагальнення літератури засвідчує, що до пов'язаної з ОСР найчастіше відносять: освіту з питань миру, прав людини, споживача, розвитку, здоров'я, ВІЛ/СНІДу, біорізноманіття, статі, інклюзивну освіту, мультикультурну освіту, цілісну, глобальну, громадянську, освіту щодо зниження ризику від стихійних лих, екологічну, зміни клімату та щодо продовольчої безпеки. Хоча очевидно, що на питання слід дивитися ширше з подальшою деталізацією.

Беручи до уваги огляд актуальної літератури з питань університетів та СР, а також ролі університетів у посиленні СР на регі-

ональному рівні, було запропоновано аналітичну матрицю-парадигму «університети для сталого розвитку» (рис. 1). Вона є основою даної роботи та може бути фундаментом для подальших взаємопов'язаних досліджень.

Участь міжнародних організацій в ОСР

Велика увага проблемам СР та освіти в інтересах СР приділяється міжнародними організаціями. Це не дивно, беручи до уваги глобальний масштаб задач, які необхідно вирішити, так як лише спільними зусиллями, як інтелектуальними, так і фінансовими, можна досягти масштабної цілі переходу до більш «сталого» суспільства. Міжнародні організації системи ООН приділяють значних зусиль аналізу поточної ситуації, проведенню досліджень, формуванню пропозицій і впровадженню послідовних дій з метою досягнення прогресу з впровадження принципів СР по всьому світу. Вони також є ключовими агентами моніторингу прогресу в ОСР як в окремих країнах, так і на світовому рівні.

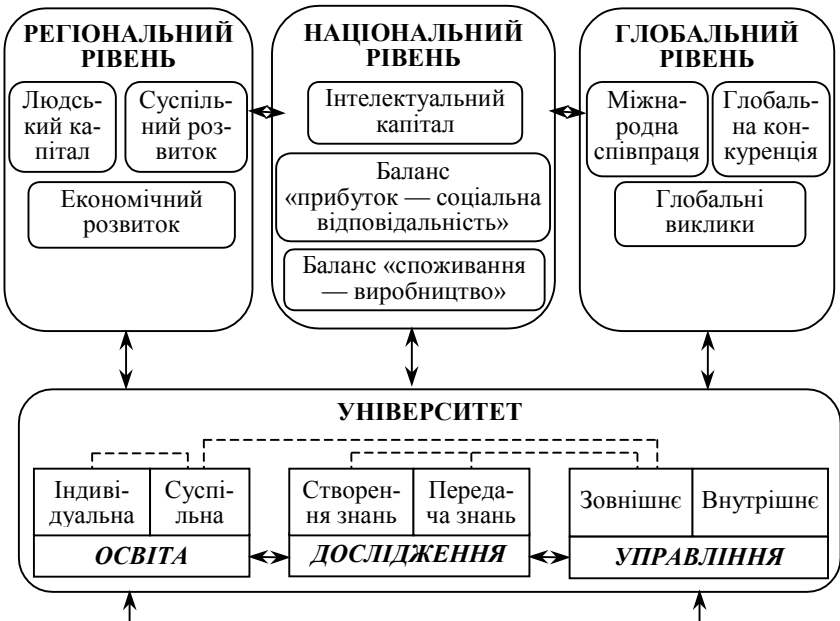


Рис. 1. Аналітична матриця — парадигма «університети для сталого розвитку»

Джерело: складено авторами на основі [25].

Міжнародні організації діють здебільшого як каталізатор для реальних заходів. Беручи до уваги тенденції в ОСР по всьому світі, експерти ЮНЕСКО відмічають значні зміни в педагогіці та виникнення нових типів навчання. Іноді ОСР реалізовується через різні типи навчання і пов'язує кілька предметів і галузей знань. Згідно з даними глобального моніторингу і опитування, було визначено 9 типів навчання, які асоціюються з ОСР: евристичне навчання; передавальне навчання; колобораційне навчання; проблемно-орієнтоване навчання; предметне навчання; міждисциплінарне навчання; соціальне навчання; навчання на основі системного мислення [26, с. 26]. Було визначено і такі форми навчання, як філософське осмислення незалежно від віку, дослідження цінностей, самоосвіта, експериментальне навчання, навчання на базі громади, навчання на основі дій. Важливо усвідомлювати, що ОСР не може складатись з лише одного типу навчання, це завжди комплекс із різних типів, який повинен відповідати групі студентів (їх віку, знанням, інтересам і т.п.), контексту навчання і наявним ресурсам.

Близько сотні Регіональних експертних центрів з ОСР разом з Університетськими ініціативами ООН з різних країн сформували глобальну мережу, покликану вирішувати місцеві виклики сталому розвитку шляхом проведення досліджень і розвитку потужностей. Ці центри націлені об'єднати освітні установи, посилити спілкування, скоординувати співпрацю між усіма учасниками процесу з метою поширення освіти в інтересах СР [25, с. 80]. Це — один з головних міжнародних внесків у місцевий розвиток, що включає університетські ініціативи.

ОСР на національному рівні

ОСР поступово знаходить своє місце в освітніх спільнотах: близько 100 країн з усього світу створили національні координаційні органи, розглядаючи ОСР у якості релевантного підходу до глобальних проблем сучасності. У деяких випадках ОСР була впроваджена радше як теоретичні рамки, без внесення до навчальних програм — з вибірки, до якої увійшли 50 країн, у 26-ти не було виявлено доказів впровадження ОСР у 2008 р., однак до 2012 р. таких залишилось лише 10 [26, с.12]. За даними цього опитування 59 % країн уже запровадили окремі дії стосовно освіти з біорізноманіття, яких 95 % включили цей вид навчання в початкову освіту, 100 % у середню освіту, 83 % у вищу освіту і

85 % — у педагогічну освіту [26, с. 18]. Очевидно, що ідея СР у багатьох країнах використовується в національних економічних інтересах для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності країни.

У США значна увага приділяється освіті стосовно кліматичних змін. Спільні зусилля уряду та місцевих органів влади, університетів, шкіл і неурядових установ є важливими елементами, які роблять свій внесок у федеральні програми, покликані просвітити громадськість стосовно проблеми зміни клімату. Державні агентства, які опікуються питаннями навколишнього середовища та енергетики, забезпечують навчання та тренінги для викладачів, і часто це проводиться у співпраці з університетами та місцевими підприємствами. На рівні середньої та вищої школи, місцеві органи влади впроваджують заняття по кліматичним змінам у шкільні програми; університети, з допомогою з боку неурядових організацій, надають навчання викладачам і студентам з питань важливості енергоефективності. Низка неурядових організацій (групи зі збереження дикої природи, наукові та освітні організації), проводячи програми і опитування, розповсюджуючи брошури, публікуючи статті у ЗМІ тощо, докладають значних зусиль у формуванні суспільного розуміння важливості СР, і зокрема інформуючи про наукове підґрунтя, вплив і можливі рішення проблем [26, с. 18].

Євросоюз підходить до питань СР дещо ширше. В політики зі СР включено такі питання, як зміна клімату, «чиста» енергетика, екологічний транспорт, відповідальне споживання і виробництво, збереження і управління природними ресурсами, здоров'я, соціальна адаптація, демографія і міграція, бідність у світі, а також виклики сталому розвитку. Публікація Європейської Комісії «Оновлені стратегічні рамки європейської співпраці в освіті» покликана спрямовувати співпрацю в освіті для СР до 2020 р., а програма «Навчання впродовж життя (2007—2013 рр.)» слугувала першим інструментом для розвитку і підвищення ролі освіти і систем навчання. У ряді праць проаналізовано процес впровадження принципів СР у країнах ЄС, зокрема у Швеції, Португалії, Франції, та в регіонах Центральної та Східної Європи, і у багатьох з них відмічено, що принцип академічної свободи є основоположним в управлінні університетом [2; 6; 8; 13; 23].

Не лише розвинені країни проводять діяльність у сферах, пов'язаних з освітою для СР. На Філіппінах у Національному плані

дій у сфері освіти про навколишнє середовище (2005–2014 рр.) задекларовано інтеграцію освіти про навколишнє середовище в навчальні плани на всіх освітніх рівнях; також, створено систему інтегрованих педагогічних тренінгів. У Індії Центром природничої освіти запущено програму «CO² — Правильний вибір» стосовно кліматичних змін та індивідуального вибору стилю життя у більше ніж 70 000 шкіл [26, с. 22].

Освіта для сталого розвитку в Україні

В Україні було вирішено створити нову інтегровану навчальну програму для ОСР, а не доповнювати додатковим матеріалом уже існуючі шкільні предмети, а також запровадити її в рамках сучасної загальноосвітньої школи [26, с.23]. Українські освітяни традиційно пов'язують питання СР з природничими науками, і, без сумніву, такий підхід є корисним. Однак, ОСР також вимагає значної уваги до соціальних аспектів, адже стійке суспільство не може функціонувати без демократії, постійного діалогу та делегування влади, і є можливим за умов, коли взаємовідносини між людьми базуються на повазі, толерантності і співпраці, а ці аспекти далеко виходять за рамки природничих наук, і з точки зору стандартних навчальних програм відносяться до соціальних наук, суспільної психології або навіть філософії.

У «Національній парадигмі сталого розвитку України» визначено сучасні тенденції, стратегічні засади та перспективи СР України в глобальному середовищі відповідно до наявного стратегічного потенціалу держави та цілей розвитку. Освіта визначається передумовою і водночас пріоритетним засобом досягнення СР, маючи найбільший вплив на формування суспільної обізнаності з таких питань, як екологія, етика, а також на становлення цінностей і підходів, навичок і моделей поведінки, які асоціюються зі сталим розвитком [1, с.18]. Однак, негативним аспектом є несформованість інституційного забезпечення впровадження концепції ОСР у практику, зокрема в Україні не створено спеціальний регулюючий орган, як це передбачено Стратегією Європейської економічної комісії ООН для освіти в інтересах СР, і навчальні курси з ОСР викладаються лише в не багатьох університетах, запроваджена в Україні модель економічного розвитку не має необхідної соціальної спрямованості. Не було створено середній клас, який є основним носієм демократії, соціальної та політичної стабільності в суспільстві, а також не забезпечено станов-

лення адекватної соціальної інфраструктури [1, с. 33]. Через подібні проблеми на фоні певних позитивних зрушень (поширення екологічної освіти, урізноманітнення культурної діяльності) відмічаються значні диспропорції у сферах охорони здоров'я, житлово-комунального обслуговування населення тощо.

На даний час основними формами діяльності, націленої на досягнення сталості в університетах, є різноманітні проекти, які виконуються у співпраці з бізнесом, неурядовими та міжнародними організаціями, а також іншими зацікавленими сторонами. Зокрема деякі дослідження показують, що залучення до подібних проектів учасників із-за меж університетів виявилось значно ефективнішим для реалізації проектів, націлених на сталий розвиток, у порівнянні з випадками, коли брали участь лише представники академічної спільноти [4]. Однак досі немає доказів широкомасштабного впровадження ОСР у навчальні програми університетів. Таким чином, існує необхідність переосмислення всього підходу до ОСР у національній системі освіти та на рівні інституцій.

Університетські компетенції в ОСР

Нещодавні дослідження доводять, що питання СР в університетах знаходиться на ранній стадії впровадження в процес навчання, і ще багато треба вивчити для того, щоб концепцію СР було повністю впроваджено, а вища освіта стала справжнім лідером у забезпеченні СР [19].

Університети починають переорієнтовувати навчальні процеси, дослідження, діяльність з місцевим населенням у бік концепції СР. Зміна відбувається не зважаючи на економічний тиск і такі освітні реформи, які вимагають більшої ефективності меншим коштом. За концепцією «потрійної спіралі», університети є повноцінними партнерами уряду та промисловості з точки зору внеску в економічний розвиток в економіці знань [16]. Університети збагачують людей компетенціями, а на національному рівні — інтелектуальним капіталом.

Досить часто університети використовують ідею «сталості» з метою внутрішньої реорганізації і перепрофілювання, впроваджують системне мислення шляхом аналізу взаємозв'язків, відносин і взаємозалежностей. Деякі з них розроблюють і впроваджують нові форми інтерактивного, інтегративного і критичного навчання, які можуть допомогти людям зрозуміти сталий розвиток і долучитись до нього. У навчанні і дослідженнях ставиться

новий наголос на реальні виклики сучасності і сталому розвитку, з якими стикаються в місцевих і регіональних громадах. Таке зміщення акценту розмиває кордони і посилює інтелектуальний діалог між традиційними установами та громадянами.

Університети роблять внесок у розвиток компетенції зі СР всередині та за межами вищої освіти через курси, програми професійного розвитку, дії з інформування населення тощо. Щоб бути ефективною, освіта для СР повинна базуватись на системному підході, бути всеохоплюючою, фокусуватись на значно більшому ніж знання, розглядати цінності і моделі поведінки студентів як основу покращення їх здатностей вирішувати проблеми [21]. Відповідні зміни в навчальних програмах і планах повинні базуватись на ціннісному підході та доповнюватись холистичним і міждисциплінарним підходами з використаннями компетентнісних стратегій. Генерична «компетенція сталості», яка була визначена на основі ідей розробленої в Німеччині *Gestaltungs kompetenz*, об'єднує такі компоненти [26, с. 45]:

- здатність спрямовувати роздуми в майбутнє, діяти в умовах невизначеності, справлятися із передбаченнями, очікуваннями і планами на майбутнє;

- уміння працювати у міждисциплінарній манері;
- вміння бачити взаємозв'язки, відносини і взаємозалежності;
- досягнення відкритості у сприйнятті, транскультурного розуміння і кооперації;
- компетенція участі;
- компетенція планування і реалізації заходів;
- здатність відчувати співчуття і солідарність;
- компетенція мотивувати себе та оточуючих;
- компетенція зважено реагувати на індивідуальні і культурні концепції.

Деякі дослідники обґрунтовують, що необхідно підтримувати баланс між компетенціями, вже інтегрованими в програму навчання та тими, що пов'язані з навичками системного і спрямованого в майбутнє пізнання та навичками діяти [15]. Тому визначення компетенції СР необхідно періодично переглядати, щоб можна було проаналізувати і відслідкувати прогрес, відзвітувати про еволюцію підходів до концепції СР як такої, що є вбудованою в університетські системи, чим можна заохотити університети звітувати перед громадськістю і залучати її до дискусії з даного предмету.

Концепція СР повинна бути включена до **місії** університету і глибоко інтегрована у всі курси і навчальні програми, а також у всі інші види діяльності університету — дослідження, комерціалізація знань і результатів досліджень (рис. 3). Що стосується сучасних функцій університету, його ключових ролей — освітньої, дослідницької і управлінської, — то вони теж модифікуються. Окрім традиційної функції надання знань, університети стають центрами навчання, слугуючи суспільним потребам. Університети виконують центральну роль у процесі СР, оскільки вони є ключовими гравцями як в індивідуальних, так і колективних і суспільних системах навчання [25, с. 76].

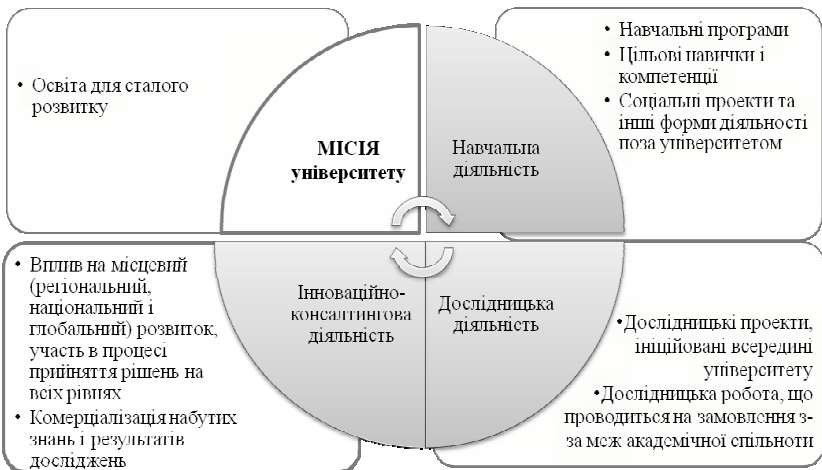


Рис. 3. Сталій розвиток: ключові виміри університету

Маючи суттєвий вплив на регіональний розвиток, університети здатні виконуючи дослідницьку функцію справитись із необхідністю створення комбінації фундаментальних і прикладних досліджень, різноманітних міждисциплінарних досліджень тощо; маючи всі необхідні організаційні передумови, вони також можуть виявити і відслідкувати напрями, за якими необхідні зміни, а також спрямувати в потрібному напрямку тих, хто приймає рішення [11].

Стосовно управлінської ролі, немає сумніву, що співробітники факультетів і управлінці університету є важливими учасниками

процесу регіонального розвитку, адже вони беруть у ньому участь, забезпечують експертні поради і роблячи власний внесок у економічний і суспільний добробут [7]. Однак у міру зростання масштабів і складності видів університетської діяльності виникла необхідність покращення системи управління таким чином, аби вона могла впоратись з цими труднощами, а це є ще одним викликом для сучасних університетів.

Дослідження, проведені в університетах США, Латинської Америки і Китаю у 2013 р., показали, що включення тем з управління ресурсами в процесі вдосконалення академічних програм — найприйнятніший підхід у всіх цих трьох регіонах, спрямований на пропагування ідеї СР [12]. Іншим є розвиток програм, які покривають тематику таких предметів, як розвиток людського потенціалу, дизайн суспільних систем і сталий економічний розвиток і процвітання. Китайці, зокрема, активно поширюють ідеї «зеленого університету», які є близькими до їх традиційної культури [28].

Разом із задекларованим пріоритетом СР університети здатні впливати на громади, суспільний і економічний розвиток, так чи так трансформуючи регіональний розвиток. Вплив університетів зростає разом з підвищенням їх активності на міжнародній арені, співпраці з приватним сектором, і часто надаючи поради корпораціям, таким чином спрямовуючи їх на шлях до більшої соціальної відповідальності. Володіючи повним потенціалом впливу на широкі суспільні кола, через реалізацію їх функцій (рис. 3), університети є сполучною ланкою між глобально проголошеними пріоритетами розвитку та їх поширенням в щоденні практики.

Висновки. Університет, який можна назвати таким, що діє на принципах СР, має характерні ознаки, а саме: прагне до найвищої академічної успішності, намагається включити людські цінності у всі аспекти людського життя, і пропагує впровадження практик, пов'язаних із сталим розвитком, у навчання, дослідження, зв'язки з громадами, управління енергетикою і ресурсами, а також планування і використання землі з урахуванням принципів постійного моніторингу і сталого розвитку [20].

Сучасне суспільство живе в гірших умовах з точки зору якості навколишнього середовища, ніж століття тому, однак у майбутньому ситуація може погіршитись за умов бездіяльності. Універ-

ситети стикаються з необхідністю впровадження освіти в інтересах СР, яка теоретично і практично розроблена на різних рівнях:

- сталий розвиток у навчанні є необхідним через величезний вплив випускників, котрі прямо впливають на зміни у світі.

- у дослідженнях врахування принципів СР є обов'язковим перед тим, як результати комерціалізують, і навіть перед їх ініціюванням;

- принципи СР мають бути пріоритетнішими, ніж отримання короткострокового прибутку, і враховуватись у першу чергу у будь-яких видах діяльності закладів вищої освіти. Тільки так можна досягти позитивних зрушень у місцевих спільнотах у довгостроковій перспективі.

Сучасний університет не може набути статусу «флагманського» або ж університету світового класу, не будучи активно залученим до освіти в інтересах СР. У часи, коли вища освіта відходить у своїй меті від набуття інформації і знань до навчання компетенціям, необхідним для обробки інформації, прийняття рішень, діяльності в умовах невизначеності, місія університетів стає більш широкою, ніж просто освіта, система вищої освіти покликана навчати цінностям. Відтепер ця місія — не тільки навчання висококваліфікованої робочої сили майбутнього, але також формування глобального громадянина, розсудливого і відповідального за власні рішення, їх наслідки та готового пожертвувати короткостроковим прибутком заради майбутньої більшої цінності. Саме тому система вищої освіти, маючи необхідний потенціал і засоби впливу на громадськість, є ключовим агентом прийняття і впровадження принципів сталого розвитку в суспільстві забезпечуючи його довгострокову конкурентоспроможність. У досягненні такої місії університети мають не лише активно впливати на студентів і викладачів, але й ефективно використовувати ресурс співробітництва з міжнародними організаціями, урядовими структурами та громадськими організаціями.

Література

1. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. — К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. — 72 с.

(Natsional'na paradyhma staloho rozvytku Ukrayiny / za zah. red.akademika NAN Ukrayiny, d.t.n., prof., zasl. diyacha nauky i tekhniky Ukrayiny B. Ye. Patona. — K.: Derzhavna ustanova «Instytut ekonomiky pryrodokorystuvannya ta staloho rozvytku Natsional'noyi akademiyi nauk Ukrayiny», 2012. — 72 s.)

2. *Adomßent M., Fischer D., Godemann J., Herzig Ch., Otte I., Rieckmann M., Timm J.* Emerging areas in research on higher education for sustainable development — management education, sustainable consumption and perspectives from Central and Eastern Europe // *Journal of Cleaner Production*, Volume 62, 1 January 2014, Pp. 1–7. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.045>.

3. Agenda 21. UNCED, 1992, p. 320. Retrieved 28th of June 2014 Режим доступу: <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

4. *Boman J., Andedersson U.P.*, Eco-labelling of courses and programs at University of Gotenburg // *Journal of Cleaner Production*. — №48. — 2013. — P. 48–53.

5. *Bourn D.* Development Education, Education for Sustainable Development and Global Perspectives within Higher Education. / Development Education research Centre, Institute of Education, p.5.

6. *Ferreira S., Cabral M., da Cruz N.F., Marques R.C.* Economic and environmental impacts of the recycling system in Portugal // *Journal of Cleaner Production*, Volume 79. — P. 219–230. Available online 27 May 2014. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.05.026>.

7. *Goldstein H.A.* What we know and what we don't know about the regional economic impacts of universities. / In: Varga, A. (Ed.), *Universities, Knowledge transfer and Regional development. Geography, Entrepreneur ship and policy.* Edward Elgar, Cheltenham. — 2009. — P. 11–35.

8. *Gombert-Courvoisier S., Sennes V., Ricard M., Ribeyre F.* Higher Education for Sustainable Consumption: case report on the Human Ecology Master's course (University of Bordeaux, France) // *Journal of Cleaner Production*, Volume 62, 1 January 2014, pp. 82–88. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.05.032>

9. *Gunders D.* Wasted: How America is losing up to 40 percent of its food from farm to fork to landfill. / NRDC Issue Paper, 2012, p. 1. Режим доступу: <http://www.nrdc.org/food/files/wasted-food-ip.pdf>

10. International Law for Sustainable development: Because Effective Laws Matter. Centre for International Sustainable Development Law, p. 20. Режим доступу: www.un.org/esa/sustdev/csd/

11. *Kemp R., Martens P.* Sustainable development: how to manage something that is subjective and never can be achieved? // *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, № 3 (2). — 2007. — P. 13.

12. Khalili N.R., Duecker S., Ashton W., Chavez F. From cleaner production to sustainable development: the role of academia // *Journal of Cleaner Production*, February 2014. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.099>
13. Labodová A., Lapčík V., Kodymová J., Turjak J., Pivko M. Sustainability teaching at VSB — Technical University of Ostrava // *Journal of Cleaner Production*, Volume 62, 1 January 2014. — P. 128–133. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.019>.
14. Lafferty W.M. Governance for sustainable development. The challenge of adapting form to function. / Edward Elgar, Cheltenham. — 2004. — P. 15.
15. Lambrechts W., Mulà I., Ceulemans K., Molderez I., Gaeremynck V. The integration of competences for sustainable development in higher education: an analysis of bachelor programs in management// *Journal of Cleaner Production*, № 48. — 2013. — P. 65–73.
16. Leydesdorff L. The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. — 2012. Електронний ресурс. Режим доступу: [http://eprints.rclis.org/16559/1/The %20Triple %20Helix %20of %20Univer sity-Industry-Government %20Relations.Jan12.pdf](http://eprints.rclis.org/16559/1/The%20Triple%20Helix%20of%20University-Industry-Government%20Relations.Jan12.pdf)
17. Modak P. Waste: Investing in Energy and Resource Efficiency. UN Environment Programme, 2011, p. 7 (290). Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/GER_8_Waste.pdf
18. Moore D., Cranston G., Reed A., Galli A. Projecting future human demand on the Earth's regenerative capacity // *Ecological Indicators*. Volume 16. — Elsevier. — May 2012. — P. 3–10
19. Mulder K., Segalàs J., Ferrer-Balas D. How to educate engineers for/in sustainable development: ten years of discussion, remaining challenges // *International Journal of Sustainability in Higher Education*, #13 (3). — 2012. — P. 211–218.
20. Nejati M., Nejati M. Assessment of sustainable university factors from the perspective of university students// *Journal of Cleaner Production*, 48. — 2013. — P. 101–107.
21. Pappas E., Pierrakos O., Nagel R. Using Bloom's Taxonomy to teach sustainability in multiple contexts// *Journal of Cleaner Production*, #48. — 2013. — P. 54–64.
22. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. UN CED. — 1987. — P. 39. Режим доступу: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
23. Sammalisto K., Brorson T. Training and communication in the implementation of environmental management systems (ISO 14001): a case study at the University of Gävle, Sweden // *Journal of Cleaner Production*, Volume 16, Issue 3, February 2008. — P. 299–309, Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.07.029>

24. Science Direct database. Data as of July 2nd 2014. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.sciencedirect.com/science/search>

25. *Sedlacek S.* The role of universities in fostering sustainable development at the regional level// *Journal of Cleaner Production*, 48. — 2013. — P. 74–84.

26. *Shaping the Education of Tomorrow. 2012 Report on the UN Decade of Education for Sustainable Development, Abridged.* UNESCO, 2012. Електронний ресурс. Режим доступу:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002166/216606e.pdf>

27. *Sustainable Development Law and Legal Definition*, USLegal Home. Електронний ресурс. Режим доступу:

<http://definitions.uslegal.com/s/sustainable-development/>

28. *Yuan X., Zuo J., Huisingh D.* Green Universities in China — what matters? // *Journal of Cleaner Production*, Volume 61, 15 December 2013. — Pp. 36–45. Режим доступу:

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.12.030>.

Статтю подано до редакції 10.09.14 р.

УДК 339.9: 334

Рябець Н.М., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародного менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМА ЭФЕКТИВНОСТИ МІЖОРГАНІЗАЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСАХ ТНК В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

АНОТАЦІЯ. У статті здійснено аналіз процесів навчання в стратегічних альянсах ТНК і вплив даних процесів на конкурентні позиції компаній, що приймають участь в альянсі. Розкрито сутність і специфіка еволюції стратегічного альянсу в результаті процесу міжорганізаційного навчання.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегічний альянс, ефективність, модель міжорганізаційного навчання, компетенції партнеру, інтерналізація знань.

ANNOTATION. The article is aimed to analyze the educational process within TNC'S strategic alliances and to determine the influence of such process on competitive positions of the companies

that take part in such organizational structures. The essence and the specific of the strategic alliances evolution as the result of interorganizational education is identified in the current article.

KEY WORDS: strategic alliance, efficiency, the model of the interorganisational study, partner's competitions, the internationalization of the knowledge.

Постановка проблеми. Глобальні трансформації останніх десятиліть значно посилили конкурентну боротьбу на світових ринках. Необхідність забезпечення максимально швидкого й ефективного реагування на зміни зовнішнього середовища змушує топ-менеджмент ТНК звертати увагу на вибір найбільш ефективних конкурентних стратегій. В умовах об'єктивної необхідності розвитку різних форм кооперації, з одного боку, і складності еволюції глобальних організаційних структур — з іншого, ТНК дедалі частіше використовують стратегічні альянси у формуванні міжнародних партнерських відносин. Ці особливості зумовлюють надзвичайну актуальність дослідження стратегічних альянсів ТНК та необхідність обґрунтування методів підвищення ефективності процесу навчання в зазначених еволюційних формах організації діяльності ТНК.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Дослідженню транскордонних стратегічних альянсів як конкурентної стратегії ТНК присвятили свої роботи зарубіжні вчені Б. Гаррет, Д. Даннінг, П. Дюссож. Питання між організаційного навчання в стратегічних альянсах розглядали, в тому числі, Г. Хеймел, А. Інкпен і Б. Сімонін.

Мета статті полягає у дослідженні процесів навчання та обміну знаннями між партнерами в стратегічних альянсах й впливу даних процесів на конкурентні позиції компаній-учасниць альянсу.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день стратегічні альянси, в тому числі транскордонні, стали невід'ємною частиною міжнародної економічної системи, зокрема у 2013 р. у міжнародному бізнесі було укладено більше ніж 2 тис. альянсів, а середній темп приросту зазначених організаційних форм, що укладаються щорічно становить близько 15 %. Разом з тим, варто зазначити, що участь у стратегічних альянсах пов'язана з цілим рядом труднощів, близько 50 % від загальної кількості альянсів

не досягає поставленої мети, що свідчить про необхідність звернення особливої уваги на питання щодо формування методів і механізмів підвищення ефективності використання даної стратегії.

Проведений комплексний аналіз функціонування стратегічних альянсів ТНК на сучасному етапі розвитку міжнародного бізнесу вказує на необхідність забезпечення ефективного процесу навчання між компаніями-партнерами як однієї з необхідних передумов для досягнення високої результативності та створення нових можливостей щодо економічного зростання і адекватного реагування на швидкі зміни зовнішнього середовища функціонування альянсу. В статті автором з урахуванням різних факторів впливу ідентифіковано особливості міжорганізаційного навчання як одного із методів підвищення ефективності діяльності такої організаційної структури.

В організаційному контексті, прагнення компанії навчатись являє собою сформульоване бажання з боку топ-менеджменту компанії перейняти знання та компетенції партнеру.

Як показує аналіз практики функціонування стратегічних альянсів у міжнародному бізнесі, основними рівнями організаційного навчання є навчання одиничного циклу. Навчання одиничного циклу, в свою чергу, передбачає поступові зміни, що не зачіпають основоположні цінності компанії і, як правило, відбуваються в рамках чинної системи організаційних процесів, у той час як навчання подвійного циклу потребує перегляду існуючих норм і правил. Вторинне навчання передбачає підвищення ефективності процесу навчання, являючи собою «навчання відносно навчання». На противагу вторинному навчанню, перші два рівня стосуються «первинного навчання». У той же час найпоширенішим рівнем навчання в стратегічних альянсах ТНК у сучасних умовах є навчання одиничного циклу. Існують три основних типи навчання одиничного циклу в стратегічних альянсах: по-перше, це інтернаціоналізація інформації, знань і компетенцій партнеру (власне міжорганізаційне навчання); по-друге, це можливість краще «пізнати» свого партнера, його цілі і методи діяльності, що допоможе в подальшій співпраці; нарешті, це отримання досвіду в сфері управління стратегічними альянсами, що, можливо, зробить участь компанії у майбутніх альянсах ефективнішою.

Ефективність інтерналізації знань і компетенцій партнеру залежить як від характеристик обох партнерів, так і від характеристик самого знання, що передається в процесі навчання. До характеристик партнеру, знання якого ТНК намагається інтерналізувати, можна віднести прагнення захистити своє знання, а також культурні та організаційні відмінності від партнеру, що навчається, які знижують ступень «прозорості» знань навіть за відсутності цілеспрямованих зусиль щодо захисту знань і компетенцій. Так, культурні відмінності здатні скоротити потоки інформації між партнерами, що негативно вплине на ефективності навчання. Найяскравіше даний феномен можна прослідити на прикладі мовних відмінностей. Відмінності між партнерами включають у себе й відмінності в організаційній культурі, оскільки передача знань між компаніями здійснюється за рахунок множинності «індивідуальних» обмінів між співробітниками, відмінності в організаційній культурі компаній-партнерів ускладнюють комунікації і знижують ефективність навчання. «Непрозорість» партнера, що викликана відмінностями в національних та організаційних культурах, може виявитись вагомою перешкодою на шляху трансферу знань, ніж свідомо впроваджені організаційні механізми.

Поєднані разом, характеристики партнера, що навчає (можливо, всупереч своєму бажанню) та характеристики знання обумовлюють ступінь невизначеності знання (knowledge ambiguity) [6, р. 597]. Невизначеність розуміється як нездатність партнера, що навчається, зрозуміти, які саме компетенції є джерелом конкурентних переваг. У загальнішому розумінні, невизначеність знань передбачає нерозуміння логічних зв'язків між діями та результатами, між причинами та наслідками, що являє собою суттєву перешкоду на шляху передачі, інтерпретації, асиміляції та наступного використання знання. Невизначеність протистоїть бажанню та можливостям ТНК, що навчається провести інтерналізацію необхідних знань і компетенцій. Саме на подолання невизначеності знань мають бути спрямовані зусилля менеджменту ТНК у тому разі, якщо її ціллю в рамках стратегічного альянсу є інтерналізація знань і компетенцій партнера. Основними характеристиками знання, що впливає на ступінь його невизначеності, є «скритість» (tacitness) знання, його складність і специфічність, а також його відповідність базі компетенцій компанії, що навчається. «Скритість» знання визначається можливістю його кодифікації. Наяв-

ність «скритого» знання пояснюється тим, що співробітники компанії, як правило, знають більше, ніж вони можуть розказати. «Скрите» знання наділене суттєвим ступенем невизначеності і важко піддається накопиченню та передачі, оскільки його носіями є люди, на відміну від знання, що є формалізованим, яке може бути збережене, наприклад на паперових чи електронних носіях. *«Специфічність» знання* визначається можливістю його імплементації в практичній діяльності, відмінній від початково запланованої, без значних втрат продуктивності. Специфічні знання володіють більшим ступенем невизначеності, оскільки для їх розуміння партнеру, що навчається необхідно розбиратись в особливостях діяльності, в процесі якої застосовуються дані знання. *Складність знання* характеризується кількістю його взаємозв'язків із різноманітними технологіями, діями, індивідами та ресурсами. База компетенцій компанії являє собою сукупність технологій, якими компанія вже володіє або в сфері яких вона має певний досвід. Для того, щоб ефективно використовувати набуті в процесі навчання знання компанія повинна володіти певним досвідом у даній області, деякою кількістю інформації, що пов'язана з новим знання [5, р. 248].

Основними характеристиками компанії, що навчається, та впливають на ефективність процесу навчання є наявність прагнення до навчання, а також наявність можливостей для навчання — виділення достатньої кількості ресурсів, створення відповідної системи мотивації персоналу, формування серед співробітників відповідного ставлення до навчання. ефективність процесу інтерналізації знань і компетенцій набуває особливого значення в стратегічних альянсах між компаніями-конкурентами, оскільки та компанія, що здатна раніше заволодіти необхідними для неї знаннями партнера, може після досягнення своїх цілей вийти із альянсу, в результаті чого її конкурентні позиції по відношенню до колишнього партнера посиляться. Відповідно до результатів емпіричного дослідження Б. Гаретта та П. Дюссожа, 41 % альянсів призводить до підвищення конкурентних позицій одного з партнерів за рахунок інших і лише у 1,5 % випадків поліпшуються конкурентні позиції всіх компаній-партнерів альянсу [2, р. 57].

На рис. 1 нами представлено процес між організаційного навчання в стратегічних альянсах ТНК у сучасних умовах розвитку.

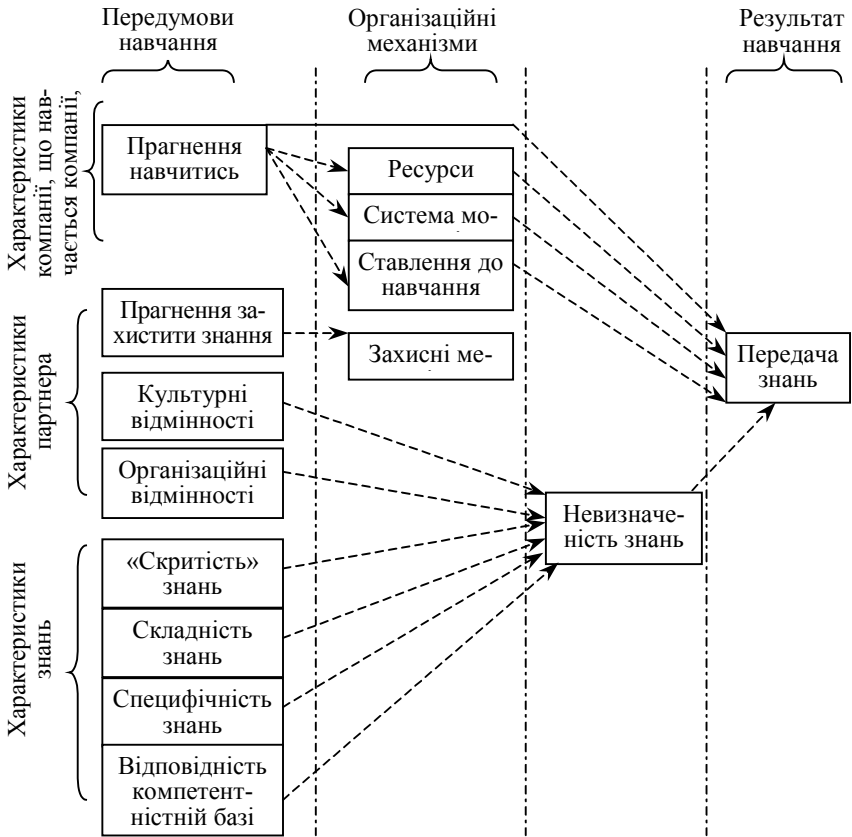


Рис. 1. Міжорганізаційне навчання в стратегічних альянсах ТНК

У той же час для того, щоб підвищити ефективність стратегічних альянсів, спрямованих як на інтерналізацію знань і компетенцій партнера, так і на досягнення інших цілей, ТНК необхідно докладати свідомих зусиль для розвитку компетенції в області управління стратегічними альянсами. Досвід, отриманий в процесі участі в певному альянсі, може бути заснований на практиці в майбутньому, при організації співробітництва з цим самим або з іншими партнерами, що являє собою один із типів організаційного навчання. Також необхідно реалізовувати заходи, спрямовані на розповсюдження й кодифікацію знань про управління стратегічними альянсами, отриманих працівниками, що безпосе-

редньо приймають участь у роботі альянсу ТНК. Корисним інструментом може стати регулярне проведення аналізу альянсів ТНК, що вже завершилися, спрямованого на виявлення взаємозв'язків між діями, що здійснили працівники та отриманими результатами та на визначення методів роботи з партнером, що показали найбільшу ефективність. Важливими є не тільки отримані внаслідок проведення аналізу результати, але й сам процес аналізу, що змушує переосмислити та краще зрозуміти події, що відбулися.

Прикладом стратегічного альянсу, створеного з метою навчання, є спільне підприємство MMI (New United Motor Manufacturing Inc.), засноване у 1984 р. американською ТНК General Motors і японською ТНК Toyota. За допомогою співпраці General Motors намагалася підвищити ефективність своїх виробничих операцій за рахунок приєднання до передових технологій Toyota в галузі виробництва «точно-в-строк», а Toyota — набути досвіду організації виробництва на території США та взаємовідносин з американськими профспілками. Вправна організація альянсу дозволила кожному з партнерів досягти своєї мети — GM підвищила продуктивність праці та якість продукції на своїх заводах завдяки впровадженню елементів системи «точно-в-строк», а корпорація Toyota отримала свою першу виробничу базу на території Північної Америки [5. Р. 33].

Розвиток стратегічного альянсу, на нашу думку, можна представити як послідовність множини ітеративних циклів навчання, характер яких значною мірою визначається первісними умовами співпраці, затвердженими на етапі формування альянсу. Відповідно з телеологічним підходом до динаміки стратегічного альянсу, основними етапами функціонування стратегічного альянсу ТНК є формування альянсу, операційна стадія та оцінка результатів альянсу [3, р. 11]. Даним етапам передують формулювання транснаціональною корпорацією своїх цілей, відносно яких і відбувається оцінювання результатів. Навчання являє собою одну із головних причин переходу стратегічного альянсу із одного стану в інший, також обумовлюючи зміни механізму функціонування альянсу на операційній стадії (що розглядається як тимчасове повернення на стадію формування), можливу еволюцію або розпад альянсу.

Характер процесів навчання визначається початковими умовами співпраці, затвердженими на стадії формування альянсу, які

в подальшому або сприяють або заважають навчанню компаній-партнерів по відношенню до зовнішнього середовища альянсу, задач, що стоять перед ними, процесу співпраці, компетенції та цілей один одного. Найважливішими серед початкових умов є ідентифікація завдань, які кожен з партнерів має виконати в рамках функціонування стратегічного альянсу, організаційні механізми партнерів, які вступають у взаємодію в процесі співпраці, структура взаємодії партнерів та очікування щодо результативності стратегічного альянсу та поведінки партнера та його мотивації [7].

На початку функціонування альянсу навчання є « пізнавальним»: у результаті кращого розуміння різних аспектів функціонування альянсу партнери усвідомлюють, як можна підвищити ефективність спільної діяльності. Поведінкове навчання, що передбачає безпосереднє здійснення змін, що спрямовані на підвищення ефективності, складніше від когнітивного; воно залежить від прихильності партнерів стратегічному альянсу. У свою чергу, прихильність визначається оцінкою альянсу з боку кожного із партнерів. Оцінці піддається не тільки здатність альянсу створювати вартість для ТНК і його відповідність довгостроковим цілям ТНК, але й поведінка партнера, його чесність, добропорядність, відсутність скритих мотивів, а також адаптивні здатності партнера — наскільки він може (та бажає) змінити свою діяльність для досягнення спільних цілей. Після когнітивного навчання й оцінки настає третя стадія циклу навчання — безпосередньо поведінкове навчання, що виражається в перегляді існуючих умов функціонування альянсу. Для підвищення ефективності спільної діяльності компанії можуть змінити перелік завдань, що виконуються стратегічним альянсом, їх взаємозв'язок і розподіл між партнерами; організаційні механізми компаній-партнерів і структура взаємодії також можуть бути скориговані з метою забезпечення більш гладкої та безконфліктної спільної діяльності. Крім того, компанії переглядають свої очікування відносно ймовірності досягнення стратегічним альянсом поставленої мети та можливої поведінки й мотивації партнера. Погіршення очікувань, наприклад, усвідомлення низької ймовірності успіху спільного проекту, високої ймовірності опортуністичної поведінки з боку партнера або низької мотивації партнера, неминуче призведе до зниження прихильності ТНК альянсу, що негативно відіб'ється на його перспективах (рис. 2).

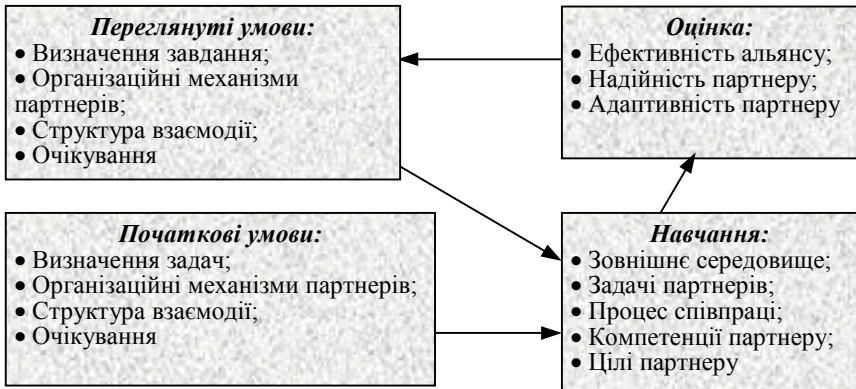


Рис. 2. Еволюція стратегічного альянсу під впливом навчання

Розпад стратегічних альянсів ТНК може бути обумовлений кількома причинами. По-перше, стратегічний альянс може розпастися навіть за наявності успішного навчання, в тому випадку, якщо його оцінка з боку хоча б одного з партнерів буде негативною. По-друге, визначена конфігурація первісних умов здатна утворювати перешкоди для навчання, що призводить до невиконання очікувань, зниженню прихильності партнерів альянсу і в підсумку до припинення співпраці. Нарешті, первісні умови можуть сприяти когнітивному навчанню, але перешкоджати поведінковому; іншими словами, компанії розуміють, що необхідно зробити для підвищення ефективності альянсу, але й розуміють, що вони не здатні цього зробити.

В успішних альянсах партнери залучаються до повторюваної послідовності ітеративних та інтерактивних циклів навчання, яка веде до постійного підвищення довіри та гнучкості у відносинах та до більшої готовності здійснювати специфічні інвестиції. Повторювальні цикли навчання мають кумулятивний ефект; у результаті вплив початкових умов на функціонування альянсу стає все менш і менш відчутним. Отже, базисні умови, що сприяють ефективному навчанню мають бути достатньо гнучкими, щоб забезпечити можливість їх перегляду в майбутньому, проте при цьому партнерам необхідно в достатній мірі структурувати між-організаційні взаємовідносини, щоб останні не стали занадто хаотичними [3, р. 17].

Висновки. Як свідчать результати проведеного дослідження, за допомогою вступу до стратегічних альянсів корпорації окрім доступу до переваг власності та локалізації інших компаній отримують також можливість збільшувати власні переваги на постійній основі за рахунок міжорганізаційного навчання. Ефективність міжорганізаційного навчання в стратегічних альянсах ТНК залежить, як від характеристик компаній-учасниць альянсу, так і від властивостей знання, набуття якого є ціллю компанії, що навчається. Розуміння впливу даних факторів на результативність процесу між організаційного навчання дозволить топ-менеджменту забезпечити для своїх компаній найвищі результати в сфері інтернаціоналізації знань і компетенцій, що в майбутньому сприятиме нарощуванню конкурентних переваг даних компаній.

Література

1. *Culpan R.* The Role of Strategic Alliances in Gaining Sustainable Competitive Advantage for Firms // *Management Revue.* — 2008. — № 1/2.
2. *Hamel G.* Competition for Competence and Inter Partner Learning within International Strategic Alliances // *Strategic Management Journal.* — 2001. — Special Issue: Global Strategy.
3. *Inkpen A.* Learning and Strategic Alliances / Inkpen A., Tsang E. // *Academy of Management Annals.* — 2008. — № 1.
4. *Kale P.* Learning and Protection of Proprietary Assets in Strategic Alliances: Building Relational Capital / Kale P., Singh H., Perlmutter H. // *Strategic Management Journal.* — 2012. — № 3.
5. *Schoenmakers W.* Learning in Strategic Technology Alliances / Schoenmakers W., Duysters G. // *Technology Analysis and Strategic Management.* — 2009. — № 2.
6. *Simonin B.* Ambiguity and the Process of Knowledge Transfer in Strategic Alliances // *Strategic Management Journal.* — 2011. — № 7.
7. *Simonin B.* An Empirical Investigation of the Process of Knowledge Transfer in International Strategic Alliances // *Journal of International Business Studies.* — 2004. — № 5.

Статтю подано до редакції 25.09.14 р.

УДК 339.92

*Я. М. Столярчук, д-р екон. наук, професор,
КНЕУ імені Вадима Гетьмана,
О. Ю. Бєленький, д-р екон. наук, доцент,
КНЕУ імені Вадима Гетьмана*

СУЧАСНІ АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ГЛОБАЛІЗМУ

АНОТАЦІЯ. У статті висвітлено основні форми прояву сучасних асиметрій розвитку фінансового глобалізму у контексті міжкраїнових і міжрегіональних диференціацій у розподілі транснаціонального фінансового капіталу. Обґрунтовано, що зростання рівня фінансової взаємозалежності країн та регіонів здешевило вартість глобальних фінансових ресурсів та суттєво полегшило доступ суб'єктів міжнародної економічної діяльності до зовнішнього фінансування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: фінансовий глобалізм, асиметрії фінансового глобалізму, фінансові активи, світовий фінансовий ринок, глибина фінансових ринків, глобальна фінансова криза.

АННОТАЦИЯ. В статье освещены основные формы проявления современных асимметрий развития финансового глобализма в контексте межстрановых и межрегиональных дифференциаций в распределении транснационального финансового капитала. Обосновано, что рост уровня финансовой взаимозависимости стран и регионов снизил стоимость глобальных финансовых ресурсов и существенно облегчил доступ субъектов международной экономической деятельности к внешнему финансированию.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: финансовый глобализм, асимметрии финансового глобализма, финансовые активы, мировой финансовый рынок, глубина финансовых рынков, глобальный финансовый кризис.

ANNOTATION: The article highlights the contemporary forms of financial globalization asymmetries in the context of interstate and cross-regional differentiations in transnational financial capital distribution. In the article is grounded that the growth of financial interdependence of the countries and regions reduced cost of global finance and greatly facilitate access of the subjects of international economic activity to external financing.

KEY WORDS: financial globalism, asymmetry of financial globalization, financial assets, global financial market, financial markets depth, global financial crisis.

Постановка проблеми. Початок третього тисячоліття ознаменувався етапним завершенням кардинальних трансформаційних процесів у світовому господарстві — формуванням глобальної моделі економічного розвитку. Консолідуючи структурні елементи міжнародної економічної системи, вона надає останній внутрішню цілісність і єдність на основі поглиблення інтернаціоналізації виробництва та обміну, зростання рівнів транснаціоналізації та інтеграції національних економік, модернізації технологічної основи сучасної ринкової системи, утвердження універсальних стандартів життєдіяльності та формування інститутів глобального менеджменту.

Узагальнюючи доступні на сьогодні вітчизняні та зарубіжні джерела і враховуючи багатогранність і багатовимірність глобалізації, слід віддати належне усім визначенням, які представлені в наукових школах економіки, соціології, історії, політології та теорії міжнародних відносин. За своєю сутністю вони зводяться, головним чином, до того, що глобалізація — це закономірний процес суспільного розвитку, який відповідає трьом невід’ємним компонентам філософії розвитку — об’єктивності, направленості та незворотності — і полягає у посиленні взаємозалежності, цілісності та єдності людства на основі глобальних закономірностей розвитку науки, техніки, інформації та планетарного характеру людської діяльності.

Ядром сучасних глобалізаційних процесів є фінансова глобалізація, сутність якої виявляється у:

- зростаючій фінансовій єдності та взаємозалежності фінансово-економічних систем країн світу;

- розширенні інвестиційно-кредитної діяльності транснаціональних корпорацій і банків, а також нарощуванні масштабів міждержавного обміну фінансовими ресурсами;

- лібералізації валютних, інвестиційних і кредитних ринків, розширенні доступу різних держав до глобальних фінансових ресурсів, інтенсифікації процесів інтернаціоналізації національних фінансових ринків;

- нарощуванні обсягів світових транскордонних фінансових потоків, прямих і портфельних інвестицій, а також зовнішніх вимог і зобов’язань фінансових інституцій;

- запровадженні єдиних стандартів фінансової звітності суб’єктів господарювання та ін.

Разом з тим, фінансовий глобалізм розвивається вкрай суперечливо, а його вигоди та загрози розподіляються нерівномірно

як між країнами, так і між регіонами світового господарства. Це вимагає дослідження сучасних асиметрій розвитку фінансового глобалізму.

Аналіз останніх публікацій. Проблемам теорії та методології фінансового глобалізму, дослідженню форм та рівнів міждержавного фінансового співробітництва, механізмам акумуляції та перерозподілу глобальних фінансових ресурсів, сучасним тенденціям розвитку світового фінансового ринку присвячено роботи зарубіжних та вітчизняних науковців: Л. Бакаєва, П. Баклі, Х. Бера, Б. Бернанке, С. Вайнтрауба, Г. Века, П. Девідсона, С. Едвардса, Г. Камінські, Р. Коуза, Д. Лук'яненка, З. Луцишин, Є. Медведкіної, Х. Мінські, В. Новицького, М. Обстфельда, О. Плотнікова, Л. Рея, О. Рогача, Н. Стукало, В. Шевчук, О. Шниркова, А. Філіпенка та багатьох інших. Проте сучасний стан процесів фінансової глобалізації потребує нових підходів.

Метою статті є дослідження процесів фінансового глобалізму, аналіз форм прояву їх асиметричності та визначення факторів, що обумовлюють поглиблення міжкраїнової нерівномірності нагромадження глобального фінансового капіталу.

Основні результати дослідження. Фінансовий глобалізм набув на сьогодні найбільших масштабів, найвиразніших форм вияву і став ключовим компонентом економічної глобалізації. Про високий динамізм його розвитку та стрімке зростання рівня фінансової взаємозалежності країн світу свідчить, зокрема, такий показник, як відношення сумарного обсягу нагромадженого іноземного капіталу до світового ВВП: якщо протягом 1870–1914 рр. він зріс з 7 до 20 %, а з 1945 до 1980 р. — з 5 до 18 %, то на початку XXI ст. досягнув позначки 62 % [7, с. 22–23]. Суттєво зросли і глобальні обсяги транскордонних фінансових потоків країн світу — прямих іноземних інвестицій, вкладень в акції та боргові цінні папери, а також транскордонних позик та депозитів. Їхня вартість протягом 1980–2012 рр., за оцінками дослідного центру «McKinsey Global Institute», зросла з 12 до 225 трлн дол. США [3, с. 2], що більш ніж удвічі перевищує глобальний ВВП.

Головною рушійною силою фінансового глобалізму в останні десятиліття є зростання рівня фінансової взаємозалежності країн та регіонів внаслідок зростаючого нагромадження транснаціонального фінансового капіталу, нарощування світового товарообороту, а також мобілізації у великих масштабах інвестиційно-кредитних ресурсів. В кінцевому підсумку це здешевило вартість

глобальних фінансових ресурсів та суттєво полегшило доступ до них суб'єктів міжнародної економічної діяльності.

Поглибленню процесів фінансового глобалізму значною мірою сприяло також формування євроринку, який, характеризуючись притаманними лише йому наддержавними механізмами функціонування, суттєво розширив різним країнам доступ до світових фінансових активів. Підтвердженням цього є масштаби світового ринку євровалют, які протягом 1964–2012 рр. зросли з 20 млрд. дол. до 9 трлн. дол. США, що стимулювало залучення різних країн до міжнародних економічних відносин та посилювало взаємозалежність їх валютно-фінансових систем.

Разом з тим, слід відзначити, що сучасний розвиток фінансового глобалізму є вкрай асиметричним і характеризується глибокими регіональними диспропорціями розподілу міжкраїнового і міжрегіонального розподілу глобального фінансового капіталу. Ця асиметричність має дві головні форми прояву. По-перше, це кількісне домінування фінансових ринків розвинених держав над фінансовими ринками решти країн за обсягами здійснюваних операцій та вартістю фінансових інструментів, що обертаються на них.

По-друге, домінування розвинених держав за якісними характеристиками розвитку фінансових ринків, а саме: складом учасників, ступенем цінкових коливань на фінансові активи і волатильності ринків, рівнем рейтингів кредитоспроможності одержувачів фінансових ресурсів (емітентів чи позичальників) та ін. У сукупності ці характеристики забезпечують високу привабливість фінансових ринків країн-лідерів для інвесторів та кредиторів з усього світу. Ще одним підтвердженням їх домінування у світовій фінансовій системі є їх місце в процесах зародження і поширення світової фінансово-економічної кризи 2008-2010 рр. Вона розпочалась з проблем на іпотечному ринку США і лише згодом поширилась на інші розвинуті країни і країни з новостворюваними ринками.

Характеризуючи сучасні асиметрії розвитку фінансового глобалізму, не можна обійти увагою географічну структуру світового фінансового ринку, в якій домінуючі позиції посідають нині країни світової тріади — США, ЄС-15 та Японія. Саме завдяки багаторічній експансії в усіх сегментах світового ринку ці держави накопичили колосальний за обсягами фінансовий капітал та сконцентрували на своїй території до 80 % глобальних фінансо-

вих активів, що в півтора рази перевищує їхню частку у світовому ВВП. Це є свідченням того, що сучасні процеси міжрегіонального переливу глобального капіталу ґрунтуються як на політичній стабільності та вигідному географічному положенні країн, але й на високому рівні розвитку їхніх економік, ділової інфраструктури, банківських систем та ринків капіталу. Ці ж фактори забезпечили досягнення провідними країнами світу величезних масштабів капіталізації економік, високого рівня інтеграції у світові фінансові процеси та реальний вплив цих держав на кількісні та якісні параметри глобальної фінансової системи.

В останні десятиліття провідні країни світу сконцентрували на своїй території левову частку світових інвестиційних потоків, насамперед на основі стрімкого зростання обсягів взаємного інвестування. Наприклад, за період з 1985 до 2011 р. найбільші сумарні обсяги взаємних інвестицій було зафіксовано у двосторонніх ПІІ США, європейських країн та Японії. При цьому найбільшим реципієнтом прямих іноземних інвестицій є Сполучені Штати: масштаби іноземного інвестування, залученого у США з Великобританії зросли за даний період з 44 до 432 млрд дол., з Японії — з 19 до 257 млрд, з Німеччини — з 15 до 213 млрд, з Канади — з 17 до 206 млрд, а з Нідерландів — з 37 до 217 млрд відповідно [1, с. 258].

Характеризуючи сучасні асиметрії фінансового глобалізму, слід відзначити, що навіть за групою найрозвиненіших країн світу спостерігається певна фрагментарність його концентрації. Так, найвищого рівня капіталізації досягнув на сьогодні фінансовий ринок США, який акумулює майже 35 % світових фінансових активів загальною вартістю 60,4 трлн. дол. США у 2009 р., а його обсяги більше ніж учетверо перевищують ВВП цієї країни. Сполучені Штати лідирують також за показником темпів щорічного зростання фінансових активів, що забезпечується приростом вартості акцій та приватного боргу.

Друге місце за показником концентрації глобальних фінансових активів посідає нині західноєвропейський регіон, до якого належать країни євро-зони та Великобританія. Частка даного регіону у сукупних обсягах світових фінансових ресурсів становить тепер близько 25 % (43,6 трлн. дол. США у 2009 р.), а лідерські позиції у ньому посідає Великобританія — 8,0 трлн. дол. [2, с. 9]. Таким чином, досягнутий рівень концентрації фінансових активів в західноєвропейському регіоні свідчить про стійке зростання

масштабів та ліквідності європейського фінансового ринку після формування валютного та монетарного союзу країн ЄС та запровадження єдиної валюти євро. Це дозволило державам Євросоюзу суттєво підвищити відкритість своїх національних фінансових ринків, досягнути валютної конвергенції та уніфікації грошового обігу, поглибити міжбанківське співробітництво в зоні євро та сформувати в її межах високоінтегровані грошовий і кредитний ринки.

І, нарешті, частка Японії у концентрації світових фінансових активів становить сьогодні понад 8 % (28,7 трлн. дол. у 2009 р.) [2, с. 9]. В останні роки ця держава поступово втрачає свої позиції у зв'язку з нерозвинутістю національного ринку акцій та корпоративних боргових зобов'язань, перенасиченістю банківських активів сумнівними боргами та неефективністю державної політики у сфері внутрішніх і зовнішніх запозичень. Утім превалювання банківської моделі фінансової системи із ключовою роллю банків в обслуговуванні фінансових потоків не несе в собі таких небезпек порушення рівноваги фінансової системи, як за фондової моделі фінансування. Адже банки, будучи позбавленими можливості здійснювати операції на ринку цінних паперів, перебувають під жорстким контролем державних органів валютно-монетарного регулювання, а їхня кредитна діяльність обмежується нормою обов'язкового резервування у центробанку.

Наступною формою прояву асиметрії розвитку фінансового глобалізму є міжкраїнові диференціації у показниках глибини фінансових ринків. Що стосується розвинутих країн, то їхні фінансові ринки мають значну глибину. Цей показник розраховується як відношення капіталізації фінансових ринків країн до їхнього ВВП та відбиває очікування інвесторів щодо майбутньої вартості національних фінансових активів країн. У 2011 р. даний індикатор становив у США — 462 %, в Японії 457 %, в країнах Західної Європи — 400 % [6, с. 4]. І хоч за показником глибини фінансового ринку західноєвропейські країни поступаються США та Японії, єврозона доволі динамічно нарощує свій конкурентоспроможний вплив на світовому фінансовому ринку. В останнє десятиліття її фінансова глибина щороку зростала щонайменше на 5,5 % порівняно з 2,8 % зростання у США та Великобританії (рис. 1). Високий рівень глибини фінансових ринків провідних країн світу забезпечує широкий доступ їхніх позичальників до кредитних ресурсів, розширює можливості вітчизня-

них компаній щодо фінансування бізнесу, інноваційного розвитку, ефективного розміщення своїх капіталів та більш рівномірного розподілу фінансових ризиків за світовими регіонами. Крім того, у фінансових операціях активну участь беруть інституційні інвестори (інвестиційні та пенсійні фонди, страхові компанії та ін.), домогосподарства та професійні учасники ринку (брокери, дилери, депозитарії, організатори торгів та ін.).

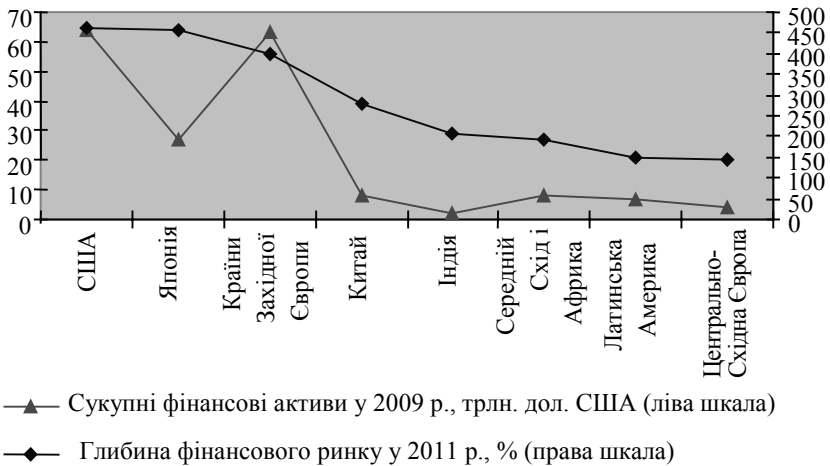


Рис. 1. Сукупні фінансові активи та глибина фінансових ринків країн та регіонів [6, с. 8, 33]

Водночас у країнах, що розвиваються, з дрібними фінансовими ринками найдоступнішим інструментом заощаджень домашніх господарств дотепер залишаються низькопроцентні банківські депозити, а єдиним джерелом зовнішнього фінансування компаній — банківські кредити. Як результат — для новостворюваних ринків глибина фінансового ринку має значно нижчий рівень. Наприклад, глибина фінансового ринку латиноамериканського регіону становить на сьогодні лише 148 %, для Центрально-Східної Європи та СНД — 142 %, а для Середнього Сходу та Африки — 190 % відповідно [6, с. 8].

Незважаючи на істотну варіативність показника глибини фінансового ринку на країновому та регіональному рівнях, його динаміка за останні десятиліття свідчить про поступове нівелю-

вання регіональних диференціацій щодо концентрації глобального фінансового капіталу. Так, якщо у 1990 р. лише 33 країни світу володіли фінансовими активами, вартість яких перевищувала їхній ВВП, то у 2012 р. кількість таких держав зросла до 83.

Більш повну картину щодо асиметрії розвитку фінансового глобалізму дає порівняльний аналіз структури фінансових активів за регіонами світу. Він показує, завдяки яким фінансовим інструментам забезпечується розвиток фінансових ринків різних регіонів світу. Що стосується структури активів американського та західноєвропейського ринків, то тут домінують корпоративні боргові зобов'язання та акції компаній (рис. 2). Це свідчить про високу ефективність фінансових систем країн, котрі належать до цих регіонів, та диверсифікованість їхніх фондових ринків, учасниками яких є не тільки національні інституційні інвестори, але й населення держав та нерезиденти.

Наприклад, у США нині понад 55 % громадян безпосередньо чи опосередковано (через взаємні фонди) є учасниками фондового ринку, а іноземним інвесторам належить 14 % акцій американських емітентів, 27 % корпоративних та 52 % урядових облігацій. Це є відображенням вагомості ролі США як світового фінансового центру, на якому значний сегмент належить міжнародному капіталу. У Західній Європі останніми роками дві третини зростання активів забезпечували приватні боргові зобов'язання та капіталізація ринку акцій, традиційно обумовлена банківською діяльністю. Чимраз ширший спектр ринків залучає безпрецедентно великі злиття капіталу з боку інституційних інвесторів та державних фондів.

Разом з тим, як продемонструвала світова фінансова криза 2007-2010 рр., функціонування фондових ринків несе в собі значні загрози фінансовій стабільності країн. Вони впливають з цілей акціонерів, заінтересованих перш за все у зростанні капіталізації компаній, акціями яких вони володіють, навіть ціною зниження довгострокових показників діяльності фірми. З іншого боку, функціонування фондових ринків передбачає наявність великої кількості фінансових інститутів — пенсійних фондів, взаємних фондів, страхових компаній та інших інституційних посередників, котрі переплітаються між собою і починають виконувати неприцятанні їм функції. Це, власне, і спровокувало глобальну фінансову кризу.

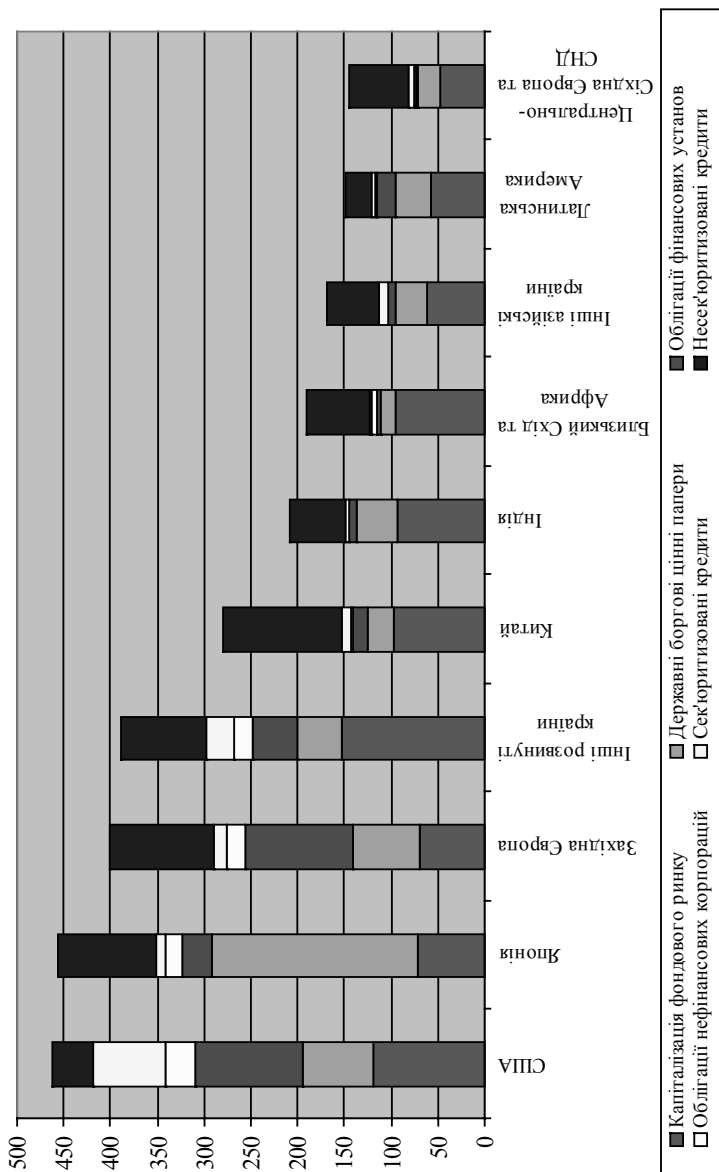


Рис. 2. Інструментальна структура глибини фінансових ринків за країнами та регіонами світу на початку 2011 р. (% регіонального ВВП) [6, с. 4]

Тимчасом в Японії головними інструментами фінансового ринку є урядові облігації та банківські депозити. Це забезпечує більшу доступність кредитів для підприємницького сектору та нижчу вартість залученого кредитного капіталу. Подібна структура фінансових активів характерна і для більшості країн з новостворюваними фінансовими ринками: Китаю, Індії, держав Центральної та Східної Європи, Латинської Америки та Азії. Разом з тим, обмежений розвиток фондових ринків цих країн та низький рівень капіталізації їхніх національних економік (табл. 1) суттєво звужують можливості акумуляції та перерозподілу інвестиційних ресурсів та прирікають їхні фондові ринки залишатися переважно інструментом здійснення спекулятивних операцій.

Таблиця 1

**КАПІТАЛІЗАЦІЯ ФОНДОВИХ РИНКІВ КРАЇН ТА ЇХ ГРУП
ПРОТЯГОМ 2000—2012 рр., млрд дол. США [1, с. 264; 4, с. 11; 5, с. 163]**

Країни та їх групи	Капіталізація фондового ринку, млрд. дол. США						
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2013
Світ у цілому	28875*	22809,6	37168,4	50826,7	33513,1	54562,2	62552,0
Розвинуті ринки, у тому числі	27037,7	19455,6	30387,9	39134,3	23249,2	33703,5	41663,4
Японія	3157,2	2095,5	3678,3	4795,8	3209,0	4099,6	4599,3
ЄС у тому числі	7935,1	5734,3	9208,4	13068,8	7269,1	10150,0	12646,3
Євро-зона	4919,1	3677,7	5864,4	8419,1	4991,0	5696,2	7539,2
Австрія	29,9	33,6	85,8	192,8	76,3	126,0	121,8
Бельгія	182,5	138,7	768,4	335,1	167,4	269,3	366,7
Данія	107,7	76,7	151,3	239,5	140,0	244,2	320,4
Фінляндія	293,6	138,8	183,8	309,5	157,5	213,2	218,1
Франція	1446,6	1025,6	1857,2	2312,8	1490,6	1758,7	2140,1
Німеччина	1270,2	686,0	1194,5	1637,6	1110,6	1429,7	2030,4
Греція	110,8	66,0	125,2	208,3	90,9	67,6	82,6
Ірландія	81,9	59,9	114,1	163,3	49,5	60,4	168,1
Італія	768,4	477,1	789,6	1026,5	522,1	598,4	631,1
Люксембург	34,0	24,6	50,1	79,5	66,6	101,1	78,6
Нідерланди	640,5	518,6	622,3	725,1	206,6	327,2	818,6

Закінчення табл. 1

Країни та їх групи	Капіталізація фондового ринку, млрд. дол. США						
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2013
Португалія	60,7	47,2	73,4	105,8	74,8	87,8	85,9
Іспанія	...	461,6	...	1322,9	948,4	631,7	774,8
Швеція	328,3	179,1	376,8	615,9	270,0	596,6	751,3
Великобританія	2580,0	1800,7	2815,9	3794,3	1868,2	3613,1	4035,4
Північна Америка, у тому числі:	15945,4	11625,8	17501,2	21269,7	12771,1	19453,9	24417,8
США	15104,0	11055,6	16323,7	19569,0	11737,6	17283,5	22280,7
Канада	841,4	570,2	1177,5	1700,7	1033,4	2170,4	2137,1
Новостворювані фінансові ринки, у тому числі країни	1947,3*	2525,0	5143,0	11692,4	5960,0	12535,8	11232,7
Азії	1310,4*	1965,7	3509,8	6857,0	2879,1	6680,9	6024,8
Латинської Амери- ки і Карибського басейну	412,0*	308,5	849,7	1454,2	...	2669,5	2183,6
Середнього Сходу	63,8*	52,5	132,8	657,4	...	...	1114,3
Африки	84,3*	116,5	442,5	850,9	...	...	609,1
Європи	76,8*	81,7	208,2	1872,8	590,8	1609,8	1301,0

* — дані стосуються 2001 р.

Аналізуючи міжнародні фінансові операції, можна зафіксувати ще одну форму асиметрії розвитку фінансового глобалізму — це міжкраїнові диференціації у валютній структурі зовнішніх фінансових зобов'язань. Йдеться про те, що переважна частина зовнішніх фінансових зобов'язань резидентів розвинених країн номінована в національній для цих держав валюті — доларах США, євро, англійських фунтах стерлінгів, швейцарських франках та ін. Пов'язано це з тим, що саме дані валюти є світовими, тож для даних міжнародних операцій на ринках розвинених країн актуальний широкий перелік ризиків з групи фінансових — кредитні ризики, процентні, ризики зміни вартості фондових активів, але, в той же час, позичальники / реципієнти капіталу не несуть валютних ризиків.

Натомість міжнародні фінансові операції на ринках країн, що розвиваються, здійснюються в іноземних для цих держав валютах, що суттєво підвищує рівень валютних ризиків для позичальників та реципієнтів капіталу.

Висновки. Підсумовуючи вищенаведене, слід відзначити, що сучасні процеси фінансового глобалізму мають асиметричний характер розвитку, що проявляється насамперед у нерівномірності розподілу глобального фінансового капіталу за країнами та регіонами, його надконцентрації в невеликій групі постіндустріальних держав, а також високій турбулентності міжнародних фінансових потоків. У сучасному глобальному середовищі від ступеня та ефективності інтеграції країн у світову фінансову систему значною мірою залежить успішне розв'язання ними стратегічних завдань національного економічного розвитку, пов'язаних з диверсифікацією джерел інвестування їхніх економік, реформуванням соціально-економічних систем, покриттям бюджетних дефіцитів, виконанням боргових зобов'язань за внутрішніми та зовнішніми запозиченнями та ін.

Література

1. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: монография / Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.; под науч. ред. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. — К.: КНЭУ, 2013.
2. Global capital markets: Entering a new era. — McKinsey Global Institute. — September 2009.
3. Global capital markets 2013: Financial Globalization: Retreat or Reset? — McKinsey Global Institute. — March 2013.
4. Global Financial Stability Report. Statistical Appendix. — IMF. — April 2012.
5. Global Financial Stability Report. — IMF. — October 2014.
6. Mapping Global Capital Markets 2011. Updated Research. — McKinsey Global Institute. — August 2011.
7. Obsfeld M., Taylor A. Globalization and Capital Markets. Working Paper 8846. National Bureau of Economic Research. — Cambridge, March 2002. — 67 p.
8. World Investment Report 2007. Transnational Corporations, Extractive Industries and Development / U.N. — New York, Geneva, 2007.
9. World Investment Report 2014: Investing in the SDGs: An Action Plan / U.N. — New York, Geneva, 2014.

Статтю подано до редакції 15.10.14 р.

УДК 330.88:339.138

*Пономаренко Р.О., аспірант
кафедри міжнародної торгівлі,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

МАРКЕТИНГОВІ АКТИВИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

*Ponomarenko R.O., PhD,
studentat Chair of International Trade,
KNEU named after Vadym Hetman*

MARKETING ASSETS IN THE SYSTEM OF INTERNATIONAL COMPANY EFFICIENCY MANAGEMENT

АНОТАЦІЯ. У статті доведено визначальну роль маркетингових активів в оцінці результативності діяльності компанії у форматі оціночної моделі «продуктивність-ефективність-результативність». Запропоновано єдиний, уніфікований підхід до ідентифікації елементів системи маркетингових активів компанії, а також обґрунтовано необхідність формування їх портфелю, як унікального набору та співвідношення аналізованих елементів системи. На основі запропонованого інтегрального підходу в даній статті визначено комплекс показників оцінки ефективності використання маркетингових активів, котрі поряд з традиційно застосовуваними фінансовими, можуть стати дієвим індикатором результативності діяльності компанії та реалізації маркетингових стратегій зокрема.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: маркетингові активи, управління результативністю ТНК, міжнародний маркетинг-менеджмент.

ANNOTATION. The purpose of this article is to identify the crucial role of marketing assets in evaluating the effectiveness of the company marketing activity in terms of the «performance-efficiency-effectiveness» valuation model. Also the author proposed an integrated approach of identifying the elements of marketing assets system, as well as a reasonable objective necessity of forming their portfolio as a unique set and correlation of system's analysed elements. Based on the integrated approach proposed in this article the author identifies a set of marketing asset efficiency measurements, that could be perfect company effectiveness and marketing strategy implementation indicators, as well as financial ones.

KEY WORDS: marketing assets, performance management TNCs, international marketing management.

Постановка проблеми. В контексті сучасного розвитку теорії та практики міжнародного менеджменту, маркетинг являє собою сучасну бізнес філософію, котра генерує дієві механізми оперативного реагування на зміни умов функціонування компанії в глобальному середовищі, генерування та реалізації стратегічних планів. То ж, управління результативністю діяльності будь-якої компанії та, відповідно, забезпечення її високого конкурентного статусу на пряму залежить від формування системи оцінки ефективності використання маркетингових активів, як універсальних індикаторів змін бізнес-середовища, а також генераторів споживчої цінності.

Аналіз останніх досліджень. Проблемі оцінки результативності маркетингової діяльності міжнародних компаній присвячено низку сучасних наукових праць, у т.ч. іноземних дослідників Амблера Т., Балоу Дж., Друмона Г. Гуммеса Е., Жабро К., Котлера Ф., Раста Т., Шевліна Р. та ін., а також вітчизняних науковців Бравермана А.А., Лашиної М.В., Ойнер О. К., Свешникової К.Н., Хотинської Г. И., Широкова Л. А., Шустова А. А., котрі займалися проблемами визначення ролі маркетингових активів у системі генерування вартості компанії, процесах стратегічного планування, а також пошуком універсальних підходів до оцінки ефективності використання нематеріальних активів в маркетинговій діяльності.

Невиявлені раніше частини проблеми. Не зважаючи на високий науковий інтерес до аналізованої проблематики, на сучасному етапі розвитку теорії стратегічного маркетинг-менеджменту відсутній єдиний підхід до формування системи маркетингових активів компанії, показників оцінки ефективності використання даних активів та їх впливу на загальний рівень результативності міжнародних компаній.

Метою дослідження є ідентифікація та систематизація системи маркетингових активів компанії та розробка єдиної системи оцінки результативності використання маркетингових інвестицій в контексті формування портфелю активів компанії.

Основними завданнями дослідження є: розробити уніфікований підхід до формування системи маркетингових активів компанії; ідентифікувати елементи системи маркетингових активів; сформувати єдину систему показників ефективності використання маркетингових інвестицій та їх впливу на управління результативністю міжнародних компаній.

Основний матеріал дослідження. Управління результативністю маркетингової діяльності протягом тривалого часу залишається в центрі сучасних дискусій науковців і практиків. Так, підрозділи маркетингу все частіше розглядаються практиками як центри витрат, які поглинають не виправдану кількість фінансових ресурсів. Згідно з дослідженнями Асоціації з надання маркетингової інформації (Information Technology Services Marketing Association далі ITSMA), ключовими причинами такого невдоволення серед керівників зарубіжних компаній (349 респондентів) є невідповідність існуючої системи оцінки маркетингової результативності вимогам сучасного менеджменту (рис. 1).

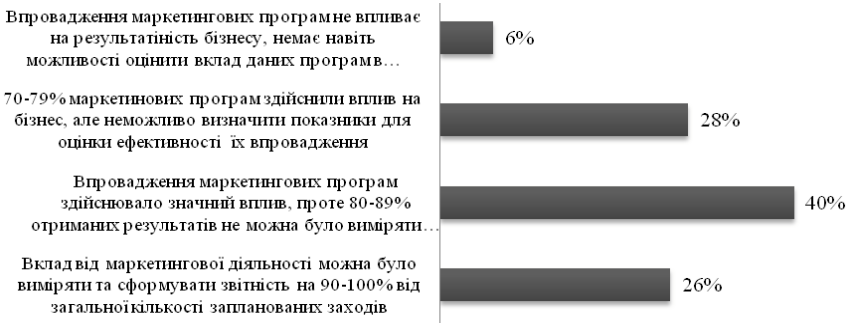


Рис. 1. Характеристика рівнів невідповідності існуючої системи оцінки маркетингової результативності вимогам сучасного менеджменту [16]

Так, лише кожна четверта компанія ефективно використовує систему оцінки результативності впровадження маркетингових програм та інтегрує її в загальну систему стратегічного планування. Тим не менше, 68 % респондентів навіть не в змозі формалізувати систему взаємозв'язків між впровадженими маркетинговими програмами та фінансовими результатами, отриманими компанією протягом звітного періоду. На думку Е. Гумессона, досить складно в мережевій економіці розробити систему показників, яка в повній мірі відображала б всю систему взаємозв'язків між активами компанії та створюваною ними цінністю [12, с. 17–18].

Тим, не менше, розділяючи погляди О. Ойнер і Т. Раста, система оцінки результативності маркетингової діяльності компанії повинна базуватися на поєднанні оцінки внутрішньої та зовнішньої ефективності, пов'язуючою ланкою котрих повинні стати

саме маркетингові активи, які й будуть трансформуватися в споживчу цінність, і в подальшому обумовлюватимуть зростання ринкової вартості компанії (рис. 2).



Рис. 2. Механізм оцінки результативності маркетингової діяльності компанії (розроблено автором на основі [4, с. 30; 14, с. 77])

Особливості маркетингових моделей аналізу продуктивності полягають у тому, що активи одночасно можуть бути й результатом маркетингової діяльності, якщо оцінювати її в динамічному аспекті, шляхом формування динамічних маркетингових можливостей компанії [9, с. 481]. Таким чином, враховуючи дуалістичну природу маркетингових активів будь-який з них буде носієм оцінки як внутрішньої, так і зовнішньої ефективності, тобто являтиме собою підґрунтя для управління системою результативності маркетингової діяльності компанії.

Так, враховуючи високий науковий інтерес до проблеми формування збалансованої системи маркетингових активів, сформувався низка підходів до визначення структурних елементів сис-

теми та їх оптимального поєднання. Таке різноманіття ідентифікованих маркетингових активів обумовлено в першу чергу різноспрямованістю цілей аналізу, стратегічним контекстом і рівнем деталізації проведених досліджень. Таким чином, синтезуючи основні класифікаційні підходи вітчизняних та іноземних дослідників, ідентифікуємо ключові групи маркетингових активів міжнародних активів (табл. 1).

Таблиця 1

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВІВ КОМПАНІЇ*

Маркетинговий актив	Ціннісний маркетинг (Дойль П. Шгерн Ф. та ін.)	КуїніДж.Б., Андерсон Ф., Фінкельштайн С., та ін.	Амблер Т., Кокінакі Ф., Пунтоні С., та ін.	Дрюмон Гр., Енсор Дж., Ашфорд Р.	Баллоу Дж., Руз К., Бургман Р., Молнар М.	Шелвін Р. та ін.	Рос. асоціація маркетингу (Браверман А.А. та ін.)	Лашіна М.В., Сигонін С.Е., Кільдюшкін І.Н.	Гайдаєнко Т.А., Васильєв Г. А. та ін.
Знання ринку	+		+			+	+	+	+
Бренд (торгові марки)	+		+	+	+	+	+	+	+
Споживча лояльність	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Імідж компанії				+				+	
Маркетингова стратегія	+				+		+	+	
Відносини з партнерами по каналам розподілу	+			+	+	+	+		
Ефективні бізнес-процеси					+			+	
Методи моніторингу ринку						+		+	
Результати маркетинго- вих досліджень		+				+		+	
Кадровий потенціал			+		+		+		
Конкурентна позиція ком- панії				+					+
Наявність унікального продукту		+		+	+				
Мережеві активи		+		+	+	+	+		+

* Розроблено автором на основі [3, с. 38; 5; 10, с. 7; 11, с. 17–18; 11, с. 90–91; 15, с. 48–49].

Таким чином, найзагальноприйнятими маркетинговими активами міжнародних компаній, котрі були визначені в запропонованих класифікаційних підходах є споживча лояльність, бренд, знання ринку та мережеві активи. Дещо рідше в якості ключових активів дослідники виокремлюють довготривалі відносини з партнерами по каналам розподілу, наявність формалізованої маркетингової стратегії, унікального продукту, результатів маркетингових досліджень і кадровий потенціал компаній. Менш популярними, проте однаково важливими є методи моніторингу ринку, конкурентна позиція компаній, наявність ефективних бізнес процесів та імідж міжнародних компаній (рис. 3).

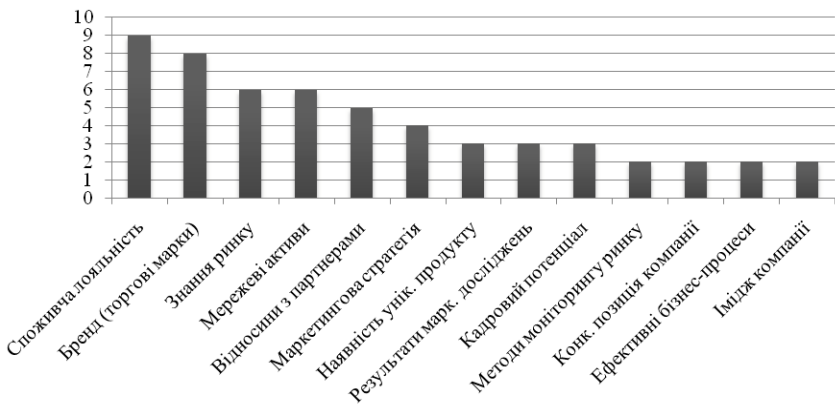


Рис. 3. Визначальні маркетингові активи міжнародних компаній (згідно класифікаційних підходів зазначених у табл. 1)

Не зважаючи на різність у підходах до кваліфікації маркетингових активів, а отже і рівнів їх використання в дослідженнях кожного із аналізованих науковців, ступінь важливості будь-якого з активів є рівнозначним в системі управління конкурентоспроможністю та результативністю міжнародних компаній. Враховуючи надзвичайно широкий спектр наукових поглядів як іноземних, так і вітчизняних учених на проблему ідентифікації ключових маркетингових активів, об'єктивно необхідним являється формування єдиного підходу, який дозволить уніфікувати досвід провідних науковців.

Таким чином, ключовими маркетинговими активами міжнародних компаній є:

- методи маркетингового моніторингу — котрі включають не лише методи моніторингу ринку (табл. 1), але й інструментарій здійснення маркетингових досліджень, оперативного та стратегічного аналізу макро- та мікросередовища компанії;

- інновації в маркетингових технологіях та оптимізація внутрішніх бізнес-процесів — категорія, котра являється ширшою від запропонованого дослідниками активу наявності ефективних бізнес-процесів, визначальною відмінністю котрої є врахування динамічного аспекту під час здійснення стратегічного аналізу;

- бренд (торгові марки) — один із найуніверсальніших активів, котрий додатково включає як наявність унікального продукту так і корелюється з генеруванням споживчої лояльності компанії (детальніше див. табл. 2);

- знання ринку — категорія яка являє собою сукупність знань про тенденції розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього бізнес-середовища компанії, тому «поглинає», виокремлений деякими дослідниками актив, що стосується результатів маркетингових досліджень;

- внутрішній маркетинг — всепроникаючий актив, який грає роль у генеруванні будь-якого з інших, у т.ч. у забезпеченні створення ключових компетенцій і динамічних маркетингових можливостей;

- мережеві активи — один із найефективніших способів генерації та збагачення наявної бази активів міжнародних компаній без додаткових витрат і затрат часу на розвиток додаткових ресурсів власними силами;

- імідж і репутація — попри погляди дослідників стосовного того що дані категорії являють собою виключно результати дії інших груп маркетингових активів, даний актив може бути конвертований в джерело генерування конкурентних переваг компанії та включає систему тривалих взаємовідносин як із бізнес-партнерами, так і з споживачами;

- наявність розробленої і формалізованої маркетингової стратегії — своєрідний «вінець», зазначеної сукупності маркетингових активів, який пов'язує результати стратегічного аналізу (тобто ідентифіковані стратегічні можливості) з наявними та потенційно створюваними ресурсами компанії.

Таблиця 2

КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВІВ

Актив	Визначальні характеристики активу
<i>Як? (Активи засновані на пошуках механізмів формування та реалізації стратегічних цілей компанії)</i>	
Методи маркетингового моніторингу	Методи систематичного і планового спостереження за станом ринку з метою його оцінки, вивчення трендів, дослідження конкурентного середовища
Інновації в маркетингових технологіях та оптимізація внутрішніх бізнес-процесів	Комплекс прийомів, способів дії і прийняття рішень, які визначають діяльність компанії з управління своєю позицією на ринку, вибору і досягненню її цілей
<i>Чому? (Засновані на пошуку причин та шляхів реалізації стратегічних цілей компанії)</i>	
Розроблена і формалізована маркетингова стратегія	Наявність формалізованої функціональної та оперативної маркетингової стратегії. Наявність розроблених стандартів і нормативів оцінки маркетингової діяльності
<i>Хто? (Активи засновані на системі взаємовідносин)</i>	
Внутрішній маркетинг	Сукупність дій та умов, які мотивують співробітників підприємства до продуктивної й ефективної реакції на потреби споживачів і зміни бізнес-середовища
Мережеві активи	Активи, засновані на союзах з компаніями — пов'язані з побудовою каналів розподілу, створення стратегічних альянсів і т.п. (alliance-based assets)
Імідж і репутація	Корпоративна ідентичність компанії, її товарів і послуг, наслідком якої є генерування та посилення споживчої лояльності клієнтів
<i>Що? (Активи засновані на результатах реалізації стратегічних цілей компанії)</i>	
Бренд (торгові марки)	Сума всіх «ментальних» зв'язків, які утворюються між покупцями і власниками бренду, вся сукупність уявлень, ідей, образів, асоціацій і т.д. про конкретний продукт, компанію в цілому, яка склалася у споживачів
Знання ринку	Результати маркетингових досліджень, бази даних щодо маркетингового середовища діяльності компанії, профілі споживачів і партнерів, конкурентні карти

На думку К. Жарбо, формуючи систему маркетингових активів менеджмент компанії повинен дати відповідь на чотири основні питання: як, що, чому, хто [13]. Таким чином, уніфікуючи запропоновані підходи до класифікації маркетингових активів компанії на основі методу К. Жарбо, ідентифікуємо систему даних активів.

Так, сукупність маркетингових активів, запропонована в даному класифікаційному підході та кожен із елементів зокрема, є носієм характеристик і властивостей притаманних будь-якій системі (ієрархічність, організованість, емерджентність, цілісність, функціональність) [7, с. 26]. Так, жоден із елементів системи маркетингових активів не може бути використаний, або навіть охарактеризований відокремлено від будь-якого іншого (*цілісність* та *організованість*), характеризується чіткою *ієрархією* («батьківським» рівнем котрої виступають зазначені в табл. 2 активи), а також здатністю кожного з елементів реагувати на зміни умов функціонування системи (*функціональність*) та генерувати нові функції і властивості у відповідь на зазначені трансформації (*емерджентність*).

Тим не менше, враховуючи високий ступінь турбулентності глобального бізнес-середовища та значну географічну та товарну диференціацію діяльності міжнародних компаній кожна з них (часто навіть різні регіональні підрозділи всередині даних компаній) може використовувати як повний спектр маркетингових активів, так і поєднання кількох елементів запропонованої системи. До того ж навіть користуючись ідентичними активами їх рівень впливу на генерування прибутку компанії, підвищення рівня її конкурентоспроможності чи розробки бізнес-стратегії є різним. Таким чином, кожна бізнес одиниця володіє унікальним набором активів, котрий постійно трансформується відповідно до змін бізнес-середовища та її стратегічних цілей, тобто формує власний *портфель маркетингових активів компанії*.

На думку Г.І. Хотинської, важливіше проблеми ідентифікації «золотого зрізу», тобто портфелю маркетингових активів, є неможливість формування методологічних підходів до оцінки ефективності використання даних активів, їх впливу на зміну прибутку та ринкової вартості компанії. Так, достатньо складно розрахувати ефективність, якщо в чисельнику дробу містяться нееконімічні фактори (популярність бренду, споживча лояльність і т.п.), а в його знаменнику — фінансово-економічні дані (витрати)

[6]. Даної відповідності чисельника і знаменника можна досягти шляхом вартісної оцінки елементів запропонованої системи маркетингових активів, котра дозволить інтегрувати показники оцінки маркетингової діяльності компанії у загальну систему звітності, спростити процес оперативного та стратегічного планування, а також виявити нові стійкі стратегічні переваги компанії (табл. 3).

Таблиця 3

**ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВІВ***

Актив	Показники
Методи маркетингового моніторингу	Динаміка рівня конкуренції на ринку та конкурентної позиції (частка ринку, ціна, технічні характеристики, умови реалізації та поставки товарів-конкурентів); Потенційна ємність ринку
Інновації в маркетингових технологіях та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів	Частота створення інноваційних продуктів; коефіцієнт економії затрат; показник якості інновацій І. Ансоффа; показник повернення капіталу на інновації Харта
Бренд (торгові марки)	Вартість бренда; Коефіцієнт цінності, котру приносить бренд покупцю; Кількість ліцензійних угод, франшиз (темп їх приросту)
Знання ринку	Швидкість і коефіцієнт успішності виведення нових товарів на ринок; Темп приросту частки ринку
Розроблена і формалізована маркетингова стратегія	Знання цілей (персоналом); Підтримка і готовність до змін та інновацій; Темп приросту об'єму продаж по кожному цільовому ринку
Внутрішній маркетинг	Коефіцієнт задоволеності клієнтів обслуговуванням; Кількість скарг (від робітників і клієнтів); Кадрове забезпечення; Відносна задоволеність працівників
Мережеві активи	Кількість стратегічних альянсів; об'єм і темп приросту продаж в альянсі; Період співробітництва
Імідж і репутація	Коефіцієнт рентабельності витрат на формування репутації; Середній рівень сприйняття якості продукції порівняно з конкурентами; Коефіцієнт оновлення клієнтів

* Розроблено автором на основі [2, с. 145–153; 8, с. 260]

Таким чином, визначивши ключові показники кожного із елементів системи маркетингових активів і ступінь їх впливу на генерування прибутку та реалізацію стратегічних цілей діяльності компанії, її менеджмент отримає дієвий інструмент розподілу та максимізації зусиль персоналу, інвестиційних ресурсів, ідентифікації стійких конкурентних переваг, що в подальшому стане запорукою генерації додаткового прибутку та зростання ринкової вартості компанії.

Подальшими напрямками даного дослідження мають стати проблеми ідентифікації оптимального портфелю маркетингових активів компанії, враховуючи вплив на їх формування сучасних тенденцій розвитку глобального бізнес-середовища, а також розробка єдиного аналітичного підходу до оцінки ефективності маркетингової діяльності компанії на основі запропонованої системи активів, визначення впливу кожного з елементів системи на генерування прибутку компанії.

Висновки. У контексті сучасного розвитку теорії та практики міжнародного менеджменту, управління результативністю діяльності будь-якої компанії та, відповідно, забезпечення її високого конкурентного статусу напруга належить від формування системи оцінки ефективності використання маркетингових активів, як універсальних індикаторів змін бізнес-середовища, а також генераторів споживчої цінності. Так, у ході даного дослідження нами запропоновано механізм оцінки результативності діяльності міжнародних компаній та ідентифіковано визначальну роль маркетингових активів у системі «продуктивність-ефективність-результативність».

На основі формування єдиного підходу на основі сукупності сучасних підходів до класифікації маркетингових активів компанії визначено універсальні елементи запропонованої категорії «система маркетингових активів». Також поряд із обґрунтуванням поняття системи, нами ідентифікована необхідність використання портфелю активів, в якості унікального набору і співвідношення маркетингових активів міжнародних компаній в умовах високого рівня географічної та товарної диференціації.

В якості оцінки результатів маркетингової діяльності компанії, на основі запропонованої системи активів нами визначений уніфікований комплекс показників, що оцінюють ступінь задоволеності клієнта, якість сервісу, адаптивність та інноваційність маркетингових дій і т. ін., котрі поряд з традиційно застосовуваними фінансовими, можуть стати дієвим індикатором результативності діяльності компанії та реалізації маркетингових стратегій зокрема.

Література

1. *Браверман А. А.* Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний / Под ред. А.А. Бравермана; НО «Рос. Ассоциация маркетинга». — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. — 319 с.
2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент: 12-е изд. / Котлер Ф., Келлер К. — СПб.: Питер, 2007 — 816 с.
3. *Лашина М.В.* Маркетинговые активы: классификация и влияние на конкурентоспособность / Лашина М.В. // Российское предпринимательство. — 2010. — Т. 9. — Вып. 2 (167) — С. 38–42.
4. *Ойнер О. К.* Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом / О. К. Ойнер // Российский журнал менеджмента. — 2008 — Т. 6. — № 2. — С. 27–46,
5. *Свешникова К.Н.* Влияние маркетинговых активов на капитализацию компании / Свешникова К.Н. — ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева» [Электронный ресурс] — Режим доступа:
http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/25244.doc.htm
6. *Хотинская Г. И.* Нематериальные активы как фактор повышения конкурентоспособности компании: финансово-экономический аспект / Г. И. Хотинская // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 5. — С. 94–100.
7. *Широков Л. А.* Исследование систем управления / Широков Л. А. — М.: МГИУ, 2010. — 168 с.
8. *Шустов А. А.* Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики / А. А. Шустов // Молодой ученый. — 2013. — № 9. — С. 258–263.
9. *Ambler T.* Assessing marketing performance: Reasons for metric selection. / Ambler T., Kokkinaki F., Puntoni S. // Journal of Marketing Management. — 2004. — №20 (3/4). — P. 475–498.
10. *Ballow J.J.* New Paradigm for Managing Shareholder Value / Ballow J.J., Roos C., Burgman R., Molnar M. J. A. // The Accenture Institute for High Performance Business. — 2004. — 4 July. — P. 5–24.
11. *Drummond G.* Strategic Marketing, Third Edition: Planning and Control / Drummond G., Ensor J., Ashford R. — UK, Oxford: Elsevier / Butterworth-Heinemann, 2008. — 352 p.
12. *Gummeson E.* Total Relation ship Marketing: 3-rd revis ededition / Gummeson E. — UK, Oxford: Elsevier / Butterworth-Heinemann, 2008 — 392 p.
13. *Jarboe K.* Measuring Intangibles as part of KM [Электронний ресурс]: (materials of international conference «Government Knowledge Management Conference August 20, 2014») — [Режим доступу]:
<http://www.athenaalliance.org/pdf/IntangiblesKMfull.pdf>

14. *Rust T.* Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions / Rust T., Ambler T., Carpenter G., Kumar V., Strivastava R. // *Journal of Marketing*. — 2004. — №68 (4). — P. 76–89.

15. *Shevlin R.* Everything They've Told You about Marketing Is Wrong / R. Shevlin — USA, Raleigh: RonShevlin & Lulu.com, 2008. — 160 p.

16. The Link Between Marketing Performance Management and Value Creation — ITSMA/VEM Marketing Performance Management Survey, 2014 [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.itsma.com/research/pdf_free/2014MPMSurvey_AbbrSummary.pdf

Reference

1. *Braverman A.* A. Marketing strategy for growth and profitability of business value. The practice of large Russian companies / Ed. A. A. Braverman. — M.: CJSC «Publishinghouse» Economy», 2006. — 319 p.

2. *Kotler F.* Marketing Management: 12 th ed. / F. Kotler, Keller K. — StP.: Piter, 2007. — 816 p.

3. *Lashina M. V.* Marketing assets: classification and impact on competitiveness / Lashina M. V. // *Russian business*. — 2010. — Vol. 9. — № 2 (167). — P. 38–42.

4. *Oyner O. K.* Evaluation of the impact of marketing from the standpoint of the business management system / O. K. Oyner // *Russian Management Journal*. — 2008—Vol. 6, № 2 — P. 27–46.

5. *Sveshnikova K. N.* The impact of marketing asset on the company's capitalization / Sveshnikova K. N. — Mordovia State University named after N. P. Ogarev [E-resource] — Access mode: http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/25244.doc.htm

6. *Hotinskaya G. I.* Intangible assets as a factor of improving the competitiveness of the company: financial-economic aspect / G. I. Hotinskaya // *Marketing in Russia and abroad*. — 2006. — № 5. — P. 94–100.

7. *Shirokov L. A.* Research Management Systems / Shirokov L. A. — M.: MSIM, 2010. — 168 p.

8. *Shustov A. A.* Marketing innovation as one of the most important areas of innovative policy / A. Shustov // *Young Scientist*. — 2013. — № 9. — P. 258–263.

9. *Ambler T.* Assessing marketing performance: Reasons for metric selection. / Ambler T., Kokkinaki F., Puntoni S. // *Journal of Marketing Management*. — 2004. — № 20 (3/4). — P. 475–498.

10. *Ballow J.J.* New Paradigm for Managing Shareholder Value / Ballow J.J., Roos C., Burgman R., Molnar M. J. A // *The Accenture Institute for High Performance Business*. — 2004. — 4 July. — P. 5–24.

11. *Drummond G.* Strategic Marketing, Third Edition: Planning and Control / Drummond G., Ensor J., Ashford R. — UK, Oxford: Elsevier / Butterworth-Heinemann, 2008 — 352 p.

12. *Gummesson E.* Total Relation ship Marketing: 3rd revised edition / Gummesson, E. — UK, Oxford: Elsevier / Butterworth-Heinemann, 2008 — 392 p.

13. *Jarboe K.* Measuring Intangibles as part of KM [E-resource]: (materials of international conference «Government Knowledge Management Conference August 20, 2014») — Access mode: <http://www.athenaalliance.org/pdf/IntangiblesKMfull.pdf>

14. *Rust T.* Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions / Rust T., Ambler T., Carpenter G., Kumar V., Strivastava R. // *Journal of Marketing.* — 2004. — № 68 (4). — P. 76–89.

15. *Shevlin R.* Everything They've Told You about Marketing Is Wrong / R. Shevlin — USA, Raleigh: RonShevlin & Lulu.com, 2008 — 160 p.

16. The Link Between Marketing Performance Management and Value Creation — ITSMA/VEM Marketing Performance Management Survey, 2014 [E-resource]: — Access mode: http://www.itsma.com/research/pdf_free/2014MPMSurvey_AbbrSummary.pdf

Статтю подано до редакції 18.10.14 p.

УДК 336.74

Диба О.М., к.е.н.,
доц. кафедри банківських інвестицій,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Зміичук А. В., здобувач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ВАЛЮТНА ПОЛІТИКА ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇН У ПЕРІОД ПІДГОТОВКИ ЇХ ВСТУПУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВАЛЮТНОГО СОЮЗУ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Dyba O. M., Ph.d., Assoc. Prof. of
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman
Zmiichuk A. V., researcher of Kyiv National
Economic University named after Vadym Hetman

EXCHANGE RATE POLICY POST-SOCIALIST COUNTRIES IN PREPARATION FOR JOINING THE EUROPEAN MONETARY UNION: AN EXPERIENCE FOR UKRAINE

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено трансформацію валютних політик постсоціалістичних країн у період підготовки їх вступу до Європейського валютного союзу. Виділено основні етапи здійснення

валютної політики країн, які стали членами ЄС у 2004 році. Проаналізовано основні макроекономічні показники країн ЦСЄ у 2003 році — перед вступом до ЄС. Визначено, що зміна валютної політики України проходила аналогічно іншим постсоціалістичним країнам етапи. Враховуючи досвід досліджених країн, визначено перспективи розвитку валютної політики України.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: валютна політика, Європейський валютний союз, євроінтеграція, євро, валютний режим, обмінний курс, валютні резерви, валютні інтервенції, Європейський механізм валютних курсів II (MBK II).

ANNOTATION. The present article explores currency policy transformation of post-socialist countries during their preparation for joining the European Monetary Union.

Through analyzing economies of the countries, which joined EU in 2004, we have singled out key stages of their monetary policy, among them are: stabilizing phase (1990-1994), intermediate phase (1995-2000), preparatory phase (since 2001 till joining the EU). Almost all post-socialist countries began the process of reforming the monetary systems by imposing a fixed exchange rate in order to stabilize the economy and support exports.

After the restoration of economic growth and decreasing inflation the countries gradually moved towards a more flexible exchange rate conditions. Today, most of these countries have declared a free policy. Although some transformation in currency systems of the countries listed above are very similar, but each state used different means in order to succeed, it is this that makes their experience interesting for studying, as we can analyze and compare their success and faults.

In our research, we analyzed the main macroeconomic indicators of CEE in 2003 — before joining the EU. All the CEE countries, except Slovenia, were far from achieving macroeconomic stability. Particularly the worst were unemployment rates and current account deficit.

Upon examination of these events it becomes clear that stages of change in monetary policy in Ukraine was similar to the ones of post-socialist countries. The transition to a flexible exchange rate, recently introduced in Ukraine, will contribute to the development of tools for the implementation of inflation targeting in the future.

Given the experience of the countries under investigation, we have defined monetary policy prospects in Ukraine. In order to join the European Monetary Union within the ERM-II system Ukraine will have to switch to a fixed Euro rate, however this step will be preceded by long-lasting reformation of economy and legislation. In order to integrate to the European Monetary Union Ukraine should change legislation, which would be based on the principles of consistency and continuity regarding the current currency legislation and, at the same

time, afford an opportunity to adapt gradually conditions and requirements of the European Union.

KEYWORDS: exchange rate policy, European Monetary Union, European integration, euro, exchange rate regime, exchange rate, international reserves, foreign exchange intervention, European Exchange Rate Mechanism II (ERM II).

Постановка проблеми. Процеси світової глобалізації та інтеграції призвели до того, що економічний розвиток країни значною мірою визначається станом валютних відносин. Валютна політика, як одна з форм регулювання зовнішньоекономічних відносин займає важливе місце у процесі розвитку ринкових механізмів.

У червні 2014 року було підписано угоду про асоціацію між Європейським Союзом та Україною. Угода про асоціацію з ЄС має замінити Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС. Угода про асоціацію дає змогу перейти від партнерства і співробітництва до політичної асоціації та економічної інтеграції.

Загалом у зв'язку з можливим приєднанням до або асоціацією з Європейським Союзом перед центральними банками виникає низка додаткових складних проблем щодо вільного руху капіталів, вільного обміну фінансовими послугами та валютної інтеграції.

Аналіз і оцінка досвіду постсоціалістичних країн — нових членів ЄС з розробки валютної політики у період підготовки до вступу до ЄС, а згодом — до Європейського валютного союзу є актуальними та необхідними у зв'язку із завданням реалізації офіційної євроінтеграційної стратегії України, передумовою якої є досягнення нею критеріїв макроекономічної стабілізації.

Дослідження процесів трансформації валютних режимів, базоване на реальному досвіді країн ЦСЄ, допоможе у виборі варіантів і пріоритетів інтеграції України до ЄС, напрямків розвитку національної валютної системи в умовах інтеграції й глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблем валютної політики та вибору валютного режиму присвячено праці учених П. Бофінгера, М. Ботона, Т. Воллмерсхаусера, Р. Джуччі, Р. Кірхнера, Е. Майєра, Р. Маккінона, Р. Манделли, Я. Белінської, Ю. Біленко, О. Білоган, З. Сороківської та інших.

З огляду на суперечливу практику валютної інтеграції вагомий науковий інтерес становлять питання впровадження досвіду постсоціалістичних країн на шляху до євроінтеграції для України.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження розвитку валютної політики постсоціалістичних країн, виявлення основних факторів і напрямів їх трансформації, а також обґрунтування шляхів інтеграції України до Європейської валютної системи.

Виклад основного матеріалу. Після тривалого періоду трансформації національних економічних систем країн Центральної та Східної Європи (далі країни ЦСЄ) набули членства в ЄС: Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Словенія, Угорщина, Чехія, Естонія з 1 січня 2004 р.; Болгарія і Румунія з 1 січня 2007 р. На даний час половина з цих країн перейшли на єдину валюту євро: Словенія з 1 січня 2007 р., Словаччина — з 1 січня 2009 р., Естонія — з 1 січня 2011 р., Латвія — з 1 січня 2014 р.

На думку Ю. Біленко, у здійсненні валютної та монетарної політики країн, які стали членами ЄС у 2004 р., можна виділити три основні етапи, кожен з яких характеризується певними особливостями: фаза стабілізації (1990–1994 рр.), проміжна фаза (1995–2000 рр.), підготовча фаза (з 2001 р. до вступу). Упродовж першої фази зусилля урядів були спрямовані на макроекономічну стабілізацію, впродовж проміжної фази — на поглиблення інтеграції в економічну та фінансову системи ЄС, зростання обсягів надходження капіталу та формування самостійної економічної політики. Підготовча фаза призначена для реформування валютних політик цих країн у напрямку узгодження основних макроекономічних показників із критеріями програми «Механізму валютних курсів» II (European Exchange Rate Mechanism II) [1, с. 245].

Більшість країн Центральної та Східної Європи розпочали процес реформування економік у 1989 р. із дуже швидкого збільшення грошової маси, що викликало значне зростання темпів інфляції (в середньому на 300 %, лише у Чехії [5] та Угорщині інфляція становила 25 % [7]). Це, зокрема, було зумовлено всезагальною лібералізацією цін і торгівлі, значною девальвацією національних валют і незбалансованістю фіскальної політики. Цей період також характеризувався значним падінням обсягів виробництва фактично в усіх країнах.

За таких умов потрібно було знайти надійну опору для стабілізації монетарної політики у цих країнах. У деяких країнах, зокрема у Польщі, таку опору вбачали у режимі фіксації валютних курсів, який би зменшив інфляцію та скоротив витрати, необхідні для боротьби з інфляцією. Причиною такого вибору було

те, що фіксація мала б допомагати уряду у стабілізації економіки, зменшенні інфляції та уповільненні знецінення національної валюти. Крім того, такий режим валютних курсів мав би допомогти подолати проблеми, пов'язані із нерозвиненістю валютних ринків та відсутністю досвіду управління у центральних банків. Вибір режиму фіксації валютних курсів також був пов'язаний із тим, що країни Центральної та Східної Європи були країнами із доволі низькою відкритістю економіки, де валютна політика відігравала важливу роль у процесі боротьби з інфляцією. Однак відкритість економік цих країн дуже відрізнялась: від 130 % у Словаччині до 70 % — у Польщі [8]. Саме тому країни із меншою відкритістю економіки використовували режим фіксації валютних курсів протягом довшого періоду часу (> 5 років), ніж усі інші (Польща).

Проміжна фаза (1995–2000). З середини 90-х років XX ст. майже в усіх країнах з перехідною економікою відновились темпи зростання, хоча повного відновлення попередніх показників ще не було досягнуто (за винятком Польщі). Відбулось значне уповільнення темпів інфляції, рівень якої у середньому зменшився до 25 %. У такий спосіб використання режиму фіксації валютних курсів було вже не потрібним, тому у країнах Центральної та Східної Європи почали використовувати гнучкіші режими валютних курсів. Однак у країнах торговельних партнерів, зокрема членів ЄС, темпи інфляції були значно нижчими, тому потрібно було зменшувати темпи інфляції для того, щоб підтримати конкурентоспроможність власних товарів. Але зменшувати темпи інфляції шляхом використання режимів фіксованих валютних курсів для деяких країн було важко, зокрема через те, що значні обсяги іноземного капіталу збільшували грошову масу та інфляційний навіс, що підтримувало доволі високі показники рівня інфляції.

Завдяки успіхам у реформуванні економік, швидкому економічному зростанню, значному зменшенню темпів інфляції та лібералізації операцій з капіталом обсяги надходження іноземного капіталу у економіки країн Центральної та Східної Європи значно зросли. Перенасичення ринку капіталу у деяких країнах викликало необхідність зміни валютного режиму. У країнах із режимом фіксації валютних курсів необхідно було зменшити темпи зростання обсягів капіталу. Такі проблеми, зокрема, виникли у Чехії, Угорщині та Польщі. Як наслідок, ці країни почали актив-

но змінювати свої валютні політики від режимів фіксації валютних курсів до гнучкіших. Зокрема, Чехія, Польща та Словаччина постійно змінювали режими валютних курсів, спочатку збільшуючи межі коливань, а згодом використовуючи режим керованого або навіть вільного плавання.

Найчастіше валютні режими змінювались в Угорщині та Польщі. Загалом досвід цих країн свідчить про те, що здебільшого валютну політику використовували для досягнення довготермінових цілей, зокрема інтеграції в економічну систему ЄС.

Підготовча фаза (з 2001 р.). Незважаючи на те, що процес реформування у країнах Центральної та Східної Європи все ще не завершений, зміна валютних режимів протягом підготовчої фази спрямовується на виконання усіх умов для вступу у Європейський монетарний союз (ЄМС). Для цього країнам насамперед потрібно бути членами програми «Механізму валютних курсів» II (ERM II) протягом не менше як два роки та реформувати свою монетарну та валютну політику відповідно до вимог цієї програми. Очікується, що такі зміни відбуватимуться одночасно із зміною структур економік та економічних політик загалом, які, своєю чергою, будуть спрямовані на поглиблення інтеграції із країнами єврозони. Зокрема, ERM II передбачає встановлення режиму фіксації валютних курсів стосовно євро, центральне значення для якого узгоджується у багатосторонньому порядку. Використання ERM II допоможе зменшити надмірні коливання валютного курсу, однак поряд з цим цей механізм передбачає можливість корегування валютних курсів за допомогою коливань у межах $\pm 15\%$ і перегляду валютних курсів у межах ЄМС.

Таким чином, після вступу до ЄС країни ЦСЄ опинилися перед проблемою адаптації національної валютної політики до умов переходу на єдину європейську валюту. У цей період, як показує аналіз ряду публікацій періодичних видань та аналітичних матеріалів, ключовими кроками валютної політики було визначення терміну вступу до ERM-II і терміну фінального вступу до Європейського валютного союзу.

Передусім варто зауважити, що країнами було застосовано різні підходи, спрямовані на досягнення поставлених цілей, що робить вивчення їх досвіду ще кориснішим, оскільки дає змогу провести компаративний аналіз їх успіхів і прорахунків.

Болгарія, Естонія та Латвія прийняли рішення про фіксацію двосторонніх курсів своїх валют: Болгарія та Естонія — до євро, Латвія — до спеціальних прав запозичення.

Інша група країн — з гнучкими валютно-курсовими режимами (Чехія, Польща та, починаючи з травня 2001 р., Угорщина) вдалися до встановлення меж коливань двосторонніх курсів. До літа 2002 р. тривало подорожчання чеської крони, а після розпочалися масштабні інтервенції центрального банку, спрямовані на коригування даного становища. Як наслідок, курс чеської крони та євро у 2003 р. був на 10 % вищим за рівень січня 1999 р. Отже, Чеський національний банк здійснював режим керованого плавання. Польський злотий дорожчав відносно євро до травня 2001 р., після чого його вартість почала знижуватися і у 2003 р. вартість злогого відносно євро була на 8 % нижчою порівняно з січнем 1999 р. Серед усіх країн регіону режим валютного курсу Польщі найбільше відповідав вільному плаванню. Після скасування режиму повзучої прив'язки в Угорщині форинт стабільно дорожчав відносно євро, однак з осені 2002 р., завдяки валютним інтервенціям, ця тенденція набула зворотного напрямку.

Румунія та Словенія оголосили кероване плавання. Починаючи з 1999 р., обидві валюти демонстрували знецінення відносно євро. Однак регулювання коливань курсу словенського талера було значно жорсткішим, ніж регулювання курсу румунського лея. Словаччину теж можна віднести до групи країн з режимом керованого плавання. Однак, на відміну від Румунії та Словенії, Словаччина дозволила відхилення курсу від встановленого співвідношення своєї валюти до євро.

Беручи до уваги підходи до встановлення валютно-курсового режиму, варто проаналізувати макроекономічного становище в аналізованих країнах з точки зору їх успіху у досягненні макроекономічної стабілізації. У табл. 1 наведено ключові макроекономічні показники країн ЦСЄ за станом на 2003 р., тобто на початку підготовчої фази.

З даних табл. 1 видно, що усі країни ЦСЄ, за винятком Словенії, були далекі від досягнення макроекономічної стабільності. Зокрема найгіршими були показники безробіття та дефіциту процентного рахунку.

Таблиця 1

КЛЮЧОВІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ
ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ СТАНОМ НА 2003 р.

	ВВП	Рівень інфляції	Поточний рахунок, % від ВВП	Дефіцит бюджету, % від ВВП	Безробіття (2002 р.)
<i>Країни з режимами фіксованого валютного курсу</i>					
Болгарія	4,6	2,4	-4,6	0,8	17,9
Естонія	5,3	1,5	-12,6	0,4	9,1
Латвія	6,5	2,7	-7,3	-3,1	12,8
<i>Країни з гнучкими ре- жимами валютного курсу</i>					
Польща	1,8	0,9	-3,3	-5,3	19,9
Чеська Республіка	2,3	0,8	-5,7	-6,8	7,3
Угорщина	3,4	4,5	-5,7	-5,6	5,6
<i>Країни з режимом ке- рованого плавання</i>					
Румунія	5,1	15,4	-4,8	-2,7	6,9
Словаччина	3,9	8,4	-6,3	-3,5	18,6
Словенія	2,8	5,6	0,9	-1,5	6,0

Джерело: складено авторами за даними [9]

У країнах з фіксованими обмінними курсами рівень інфляції був наближений до цільового інфляційного параметру конвергенції, що дорівнює 2 %, також мали місце високі темпи економічного росту. За показником бюджетного дефіциту країни цієї групи також були близькі до маастрихтських критеріїв, проте Естонія мала величезний дефіцит поточного рахунку, а Болгарія — безробіття.

У групі країн з гнучким курсоутворенням спостерігалися відносно низькі темпи економічного росту (Польща, Чеська Республіка). У цих двох країнах рівень інфляції був нижчим від мааст-

рихтських критеріїв, але це говорить скоріше про певну слабкість їх економік, пов'язану з дефляцією.

Угорщина, яка значно пізніше від інших країн даної групи валютних політик впровадила гнучкий обмінний курс, мала кращі показники економічного зростання та інфляції. Польща і Чехія суттєво перевищили припустимий рівень дефіциту поточного рахунку. Усі три країни мали перевищення бюджетного дефіциту порівняно з пороговим значенням 3 % від ВВП. Прийнятний рівень безробіття був тільки в Угорщині, але надто високим був рівень цього показника у Польщі, високим у Чехії.

Криза економіки Польщі у кінці 80-х — на початку 90-х років ХХ ст. супроводжувалась значними показниками інфляції та великим зовнішнім боргом — близько 47 млн дол., або 70 % від ВВП. Нестабільність національної валюти стала основною перешкодою на шляху розвитку економіки Польщі. Низька купівельна спроможність злого викликала активний розвиток тіньового валютного ринку. Для боротьби з інфляцією було запроваджено режим фіксації валютних курсів, який мав зупинити знецінення національної валюти та стабілізувати економіку загалом [1, с. 246].

Після кількох девальвацій 1 січня 1990 року валютний курс було прив'язано до долара США. Режим фіксації використовували з січня 1990 до жовтня 1991 рр. 1 січня 1990 р. була проведена девальвація злого на 43 %. У 1990 р. індекс споживчих цін зріс до 250 %, а показник ВВП впав на 12 %. До кінця 1990 р. імпорт перевищив експорт. Оскільки фіксація номінального курсу злого викликала значне зростання інфляції, реальний обмінний курс злого почав зростати.

У жовтні 1991 р. року було прийнято рішення про перехід до прив'язки до кошика валют (долар США — 45 %, німецька марка — 35 %, фунт стерлінгів — 10 %, швейцарський франк — 5 %, французький франк — 5 %). Таке рішення було викликане як необхідністю стримування інфляції, так і потребою зменшити незбалансованість сальдо поточних операцій. Структура кошика була визначена структурою торгівлі з найбільшими торговельними партнерами країни.

Оскільки 1 лютого 1994 р. Польща розпочала процес приєднання до ЄС, її економічна політика була спрямована на досягнення показників економічного розвитку, які були зазначені у Маастрихтському договорі.

У травні 1995 р. режим прив'язки замінили режимом повзучого коридору, переслідуючи мету поступового скорочення інфляції, з часом дозволивши зростання гнучкості валютного курсу. Національний банк Польщі намагався утримувати курс за допомогою валютних інтервенцій, але валютні резерви були обмеженими.

Такий хід подій, а в додачу ще й проблема підтримання попереднього рівня інфляції стали основними причинами впровадження валютного коридору $\pm 7\%$ у травні 1995 року. Починаючи з січня 1999 року корзина валют почала складатися із долара та євро [6].

З 12 квітня 2000 р. Польща перейшла до повної гнучкості, маючи за мету — контроль за інфляцією, обмінний курс злотого був оголошений плаваючим валютним курсом без будь-яких обмежень. Унаслідок запровадження вільного плавання на курс польського злотого почали впливати ринкові фактори. У 2001 р. темпи економічного зростання Польщі почали зменшуватись (з 4 % у 2000 р. до 1 % у 2001 р.), до того ж зменшились і обсяги інвестицій (на 12 %). Також зріс дефіцит бюджету. Для стримування темпів інфляції Національний банк Польщі зменшив відсоткові ставки.

Оскільки 1 травня 2004 р. Польща стала членом ЄС, вона має намір стати членом і єврозони. У майбутньому злотий замінять на євро, а валютна та монетарна політика буде проводитись Європейським центральним банком. Для того, щоб стати членом єврозони, потрібно передусім досягнути критерію стабільності обмінних курсів. Тому обмінний курс злотого стосовно євро має залишатись незмінним принаймні протягом двох років у межах ERM II. Це означає, що протягом цього проміжку часу Національний банк Польщі підтримуватиме обмінний курс злотого по відношенню до євро із незначними коливаннями стосовно центрального значення [1, с. 247].

У країнах з режимом керованого плавання було задовільне становище з економічним зростанням, при цьому інфляція стала головною проблемою Румунії та Словаччини, тоді як Словенія дещо знизила темп інфляції. Словаччина мала великий дефіцит поточного рахунку. Усі країни потенційно могли би досягти критеріального значення за показником бюджетного дефіциту. Щодо безробіття, всі вони мали проблеми, найбільші — Словаччина. Проте Словаччина ще у листопаді 2005 р. приєдналася до ERM

II, а з 1 січня 2009 р. відмовилася від власної валюти і перейшла на валюту євро.

Після азіатської кризи науковці та політики дійшли висновку про те, що економіки з проміжними режимами валютного курсу схильні до нестабільності. Згідно з так званою «неможливою трійцею», у світі з вільним рухом капіталу є можливими тільки жорстко фіксовані або тільки вільно плаваючі валютні курси. Це повністю підтверджується досвідом країн ЄС [3, с. 3].

Країни-кандидати з фіксованими обмінними курсами були досить успішними. Їх досвід говорить про те, що фіксовані курси є прийнятним вибором для відносно невеликої відкритої економіки, що обґрунтував за допомогою простої макроекономічної моделі Бофінгер [4]. Потрібний високий рівень відкритості економіки мала Естонія (експорт становив 50 % від ВВП, імпорт майже дві третини від ВВП). Відкритість економік Латвії та Болгарії була дещо нижчою: експорт у розмірі 30 % від ВВП, імпорт — 50 % у Латвії, 43 % — у Болгарії.

Проведений в одному з досліджень економетричний аналіз впливу 10 обраних політичних та економічних факторів (виборів, змін урядів, темпів зростання реального ВВП, темпів інфляції, рівнів безробіття, валютних резервів, балансу бюджету, поточного рахунку платіжного балансу та індексу курсу долара США у місцевій валюті) на вибір валютного режиму в 11 країнах Центральної та Східної Європи (Болгарії, Естонії, Латвії, Литві, Польщі, Румунії, Словаччині, Словенії, Угорщині, Україні та Чехії) у 1993–2001 рр. виявив, що на вибір режимів фіксації у цих країнах впливають такі фактори, як зміни урядів, величина ВВП та обсяги валютних резервів, натомість вибір режимів плавання залежить від змін урядів (хоча у меншій мірі), величини ВВП і балансу бюджету. Модель показала, що вибір валютних режимів у перехідних економіках Центральної та Східної Європи слабо залежить від решти факторів, аналізованих у моделі. Це можна пояснити тим, що для перехідних економік характерні значні відмінності від класичної ринкової економіки, та збереженням деяких рис командної економіки. Часто в перехідних економіках ті чи інші заходи (зокрема, і вибір валютного режиму) є наслідком політичного рішення [2, с. 16].

В Україні також застосовувалися різні типи валютних режимів. У 1991 році після виходу з СРСР відбулася поява українського валютного ринку. У період з 1991 по 1999 роки становлення

валютного ринку України відбувалося в умовах високих темпів інфляції, різкого спаду виробництва, постійного дефіциту платіжного балансу.

Упродовж 2001–2004 років дії Національного банку України були спрямовані на певне пом'якшення наявної системи валютного регулювання і валютного контролю і впровадження режиму плаваючого обмінного курсу зі збереженням незначних коливальних тенденцій у бік ревальвації або девальвації

Тривалий час — з квітня 2005 року по травень 2008 року — здійснювалося утримання сталого обмінного курсу гривні до долару США. У 2008 році НБУ перейшов до політики керованого плавання, поступово підвищуючи курсову гнучкість гривні.

У лютому 2014 року було оголошено про перехід до гнучкого курсоутворення з метою посилення спроможності економіки та фінансової системи протистояти зовнішнім шокам.

У майбутньому Україні, як країні-претенденту на вступ до Європейського валютного союзу, доведеться зрештою перейти до фіксованого курсу євро (як передостаннього етапу конвергенції). Проте такий перехід стане доцільним лише за умови чітко визначених перспектив членства в Європейському валютному союзі. В межах системи ERM-II протягом двоохрічного терміну Україна не зможе самостійно маніпулювати курсом власної валюти. Тому слід приділити максимум уваги питанням валютно-курсової політики в перехідний період.

Режим гнучкого курсоутворення, введений в Україні, сприятиме розвитку інструментів для запровадження у подальшому інфляційного таргетування.

Для переходу до політики інфляційного таргетування потрібно, насамперед, законодавче визначення у Конституції України та Законі «Про Національний банк України» такої цілі діяльності Національного банку України як «забезпечення цінової стабільності у формі та межах, визначених Національним банком України спільно з Урядом країни та затверджених Верховною Радою України». Це дозволить здійснити поетапний перехід на таргетування інфляції та загальний рух у напрямі передачі відповідальності за валютно-курсову політику від центрального банку уряду країни (як це притаманно країнам ЄС).

Для інтеграції України до Європейського валютного союзу слід змінювати законодавство, яке б базувалося на принципах послідовності та наступності стосовно діючого валютного законо-

давства та одночасно забезпечувало можливість поступової адаптації до умов і вимог Європейського Союзу.

Угода про асоціацію з ЄС, підписана у червні 2014 року передбачає те, що Україна і ЄС зобов'язуються не запроваджувати нових обмежень на рух капіталу та поточні платежі і не робити існуючі обмеження жорсткішими. Єдиним винятком є запровадження захисних заходів строком до 6 місяців, якщо є загроза монетарній або валютній політиці.

Крім того, Україна зобов'язалась вживати заходів щодо подальшої лібералізації руху капіталу до рівня, рівноцінного законодавству ЄС. Така лібералізація є передумовою формування єдиного ринку з ЄС у сфері фінансових послуг.

Результатом лібералізованого руху капіталу може стати певне зменшення формальностей при залученні іноземного фінансування. Водночас лібералізація може торкнутися лише руху капіталу з країнами ЄС, і не обов'язково передбачає скорочення бюрократичних процедур валютного контролю.

Полегшення руху капіталів сприятиме зміцненню торговельних зв'язків України з країнами ЄС. Подальший розвиток валютного ринку та його інтеграція до світового валютного ринку дозволить покращити макроекономічне становище України.

Висновки. Таким чином, майже всі постсоціалістичні країни починали процес реформування валютних систем із запровадження режиму фіксації валютних курсів для стабілізації економік та підтримки експорту. Після відновлення темпів зростання економіки, уповільнення темпів інфляції країни поступово переходили до гнучкіших режимів валютних курсів. Сьогодні у більшості цих країн оголошено політику вільного плавання. Україна також пройшла шлях від фіксації валютних курсів до режиму гнучкого курсоутворення. Для вступу до Європейського валютного союзу, в межах системи ERM-II, Україні доведеться перейти до фіксованого курсу євро, проте даному крокові передуватиме тривалий час реформування економіки та законодавства країни у відповідності до вимог Європейського союзу.

Література

1. Біленко Ю.І. Валютна політика та її вплив на ефективність функціонування економіки в країнах ЦСЄ [Текст] / Ю. І. Біленко, О. І. Білоган // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — №22(682). — С. 243–252.

2. *Лапчук Б. Ю.* Фактори вибору валютного режиму в країнах Центральної та Східної Європи: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні відносини» / Лапчук Богдан Юрійович. — К., 2004. — 20 с.

3. *Bofinger P.* Exchange Rate Policies and institutional arrangements in the transition process to European Monetary Union / Peter Bofinger // *EUI Working Papers*. — RSCAS. — 2004. — № 17. — 16 p.

4. *Bofinger P.* The BMW model: A new framework for teaching monetary macroeconomics in closed and open economies / Peter Bofinger, Eric Mayer, Timo Wollmershäuser // *Würzburg Economic Papers*. — 2002. — № 35. — 80 p.

5. Czech Statistical Office Dataset [Electronic resource]. — 2009. — [Cited 2009, 26 April]. — Available from: <http://www.czso.cz>

6. *Gottschalk J.* Implementing Inflation Targeting Regimes: The Case of Poland / Gottschalk Jan, Moore David // *Journal of Comparative Economics*. — 2001. — № 29. — P. 24–39.

7. Statistical Database of Hungarian Central Statistical Office [Electronic resource]. — [Cited 2009, 25 April]. — Available from: <http://www.portal.ksh.hu>.

8. UN — United Nations Common Database (UNCDB) [Electronic resource]. — 2009. — [Cited 2009, 25 November]. — Available from: <http://www.unstats.un.org>.

9. World Economic Outlook [Electronic resource]. — IMF. — 2003. — [Cited 2003, 11 September]. — Available from: <http://www.imf.org>

References

1. *Bilenko Yu. I., Bilogan O. I.* Monetary policy and its impact on the efficiency of the economy in CEE // *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika»*. — 2010. — 22 (682). — P. 243–252.

2. *Lapchuk B. Yu.* Factors of Exchange Rate Regime Choice in Countries of Central and Eastern Europe. — Kyiv, 2004. — 20 p.

3. *Bofinger P.* Exchange Rate Policies and institutional arrangements in the transition process to European Monetary Union / Peter Bofinger // *EUI Working Papers* — RSCAS. — 2004. — № 17. — 16 p.

4. *Bofinger P.* The BMW model: A new framework for teaching monetary macroeconomics in closed and open economies / Peter Bofinger, Eric Mayer, Timo Wollmershäuser // *Würzburg Economic Papers*. — 2002. — № 35. — 80 p.

5. Czech Statistical Office Dataset [Electronic resource]. — 2009. — [Cited 2009, 26 April]. — Available from: <http://www.czso.cz>

6. *Gottschalk J.* Implementing Inflation Targeting Regimes: The Case of Poland / Gottschalk Jan, Moore David // *Journal of Comparative Economics*. — 2001. — № 29. — P. 24–39.

7. Statistical Database of Hungarian Central Statistical Office [Electronic resource]. — [Cited 2009, 25 April]. — Available from: <http://www.portal.ksh.hu>.

8. UN — United Nations Common Database (UNCDB) [Electronic resource]. — 2009. — [Cited 2009, 25 November]. — Available from: <http://www.unstats.un.org>.

9. World Economic Outlook [Electronic resource]. — IMF. — 2003. — [Cited 2003, 11 September]. — Available from: <http://www.imf.org>

Статтю подано до редакції 20.11.14 р.

УДК 336.645.3

Буряченко А.Є., к.е.н.,
доцент кафедри фінансів,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ КОМУНАЛЬНОГО ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF MUNICIPAL PASSENGER TRANSPORT FUNDING

АНОТАЦІЯ. У статті обґрунтовано важливість приділення особливої уваги питанню фінансового забезпечення розвитку транспортної інфраструктури великих міст. Підкреслюється необхідність здійснення місцевою владою заходів, спрямованих на зменшення використання особистого автотранспорту і водночас на вдосконалення роботи громадського транспорту через забезпечення належного рівня його мобільності. Досвід, зокрема, скандинавських країн показав, що такі заходи, як запровадження і підвищення рівня дорожніх зборів, введення оплати за користування автомагістралями, швидко приводять до зменшення кількості автомобілів на дорогах. У Франції практика залучення в обслуговування всіх видів транспорту відповідно до економічної їх ефективності передбачає використання: метро — у найбільш забудованих районах; автобусів — у районах, які розвиваються динамічно, але поки ще невпорядковано; трамвая і його різновидів — у проміжних ситуаціях. Зазначено, що партнерство державного та приватного секторів дає змогу одержувати кошти додатково понад те, що може надати державний бюджет (від 0,5 % до 1 % ВВП у великих містах має спрямовуватись на інвестиції у міський громадський транспорт). Витрати на оплату приватного партнерства, як правило,

компенсуються за рахунок ефективної економії — забезпечення ліпшого обслуговування з найменшими витратами. Тож на основі вивчення досвіду країн Європейського Союзу в статті запропоновано напрями реформування транспортної інфраструктури великих міст України.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: транспортна інфраструктура, громадський транспорт, податок, дорожній збір, міське господарство, інвестиції, державно-приватне партнерство.

АННОТАЦИЯ. В статье обосновывается важность привлечения особого внимания к вопросу финансового обеспечения развития транспортной инфраструктуры крупных городов. Подчеркивается необходимость осуществления местными властями мер, направленных на уменьшение использования личного автотранспорта и одновременно на совершенствование работы общественного транспорта путем обеспечения надлежащего уровня его мобильности. Опыт, в частности, скандинавских стран показал, что такие меры, как введение и повышение уровня дорожных сборов, введение оплаты за пользование автомагистралями, быстро приводят к уменьшению количества автомобилей на дорогах. Во Франции практика привлечения в обслуживание всех видов транспорта в соответствии с экономической их эффективности предполагает использование: метро — в наиболее застроенных районах; автобусов — в районах, развиваются динамично, но пока еще неупорядоченно; трамвая и его разновидностей — в промежуточных ситуациях. Указано, что партнерство государственного и частного секторов позволяет получать дополнительные средства сверх того, что может предоставить государственный бюджет (от 0,5 % до 1 % ВВП в крупных городах должны направляться на инвестиции в городской общественный транспорт). Расходы на оплату частного партнерства, как правило, компенсируются за счет эффективной экономии — обеспечение лучшего обслуживания с наименьшими затратами. Поэтому на основе изучения опыта стран Европейского Союза в статье предложены направления реформирования транспортной инфраструктуры крупных городов Украины.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: транспортная инфраструктура, общественный транспорт, налог, дорожный сбор, городское хозяйство, инвестиции, государственно-частное партнерство.

ANNOTATION. The author proves the necessity of special attention and focus to the financial support of transport infrastructure development in big cities. The article emphasizes the importance of local authorities activities focused on private transport usage decrease and simultaneously on public transport work improvement via proper level of its mobility. The experience, in particular in Scandinavian countries, shows that, such steps as road dues implementation and

increase, fee for motor road usage launch lead to the number of driving cars decrease rather soon. In France there is a practice of all types of transport usage according to their effectiveness, e.g. metro is implemented in the districts with high level of housing development, buses are used in the most dynamic-developing but not well-organized districts, the trams and similar types of transport are used in transitional situations. It is determined that public and business sector partnership provides the opportunity to receive additional money apart from funding from central budget. (from 0,5 % to 1 % GDP is to be invested to city public transport in big cities). The expenditures for state-private partnership fee as a rule are compensated at the expense of the effective saving via better servicing with smaller costs. So based on the consideration of EU countries experience the article proposes the directions of transport infrastructure reforms in big cities of Ukraine.

KEY WORDS: transport infrastructure, public transport, taxation, road due, local authorities, funding, investments, state-private partnership.

За сучасних умов, коли невинно підвищується потреба мешканців міст у ефективній міській транспортній системі, дедалі більшої значущості набуває громадський транспорт. Тому основоположним підходом у розробленні стратегій розвитку міської транспортної мережі в багатьох країнах світу є визнання на державному рівні того, що розвиток громадського транспорту зокрема сприяє зростанню економіки загалом.

Громадський транспорт на тлі процесів урбанізації набуває таких беззаперечних переваг:

По-перше, це практично необмежена можливість збільшення обсягів пасажироперевезень відповідно до зростання чисельності міського населення, що пов'язано насамперед із соціальною доступністю громадського транспорту.

По-друге, це гарантування безпечного та екологічно чистого стану міста. Дана перевага набуває особливого значення останнім часом, коли зростання забрудненості навколишнього середовища і загрозливе збільшення кількості дорожньо-транспортних пригод чимраз частіше виходять на перший план у ряду проблем міського господарства. З погляду ж їх розв'язання громадський транспорт перебуває у привілейованішому становищі, ніж приватний автомобіль, який споживає більше палива, більше забруднює навколишнє середовище і частіше є причиною ДТП.

По-третє, це застосування принципу «виділених смуг», який дозволить розв'язати проблему пріоритетної мобільності паса-

жирів громадського транспорту, адже приватний автомобіль чимраз частіше стає причиною утворення заторів.

Утім головний аргумент розвитку економіки громадського транспорту — це зниження екологічно негативного впливу транспорту на навколишнє середовище.

Отже, для того щоб забезпечити життєздатність міста, потрібно кардинально зменшити кількість приватних автомобілів і разом з тим удосконалювати громадський транспорт, забезпечуючи йому належний рівень мобільності. Так, у Данії, наприклад, розв'язання цієї проблеми ґрунтується на такому міркуванні: оскільки дороги міста мають обмежену пропускну здатність, то той вид транспорту, який використовує більшу частину дорожнього простору, повинен і платити більше. Дохід від цього місцева влада Копенгагена з успіхом використовує для створення високоякісної системи громадського транспорту, здатної залучити й автолюбителів. При цьому, безперечно, не підлягає сумніву, що ефективні транспортні системи мають бути створені до того, коли будуть запроваджені обмеження на користування особистим автотранспортом [5, с. 101].

Слід зазначити, що дорожні збори і мита вже багато років обговорюються не тільки в Данії. Цей досвід з успіхом використовується й у великих містах Норвегії, зокрема в Осло — місті, яке спрямовує одержувані від цього збору доходи для розвитку, приміром, легкорейкового транспорту. Практика цих країн показала, що запровадження і підвищення рівня дорожніх зборів, використання оплати за користування автомагістралями достатньо швидко приводить до зменшення кількості машин на дорогах. Разом з тим, крім одержання необхідних додаткових коштів і зниження кількості автомобілів за допомогою дорожніх зборів можна успішно впливати на поведінку автолюбителів завдяки використанню диференціації вартості проїзду в різний час дня. Водночас громадський транспорт повинен працювати на професійному рівні, що передбачає не тільки безпеку руху, а й оптимальну взаємодію різних видів транспорту у рамках єдиного міського господарства.

У Франції практика залучення в обслуговування всіх видів транспорту відповідно до економічної їх ефективністю передбачає використання: метро — у найбільш забудованих районах; автобусів — у районах, які розвиваються динамічно, але поки ще невпорядковано; трамвая і його різновидів — у проміжних ситу-

аціях. Мультиmodalьний транспорт виграє ще більше, якщо в системі також включені:

- автобусний рух по виділеній смузі;
- альтернативні види транспорту, такі як колективні (маршрутні) таксі, спільно використовувані автомобілі і т. ін. [5, с. 105].

У результаті один транспорт доповнює інший (вони ділять дорожній простір між собою, ефективно використовуючи паркувальну стратегію тощо). Зрештою у Франції передбачається створити глобальну концепцію організації транспортної системи — використання індивідуального та громадського транспорту, а також «легких форм», таких як пересування пішки або на велосипеді.

У Великобританії як пріоритетний вид розглядається легкорейковий транспорт. До його переваг належать:

- наявність спеціально виділеної смуги руху;
- значно менш шкідливі викиди в атмосферу;
- зниження споживання енергії на один пасажиро-кілометр порівняно з іншими видами транспорту;
- можливість одночасного перевезення набагато більшої кількості пасажирів, ніж автотранспортом у межах такого самого простору.

Розширення в межах міста легкорейкового транспорту (трамвай, метро-трамвай) зменшує не тільки потік наземного транспорту, але й кількість приватних автомобілів. Роль автобусних маршрутів при цьому підвищується, а кількість автобусних маршрутів, які повністю обслуговують місто, треба періодично переглядати для досягнення необхідного балансу між конкуренцією перевізників, можливістю вибору населенням виду транспорту та заторами [9, с. 14].

Проблемам конкуренції та зміни на цій основі структури регулювання громадського транспорту приділяється велика увага в Італії, Великобританії, Франції. Заходи, які вживаються в цих країнах для підвищення ефективності та економічності транспорту (оптимальна провізна спроможність з найменшими витратами), передбачають оптимізацію структури транспортної системи, технологій і використовуваних ресурсів. Для досягнення цього окреслюються дві тенденції:

- використання конкуренції як засобу, що оптимізує роботу транспортних підприємств;
- рух у напрямку або приватизації (британський варіант), або партнерства (французький варіант) державного та приватного капіталу.

Італія скористалася набутим досвідом і провела радикальне реформування сектору громадського транспорту, що є в країні основою економічного та соціального розвитку як на місцевому, так і на державному рівні. Згідно з проведеними перетвореннями колишня монополія громадського транспорту (як державного — а це 100 % міського транспорту, так і приватного — 50 % регіонального транспорту) замінена системою обмеженої конкуренції на основі державних контрактів (франшиз). Основою конкуренції став активний процес приватизації компаній-операторів, проведений у країні до 31 грудня 2000 р. Така зміна статусу держпідприємств на новій законодавчій базі Італії тепер — необхідна умова виходу на ринок [6, с. 203]. Крім цього, для забезпечення рівних умов для майбутніх конкурентів законодавчими нормами Італії заборонена участь у тендері підприємства, що подає заявку на надання транспортних послуг, якщо воно має монопольне становище в даній галузі.

У Нідерландах сьогодні нагальною проблемою є побудова взаємовигідного збалансованого партнерства між міською владою та компанією-оператором громадського транспорту. Для організації ефективного партнерства реалізується принцип взаємозалежності і взаємообмеження за допомогою адекватного розподілу ризиків і доходів між органом влади та оператором. Природно, частиною такого партнерства є можливість виходу з нього в тому разі, якщо владу більше не задовольняє робота оператора, і навпаки. Варто додати, що чітко сформульовані принципи виходу з партнерства обов'язкові для системи, де є конкуренція.

Участь держави в розвитку транспорту життєво необхідна заради забезпечення мінімуму послуг для різних верств населення. Це показав і експеримент Сполученого Королівства з приватизацією громадського транспорту і повним скасуванням держконтролю. У результаті урядова фінансова підтримка автобусних перевізників різко зменшилася. Експлуатація стала економічно більш ефективна — до 85 % усіх маршрутів нині експлуатуються цілком на комерційній основі, тобто без субсидій. Однак багато маршрутів було скасовано, а кількість пасажирів і далі знижується [2, с. 223].

Крім того, без участі держави не обійтись і тому, що транспортні інфраструктури характеризуються як низькими доходами, так і низьким прибутком на капітал і скороченням доходів (чим більше розвивається мережа, тим менш прибутковими стають її

лінії, навіть якщо вони, у кінцевому підсумку, необхідні з погляду регіонального планування).

Отже, експлуатація більшості транспортних мереж у країнах Європи, зокрема в постсоціалістичних країнах, залежить від допомоги з боку місцевої влади, яка компенсує різницю між реальними витратами, що їх здійснює оператор, і надходженнями від продажу квитків. Водночас обмеженість фондів, наявних у розпорядженні місцевої влади, диктує потребу зниження заборгованості й субсидій на експлуатацію, що вимагає ефективного контролю проектних і експлуатаційних витрат і зростання продуктивності громадського транспорту.

Партнерство державного та приватного секторів дає можливість одержувати кошти додатково понад те, що може надати державний бюджет (від 0,5 % до 1 % ВВП у великих містах має йти на інвестиції в міський громадський транспорт). Витрати на оплату приватного партнерства, як правило, компенсуються за рахунок ефективної економії — забезпечення ліпшого обслуговування з найменшими витратами.

Державні органи в цьому партнерстві виступають у ролі стратегічного інвестора, котрий накреслює чіткі цілі, здійснює керування проектами і контроль за їх виконанням. Державний сектор має вирішувати, наскільки своєчасним є проект з погляду вигід для суспільства, проте на етапі реалізації проекту, визначаючи вид фінансування, необхідно залучати приватний сектор. Це значить, що в рамках партнерства влада надає групі приватних компаній (наприклад, будівельним організаціям, банкам і компаніям-операторам громадського транспорту) на підставі рівноправної участі в конкурсі і виборі на цій основі єдиної компанії-партнера франшизу (контракт) на реалізацію та експлуатацію проекту на досить тривалий період часу (не менше від 15 років). Довгострокове партнерство має зацікавлювати приватного інвестора насамперед у плані експлуатації проекту, а не тільки в будівництві інфраструктури або поставках рухомого складу. Одночасно на компанію — власника франшизи — покладається відповідальність через укладання додаткових контрактів, що містять вимоги досягнення визначених результатів.

Зазначимо, що партнерство в такому розумінні розглядається у провідних країнах Європейського Союзу як інноваційне рішення, що поєднує ефективність і комерційний динамізм з додержанням суспільних інтересів з огляду на забезпечення модернізації та розвитку громадського транспорту.

Так, скажімо, приватна фінансова ініціатива (PFI), чинна у Великобританії з 1997 р., лягла в основу проекту розвитку трамвайної мережі в Ноттінгемі. Для здійснення будівництва й експлуатації в рамках проекту управління міського транспорту Ноттінгема був вибраний консорціум «Aggow», що охоплює три приватні компанії: «Tarmac» (будівельна фірма), «Adtrans» (будівництво рухомого складу) і «Transdev» (оператор громадського транспорту), а також приватних інвесторів. Франшиза «проекування, будівництво, фінансування, експлуатація» чинна протягом 30 років. Консорціум «Aggow» надав проект, і були одержані кредити в банках. Отже, процедура приватної фінансової ініціативи базована на передаванні приватному сектору ризиків, пов'язаних з витратами не тільки на будівництво, а й на експлуатацію транспортної мережі.

Консорціум «Aggow» збирає доходи, платить операторові і повертає борг банкам. Внутрішні контракти між партнерами «Aggow» закріплюють відповідальність за кожним акціонером відповідно до їхніх власних цілей діяльності в складі консорціуму:

- для «Transdev» і «Adtrans» — це проектування, будівництво і «оформлення» системи;

- контракт з «Transdev» та Управлінням міського транспорту Ноттінгема передбачає її експлуатацію.

Досвід трамвайної мережі Руана (Франція) є ще одним позитивним прикладом того, як державний і приватний сектори можуть розподіляти різні ризики. Так, введення в експлуатацію трамвайного сполучення дозволило збільшити кількість поїздок на громадському транспорті на 43 % [4].

На основі загальноєвропейського конкурсу заявок адміністрація району Великого Руана вирішила надати контракт на будівництво та експлуатацію трамвайної мережі строком на 30 років консорціуму «Sometrar», куди крім приватних дочірніх компаній була включена і кредитна ініціатива (заставний пул) банків, очолюваний «Paribas».

З одного боку, консорціум «Sometrar» зобов'язався реалізувати проект у встановлені терміни та згідно з визначеними розцінками. З другого боку, адміністрація району зазнає ризиків, пов'язаних з його власною політикою щодо плати за проїзд та умов руху.

У цьому проекті переважає фінансування місцевих державних органів, яке здійснюється в основному за кошти податків на

транспорт. Крім цього, джерелами додаткових фінансових ресурсів для реалізації проекту є податок на паркування поблизу місця роботи, збори за користування дорогами, підвищення вартості землі поблизу транспортних ліній.

Одним з варіантів транспортного податку можна розглядати бразильський Vale Transport. Він сплачується працедавцями і призначений для компенсації витрат службовців на громадський транспорт: У разі коли ці витрати перевищують 6 % зарплати службовця, працедавець оплачує різницю. У Бразилії також використовуються й інші джерела, призначені на фінансування громадського транспорту, — податки на зростання вартості землі біля транспортних ліній, на паливо для приватних автомобілів і на власників індивідуальних транспортних засобів [4].

У Росії з 1992 р. вперше був запроваджений податок на користувачів доріг, який системно відтоді підвищувався. Ці кошти спрямовуються на будівництво та реконструкцію доріг, інвестиції в рухомий склад і т. ін.

Експлуатація і розвиток громадського транспорту в розвинених країнах і країнах з перехідною економікою майже завжди повністю залежали від державного бюджету, з якого фінансувалися будівництво метро і дефіцит операторів, що виникає через проведення політики соціальних (низьких) тарифів оплати проїзду. Водночас відбувається відчутний процес відходу держави від фінансування громадського транспорту. Однак муніципалітети не в змозі взяти естафету від держави з фінансування в ситуації, коли вони й далі встановлюють знижки на плату за проїзд (або навіть уводять безкоштовний проїзд для деяких категорій користувачів). У результаті ресурсів, необхідних для оновлення та модернізації громадського транспорту, бракує, і відбувається падіння частки ринку громадського транспорту — з 90 % до 60–70 % протягом останніх 10 років.

Щоб зупинити цей процес, деякі іноземні експерти пропонують переглядати політику щодо плати за проїзд. Це значить, що органи місцевого управління повинні платити компенсацію за будь-які запроваджувані ними знижки або створювати місцеві податкові ресурси:

а) підвищувати вартість користування особистими автомобілями в містах як засіб контролю над розширенням користування автомобілями в міській межі;

б) одержувати внески від інших вигодонабувачів (наприклад, податок на транспорт, використовуваний у Франції, є перспекти-

вним, однак, за умови жорсткого контролю за його спрямуванням і витратами).

Досвід розвитку громадського транспорту в Москві і Санкт-Петербурзі продемонстрував, що пріоритет громадського транспорту може бути забезпечений завдяки:

- збільшенню щільності ліній метрополітену в центрі міста;
- підвищенню темпів будівництва метро на зв'язках центру з периферійними районами;
- виділенню на магістральних вулицях смуг для руху тільки громадського транспорту або забезпеченню пріоритету руху громадського транспорту за допомогою світлофорного регулювання та знаків дорожнього руху;
- забороні паркування автомобілів на проїжджій частині і тротуарах основних магістралей у центрі міста;
- розширенню наявних зупинок або організації зупинок маршрутного таксі окремо від зупинок іншого громадського транспорту.

У Росії перехід до ринкової економіки призвів до істотного зниження бюджетного фінансування громадського транспорту. Знадобився пошук нових способів залучення ресурсів у транспортну інфраструктуру. Однак дана галузь була поставлена в жорсткі, а головню, неринкові умови — обмеження зростання тарифів, надання населенню права безкоштовного проїзду (сьогодні, приміром, 45 % мешканців Санкт-Петербурга мають право на безкоштовний проїзд, а 20 % — на пільговий проїзд). Тобто тільки 35 % населення міста оплачують свій проїзд у міському громадському транспорті відповідно до встановлених цін на проїзні документи.

Пошук способів розв'язання даної проблеми в Москві та Санкт-Петербурзі обумовив формування основних стратегічних напрямків збільшення фінансової підтримки транспортної галузі:

- перехід до адресного надання пільг на послуги міського пасажирського транспорту;
- удосконалення тарифної політики, вжиття економічних заходів, що роблять не вигідними поїздки в центр міста на приватних автомобілях (наприклад, установлення високої вартості стоянок у центрі, використання транспортного податку та ін.);
- забезпечення цільового фінансування пріоритетних заходів розвитку транспорту (будівництво нових станцій метрополітену, упровадження швидкісного транспорту, реконструкція наявних

та будівництво нових ліній електротранспорту, закупівля нового рухомого складу);

— залучення додаткових джерел фінансування за допомогою розвитку комерційних перевезень, будівництва транспортних об'єктів на концесійній основі, випуску муніципальних облігацій для реалізації інвестиційних проектів МПТ (міського пасажирського транспорту).

Звідси випливає висновок, що високий рівень дотаційності публічного транспорту за високого рівня пасажирообігу потребує перегляду системи відносин, що склалась між комунальними транспортними підприємствами та муніципалітетом принаймні у двох напрямках: по-перше, забезпечення прозорого розрахунку економічно обґрунтованих тарифів на проїзд, що дасть змогу наблизити транспорт до рівня безбитковості; по-друге, розроблення адресної схеми надання субсидій на проїзд у громадському транспорті окремим категоріям громадян.

Отже, вважаємо, що досвід країн Європейського Союзу та Росії буде вельми корисним і для України, адже він показав, що:

— субсидії мають передаватися громадському транспорту за умови одночасного проведення глобальної політики, спрямованої на контролювання користування особистими автомобілями;

— плата за проїзд має встановлюватися тим самим органом, який відає наданням субсидій. Якщо цього не буде, то оператори зіткнуться з загрозою банкрутства внаслідок занижених тарифів на оплату своїх послуг;

— податки та збори на транспорт і дороги на місцевому рівні треба розглядати не як податки та збори самі по собі, а як цільової вид податку на користувачів: доходи мають надходити в мультимодальний транспортний інвестиційний фонд, контрольований на місцевому рівні;

— альтернативою наявній тенденції до приватизації громадського транспорту можуть бути як описане раніше партнерство держави н приватного сектору, так і концесія на надання послуг громадського транспорту.

Література

1. Блудян Н. Реформирование пассажирского транспорта / Н. Блудян // Автомобильный транспорт. — 2005. — № 2. — С. 29.
2. Буряченко А. Є. Використання іноземного досвіду фінансування місцевої інфраструктури / А. Є. Буряченко // Вчені записки : зб. наук.

пр. / М-во освіти і науки України ; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [відп. ред. А. Ф. Павленко]. — 2012. — Вип. 14. — Ч. 1. — С. 218–224.

3. *Буряченко А. Є.* Урбанізаційні фактори економічного росту / А. Є. Буряченко // Ринок цінних паперів України. — 2013. — № 7-8. — С. 79–91.

4. *Буряченко А.* Світовий досвід фінансування розвитку інфраструктури міст [Електронний ресурс] / А. Буряченко, Л. Гераймович. — Режим доступу :

http://iepjournal.com/journals/20/2014_6_Buriachenko_Geraymovych.pdf

5. *Вакуленко К. Є.* Особливості управління міськими пасажирськими транспортними системами : монографія / К. Є. Вакуленко, В. К. Доля. — Х. : НТМТ, 2013. — 171 с.

6. *Доля В. К.* Пасажирські перевезення : підручник / В. К. Доля. — Х. : Форт, 2011. — 504 с.

7. *Запатрина І. В.* Жилищно-комунальна інфраструктура: реформи і система їх фінансового забезпечення / І. В. Запатрина ; НАН України ; Ін-т екон. і прогнозів. — К., 2010. — 336 с.

8. Лекции по экономике города и муниципальному управлению / За ред. А. С. Пузанова. — М. : Фонд «Институт экономики города», 2004. — 340 с.

9. *Москвичев Е. С.* Пассажирские перевозки в США / Е. С. Москвичев // Автомобильный транспорт. — 2002. — № 11. — С. 18.

References

1. *Bludyan N.* Reformirovanie passazhirskogo transporta / N. Bludyan // Avtomobilniy transport. — 2005. — № 2. — S. 29.

2. *Buryachenko A. E.* Viktoristannya inozemnogo dosvidu finansuvannya mistsevoyi infrastrukturi / A. E. Buryachenko // Vcheni zapiski : zb. nauk. pr. / M-vo osviti i nauki Ukraini ; DVNZ «Kiyiv. nats. ekon. un-t im. V. Getmana» [vldp. red. A. F. Pavlenko]. — 2012. — Vip. 14. — Ch. 1. — S. 218–224.

3. *Buriachenko A. E.* Urbanizatsyni faktori ekonomichnogo rostu / A. E. Buriachenko // Rynok tssnih paperiv Ukraini. — 2013. — № 7-8. — S. 79–91.

4. *Buriachenko A.* Svitoviy dosvid finansuvannya rozvitku infrastrukturi mist [Elektronniy resurs] / A. Buriachenko, L. Geraymovich. — Rezhim dostupu :

http://iepjournal.com/journals/20/2014_6_Buriachenko_Geraymovych.pdf

5. *Vakulenko K. E.* Osoblivosti upravlinnya miskimi pasazhirskimi transportnimi sistemami : monografiya / K. E. Vakulenko, V. K. Dolya. — H. : NTMT, 2013. — 171 s.

6. *Dolya V. K.* Pasazhirski perevezennya : pidruchnik / V. K. Dolya. — H. : Fort, 2011. — 504 s.

7. Zapatrina I. V. Zhilischno-kommunalnaya infrastruktura: reformy i sistema ih finansovogo obespecheniya / I. V. Zapatrina ; NAN Ukrainy ; Int ekon. i prognozirov. — K. , 2010. — 336 s.

8. Lektsii po ekonomike goroda i munitsipalnomu upravleniyu / za red. A. S. Puzanova. — M.: Fond «Institut ekonomiki goroda», 2004. — 340 s.

9. Moskvichev E. S. Passazhirskie perevozki v SShA / E. S. Moskvichev // Avtomobilnyi transport. — 2002. — № 11. — S. 18.

Статтю подано до редакції 22.11.14 р.

УДК 339.9.01

Яншина А.М., к.е.н., доц.
кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Київський університет ринкових відносин

КИТАЙ НА ШЛЯХУ ДО СВІТОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЛІДЕРСТВА: ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

CHINA ON THE WAY TO THE WORLD ECONOMIC LEADERSHIP: SUSTAINABLE DEVELOPMENT CHALLENGES

АНОТАЦІЯ. Проаналізовано основні наукові підходи до трактування поняття стратегії сталого розвитку. Досліджено особливості та обґрунтовано проблеми імплементації національної стратегії сталого розвитку у Китайській народній республіці.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: сталий розвиток, національна стратегія сталого розвитку, Китайська народна республіка, країни із ринками, що формуються.

ANNOTATION. Key scientific approaches to the sustainable development strategy definition are analyzed. National sustainable development strategy implementation peculiarities and problems in the People's Republic of China are substantiated.

KEYWORDS: sustainable development, national sustainable development strategy, People's Republic of China, emerging markets.

Постановка проблеми. Протягом останніх трьох десятиліть КНР як одна із найпотужніших країн із ринками, що формуються, у гонитві за світовим економічним лідерством реалізувала досить агресивну з точки зору екології економічну політику, вна-

слідок чого стан навколишнього середовища Китаю значною мірою погіршився. Разом із тим, економічне зростання країн із ринками, що формуються, і, зокрема, КНР залишається нині надзвичайно екологічно чутливим. За таких умов особливої актуальності для Китаю й інших країн групи набуває виявлення та усунення проблем, присутніх на шляху ефективної і рівномірної імплементації екологічного, економічного і соціального вимірів сталого розвитку (СР) з метою мінімізації негативних для довкілля ефектів економічного зростання і, водночас, утримання провідних у сенсі темпів розвитку позицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження сталого розвитку країн із ринками, що формуються, здійснили Ф. Біркін, Дж. Йоханссон, А. Кешмен, С. Кох, З. Лін, А. Нортон, М. Фесенко, В. Юрчишин тощо [1, с. 64; 2, с. 1225; 3; 4; 5]. Роботи цих науковців присвячені аналізу специфіки запровадження концепції сталого розвитку, сучасних тенденцій «зеленого» зростання і фінансування альтернативної енергетики, механізмів посилення енергетичної безпеки і підвищення соціального добробуту у вказаній групі країн.

Проте до теперішнього часу в економічній науці чимало питань у межах проблематики сталого розвитку залишаються без ґрунтовної відповіді. Так, у науковій літературі не сформовано єдиного фундаментального підходу до трактування атрибутів стратегії сталого розвитку; не здійснено комплексного дослідження проблем імплементації економічного й екологічного вимірів сталого розвитку у їх взаємозв'язку у КНР та не запропоновано упорядкованої системи заходів для їх розв'язання; не надано розгорнутої оцінки співробітництва Китаю з іншими країнами із ринками, що формуються, у сфері СР тощо.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз проблем реалізації концепції сталого розвитку КНР у світлі економічної політики китайського уряду, спрямованої на досягнення світового економічного лідерства.

Виклад основного матеріалу. Термін «сталий розвиток» вперше на міжнародному рівні згадується у 1987 р. у доповіді «Наше спільне майбутнє» Міжнародної комісії з навколишнього середовища ООН на чолі з прем'єр-міністром Норвегії Г.Брундтланд, де СР визначається як розвиток, що відповідає потребам сучасного покоління, не позбавляючи при цьому наступні покоління можливості задовольняти потреби у майбутньому [6, с. 8]. Надалі, з

90-х рр. XX ст. світова спільнота активно працює над імплементацією на всіх рівнях МЕВ концепції сталого розвитку, трьох його вимірів — економічного, екологічного і соціального.

Формування повноцінних національних стратегій сталого розвитку (НССР) країнами світу бере свій початок у 1992 р., коли ООН на Конференції з навколишнього середовища і розвитку у Ріо-де-Жанейро рекомендувала країнам-членами розробити НССР з метою інтенсифікації запровадження концепції сталого розвитку у національних межах. Саме Китай першим серед країн із ринками, що формуються, у 1992 році взявся до розбудови власної стратегії сталого розвитку.

Разом із тим, багатогранність поняття сталого розвитку; відсутність у світовій економічній думці єдиного підходу до трактування компонентів економічного, екологічного і соціального вимірів СР; відмінності у структурі економічних систем і рівнях розвитку країн світу, їх ролі у міжнародній економіці обумовили появу у науковій літературі широкого спектру індивідуальних підходів вчених-економістів і колективних позицій, сформульованих у межах міжнародних організацій, щодо сутнісних характеристик стратегії СР. Розбіжності у теоретичних підходах, у свою чергу, провокують виникнення суперечностей на практиці у ході розробки та імплементації НССР у країнах світу.

Так, на думку О. Білоруса та Ю. Мацейко, стратегія сталого розвитку — «це координований, відкритий для участі, повторюваний і циклічний процес думок і дій з метою досягнення економічних, екологічних і соціальних цілей у збалансованому, інтегрованому вигляді» [7, с. 145]. Близьким за своїм змістом є бачення Б. Данилишина й О. Маслюківської, які розуміють під стратегією СР «інтерактивний процес, що базується на повторюваних циклах аналізу прийняття рішень, плануванні, впровадженні, перегляді, та покликаний поєднати довгостроковий орієнтир із середньостроковими завданнями та короткостроковими діями» [8, с. 27].

Дослідники з Міжнародного інституту сталого розвитку В. Далал-Клейтон і С. Басс тлумачать стратегію сталого розвитку як «процес або систему, що містить нормативну базу та заходи, які дозволяють протистояти сучасним викликам» [9, с. 12]. Програма розвитку ООН визначає НССР як «комплекс узгоджених механізмів і процесів, які передбачають активну участь зацікавлених сторін у розробці загальної мети, цілей і завдань сталого

місцевого розвитку та у координації їх досягнення і перегляду» [10, с. 7]. ОЕСР називає стратегією сталого розвитку «систематизовану сукупність процесів аналізу, обговорення, нарощення потенціалу, планування й інвестування, що є відкритими для участі та постійно удосконалюються, та покликані інтегрувати економічні, соціальні й екологічні інтереси суспільства, сприяти досягненню компромісу у цьому напрямі, якщо задоволення всіх трьох груп інтересів одночасно є неможливим» [11, с. 25].

На відміну від наведених наукових поглядів, у межах яких визначення стратегії сталого розвитку надається у широкому розумінні, А. Оберкейтманн трактує цей термін у вузькому сенсі — як «комплекс систематизованих заходів, спрямованих на формування в країні сучасного розвиненого суспільства, досягнення значних темпів економічного зростання і мінімізації впливу діяльності людей на навколишнє природне середовище» [12, с. 41]. В. Куценко, пропонуючи власне бачення змісту цієї категорії, також акцентує увагу лише на соціальному вимірі СР і наголошує, що стратегія сталого розвитку, орієнтована, перш за все, на «досягнення науково обґрунтованих параметрів якості життя людей незалежно від місця їх проживання; забезпечення рівних можливостей в отриманні освіти; розвиток соціально-культурних центрів, які мають багатофункціональний характер» [13, с. 82].

Розглянувши позиції науковців щодо стратегії сталого розвитку, ми дійшли висновку, що найточніше відображатиме її суть таке визначення: національна стратегія сталого розвитку являє собою комплекс систематизованих ідей і заходів, спрямованих на забезпечення імплементації у рівній мірі економічної, екологічної і соціальної складових сталого розвитку, результатом якої має стати стійке економічне зростання, соціальна рівність і добробут, та екологічна безпека.

На шляху реалізації Національної стратегії сталого розвитку КНР сьогодні присутня низка перепон, частина з яких безпосередньо пов'язана з домінуванням у межах китайської НССР економічних інтересів над екологічними і соціальними, чим відрізняються й окремі теоретичні підходи до проблеми. По-перше, йдеться про надмірну орієнтацію країни на кількісні показники економічного зростання у гонитві за світовим економічним лідерством, що на практиці проявилася в ігноруванні негативних екологічних ефектів, породжених економічною діяльністю. Так, початок масштабних економічних реформ у Китаї припав на 70–80 рр. XX ст., тоді як системний курс на повноцінне екологічно

0 рр. XX ст., тоді як системний курс на повноцінне екологічно дружнє зростання країна взяла лише у 2006 р. із запровадженням 11-го п'ятирічного плану розвитку на 2006—2010 рр., коли стан довкілля вже істотно погіршився. Іншими словами, ведемо мову про виникнення у цей період суттєвого розриву між темпами імплементації екологічного й економічного вимірів сталого розвитку.

Вказана політика китайського уряду до початку XXI ст. принесла помітні результати як з точки зору економічного, так і екологічного вимірів СР. Щоправда, вони виявилися діаметрально протилежними та зберігають власну актуальність дотепер: навіть незважаючи на активні кроки китайського уряду у напрямі забезпечення екологічно дружнього розвитку на сучасному етапі, показники функціонування економіки Китаю у сенсі СР залишаються незадовільними — країна посідає 81 місце зі 112 у межах Індексу сталого розвитку (ІСР) і 118 місце зі 178 — у межах Індексу екологічного розвитку; 20 % світових викидів вуглецю припадає саме на Китай; 50 % нафти і заліза, що використовує КНР, походить з іноземних джерел тощо [14; 15; 16, с. 187].

По-друге, держава у КНР досі виступає головним ініціатором реалізації стратегії сталого розвитку, тоді як у країнах із розвинутою економікою принципи СР втілюють у життя також і громадські організації, промислові і фінансові компанії, суспільство у цілому. Основними «сталими» ініціативами китайського уряду сьогодні є «Програма розвитку зеленої енергетики у провінціях» (730 млрд дол. США інвестицій); «Зелене низьковуглецеве місто» (683 млрд дол. США); «Зелені державні закупівлі» (у 2011 р. — 77,3 % усіх державних закупівель були екологічними); політика «зелених» кредитування, страхування і контролю та інші [17, с. 10–11].

У цьому сенсі слід звернути увагу і на суперечність, що виникла у зв'язку з нерівномірністю розвитку регіонів країни: східні економічно прогресивні китайські провінції з огляду на негативні ефекти швидкої урбанізації і господарської діяльності людини свідомо запроваджують НССР, тоді як для західних — основною метою є подолання бідності, ефективним шляхом досягнення якої виступає нарощення промислового виробництва, що, у свою чергу, завдає шкоди навколишньому середовищу. Виходить, що у КНР порушується принцип системності у процесі запровадження стратегії СР як з точки зору суб'єктів її реалізації, так і географії.

По-третє, зростання ціни робочої сили у КНР спричинило необхідність розвитку інновацій для утримання лідируючої економічної позиції у світі. Як наслідок, Китай сьогодні демонструє успішний приклад ефективного поєднання політики «зеленого» розвитку, інноваційного прориву і промислових реформ. Однак, слід визнати, що інноваційні ініціативи китайського уряду є дещо обмеженими за своїм охопленням, оскільки основну державну підтримку мають лише ті технологічні новинки, що, насамперед, сприяють прискоренню темпів зростання економіки. Так, у 2013 р. уряд КНР виділив на розвиток відновлювальних джерел енергії 56 млрд дол. США — більше, ніж уся Європа (44 млрд дол.) і США (36 млрд дол.); якщо у 2004 р. Китай інвестував у цю сферу 2,4 млрд дол. США, то у 2009 і 2013 рр. цей показник досяг 37,1 і 56,3 млрд дол. США відповідно [11, с. 15; 18, с. 11]. Водночас, інші показники екологічного виміру СР, які можна було би поліпшити за рахунок інвестицій в інновації, залишаються низькими: Китай посідає 176 місце зі 178 у рейтингу країн за якістю повітря, 109 і 166 місця — з точки зору якості води й «екологічності» с/г відповідно [15].

Висновки. Враховуючи проблемні аспекти реалізації стратегії сталого розвитку у КНР, з метою створення умов для удосконалення та інтенсифікації запровадження НССР у країнах із ринками, що формуються, у цілому і, зокрема, в Україні національним урядам необхідно: забезпечити одночасні екологізацію вже існуючих і формування якісно нових «зелених» галузей економіки; сприяти розширенню співробітництва з питань СР між промисловими і фінансовими компаніями, освітніми установами та популяризації принципів сталого розвитку серед державних службовців і, загалом, у суспільстві з метою подолання примату адміністративних державних заходів у межах політики сталого зростання, ефективнішої боротьби з негативними екологічними наслідками прискореної урбанізації; нарощувати кількість багатосекторальних «зелених» ініціатив і здійснювати їх географічну диверсифікацію задля дотримання принципу системності, рівномірного «вмонтування» пріоритетів СР до всіх галузей економіки і на території кожного з регіонів країни; посилити інституційну складову НССР шляхом її чіткої ієрархізації та регламентації функціональних обов'язків усіх суб'єктів НССР тощо.

Література

1. *Birkin F.* New Sustainable Business Models in China / F. Birkin, A. Cashman, S. C. L. Koh, Z. Liu // *Business Strategy and The Environment* — 2009. — № 18. — P. 64–77.
2. *Weidou N.* Energy for Sustainable Development in China / N. Weidou, T. B. Johansson // *Energy Policy*. — 2004. — №32. — P. 1225–1229.
3. *Inclusive and Sustainable Development : Challenges, Opportunities, Policies and Partnerships* / Ministry of Foreign Affairs of Denmark, Danida. — London : ODI&Danida, 2012. — 24 p.
4. *Фесенко М.* Криза американської економічної моделі і підйом Китаю / М. Фесенко // *Проблеми міжнародних відносин* : [зб. наук. праць / наук. ред. Канцелярук Б. та ін.]. Вип. 4. — К. : КиМУ, 2012. — С. 147–160.
5. *Юрчишин В.* Посткризові перспективи висхідних гігантів / В. Юрчишин. — К. : Центр Разумкова, 2011. — 49 с.
6. *Our Common Future : Report of the World Commission on Environment and Development* / World Commission on Environment and Development. — Oxford, New York : Oxford University Press, 1987. — 400 p.
7. *Глобальна перспектива і сталий розвиток : (Системні маркетингові дослідження)* / О. Г. Білорус, Ю. М. Мацейко. — К. : МАУП, 2005. — 492 с.
8. *Данилишин Б.* Розроблення національних стратегій сталого розвитку : корисний досвід для України / Б. Данилишин, О. Маслюківська // *Механізм регулювання економіки*. — 2008. — № 3. — С. 27.
9. *Dalal-Clayton B.* National Strategies for Sustainable Development : the Challenge ahead Environmental Planning Issues / B. Dalal-Clayton, S. Bass. — London : International Institute for Environment and Development, 2000. — 29 p.
10. *Планування місцевого сталого розвитку : посібник з формулювання стратегії місцевого сталого розвитку* / Муніципальна програма сталого розвитку ПРООН. — Київ : UNDP, 2005. — 67 с.
11. *The DAC Guidelines : Strategies for Sustainable Development* / Organization for Economic Cooperation and Development. — Paris : OECD Publications, 2001. — 77 p.
12. *Oberkeitmann A.* Approaches towards SD in China / A. Oberkeitmann // *China aktuell*. — 2005. — № 4. — P. 41–64.
13. *Куценко В.* Стратегія сталого розвитку крізь призму соціогуманітарної сфери / В. Куценко // *Вісник НАН України*. — 2012. — № 1. — С. 79–88.
14. Офіційний сайт Світового центру даних [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://wdc.org.ua/en/services/country-profiles-visualization>.

15. Офіційний сайт Індексу екологічного розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://epi.yale.edu/epi/country-profile/china>.
16. Wang Y. China's Sustainable Development in the Global Context / Y. Wang // Sustainable Development. — 2012. — № 3. — P. 183–190.
17. China's Approaches to Financing Sustainable Development : Policies, Practices and Issues / [B. Shen, L. Price, J. Wang, M. Li, L. Zeng]. — Berkeley : Berkeley National Laboratory, 2012. — 30 p.
18. Global Trends in Renewable Energy Investment 2014 : Key Findings / Frankfurt School of Finance and Management, UNEP Centre for Climate and Sustainable Energy Finance. — Frankfurt am Main : Bloomberg, 2014. — 19 p.

References

1. Birkin, F., Cashman, A., Koh, S. C. L., Liu, Z. (2009). New Sustainable Business Models in China. *Business Strategy and The Environment*, 18, 64–77.
2. Weidou, N., Johansson, T. B. (2004). Energy for Sustainable Development in China. *Energy Policy*, 32, 1225–1229.
3. ODI (2012). Inclusive and Sustainable Development: Challenges, Opportunities, Policies and Partnerships. London: ODI&Danida.
4. Fesenko, M. (2012). American economic model crisis and growth of China. *Problems of International Relations*, 4, 147–160.
5. Yurchyshyn, V. (2011). Growing giants' post-crisis prospects. Kyiv: Razumkov Centre.
6. WCED (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford, New York: Oxford University Press.
7. Bilorus, G., Matseyko, Y. (2005). Global prospect and sustainable development: (Systemic market research). Kyiv: IAPM.
8. Danylyshyn, B., Maslyukivska, O. (2008). National SD strategies' elaboration : experience for Ukraine. *Economy regulating mechanism*, 3, 27.
9. Dalal-Clayton, B., Bass, S. (2000). *National Strategies for SD: the Challenge ahead Environmental Planning Issues*. London : IIED.
10. UNDP (2005). *Planuvannya mistseвого stalogo rozvytku: posibnyk z formulyuvannya strategiyi mistseвого stalogo rozvytku*. Kyiv: UNDP.
11. OECD (2001). *The DAC Guidelines: Strategies for Sustainable Development*. Paris: OECD Publications.
12. Oberkeitmann, A. (2005). Approaches towards SD in China. *China aktuell*, 4, 41–64.
13. Kutsenko, V. (2012). Strategiya stalogo rozvytku kriz' pryzmu sociogumanitarnoyi sfery. *Visnyk NAN Ukrayini*, 1, 79–88.
14. World Database Centre. WDC.org.ua. Retrieved May 16, 2014, from <http://www.wdc.org.ua/en/services/country-profiles-visualization>.

15. Environmental Performance Index. EPI.YALE.edu. Retrieved May 16, 2014, from <http://www.epi.yale.edu/epi/country-profile/china>.
16. Wang, Y. (2012). China's Sustainable Development in the Global Context. *Sustainable Development*, 3, 183-190.
17. Shen, B., Price, L., Wang, J., Li, M., Zeng, L. (2012). China's Approaches to Financing Sustainable Development: Policies, Practices and Issues. Berkeley: Berkeley National Laboratory.
18. UNEP (2014) Global Trends in Renewable Energy Investment 2014 : Key Findings. Frankfurt am Main : Bloomberg.

Статтю подано до редакції 14.08.14 р.

УДК: 330.341.1

Келічавий А.В., к.е.н., ст. викладач
кафедри політичної економії факультетів управління
і управління персоналом та маркетингу,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЇ НА РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Kelichavyi A. V. PhD., senior lecturer of the department of political
economy of human resources and marketing faculties,
Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman self governing (autonomous)
research university, Kyiv

INFLUENCE OF ECOLOGY ON THE DEVELOPMENT OF A MODERN ECONOMY AND INCREASE ITS COMPETITIVENESS

АНОТАЦІЯ. У статті проведено аналіз еволюції впливу суспільства на навколишнє середовище. Виявлено основні небезпеки, які загрожують майбутньому економічному розвитку світу. Наведено прогнози світових організацій щодо подальшого економічного розвитку та можливі фінансові збитки через відсутність активних дій щодо вирішення проблем навколишнього середовища. Доведено актуальність застосування екологічних стратегій у господарській діяльності. Представлено додаткові можливості, які виникають на екологічному ринку та впливають на підвищення конкурентоспроможності підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: екологія, економічний розвиток, екологічна свідомість, інновації, конкурентоспроможність.

SUMMARY. In the article analyzes the evolution of the impact of society on the environment. The basic threats to the future economic development of the world have detected. Special attention is paid to forecasts global organizations to further human development and possible financial losses due to unresolved environmental issues. The relevance of the use of environmental strategies in business has given. Additional opportunities arising in the market and environmental impact on improving the competitiveness of enterprises was formulated.

KEY WORDS: ecology, economic development, ecological consciousness, innovation, competitiveness.

У процесі своєї еволюції людина використовує елементи природи та переробляє природні ресурси в необхідний для використання продукт. Попередні уявлення про природу базувались на тому, що її багатства безмежні. Вплив виробництва на навколишнє середовище був незначним, тому природі вдавалось нейтралізувати наслідки життєдіяльності людей. Людина діяла за принципом, що більшість природних ресурсів відновлюються, а не відновлювальні — є невичерпними.

З розвитком науково-технічного прогресу в XVIII ст. відносини між суспільством і природою змінилися. Завдяки технічним нововведенням промисловість розвивалась високими темпами, використовуючи природно-ресурсний потенціал у зростаючих масштабах. Людина вилучала більше ресурсів та ігнорувала закони, за якими розвивалась природа протягом попередніх років. Це призвело до втрати рівноваги в природі, до порушення замкнених природних циклів.

Починаючи з другої половини XX ст. зростаючими темпами відбувається загострення і глобалізація екологічних проблем. Раніше негативний вплив від господарської діяльності проявлявся лише у відносинах окремих компонентів навколишнього середовища, а з 1960–1970 рр. розповсюдився практично на всі її складові. Особливо гостро постає проблема нестачі ресурсів, що становить загрозу основи життя і можливості розвитку сучасного та майбутніх поколінь. Виникнення такої ситуації стало результатом практично неконтрольованого економічного зростання, значне збільшення кількості використання природних ресурсів.

Проблема взаємодії екології та економіки є однією з найважливіших в економічній теорії в XX ст. та XXI ст. і привернула увагу таких економістів: Дж. Аتكінсон, Е. Барб, Р. Велфорд,

С. Гроссман, К. Інло, К. Канн, А. Кінг, Д. Колотило, Б. Коммонер, Ф. Краусманн, А. Крюгер, Д. Медоуз, К. Норт, М. Портер, К. Ріхтер, В. Сельський, Ю. Скиба, Дж. Форрестер, Б. Шнайдер тощо.

Незважаючи на неоціненну важливість досліджень даної проблеми, людство поки що не змогло зупинити негативну тенденцію деградації навколишнього середовища і природно-сировинних ресурсів і забезпечити сталий економічний розвиток.

Метою наукового дослідження є виявлення необхідності застосування екологічної політики та виділення додаткових можливостей, які виникають на екологічному ринку та підвищують конкурентоспроможність компаній.

Особливостями розвитку сучасної економіки є зростання людської популяції та розміру глобальної економіки. Населення планети за останні 100 років збільшилось більше як у 4 рази, перевищивши позначку у 7 млрд чол. і продовжує зростати. Задоволення потреб населення вимагає більше ресурсів для виробництва споживчих товарів і послуг. Відповідно протягом XX століття загальне добування матеріальних ресурсів збільшилось із 7 млрд т. до майже 69 млрд т на рік, а використання ресурсів на душу населення подвоїлось з 4,6 т до 9 т на рік [1, с. 2698]. За цей же період глобальне ВВП зросло в 24 рази, а дохід в перерахунку на одну людину збільшився у сім разів [2, с. 38].

Масштаб і швидкість змін глобальних сил безпрецедентні в історії людства. Тому не дивно, що зростання населення та економіки обумовлюють дестабілізацію екологічних систем.

Серед найсерйозніших проблем можна виділити нестачу ресурсів, яка зумовлена надмірним і часто нерациональним характером їх споживання. Інтенсивність використання ресурсів, особливо прісної води, лісів, верхнього шару ґрунту і морських рибних запасів тощо, на глобальному рівні перевищують природні темпи відновлення.

У доповіді Всесвітнього фонду дикої природи зазначається, що на сьогодні у світі використовується на 50 % більше ресурсів, ніж може відновити Земля. При сучасному збереженні темпів розвитку людство до 2030 року буде споживати в 2 рази більше ресурсів ніж поновлюється на планеті [3, с. 6].

Значних і небезпечних наслідків завдає недбала діяльність людини та спричинення нею екологічних катастроф. Наприклад, збитки компанії British Petroleum у результаті ліквідації наслідків

аварії на нафтовій платформі в Мексиканському заливі склали за різними оцінками від 20 до 40 млрд дол. США [4, с. 56], не враховуючи такі негативні наслідки, як: знищення біологічного різноманіття живої природи, деградація навколишнього середовища, втрата робочих місць у деяких штатах США, залежних від риболовлі та туризму.

Через невирішені проблеми навколишнього середовища світова економіка зазнає значних збитків. Екологічний огляд здійснений Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) свідчить, що до 2030 року в перспективі глобальна економіка буде зазнавати значних фінансових збитків через ліквідацію наслідків сьогодишньої екологічної ситуації [5]. Наприклад, за підрахунками ООН, збитки через вимирання лісів складають 2–5 трлн дол. США на рік. Європейські дослідження визначають втрати в результаті скорочення біологічних видів у 50 млрд євро, а в 2050 році цей показник може досягнути 14 трлн євро [6].

Згідно прогнозів ООН до 2100 року загальні втрати в результаті глобального потепління можуть скласти близько 3,4 світового ВВП щорічно. Уже сьогодні збиток від зменшення озонного шару лише для 23-х сільськогосподарських культур в Європі оцінюється в 5,72–12 млрд дол. США щорічно [7, с. 55].

Основна частина витрат стосуватиметься країн, що розвиваються, оскільки в них на галузі залежні від природних ресурсів (сільське господарство та добувна промисловість) припадає близько 2/3 зайнятих і більше 1/2 експортних надходжень, тому екологічний збиток тут означає втрату головного джерела для існування.

Однак, прогнози про вичерпання ресурсів неодноразово виявлялись перебільшеними у зв'язку з розвитком інновацій. Нові технології є ключовим елементом у вирішенні питань обмеженості ресурсів та інших природоохоронних проблем для розвитку процесів глобалізації. Інновації розширюють можливості експлуатації природних ресурсів. Для прикладу, сучасні автомобілі за всіма параметрами є більш екологічними ніж 30-40 років тому. Розвиток альтернативної енергетики також знижує потреби в імпорті енергоресурсів, так як більшість її видів (пов'язаних з використанням геотермальної, приливної, сонячної, вітрової та гідроенергії) виробляються і споживаються на місці. Тому економічне зростання в країнах, що розвиваються, наприклад у Китаї, супроводжується меншими викидами забруднюючих речовин у

навколишнє середовище, ніж це було на тій же стадії розвитку в Європі та Північній Америці, завдяки використанню досконаліших технологій.

Крім того світове економічне зростання дає додаткові фінансові ресурси для захисту навколишнього середовища. Економічні дослідження довели, що підвищення доходів населення пробуджує «екологічну свідомість». Практика показує, що занепокоєння екологічними проблемами майже відсутня в найменш розвинутих країнах. На початковому етапі економічного розвитку держави стан навколишнього середовища має тенденцію до погіршення. Із зростанням рівня життя та введення екології до складу пріоритетних цінностей, як правило, розширюється використання екологічно чистих товарів і джерел енергії, що знижує рівень забруднень. Наведена залежність відома як «екологічна крива Кузнеця» (рис. 1).

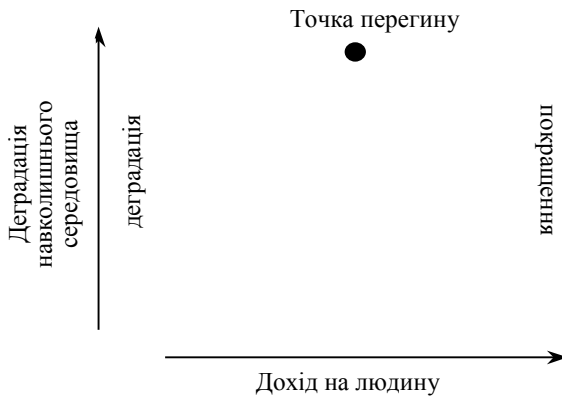


Рис. 1. Екологічна крива Кузнеця

Дослідження експертів Світового банку та вчених Гроссмана та Крюгера підтвердили, що в державах, де показник доходу на душу населення досягає 5–6 тис. дол. США (точка перегину) екологічна ситуація покращується. Наприклад, повітря в таких мегаполісах, як Лондон, Токіо і Лос-Анджелес у 50 роки XX ст. було набагато брудніше, ніж зараз. У США у XVIII–XIX ст. спостерігалось скорочення лісових масивів, але вже в XX ст. площі лісів почали зростати [8, с. 374].

У цієї теорії багато прихильників і противників. Безумовно, економічне зростання наносить шкоду для навколишнього середовища. Але вирішення даної проблеми може полягати в удосконаленні екологічної політики та формуванні «екологічної свідомості» у людей. Протягом останнього десятиліття більшість провідних світових компаній і галузей промисловості знизили свій вплив на навколишнє середовище та значно підвищили екологічність виготовлених товарів і наданих послуг.

Застосування екологічних стандартів у господарській діяльності дуже часто забезпечує економічні вигоди. Дослідження у сфері «зелених технологій» показали, що близько 80 % проектів повністю окупили себе протягом перших двох років [9]. Наприклад, компанія 3М, виконуючи вимоги законів охорони навколишнього середовища зменшила викид розчинників на 90 %, покриваючи виробу більш безпечними водяними розчинниками. У результаті фірма отримала конкурентну перевагу у розробці нового товару та суттєво прискорила надходження продукції на ринок, оскільки не потребувала необхідних дозволів і погоджень для виробів з покриттям на основі розчинників [10].

Всесвітньо відомі підприємства активно створюють та застосовують екологічні стратегії у процес виробництва. Наприклад, у компаніях Norsk Hydro та Volkswagen передбачена посада віцепрезидента з питань екології, який входить у раду управління компанією. На цю людину покладається обов'язок відстоювати екологічні принципи при розробці загальної стратегії компанії. Як правило, відповідні працівники компанії активно співпрацюють з департаментами місцевих органів самоуправління з питань екології, які виконують консультативні і контролюючі функції. Корпорація Mitsubishi створила відділ з питань охорони навколишнього середовища, який займається роз'ясненням принципів екологічної культури на підприємствах корпорації, які знаходяться у всьому світі та приймає участь у здійсненні природоохоронних проектів [11, с. 41–43]. Впровадження екологічних принципів у діяльність корпорацій часто здійснюється створенням координаційних комітетів вищого рівня. Наприклад, японська компанія SONY сформувала Раду з питань глобальної екології. У неї ввійшли чотири підкомітети: технологічний, виробничий, раціонального використання ресурсів і енергії та вторинного використання відходів.

Екологічні проблеми відкривають перед компаніями додаткові перспективи для розвитку ділової активності.

Впровадження екологічних програм у господарську діяльність підвищує конкурентоспроможність компанії. Бізнес розглядає введення екологічної складової у свою діяльність уже не як перешкоду чи невиправдані витрати, а як сферу нових можливостей. Заходи щодо охорони навколишнього середовища часто призводять до прямого зниження витрат виробництва через зменшення виробничих втрат і переробці відходів. Головна передумова виникнення таких можливостей — активне впровадження інновацій у господарській діяльності. Відзначимо додаткові можливості, які відкриваються на екологічному ринку:

- покращення існуючої продукції шляхом її адаптації до нових екологічних потреб. Багато компаній розширюють свій бізнес, адаптуючи товари чи методи виробництва до нових потреб;

- розробка принципово нової продукції і створення для цієї цілі спеціалізованих компаній. Необхідність вирішення екологічних проблем і жорстка конкуренція на ринку відкривають широкі можливості у розробці, виробництві і збуті нової продукції замість екологічно небезпечної. При цьому найбільші перспективи компаніям дає стратегія випередження. Часто фірми створюють нову продукцію із відходів виробництва;

- підвищення репутації компанії. Заходи щодо покращення навколишнього середовища позитивно впливають на репутацію компанії як серед споживачів, так і серед владних структур та інших компаній. Підприємству з хорошою репутацією легше отримати вигідний контракт чи дозвіл на розширення чи будівництво нового виробництва;

- залучення іноземних інвестицій. Швидкий розвиток ринку екологічних товарів і послуг призводить до небажання компаній впроваджувати нову продукцію, яка може застаріти швидше, ніж її продажі почнуть приносити прибуток. Для зниження ступеня ризику фірми намагаються залучити іноземних інвесторів, особливо із країн, де вже існує розвинутий ринок екологічних товарів і послуг. Крім того прямі іноземні інвестиції відкривають можливості отримання нових технологій і розширення ринків збуту.

- можливість надання екологічних послуг у формі інформаційної, консультаційної, експертної допомоги у вирішенні природоохоронних проблем, підготовки спеціалістів тощо.

Безсумнівно, що сучасною тенденцією у розвитку світової економіки є її орієнтація на екологічну безпеку. Висока конкурентоспроможність підприємств і країн обумовлюється наявніс-

тю в структурі їх виробництва та експорту передових екологічних товарів. Необхідно зазначити, що найуспішнішими на ринку екологічних технологій є компанії з найрозвинутіших країн світу. При цьому, дедалі більшу частину екологічно неприйнятних, але економічно вигідних технологій і установок, розвинуті держави виносять зі своєї території в країни, що розвиваються. У майбутньому це сприятиме деградації навколишнього середовища в цих країнах, що погіршить умови для залучення іноземних інвестицій та уповільнить економічний розвиток. Перенесення забруднень із одного регіону світу в інший не сприяє вирішенню глобальних екологічних проблем.

Світова економіка не може розвиватись далі за екологічно затратною моделлю. Різке загострення проблем навколишнього середовища гостро поставило питання про виживання людства. Таким чином, природоохоронний фактор суттєво впливає практично на всі галузі світової економіки і міжнародних відносин, та вимагає принципово іншого підходу до вирішення виникаючих у зв'язку з цим проблемами. Реалізація стратегії стійкого розвитку не можлива без розробки та впровадження екологічної політики на всіх рівнях — міждержавному, державному чи окремих компаній.

Література

1. *Krausmann F.* Growth in global materials use, GDP and population during the 20th century. // Fridolin Krausmann, Simone Gingrich etc. // *Ecological Economics*. — 2009 — 68(10) — С. 2696–2705.
2. Навстречу «зеленой» экономики: пути к УР и искоренению бедности: обобщающий доклад для представителей властных структур. — Доповідь ЮНЕП, 2011 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.unep.org/greeneconomy>.
3. *Living Planet Report 2012*. — Доповідь WWF, 2012 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://wwf.panda.org/about_our_earth/all_publications/living_planet_report/
4. *Global Trends in Sustainable Energy Investment* — Доповідь United Nations Environment Programme and New Energy Finance, 2010 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://fs-unep-centre.org/sites/default/files/media/unepgtr2010_0.pdf
5. *Environmental Outlook to 2030*. — Доповідь OECD Publishing, 2008 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.oecd.org/environment/indicators-modelling-outlooks/40202689.pdf>
6. Екология за неделю. — *ЕCOportal*: №411. 27.09.2010. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ecoportal.su/view_public.php?id=3806

7. Global Enviromental Outlook:Enviroment for Development (GEO-5). — Доповідь UNEP, 2012. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.unep.org/geo/geo5.asp>
8. *Grossman G. M., Krueger A. B.* Economic growth and the environment / G.M. Grossman, A.B Krueger// Q. J. Econ. — 1995. — № 110. — С. 353–377.
9. *Stephen J. DeCanio*, «Why Do Profitable Energy-Saving Projects Languish?» working paper, Second International Research Conference of the Greening of Industry Network, Cambridge, Massachusetts, 1993.
10. Don L. Borroughs and Besty Carpenter, «Helping the Planet and the Economy» U.S. News and World Report 110, no.11, March 25, 1991. — P. 46.
11. *Гринин, А. С.* Экологический менеджмент : учеб. пособие / А. С. Гринин, Н.А.Орехов, С. Шмидхейни. — М. : ЮНИТИ, 2001. — 206 с.

References

1. *Krausmann, F. And Gingrich, S.*, (2009) «Growth in global materials use, GDP and population during the 20th century», *Ecological Economics*, vol. 68(10), pp. 2696–2705.
2. UNEP (2011), «Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication», available at: <http://www.unep.org/greeneconomy>.
3. WWF (2012), «Living Planet Report», available at: http://wwf.panda.org/about_our_earth/all_publications/living_planet_report/
4. United Nations Environment Programme and New Energy Finance (2010), «Global Trends in Sustainable Energy Investment», available at: http://fs-unep-centre.org/sites/default/files/media/unepgtr2010_0.pdf
5. OECD Publishing (2008), «Enviromental Outlook to 2030», available at: <http://www.oecd.org/environment/indicators-modelling-outlooks/40202689.pdf>
6. ECOportal (2010), «Ecology of the week», available at: http://www.ecoportal.su/view_public.php?id=3806
7. UNEP (2012), «Global Enviromental Outlook:Enviroment for Development (GEO-5)», available at:<http://www.unep.org/geo/geo5.asp>
8. *Grossman, G. And Krueger, A.* (1995) «Economic growth and the environment», Q. J. Econ, vol.110, pp. 353–377.
9. *Stephen, J. DeCanio* (1993), «Why Do Profitable Energy-Saving Projects Languish?» working paper, Second International Research Conference of the Greening of Industry Network, Cambridge, Massachusetts.
10. Don, L. (1991). «Helping the Planet and the Economy», U.S. News and World Report 110, pp. 46–47.
11. *Grinin, A. S.* (2001), Ecological management, UNITY, Moskow, Russia.

Статтю подано до редакції 22.08.14 р.

УДК 336.76:005.591.61(5-11)(5-13)

Шлапак А.В.,

здобувач кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

СУТНІСТЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ ТА ФОРМИ ЇЇ ВИЯВУ

Shlapak A.,

researcher of international accounting and auditing,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

THE ESSENCE OF NATIONAL FINANCIAL MARKETS DIVERSIFIES AND FORMS OF ITS EXPRESSION

АНОТАЦІЯ. Досліджено сутнісний зміст категорії «диверсифікація». Узагальнено найбільш поширені на сьогодні визначення категорії «диверсифікації» та концептуальні підходи до аналізу диверсифікаційних процесів. Визначено рівні системного та комплексного процесу нарощування масштабів і урізноманітнення структури національних фінансових ринків.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: диверсифікація фінансових ринків, бізнес-структури, конгломерації, глобальний бізнес

SUMMARY. The essential content of "diversification" category is discovered. The most common definition of the "diversification" and conceptual approaches to the Diversity processes analysis summarized. The systematic and comprehensive levels of increasing scale process and diversity patterns of national financial markets were determined.

KEY WORDS: financial markets diversity, business-structures, conglomerations, global business

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На сьогодні у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі не існує єдиної універсальної концепції диверсифікації ринків, яка б повно, системно та з методологічних позицій глобалістики відображала процеси, пов'язані, з одного боку, з кількісним нарощуванням їх масштабів та капіталізації, а з другого — з продуктово-видовим, суб'єктним, технологічно-інструментальним, інституційно-регуляторним та транснаціоналізаційним урізноманітненням їх структури. З огляду на те, що «провайдером» диверсифікаційних змін

будь-якого ринку є диверсифікація діяльності його безпосередніх операторів, то переважна більшість досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів у цій царині відбиває переважно мікрорівневий «зріз» аналізу і ґрунтується на практичному досвіді суб'єктів господарювання. Однак, навіть цей досвід, будучи дуже неоднозначним і суперечливим, а також суттєво відрізняючись за галузями і сферами підприємницької діяльності, дотепер не дав змоги виробити єдину, універсальну концепцію диверсифікації ринків, здатну розкрити мотивацію та об'єктивну обумовленість диверсифікаційних процесів, особливості корпоративних стратегій їх реалізації, а також економічний ефект і результативність наслідків для суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Багато робіт вітчизняних та зарубіжних дослідників присвячено аналізу диверсифікації національних фінансових ринків, зокрема: Р. Пітс, Х. Хопкінс, К. Буз, Л. Ален, В. Гамільтон, Д. Лук'яненко, А.Поручник, Я. Столярчук та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз системної диверсифікації фінансових ринків країн.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Що стосується самої категорії «диверсифікація», то її сутнісний зміст, згідно вітчизняної Економічної енциклопедії, впливає зі значення латинських слів *diversus* (віддалений, різний) і *facere* (робити) та полягає, з одного боку, у розширенні асортименту і номенклатури продукції, що її виробляють окремі компанії у межах власної галузі (на основі збільшення числа модифікацій певного виду товару, що задовольняє попит окремих груп споживачів), а з другого — у виході бізнес-структур за межі основного бізнесу з їх проникненням у нові галузі і сфери господарювання та переходом від односторонньої виробничої структури до багатопрофільного виробництва (на основі заснування нових компаній, скуповування фірм або злиття з ними)[1]. Інакше кажучи, лінгвістична семантика категорії «диверсифікація» базується на розумінні «переходу» бізнес-структурами існуючих меж ринків, галузей і секторів, в яких вони провадять свою діяльність.

Узагальнення найбільш поширених на сьогодні визначень категорії «диверсифікація» та концептуальних підходів до аналізу диверсифікаційних процесів дає підстави стверджувати, що в останні десятиліття вони зазнали певних змін. Так, одні автори розглядають їх, переважно з погляду цілей диверсифікації діяльності компаній (зниження ризику втрат доходу і капіталу), інші — механізмів та інструментарію досягнення цих цілей (заснування компаній, що працюють у різних сферах, розширення сфер діяльності на ринках нових товарів, проникнення у нові сфери виробництва та ін.)[2]. Наприклад, Р. Пітс і Х. Хопкінс кваліфікують диверсифікацію як одночасне ведення фірмою декількох видів бізнесу; а К. Буз, Л. Аллен та В. Гамільтон — як спосіб розширення її основного бізнесу з метою зростання та / або зниження ризику, який:

- по-перше, залучає увесь обсяг наявних інвестиційних ресурсів компанії, за винятком тих, що за своїм цільовим призначенням зорієнтовані на утримання конкурентних позицій існуючого бізнесу;

- по-друге, набуває форми інвестицій у нові продукти та послуги, а також розширення сегментів існуючого ринку та завоювання нових його географічних чи інструментальних сегментів;

- по-третє, реалізується кількома способами, включаючи внутрішній розвиток компанії, придбання нових фірм, заснування спільних підприємств, укладення ліцензійних угод та ін.[2].

Свою чергою, у роботі В. Раманамьяма і П. Варадараяна «Дослідження корпоративної диверсифікації: синтез»[3] знаходимо визначення поняття «диверсифікація» як процесу входження компанії або бізнес-структури у нові сфери діяльності на основі як внутрішнього їх зростання, так і купівлі інших підприємств, що спричиняє зміни в адміністративній структурі та управлінських процесах; Ф. Котлер, К. Келлер, М. Бреді, М. Гудмен та М. Хансен трактують диверсифікацію діяльності фірми як процес розроблення та випуску нової продукції для нових ринків[4]; а А. Томпсон та А. Стрікланд — як проникнення фірми в інші галузі виробництва з метою зниження ризиків бізнес-діяльності, розширення джерел прибутків та генерування фінансових потоків за умов зниження рівня рентабельності основних видів діяльності компанії[5].

Разом з тим, незважаючи на подібні розбіжності щодо кваліфікації сутності диверсифікації бізнес-діяльності, загальноприй-

нятим і найбільш перспективним у сучасній зарубіжній науковій літературі підходом в обґрунтуванні її корпоративних стратегій є, на нашу думку, так звана *ресурсна теорія* (*resource-based view*). За своєю суттю вона являє собою широке узагальнення фундаментальної концепції виробничої функції, а саме: багатовимірне відображення виробничого процесу, що постулює наявність тісних взаємозв'язків між показниками результативності діяльності компаній і обсягами витрачених економічних ресурсів. Основною передумовою отримання компанією високих прибутків апологети даної теорії вважають всебічний розвиток її унікальності, а не дублювання моделей поведінки фірм-конкурентів. Базуючись на ґрунтовних методологічних й інструментально-економічних засадах, ресурсна теорія пов'язує процеси конкурентного розвитку компаній з ефективністю використання ними наявних ресурсів, у тому числі на основі реалізації механізмів диверсифікації економічної і фінансової діяльності[6].

У даному контексті слід відзначити, що хоча ресурсна теорія сягає своїми витокami ще класичних робіт з економічної теорії прибутку і конкуренції (зокрема праць Д. Рікардо[7] та Й. Шумпетера[8]), її найбільш ґрунтовну розробку зустрічаємо у роботі «Теорія зростання фірми»[9] (1959 р.) американської дослідниці Е. Пенроуз. Методологічна цінність цієї праці у дослідженні причин диверсифікації діяльності компаній полягає насамперед у її незаперечній діалектичній логічності, внутрішній цілісності та незаперечному прогностичному потенціалу. Йдеться про певний відхід авторки від класичної мікроекономіки і розгляд нею фірми як сукупності (або так званого «пучка») певних ресурсів. В авторській концепції фірма уявляється як неподільний фонд матеріальних і нематеріальних ресурсів, які тільки в сукупності здатні генерувати прибутки й фінансові потоки. Водночас вихідна неоднорідність ресурсів компанії, яка ще більше посилюється у процесі її фінансово-господарської діяльності, стає причиною неоднорідності результатів та «звуження» джерел зростання фірми, які, на думку Е. Пенроуз, можна знівелювати завдяки ефективній корпоративній диверсифікації на основі наявних можливостей і ресурсів компанії[10].

Дальші розробки ресурсної теорії пов'язуються з дослідженнями проблематики взаємозв'язку між видами ресурсів компаній та якістю корпоративного менеджменту, з одного боку, та їх схильністю до диверсифікації діяльності, з другого. Тут слід згадати,

зокрема, праці «Поведінкова теорія фірми» Р. Сайерта і Д. Марча; «Еволюційна теорія економічних змін» Р. Нельсона і С. Уінтера[11], а також «Організація промисловості» Дж. Річардсона [12]. Заслугує також на увагу праця К. Прахалада і Р. Беттіса «Домінуюча логіка: новий зв'язок між диверсифікацією і продуктивністю» (1986 р.)[13], в якій процеси корпоративної диверсифікації аналізуються авторами через призму впливу на них топ-менеджменту.

На початку 1990-х років ресурсний підхід оформився у новий напрямок теорії стратегічного управління і отримав потужний імпульс розвитку у фундаментальних роботах Дж. Барні, Р. Гранта, І. Дікерса, Д. Колліза, К. Кула, С. Монтгомері, Д. Тиса, Р. Рамелта і багатьох інших. Наприклад, А. Гінзберг у своєму дослідженні «Турбота про конкуренцію: від відображення до майстерності» (1994 р.)[14] звернув увагу на важливість соціокогнітивного впливу топ-менеджерів на процеси ухвалення управлінських рішень щодо диверсифікаційних проектів; а Віерсм і Бантель (1992 р.) довели, що економічний ефект процесів диверсифікації діяльності компаній напряму залежить від здатності їх менеджерів ухвалювати правильні й оперативні управлінські рішення, а також імплементувати їх у бізнес-практику[15].

Крім того, багато досліджень у царині ресурсної теорії побічно або прямо виходять з того, що фірми диверсифікують свою діяльність насамперед з метою ефективного використання надлишкових ресурсів. Крім того, їх економічні інтереси можуть лежати також у площині обміну ресурсами з підприємствами тієї ж самої галузі. Як результат — поява у фірми мотиваційних стимулів до диверсифікації діяльності з метою отримання синергетичних вигод і економічних ефектів, відтак — маємо справу з процесами пов'язаної диверсифікації як ключового мотиву для спільного використання фірмами наявних у них ресурсів.

Підтвердженням зростаючої ролі диверсифікаційних процесів у глобальному бізнесі та нарощування їх кількісних масштабів свідчить, зокрема, той факт, що на сьогодні понад 90% у списку Топ-500 найбільших корпорацій США функціонують у формі багатогалузевих концернів. При цьому переважна їх більшість мають у своєму складі у середньому підприємства 11 секторів, а наймогутніші — 30—50 секторів[1], включаючи і фінансові підрозділи (банки, страхові компанії, інвестиційні фонди та ін.). У групі 100 найбільших промислових корпорацій Великобританії

багатогалузовими є 96, Італії — 90, Франції — 84, Німеччини — 78. Навіть ТНК з яскраво вираженою галузевою вузькоспеціалізованою діяльністю одночасно випускають продукцію інших галузей[16].

Таким чином, екстраполюючи методологічні засади ресурсної теорії на діяльність операторів фінансового ринку, можна виокремити наступні *об'єктивні причини та мотиви*, що спонукають їх до диверсифікації своєї діяльності, яка, своєю чергою, є ключовою рушійною силою і «локомотивом» диверсифікації фінансових ринків:

- необхідність здійснення ефективних капіталовкладень надлишкових фінансових ресурсів, що сформувались у процесі продукування і реалізації на ринку традиційних фінансових послуг і перевищують необхідні, для підтримання конкурентоспроможності, обсяги;

- підвищення прибутковості діяльності та розширення джерел генерування додаткових фінансових потоків на основі урізноманітнення фінансових послуг або сегментів ринку порівняно з кількісним нарощуванням обсягів їх продукування у рамках традиційної їх номенклатури та широти сегментного охоплення ринків. При цьому зростання прибутковості має для фінансової компанії більш вагомий результат, порівняно з економічними ефектами від використання традиційних інструментів в рамках екстенсивної моделі розвитку, реалізація якої за умов загострення конкуренції на ринку стає просто неможливою;

- орієнтація на досягнення синергійного ефекту у витратах та доходах на основі зменшення середнього рівня витрат через продаж того самого фінансового продукту на більшому сегменті ринку або реалізацію більш складного інноваційного продукту;

- поєднання різних видів фінансових послуг для зниження потреб компаній у зовнішньому фінансуванні, убезпечення власних коштів, управління фінансовими ризиками та забезпечення їх ефективного розподілу між різними сферами фінансової діяльності;

- орієнтація на більш ефективний перерозподіл операторами фінансових ринків доходності, ризиків, ліквідності та інформації з метою отримання максимальної прибутковості фінансових операцій;

- прагнення компаній знизити волатильність своїх грошових потоків та зменшити ймовірність настання скрутного фінансово-

го становища, уникнувши у такий спосіб значних витрат, пов'язаних з процесом санації;

— недопущення конфлікту інтересів між власниками облігацій та власниками акцій, який може призвести до збитків операторів фінансових ринків.

Не слід скидати з рахунків також необхідність адекватного регулювання фінансових посередників на зміну кон'юнктури фінансових ринків, забезпечення їх виживання; можливості уникнення державного регулювання та застосування схем із «відмивання коштів».

Як системний і комплексний процес нарощування масштабів і урізноманітнення структури національних фінансових ринків, їх диверсифікація у теоретичному вимірі має відповідні *рівні*, а саме:

— горизонтальна диверсифікація, безпосередніми реалізаторами якої є суб'єкти національних фінансових ринків, котрі впроваджують комплекс заходів щодо нарощування (розширення) видів фінансових послуг, пропонованих ринку, шляхом освоєння однорідних фінансових послуг, без суттєвих секторальних змін;

— вертикальна диверсифікація, за якої оператори фінансового ринку розширюють номенклатуру фінансових послуг, запроваджуючи при цьому нові їх види в рамках традиційних ринкових сегментів;

— латеральна (бокова) диверсифікація, за якої суб'єкти фінансових ринків продукують якісно нові види фінансових послуг поза межами традиційних сегментів фінансового ринку.

Водночас диверсифікацію фінансових ринків можна розглядати й у розрізі її *превалюючих форм*, а саме:

— кількісного збільшення та урізноманітнення суб'єктів фінансових ринків — *суб'єктна диверсифікація*;

— урізноманітнення пропонованих ринку фінансових продуктів, які можуть бути пов'язані або з новими операціями і послугами (похідні цінні папери, свопи, опціони та ін.), або з удосконаленням традиційних послуг чи зміною умов їх регулювання — *продуктово-видова диверсифікація*;

— запровадження нових технологій і методик фінансово-кредитних операцій, у тому числі на основі досягнень науково-технічного прогресу та обчислювальної техніки, а також впровадження інноваційних механізмів здійснення фінансових операцій

(аналіз, синтез, прогнозування, ризик-менеджмент та ін.) — *технологічно-інструментальна диверсифікація*;

— створення нових інститутів регулювання фінансових ринків та передача частини функцій фінансового менеджменту на регіональний і наднаціональний рівень — *регуляторно-інституційна диверсифікація*;

— розширення транснаціонального сегменту національних фінансових ринків країн через розширення присутності у їх фінансових системах іноземного капіталу — *транснаціональна диверсифікація*.

При цьому слід відзначити, що хоча сучасні умови конкуренції між фінансовими посередниками передбачають урізноманітнення пропонованих ринку фінансових послуг, однак зміна кількісних (наприклад сума кредиту) або якісних (відсоткова ставка за кредитами чи депозитами, критерії щодо оцінки платоспроможності клієнта при подачі кредитної заявки, термін розгляду кредитної заявки та ін.) параметрів фінансових послуг не вважаються диверсифікацією фінансового продукту, оскільки подібні дії не призводять до створення нових його видів. Диверсифікаційним фінансовим продуктом вважатиметься лише той, що являє собою принципово нову послугу; відкриття або кардинальну зміну параметрів послуг, що надаються і які призводять до змін у методології та технології збору, оброблення, обліку та зберігання фінансової інформації.

У даному контексті слід також відзначити, що системна диверсифікація фінансових ринків є відносно новітнім явищем у світовій економічній історії. Її зародження співпало у часі з початком процесів фінансового глобалізму, а з другої половини 1970-х років вона швидко поширюється в усіх країнах і регіонах світу. Будучи закономірною реакцією фінансових інститутів на фундаментальні процеси інтернаціоналізації національних фінансових систем та посилення їх взаємозалежності, фундаментальні науково-технологічні зміни та необхідність пристосування до них бізнесу, а також загострення конкурентної боротьби за фінансовий капітал і географічні сегменти глобального фінансового ринку, диверсифікація була і залишається нині одним з найефективніших інструментів використання операторами фінансових ринків конкурентних переваг комбінування, стабілізації бізнесу та проникання у нові галузі і сфери фінансової індустрії. Подібна її якісна характеристика впливає з того, що диверсифікація, на нашу

думку, є невід'ємною складовою процесів фінансового глобалізму, а відтак — багато її елементів, форм та механізмів виникли у результаті розвитку власне фінансової сфери. Йдеться насамперед про зростання у суб'єктів світового господарства вільних грошових капіталів, які у пошуках сфер найбільш прибуткового вкладення спричиняють активізацію транскордонного переміщення інвестиційних, кредитних і фінансових ресурсів, появу нових фінансових інструментів та формування колективних валют.

Як провідна тенденція розвитку фінансових ринків країн, диверсифікація є, з одного боку, причиною, а з другого — наслідком посилення конвергенції національних фінансових ринків. Сучасний речовий зміст диверсифікації фінансових ринків країн, як базису глобальної фінансової мікроінтеграції та одного з ключових організаційно-економічних механізмів підвищення ефективності й результативності діяльності фінансових посередників, визначається насамперед *пануванням у глобальній фінансовій системі кількох десятків найбільших фінансових концернів та конгломератів*. Так, у 2013 р. загальна кількість банківських холдингів на ринку незабезпечених облігацій США становила всього 30 (у 2012 р. — 31, у 2011 р. і 2010 р. — по 29, у 2009 р. — 26), котрі здійснили 510 випусків облігаційних інструментів (447, 374, 368 та 333 відповідно)[17]. Завдяки внутрішньому зростанню та поширеній практиці злиттів і поглинань фінансові концерни та конгломерати концентрують та ефективно поєднують банківську, страхову та інвестиційну складові бізнесу; зосереджують у своїх руках всезростаючі масштаби глобального фінансового капіталу та колосальні фінансові активи, величезну армію високоосвіченої та кваліфікованої робочої сили, а також передові фінансові інновації.

Разом з тим, при віднесенні того чи іншого фінансового інституту до числа фінансових конгломератів рейтингові агенції керуються нині не тільки розмірами його активів, але і ступенем присутності у різних географічних і інструментальних сегментах глобального фінансового ринку. Яскравий приклад подібного підходу демонструє, зокрема, Директива 2002/87/ Європейського Союзу, ухвалена у 2002 р. Згідно її норм, конгломератами кваліфікуються фінансові і фінансово-промислові групи, діяльність яких відповідає такій системі критеріїв, як-от:

— наявність регульованого суб'єкта (банка, страхової чи інвестиційної компанії), який очолює групу, або принаймні одна з дочірніх компаній у групі є регульованим суб'єктом;

— хоча б один із суб'єктів групи репрезентує сектор страхування, і хоча б один — банківський сектор чи сектор інвестиційних послуг;

— консолідована та/або сукупна діяльність суб'єктів групи, що належать до сектору страхування, і консолідована та/або сукупна діяльність суб'єктів групи у банківському секторі чи секторі інвестиційних послуг є значними — встановлюється на підставі ряду фінансових коефіцієнтів, а також обсягу активів найменшого фінансового сектору групи, який має перевищувати 6 млрд. євро[18].

Ще один приклад — підхід Банку Англії, який використовує щодо фінансових конгломератів таке поняття, як «Великі складні фінансові інститути» (*Large complex financial institutions*) і на основі відповідної методики здійснює їх ренкінгування, виходячи з розміру їх часток у низці фінансових секторів:

— належність компанії до першої десятки світових компаній-андеррайтерів в акційному та облігаційному сегментах фінансового ринку;

— перебування компанії у першій десятці світових компаній-організаторів синдикуваного кредитування;

— належність компанії до першої десятки операторів світового ринку процентних похідних інструментів;

— перебування компанії у першій десятці світових фінансових компаній за доходами на міжнародному валютному ринку;

— належність компанії до першої десятки фірм за портфелем цінних паперів, що перебувають на відповідальному зберіганні [19].

Висновки. Системна диверсифікація фінансових ринків країн є закономірною реакцією фінансових інститутів на фундаментальні процеси інтернаціоналізації національних фінансових систем та посилення їх взаємозалежності, загострення конкурентної боротьби за фінансовий капітал і географічні сегменти глобального фінансового ринку. Диверсифікація є одним з найефективніших інструментів використання операторами фінансових ринків конкурентних переваг комбінування, стабілізації бізнесу та проникання у нові галузі і сфери фінансової індустрії. Її ключовими передумовами є насамперед зростання у суб'єктів 61 світового господарства вільних грошових капіталів, які у пошуках сфер найбільш прибуткового вкладення спричиняють активізацію транскордонного переміщення інвестиційних, кредитних і фінансових ресурсів, появу нових фінансових інструментів та формування колективних валют.

Література

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Відп. ред. С. В. Мочерний. — К.: Видавничий центр «Академія», 2000. — С. 344.
2. Макаров, А. В. Диверсификация как инструмент развития современного предприятия / А. В. Макаров, А. Р. Гарифуллин // Известия УрГЭУ. — 2010. — Вып. 1. — С. 27—36.
3. Ramanamujam V. Research on corporate diversification: a synthesis / V. Ramanamujam, P. Varadarajan // Strategic Management Journal. — 2006. — Vol. 10, № 6. — P.39-50.
4. Kotler Ph., Keller K.L., Brady M., Goodman M., Hansen M. Marketing Management. — Harlow, UK: Pearson, 2009.
5. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. — Учебник для вузов / пер. с 9-го англ. изд. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 248 с.
6. William, P. Wan. Resource-Based Theory and Corporate Diversification: Accomplishments and Opportunities / William P. Wan, Robert E. Hoskisson, Jeremy C. Short, Daphne W. Yiu // Journal of Management. — 2011. — № 8. — P. 48—69.
7. Рикардо Д. Принципы политической экономии и налогообложения. Сочинения [Электронный ресурс] / Д. Рикардо. — М., 1955. — Режим доступа: http://www.libertarium.ru/lib_ricardo_reader.
8. Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократия [Электронный ресурс] / И. Шумпетер. — Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/capitalizm-socializm-demokratiya/index.htm>.
9. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm. — Wiley, New York, 1959.
10. Войтехович Е. Н., Басков И. С. Диверсификация с позиций ресурсной теории, транзакционного и портфельного подходов // Вестник Амурского государственного университета. — 2012. — Вып. 59: Сер. Естеств. и экон. науки. — С. 145 (с. 143—147).
11. Нельсон, Р. Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Р. Нельсон, С. Дж. Уинтер. 2002. — 540 с.
12. Richardson G. The Organisation of Industry / G. Richardson // Economic Journal. 1972. V.82. — P. 883-896.
13. Prahalad C. K., Bettis R. A. The Dominant Logic: A New Linkage between Diversity and Performance // Strategic Management Journal. — 1986. — № 7(6). — P. 485—501.
14. Ginsberg A. Minding the competition: From mapping to mastery // Strategic Management Journal. 1994.— Winter Special Issue 15. — P. 153—174.
15. Войтехович Е. Н., Басков И. С. Диверсификация с позиции ресурсной теории, транзакционного и портфельного подходов. — [Элек-

тронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.amursu.ru/attachments/article/9526/N59_27.pdf

16. Міжнародна економіка: підручник / Д. Лук'яненко, А. Поручник, Я. Столярчук. — К.: КНЕУ, 2014. — С. 650.

17. Large Bank Holding Companies. Expectations of Government Support, July 2014. — P. 64. — [Electronic Resource]. — Available from: <http://www.gao.gov/assets/670/665162.pdf>

18. Козьменко О., Козирєв В. Трансформування банківської системи України під впливом іноземних фінансових конгломератів // Вісник Національного банку України. — 2014. — №8. — С. 14 (с. 12-18).

19. Никитина Т. В., Репета-Турсунова А. В. Финансовые рынки и финансово-кредитные институты: учебное пособие. — СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2014. — С. 68.

References

1. Economichna encyklopediia: T.1 [Economic encyclopedia] // Kyiv: «Akademia». 2000. — p.344.

2. Makarov A. V. Diversyficacia kak instrument razvitiia sovremennogo predpriatiia [Diversification as an instrument of modern business] // Izvestiia UrGEU. 2010. — p. 27-36

3. Ramanamujam V. Research on corporate diversification: a synthesis . Strategic Management Journal. — 2006. — Vol. 10, № 6. — P.39-50.

4. Kotler Ph., Keller K. L., Brady M., Goodman M., Hansen M. Marketing Management. — Harlow, UK: Pearson, 2009.

5. Tompson A. A. Strategicheskyy menedjment: koncepcii i situacii [Strategic management: concept and situation] // М: INFRA-M, 2000. — p. 248

6. William, P. Wan. Resource-Based Theory and Corporate Diversification: Accomplishments and Opportunities. Journal of Management. — 2011.

7. Ricardo D. Principy politicheskoy ekonomii i nalogooblozheniia [The principles of political economy and taxation] //М., 1955. — Retrieved from: http://www.libertarium.ru/lib_ricardo_reader.

8. Shumpeter I. Kapitalizm, socialism i demokratiia [Capitalism, Socialism and Democracy]. — Retrieved from: <http://www.bibliotekar.ru/capitalizm-socializm-demokratiya/index.htm>.

9. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm. — Wiley, New York, 1959.

10. Voitehovich E. N., Baskov I. S. Diversificaciia s posicii resursnoy teorii, transakcionnogo i portfel'nogo podhodov [Diversification from the standpoint of resource theory, transactional and portfolio approaches] // VAGU, 2012. — p. 143-147

11. Nelson R. R. Evolucionnaya teoriia ekonomicheskikh izmeneniy [The evolution theory of economic changes. 2002.
12. Richardson G. The Organisation of Industry // Economic Journal. 1972. V.82. — P. 883—896.
13. Prahalad C. K., Bettis R. A. The Dominant Logic: A New Linkage between Diversity and Performance // Strategic Management Journal. — 1986. — № 7(6). — P. 485-501.
14. Mizhnarodna ekonomika [International economy] // Kyiv: KNEU. — 2014.
15. Large Bank Holding Companies. Expectations of Government Support, July 2014. — P. 64. — [Electronic Resource]. — Available from: <http://www.gao.gov/assets/670/665162.pdf>
16. Kozmenko O, Kozyrev V. Transformuvannia bankivskoi systemy Ukrainy pid vplyvom inozemnyh finansovyh konglomerativ [Transformation of banking system of Ukraine under the influence of foreign financial conglomerates] // VNBu. — 2014
17. Nikitina T. V., Repeta-Tursunova A. V. Finansovyye rynki i finansovo-kreditnyie instituty [Financial markets and financial-credit institutions] // SPB: SPbGEU, 2014

Статтю подано до редакції 22.08.14 р.

УДК 339.92

Н. С. Німченко

*аспірант кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ І США

АННОТАЦІЯ. В статті охарактеризовано сучасний стан зовнішньоторговельних відносин між Україною та США та потенційні можливості торгівельного співробітництва. Визначено фактори під впливом яких формуються сучасний розподіл зовнішньоторговельних потоків між США та їх торговельними партнерами. Проаналізовано динаміку експортно-імпортних операцій між Україною та Сполученими Штатами Америки. Визначено причини, які негативно впливають на розвиток двостороннього торговельно-економічного співробітництва між Україною та Сполученими Штатами.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: зовнішньоторговельні потоки, експортно-імпортні операції, зовнішньоторговельне співробітництво

Н. С. Нимченко

*аспирант кафедри міжнародного учета и аудита,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ И США

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрено современное состояние внешне-торговых отношений между Украиной и США и потенциальные возможности торгового сотрудничества. Определены факторы, под влиянием которых формируется современное распределение внешнеторговых потоков между США и их торговыми партнерами. Проанализирована динамика экспортно-импортных операций между Украиной и США. Определены причины, которые негативно влияют на развитие долгосрочного торгово-экономического сотрудничества между Украиной и США.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: внешнеторговые потоки, экспортно-импортные операции, внешнеэкономическое сотрудничество

N. S. Nimchenko

*postgraduate of international accounting and auditing,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

ANALYTICAL EVALUATION OF THE CURRENT STATE OF TRADE COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND THE USA

SUMMARY. The article describes the current state of trade relations between Ukraine and the United States and the potential for trade cooperation. The factors which are formed under the influence of modern distribution trade flows between the US and its trading partners are determined. The dynamics of export-import operations between Ukraine and the United States were analyzed. The reasons that affect the development of bilateral trade and economic cooperation between Ukraine and the United States were determined.

Постановка проблеми. Процес відтворення глобального суспільного продукту реалізується нині через розгалужену і диверсифіковану систему господарських зв'язків, що формують єдине, складне «павутиння» міжнародної економічної діяльності компаній і різного роду бізнес-структур, галузей і секторів національних економік, а також територій, регіонів і окремих міст. Загальновідомо, що будь-яке торговельне співробітництво між суб'єк-

тами господарювання на міжнародному рівні завжди базується на двох началах: по-перше, його об'єктивній необхідності; а по-друге, взаємній зацікавленості сторін у його реалізації з причин наявності конкретних економічних вигод. Таким чином, багаточисленні господарські зв'язки і взаємозалежності між країнами і регіонами, будучи матеріальною основою сучасних процесів міжнародного обміну, у той чи інший спосіб завжди замикаються на міжнародному ринку і зовнішній торгівлі. Остання втілює у собі усю розгалужену сферу обміну результатами національного виробництва у масштабі світового господарства, їх реалізації і споживання на інтернаціональному рівні, а також сукупність відносин товарного і грошового обміну та свободи конкуренції.

Є всі підстави стверджувати, що зовнішня торгівля країн надає їх міжнародному економічному співробітництву постійного, стабільного і усталеного характеру, є важливим джерелом валютних надходжень в економіку, а також забезпечує урівноваження глобальної економічної системи на основі реалізації державами своїх конкурентних переваг у виробництві товарів і послуг, на яких вони спеціалізуються, а також переливу товарів і послуг у ті країни і регіони, де є їх споживачі. Не слід скидати з рахунків і той факт, що ефективна зовнішньоторговельна діяльність країн є важливим каналом їх зв'язків зі світовим господарством, дає змогу забезпечити оптимальне використання традиційних експортних та імпорتنих ринків, а також раціоналізацію платіжних балансів та ефективну інтеграцію до глобальної економічної системи. Більше того, від масштабів та структури зовнішньоторговельного обміну країн безпосередньо залежать їх позиції у глобальній моделі міжнародного поділу праці, а відтак — у сучасних національних стратегіях економічного розвитку ключовим є питання нарощування експортного потенціалу та товарних поставок країн на світові ринки з метою максимально повної реалізації їх національних економічних інтересів у міжнародній сфері.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато робіт вітчизняних та зарубіжних вчених присвячено питанням зовнішньоекономічної співпраці США з іншими країнами, а саме: О. Бабанін, Т. Гарянська, В. Мовчан та ін..

Мета статті полягає в аналізі зовнішньоекономічної співпраці України та США.

Виклад основного матеріалу. Характеризуючи сучасні зовнішньоторговельні відносини між Україною та Сполученими

Штатами Америки, слід відзначити, що вони являють собою важливу складову частину зовнішньоекономічної діяльності двох країн. За загальним обсягом міждержавних операцій у системі їх зовнішньо-економічних зв'язків торгівля посідає провідне місце, включаючи не тільки традиційні експортно-імпортні операції, але й трансакції з післяпродажного обслуговування поставлених товарів та операції у сфері міжнародної виробничої спеціалізації і кооперування виробництва.

Сучасний рівень, а ще більше потенційні можливості торговельного співробітництва України і США є достатньо масштабними й диверсифікованими, хоча Україна й успадкувала традиційну орієнтацію зовнішньої торгівлі на країн-партнерів по колишньому СРСР.

Що стосується зовнішньої торгівлі України з державами ЄС, то вона характеризується стійкою тенденцією до зростання: у період з 1996 р. до 2014 р. постійно підвищувались як обсяги експорту українських товарів і послуг до держав даного інтеграційного угруповання, так і обсяги імпорту з них до України. Як результат — частка ЄС у зовнішньоторговельному обігу нашої держави за вказаний період зросла з 21,4 до 39,8 %, в експорті — з 18,8 % до 32,1 %, а в імпорті — з 24,1 % до 39,8 % відповідно. Є всі підстави стверджувати, що подібне нарощування масштабів зовнішньої торгівлі України з Європейським Союзом повною мірою відповідає національним економічним інтересам нашої держави, оскільки даний інтеграційний блок визначає нині основні вектори економічного, технологічного й інноваційного прогресу, а також політичну стабільність в європейському регіоні на тривалу перспективу[1].

Схожі тенденції притаманні нині і для зовнішньоторговельних операцій України з державами Азії і Африки. Так, на тлі майже восьмикратного збільшення абсолютних обсягів зовнішньоторговельного обігу з державами Азії упродовж 1996—2014 рр. (з 3,7 до 28,5 млрд дол. США), їх частка зросла з 9,8 % до 22,6 %. Своєю чергою, вартісні обсяги зовнішньоторговельного обігу України з країнами Африки за вказаний період зросли у п'ятнадцять разів (з 0,4 до 5,9 млрд дол. США), а їх частка — з 1,0 % до 4,7 % відповідно.

Водночас відносною стабільністю характеризується зовнішня торгівля України з державами Америки. Незважаючи на понад триразове зростання обсягів зовнішньоторговельного обігу нашої

держави з країнами даного регіону, їх частка за вказаний період практично не змінилась і стабільно становила близько 5,0 % в експорті і 5,5 % в імпорті. Незважаючи на утвердження європейського вектора в якості пріоритетного у зовнішньоекономічній стратегії України та підписання нею Угоди про асоційоване членство в ЄС, особливе місце з-поміж країн-партнерів України по зовнішньоторговельним операціям посідають нині Сполучені Штати Америки. Об'єктивну необхідність зростання їх ролі в якості зовнішньоторговельного партнера нашої держави можна пояснити наступними чинниками.

По-перше, нагальною необхідністю для України освоєння нових ринків збуту, скорочення її залежності від ринків країн СНД та підтримання позитивної динаміки економічного зростання і рівня матеріального добробуту населення.

По-друге, можливостями для України скористатись підтримкою Сполучених Штатів щодо набуття членства в ОЕСР. Ці можливості випливають зі статусу США як найбільшого контрибутора даної організації, які формують 25 % (близько 510 млн дол. США) бюджету цієї організації [2; с. 11]. Таким чином, членство України в ОЕСР (або асоційоване членство у Комітеті ОЕСР з питань конкуренції), імплементація її положень та конвенцій у вітчизняну бізнес-практику, сприятиме запровадженню в Україні уніфікованих, єдиних «правил гри» у питаннях міжнародного співробітництва, боротьби з корупцією та експортного кредитування; підвищенню надійності вітчизняної фінансової, банківської і страхової системи; а також укладанню вигідніших угод щодо руху капіталів та прямого іноземного інвестування. Крім того, навіть без набуття членства в ОЕСР Україна за підтримки США може активно співробітничати у рамках спеціалізованих програм цієї організації, брати участь у різноманітних міжнародних заходах, що проводяться під її егідою, для обміну досвідом та вироблення рекомендацій для забезпечення сталого економічного зростання.

По-третє, через поглиблення торговельного співробітництва зі Сполученими Штатами Америки для України відкриваються перспективи підвищення рівня енергетичної безпеки та послаблення енергетичної залежності від Російської Федерації. Йдеться насамперед про виривання в останні роки США у світові лідери за показником виробництва й експорту паливно-енергетичних ресурсів. Так, у 2014 р. на США припадало понад 13,1 % світово-

го виробництва нафти та понад 21 % — газу. Крім того, Сполучені Штати утримують нині глобальне конкурентне лідерство в енергетичному секторі завдяки володінню лівовою часткою світових нафтопереробних потужностей — 18,4 % у 2014 р. (Європа і Євразія в сукупності 24,6 %, Середній Схід — 9,8 %, Південна і Центральна Америка — 6,3 %, Китай — 14,6 %, Японія — 3,9 %) та нарощування експортних поставок енергоносіїв (19,7 % і 6,4 % відповідно світового експорту нафтопродуктів і газу) [3; р. 8, 16, 19, 22, 29]. За умов наростання в останні роки політико-економічної нестабільності у Східній Європі та на Близькому Сході це дозволить Сполученим Штатам вже у найближчій перспективі суттєво послабити позиції конкурентів — Росії та близькосхідних постачальників енергоресурсів в Європу, а відтак — зменшити залежність України від російських енергопостачань.

Крім того, в сучасних умовах військових дій на Сході України і скорочення поставок вугілля на тепло- і електростанції важко переоцінити також важливість постачань американського ядерного палива в Україну, що дозволить диверсифікувати джерела постачання даного виду енергоресурсів в нашу державу. Саме це і було визначено в угоді між НАЕК «Енергоатом» та американською компанією «Вестінгауз» про збільшення поставок ядерного палива для потреб українських АЕС на період до 2020 року.

Характеризуючи причини зростання ролі США в якості зовнішньоторговельного партнера нашої держави, не можна минути увагою і широкі можливості для України скористатися перевагами, котрі відкриває Угода між США та ЄС про Трансатлантичне партнерство з торгівлі та інвестицій (*Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP*). Йдеться про те, що за умов її реалізації між Сполученими Штатами та Євросоюзом буде створено наймасштабнішу зону вільної торгівлі, яка забезпечить зближення американських та європейських норм і стандартів, а також максимально повну конвергенцію північноамериканського та європейського ринків, котрі вже сьогодні характеризуються найвищим рівнем міжрегіональної торговельної взаємодії і взаємозалежності. Водночас зростання економічної активності в регіонах Північної Америки та Європи стимулюватиме нарощування платоспроможного попиту в ЄС та США на товари третіх країн (до яких належить Україна), вироблених в рамках транснаціональних виробничих ланцюгів за участі американських і європейських суб'єктів господарювання.

З огляду на це, перед Україною, яка уклала Угоду про асоційоване членство в ЄС, за умов нарощування торговельного співробітництва зі Сполученими Штатами відкриваються широкі перспективи щодо отримання беззаперечних конкурентних переваг визнання еквівалентності в ЄС при виході на ринок США [4]. Ще одна важлива перевага ТТІР для України — це поява спільних регуляторних норм, що знизить витрати вітчизняних експортерів при виході на американський і європейський ринки.

І, нарешті, *по-н'яте*, ще одним вагомим фактором зростання ролі США в якості зовнішньоторговельного партнера України є перспективи одержати доступ до американських передових високіх технологій та прискорити інтеграцію нашої держави до міжнародних структур і організацій. Так, американські ТНК, володіючи на сьогодні лівовою часткою глобальних результатів НДДКР, посідають провідні позиції у міжнародному обміні технологіями, що здійснюється переважно каналами внутрішньо- і міжфірмового обміну. Достатньо сказати, що на частку внутрішньофірмової передачі технологій припадає нині близько 80 % усіх надходжень США від передачі технологій спорідненим компаніям; а самі Сполучені Штати посідають перше місце у світі за показником обороту глобальної торгівлі ліцензіями (28 % світового обсягу) і патентами [5]. Лідерські позиції США у міжнародному науково-технологічному обміні визначаються колосальним науково-технічним потенціалом цієї держави; найбільшими абсолютними витратами на НДДКР; ефективною інтеграцією фундаментальної і прикладної науки; концентрацією світового фінансового, технологічного, кадрового й інтелектуального ресурсів; монополізацією права на володіння, контроль і перерозподіл в межах світового господарства об'єктів інтелектуальної власності; а також ефективною системою державного регулювання норм використання винаходів, створених із залученням державних коштів або в рамках державних замовлень.

Таким чином, через розширення торгівлі між Україною і США у сфері міжнародного науково-технологічного обміну можливо суттєво підвищити рівень інноваційної місткості та технологічності вітчизняного виробництва, а також забезпечити ефективне використання ним закладених в об'єктах інтелектуальної власності науково-технічних знань. Такий висновок впливає з особливостей сучасної торгівлі науково-технічними знаннями, які полягають у тому, що передача і використання прав на інно-

вації, винаходи, промислові зразки, товарні знаки та інші об'єкти зазвичай посідаються з передачею «ноу-хау», секретів виробництва та технічної документації, а також наданням технічної допомоги та використанням удосконалених технологій виробництва. Інакше кажучи, відбувається зниження ролі чисто патентних ліцензій у сучасному міжнародному науково-технологічному обміні за одночасного зростання кількості угод про передачу «ноу-хау», частка яких становить на сьогодні близько 65 % усіх угод про передачу технологій [5]. З огляду на це, і українські, і американські бізнес-структури, незважаючи на низку ризиків і перешкод, що існують у сфері взаємної торгівлі, зацікавлені у нарощуванні її вартісних обсягів і диверсифікації структури. Підтвердженням цього є, зокрема, триразове збільшення чисельності членів Американсько-української ділової ради за останні півтора року.

Між тим, для США характерними є три чітко виражених географічних напрями зовнішньої торгівлі: американський, азійський і європейський, на які припадає лівова частка їх товарообігу, відповідно 46 %, 30 % та 17 %. Сучасний розподіл зовнішньоторговельних потоків між США та їх торговельними партнерами формуються під впливом різноманітних факторів, пов'язаних з особливостями розвитку світового господарства, станом економіки Сполучених Штатів та їх політикою на національному і міжнародному рівнях. На сьогодні США активно розвивають зовнішньоторговельні відносини з понад 230 країнами і територіями світу США, при цьому близько половини вартісних обсягів товарного імпорту (55 %) і товарного експорту (47 %) припадає всього на п'ять країн [6]. При цьому за умов помітного призупинення (після Дохійського раунду) комплексних переговорів в рамках СОТ уряд Сполучених штатів суттєво посилив увагу до розвитку двосторонньої та регіональної економічної інтеграції шляхом укладення угод про вільну торгівлю. США активно використовують нині механізми міжнародного торговельно-економічного співробітництва в рамках зон вільної торгівлі. Так, тим часом як частка країн-партнерів США по ЗВТ становить лише 7,5 % світового ВВП [7], у 2014 р. на ці держави припадало 47,1 % сукупного американського експорту та 35,3 % — імпорту.

На сьогодні США уклали угоди про вільну торгівлю з 14 країнами світу: Канадою, Мексикою (в рамках блоку НАФТА), Оманом, Перу, Республікою Корея, Колумбією та Панамою (в рамках

КАФТА-ДР), а також Ізраїлем, Йорданією, Чилі, Сінгапуром, Австралією, Марокко та Бахрейном. Тривають також переговори щодо укладення подібних угод з Таїландом, ОАЕ та Малайзією, а також щодо заснування чотирьох нових регіональних зон вільної торгівлі: Міжамериканської, ЗВТ з державами Південно-Африканського митного союзу (за участі Ботсвани, Лесото, Намібії, ПАР та Свазіленду), Андської (Колумбія, Перу, Еквадор та Болівія) та Транс-Тихоокеанської (ТТП), до якої крім США увійдуть 11 країн Тихоокеанського регіону (Австралія, Бруней, Чилі, Малайзія, Нова Зеландія, Перу, Сінгапур, В'єтнам, Японія, Канада та Мексика). За прогнозами, частка країн ТТП (разом з Японією) у світовому ВВП може досягти 38—40 % і скласти чверть обігу світової торгівлі[2; с.5].

А загалом, понад 20 % обсягів американського експорту спрямовується нині до Європи, з яких понад 80 % припадає на країни Євросоюзу. Натомість лівова частка імпорتنих закупівель США здійснюється у країнах Америки (45 %), Азії (36 %) і Європи (20 %). Водночас частка країн Близького Сходу (в експорті — 3,9 %, імпорті — 4,6 %) і Африки (2,2 % і 4,2 % відповідно) як і раніше залишається незначною. Сучасний стан платоспроможного американського ринку, який щорічно поглинає імпортованої продукції на суму понад 2 трлн. дол. США, є критично важливим для зарубіжних постачальників товарів у США. Так, тільки Китай та партнери США по інтеграційному угрупованню НАФТА у 2014 р. реалізували у Сполучених Штатах продукції на суму 1,1 трлн дол. [8].

Хоча США залишаються найважливішим торговельним партнером ЄС, однак їх частка у загальному обсязі торгівлі Євросоюзу знижується. Якщо у 2006 р. на США припадало 23,6 % експорту і 12,4 % імпорту ЄС [9], то у 2012 р. ці показники становили відповідно 17,3 % і 11,5 % відповідно [10]. Подібні зміни пов'язані як з загальним скороченням питомої ваги ЄС і США у світовій торгівлі, так і активізацією участі в ній країн з новостворюваними ринками, насамперед Китаю. Разом з тим, сучасні економічні відносини між США і Євросоюзом, на думку багатьох західних аналітиків та експертів, значною мірою детермінуються провідними тенденціями і мегатрендами глобального економічного розвитку. Йдеться насамперед про нарощування масштабів і диверсифікацію структури трансатлантичних потоків товарів, послуг і капіталу, які відбивають традиційну близькість інститутів

зовнішньоекономічних зв'язків США та Західної Європи, усталеність сформованих зовнішньоекономічних зв'язків, а також наявність значного платоспроможного попиту обох регіонів на сучасні товари та послуги[10]. Тож незважаючи на посилення тенденції щодо зниження частки ЄС у зовнішній торгівлі США і Сполучених Штатів в експортно-імпортних операціях Євросоюзу, американський вектор залишається пріоритетним у зовнішній торгівлі даного блоку.

Яскравим свідченням висококонкурентних позицій США у глобальній моделі міжнародного поділу праці є товарна структура американського експорту, основною статтею якого є машини, обладнання та транспортні засоби — близько 30 % у 2014 р. (у тому числі транспортне обладнання — 20,7 % та продукція машинобудування — 9 %). Далі слідує: електронна продукція — 14,6 %; продукція хімічної і пов'язаної з нею галузей — 14,5 %; продукція агропромислового сектору — 10,2 %; продукція енергетичної і пов'язаних з нею галузей — 10 %; метали, включаючи дорогоцінні метали та вироби з них — 10 %; мінеральні продукти, метали і вироби з них — 9,4 %. Важливими статтями експорту США є також продукція деревообробної промисловості — 2,5 %; різні промислові вироби — 3 % та інші спеціалізовані вироби — 2,8 % відповідно.

Натомість в імпорті США частка машин, устаткування і транспортних засобів становить нині понад 25 % (у тому числі транспортного обладнання — 17,2 %, продукції машинобудування — 7,9 % у 2014 р.); електронної продукції — 18,7 %; енергетичних товарів — 14,9 %; мінеральних продуктів — 8,7 %; продукції хімічної промисловості — 10,7 %; агропромислової продукції — 5,8 % відповідно [11; р. 245].

Що ж стосується динаміки експортно-імпортних операцій між Україною і Сполученими Штатами Америки, то у період з 1992 р. до 2014 рр., згідно даних Бюро перепису населення США, загальний товарообіг двох країн зріс з 395,8 до 2173,8 млн. дол. США або у 5,5 разу (за п'ять місяців 2015 р. даний показник становив 788,2 млн. дол. США), у тому числі експорт з США до України зріс з 306,6 до 1239,8 млн, а імпорт — з 89,2 до 934,0 млн відповідно [12]. Разом з тим, незважаючи на поступове розширення внутрішнього ринку України, вона посідає доволі «скромне» місце у зовнішній торгівлі Сполучених Штатів. Частка нашої держави у період з 1992 р. по 2015 р. не перевищувала 0,1 % загального

товарообороту, експорту та імпорту США, тоді як частка Сполучених Штатів у зовнішній торгівлі України значно вища і у 2014 р. становила: у зовнішньоторговельному обігу — 2,8 %, в експорті — 2,0 %, а в імпорті — 3,6 %. Вивчення масштабів, динаміки та структури українсько-іранської торгівлі дозволяє зробити ряд узагальнюючих висновків.

По-перше, упродовж 1992-2015 рр. двостороння торгівля України і Сполучених Штатів Америки розвивалася доволі нерівномірно: досягнувши найвищих темпів приросту у 1995—1997 рр. (відповідно 123,8 %, 176,9 % і 102,0 % порівняно з попереднім роком по американському експорту в Україну), у 1998—2000 рр. спостерігається певний спад взаємної торгівлі в силу насамперед невизнання України з боку США державою з ринковою економікою та збереження проти нашої держави поправки Джексона-Веніка. Ще одним вагомим фактором, що обумовив скорочення масштабів українсько-американського торговельного співробітництва у зазначених період стало запровадження з 1997 р. в Україні низки протекціоністських заходів, як-то: підвищення ставок імпортного мита; розширення переліку товарів, з яких стягується імпортне мито; запровадження нетарифного протекціонізму із кількісним обмеженням імпортних поставок та реалізацією процедур сертифікації і стандартизації продукції.

Крім того, тенденція щодо скорочення обсягів імпортних операцій України, яка з усією очевидністю окреслилась у цей період, стала логічним наслідком суттєвого зниження курсу національної валюти, а відтак — суттєвого подорожчання імпортних поставок до 60 % [13]. І тільки, починаючи з 2005 р., українсько-американська торгівля вийшла на траєкторію поступового зростання обсягів. У період з 2005 р. до 2014 р. зовнішньоторговельний обіг між Україною і США зріс з 1631,0 до 2173,8 млн дол. США, досягаючи максимальних значень у 2008 р. (4207,9 млн), 2011 р. (3595,9 млн), 2012 р. (3286,0 млн) та 2013 р. (2961,1 млн відповідно) [12].

З-поміж причин, котрі обумовили подібну динаміку зовнішньоторговельних оборотів, слід відзначити, насамперед, перерестрацію у 2006 р. Сполученими Штатами України в якості учасника Загальної системи преференцій (GSP); скасування ними торговельних санкцій проти нашої держави і зміну статусу України відповідно до законодавства США у галузі торгівлі. Так, згідно програми GSP, Україна отримала право на безмитне екс-

портування до США 3400 видів товарів, а українські компанії не сплачують мито в розмірі від 1 % до 16 % митної вартості товарів, що робить їх більш конкурентоспроможними на американському ринку. Крім того, у 2006 р. стосовно України було скасовано поправку Джексона-Веніка, а вітчизняна економіка отримала ринковий статус, що позбавило її щорічних збитків на суму від 1 до 2 млрд дол. США від численних антидемпінгових санкцій, що застосовувались США проти нашої держави[14].

Не слід скидати з рахунків також фактор підтримки з боку США вступу України до низки провідних міжнародних організацій, зокрема, Міжнародної асоціації акредитації лабораторій (*International Laboratory Accreditation Cooperation, ILAC*), що забезпечило уніфікацію національних процедур експертного оцінювання товарів (*peer-evaluation*); акредитації органів з сертифікації систем менеджменту, продукції, послуг, персоналу та інших подібних програм оцінки відповідності; а також підвищення рівня приймання продукції і послуг через національні кордони, формуючи у такий спосіб основу для підтримки зовнішньої торгівлі України шляхом усунення технічних бар'єрів.

По-друге, протягом 1994-2006 рр. зовнішньоторговельний баланс у торгівлі України і Сполучених Штатів стабільно складався на користь нашої держави, коли загальні вартісні обсяги товарообігу між нашими країнами досягалися в основному за рахунок нарощування українського експорту до США. У зазначений період це спричинило постійно зростаюче позитивне сальдо торгівлі України зі Сполученими Штатами з 143,0 до 883,7 млн дол. США. Водночас, починаючи з 2009 р., ситуація докорінно змінилась і зростання українсько-американського товарообігу почало забезпечуватись нарощуванням поставок американської продукції на український ринок.

Основними причинами, котрі обумовили падіння обсягів поставок української продукції на американський ринок, є насамперед часткове витіснення вітчизняної металопродукції через вихід на світовий ринок металу Китаю та Індії. Так, виробництво сталі в Китаї вже у 2005 р. збільшилося на 30,6 % порівняно з попереднім роком, у 2006 р. — на 17,7 %, а у 2007 р. — на 17,0 %. І дотепер Китай залишається лідером у світовому виробництві сталі, а його частка постійно зростає: якщо у 2005 р. вона становила 31,5 %, то у 2006 р. — 33,8 %, у 2007 р. — 36,3 %, у 2008 р. — 37,7 %. Що стосується Індії, то вона посідає п'яте місце серед ви-

робників сталі у світі, її частка у 2005–2008 рр. стабільно становила близько 4,0 %. Тож вихід на глобальний ринок металопродукції таких крупних гравців, як Китай та Індія, суттєво похитнули позиції українських товаровиробників на американському ринку металу та знизило їх конкурентоспроможність за ціновими показниками. Підтвердженням цього є суттєве падіння частки України у світовому виробництві сталі з 3,4 % у 2005 р. до 2,8 % у 2008 р. [13]. Як результат — хронічний дефіцит зовнішньої торгівлі зі Сполученими Штатами і наростання її негативного сальдо, яке становило у 2009 р. — 92,1 млн дол. США, у 2010 р. — 271,2 млн, у 2011 р. — 681,8 млн, у 2012 р. — 586,6 млн, у 2013 р. — 888,5 млн, у 2014 р. — 305,8 млн і за п'ять місяців 2015 р. — 15,4 млн відповідно. Як бачимо, подібна тенденція, з погляду національних економічних інтересів нашої держави, є доволі загрозовою і свідчить про те, що наявний потенціал українсько-американської торгівлі ще далеко не вичерпаний.

Висновки. Основними причинами, котрі упродовж останніх років негативно впливають на розвиток двостороннього торговельно-економічного співробітництва між Україною та Сполученими Штатами, слід відзначити насамперед:

- скорочення в нашій державі виробництва основних груп експортних товарів через збереження високих ставок податків та банківських кредитів, а також військову агресію збоку Російської Федерації;

- низьку конкурентоспроможність вітчизняної продукції на американському ринку та слабкість механізмів державної підтримки вітчизняного експорту на ринку США, включаючи диверсифікацію та нарощування експортних поставок українських товарів з високою доданою вартістю;

- недосконалість регуляторної бази українсько-американського співробітництва, зокрема у фінансовій та податковій сфері, сільському господарстві та митній справі;

- слабкість розвитку секторального співробітництва України і США насамперед в агропромисловій та біотехнологічній сфері, а також розробці найсучасніших інноваційно-технологічних рішень;

- низьку маркетингову активність українських підприємств на ринку США насамперед з презентації експортних можливостей вітчизняного виробництва, інвестиційної привабливості галузей і секторів вітчизняної економіки, налагодження взаємовигід-

них ділових контактів між українськими та американськими компаніями і різного роду бізнес-структурами.

Окремо слід відзначити також слабкий захист інтелектуальної власності в Україні, незгармонізованість американських й українських стандартів та процедур сертифікації продукції, а також існуючі тарифні та нетарифні обмеження у торгівлі України зі Сполученими Штатами. Крім того, дотепер неврегульованою залишається проблема щодо запровадження Сполученими Штатами антидемпінгових обмежень на окремі види української продукції.

Таким чином, максимально повне використання Україною зовнішньоторговельного потенціалу в економічному співробітництві зі Сполученими Штатами Америки вимагає системної підтримки розвитку вітчизняного експортного потенціалу, яка б включала комплекс взаємопов'язаних нормативно-правових, фінансово-економічних і організаційних заходів та забезпечила б підвищення ефективності українсько-американського торговельного співробітництва.

Література

1. Convergence and divergence in Europe: Polish and Ukrainian cases: монографія. — К.: КНЕУ, 2013. — С. 429.
2. Інформаційний бюлетень з економічних питань Відділу з економічних питань Посольства України у Сполучених Штатах Америки. — №23, Серпень-жовтень 2014 р
3. BP StatisticalReviewofWorldEnergy, June 2015. — [Electronic Recourse]. — Availablefrom:<http://www.bp.com/en/global/corporate/about-bp/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>
4. Мовчан В. Трансатлантична зона вільної торгівлі. Виклики та можливості для України // Європейська правда, 8 серпня 2015 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/07/27/7036267/>
5. Зименков Р. И. США на мировом рынке технологий // Россия и США в XXI веке. — Электронный научный журнал. — 2014. — №1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=401>
6. Золотова Е. В. Торгово-экономические отношения Соединенных Штатов Америки и Боливарианской Республики Венесуэлы // Россия и Америка в XXI веке. — 2015. — №2. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=449>

7. Зони вільної торгівлі на початку XXI століття: монографія / О. І. Шнирков, А. С. Філіпенко, А. П. Румянцев та ін.; за ред. О. І. Шниркова, В. І. Муравйова. — К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. — С. 338.

8. The Year in Trade 2014. Operations of the Trade Agreements Program. 66-th Report. — United States International Trade Commission, July 2015. — PublicationNumber: 4543. — P. 250.

9. Емельянов С. В. США в международной торговле // Россия и Америка в XXI веке. — Электронный научный журнал. — 2014. — № 1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=402>

10. The EU in the world 2014. A statistical portrait. — Eurostat Statistical books. — Publications Office of the European Union, 2014. — P. 94.

11. The Year in Trade 2013. Operations of the Trade Agreements Program. 65-th Report. — United States International Trade Commission, July 2014. — PublicationNumber: 4481. — P. 209.

12. Бюро перепису населення США. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c4623.html>

13. Горянська Т. В. Зовнішня торгівля України та її місце у світовій економічній системі // Стратегічні пріоритети, №2 (19), 2011 р. — С. 177-183.

14. Бабанін О. Проблеми двосторонньої торговельно-економічної співпраці України і США. Відділ економічної та соціальної стратегії Національного інституту стратегічних досліджень. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/13.htm>

References

1. Convergence and divergence in Europe: Polish and Ukrainian cases: К.: KHEU, 2013.

2. Informaciyniy buleten z ekonomichnyh pytan viddilu z ekonomichnyh pytan posolstva Ukrainy u Spoluchenyh Shtatah [Newsletter Economic Affairs Department of Economic Affairs Embassy of Ukraine to the United States], august-october 2014

3. BP Statistical Review of World Energy, June 2015. Retrieved from: <http://www.bp.com/en/global/corporate/about-bp/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>

4. Movchan V. Transatlantychna zona vilnoii torgivli. Vyklyky i mozhlyvosti dlya Ukrainy [Transatlantic free trade zone. challenges and opportunities for Ukraine] / — Retrieved from: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/07/27/7036267/>

5. *Zymenkov R. I.* SSHA na mirovom rynke tehnologii [USA on the world technology market]. — Retrieved from: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=401>

6. *Zolotova E. V.* Torgovo-economicheskie otnosheniia Soediniennyh Shtatov Ameriki i Bolivarianskoi Respubliki Venesuely [Trade and economic relations between USA and Venezuela Republic]. — Retrieved from: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=449>

7. Zony vilnoii torgivli na pochatku XXI stolittya [Free trade zones on the beginning of XXI century] // VPC «Kyivskyi Universytete», 2013

8. The Year in Trade 2014. Operations of the Trade Agreements Program. 66-th Report. — United States International Trade Commission, July 2015. — PublicationNumber: 4543. — P. 250.

9. *Emelyanov S.V.* SSHA v mezhdunarodnoi torgovle [USA in the international trade]. — Retrieved from: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=402>

10. The EU in the world 2014. Astatisticalportrait. — Eurostat Statisticalbooks. —PublicationsOfficeoftheEuropeanUnion, 2014.

11. TheYearinTrade 2013. Operations of the Trade Agreements Program. 65-th Report. — United States International Trade Commission, July 2014. — PublicationNumber: 4481.

12. Biuro perepysu naseleennia SSHA [The US Census Bureau]. — Retrieved from: <http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c4623.html>

13. *Horianska T. V.* Zovnishnia torgivlia Ukrainy ta ii misce u svatviiu ekonomichnii systemi [Foreign trade of Ukraine and its place in the global economic system]// Stratehichni priorityty, 2011

14. *Babanin O.* Problemy dvostoronnoi torgovelno-economichnoi spivpraci Ukrainy ta SSHA [Problems of bilateral trade and economic cooperation between Ukraine and the USA]. — Retrieved from: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/13.htm>

Статтю подано до редакції 14.08.14 р.

IV. Фінанси та кредит

УДК 336.711(477+100)+336.01-044.372

*Щеглюк М.С., аспірант
кафедри менеджменту банківської діяльності,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

ПОЛІТИКА РЕФІНАНСУВАННЯ БАНКІВ: ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

*Shchegliuk M., Postgraduate student
Department of management of banking activities
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman*

REFINANCING BANK POLICY: NATIONAL PRACTICE AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто основні принципи використання політики рефінансування центральним банком комерційних банківських установ. Проведено аналіз ефективності застосування механізмів рефінансування та їх обсяги з 2008 по 2014 рр. Проаналізовано динаміку облікових ставок центрального банку Англії та Європейського центрального банку. Надано пропозиції щодо ефективного використання політики рефінансування комерційних банків для забезпечення їх потреби в ліквідних коштах.

KEYWORDS: refinancing, banking system, the refinancing rate, Central Bank, financial crisis, discount rate, National Bank of Ukraine.

ANNOTATION. The article reviews main principles of using of Central Bank refinancing policy of commercial financial establishments. We analyzed the efficacy of refinancing mechanisms and their volumes from 2008 to 2014. The dynamics of discount rates of Central Bank of England and European Central Bank are analyzed. We are given the proposals for effective use of refinancing policies of financial establishments to ensure their needs in liquid assets.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: рефінансування, банківська система, ставка рефінансування, центральний банк, фінансова криза, облікова ставка, Національний банк України.

Постановка проблеми. Сучасні виклики нестабільної геополітичної та економічної ситуації в Україні зумовлюють потребу в ефективному застосуванні інструментів грошово-кредитної політики, посиленні вимоги з боку стійкого функціонування банківської системи та врегулювання проблем з ліквідністю банківських установ, таким чином актуальності набуває питання розробки ефективних шляхів реалізації механізму рефінансування комерційних банків з урахуванням несприятливих тенденцій посткризового розвитку економіки.

Аналіз останніх досліджень. Вітчизняні науковці у своїх дослідженнях приділяють значну увагу проблемам застосування та реалізації інструментів грошово-кредитної політики, одним з них є рефінансування комерційних банків. Так, вітчизняні науковці та практики: Базилевич В. Д., Міщенко В. І., Мороз А. М., Науменкова С. В., Пуховкіна М. Ф., Савлук М. І., значну увагу приділяли розкриттю сутності політики рефінансування.

Проведений аналіз наукових праць даних авторів показав, що на сьогодні є різні підходи до визначення проблем рефінансування, а також досі не виявлено єдиного підходу до застосування політики рефінансування в умовах посткризового розвитку економіки в країні.

Постановка завдання. Метою статті є проведення аналізу сучасних проблем реалізації і пошук оптимально дієвих шляхів розвитку політики рефінансування в Україні.

Виклад основного матеріалу. Політика рефінансування комерційних банків — це один з найефективніших інструментів грошово-кредитної політики, який використовується Національним банком України та центральними банками інших країн. Серед вітчизняних науковців є певні розбіжності у тлумаченні поняття «політика рефінансування». Так, одні науковці виділяють основну думку, що рефінансування — це видача кредитів для підтримки ліквідності [4], інші, що рефінансування — це забезпечення комерційних банків додатковими резервами на кредитній основі [11]. На нашу думку, політика рефінансування — це регулярні операції центрального банку для підтримки ліквідності комерційних банків, шляхом надання останнім коштів на кредитній основі з обов'язковою умовою повернення у встановлений регулятором термін. Таким чином, проведений аналіз дає змогу окреслити основні визначення поняття «політика рефінансування» (рис. 1).

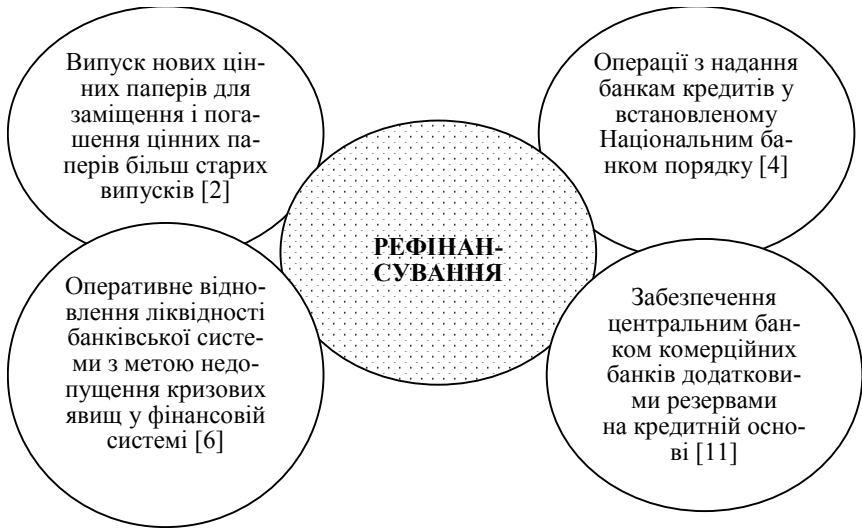


Рис. 1. Визначення поняття рефінансування¹

Важливим питанням для визначення ставок рефінансування є дослідження теоретичного аспекту їх функціонування. Так, у світовій практиці встановлення ставок рефінансування має схожі риси з практикою в Україні, але характеризується певними відмінностями. Так, Refinancing Tender — ставка рефінансування є мінімально можливою для заявок на залучення коштів у тендері Європейського центрального банку, станом на 11.06.2014 року вона складає 0,15 %. ЄЦБ кожні два тижні проводить тендер на розміщення коштів, що є необхідним для підтримки ліквідності у грошовій системі. Рішення про зміну основних відсоткових ставок у Європі приймає Управляюча рада Європейського центрального банку (Governing Council).

Bank Rate — відсоткова ставка, за якою Банк Англії пропонує кредити за схемою геро (з англ. reposession — повторний вступ до володіння), тобто Банк Англії купує у банків короткострокові облігації з умовою продажу їх тим же банкам через встановлений термін. Рішення про зміну основних відсоткових ставок у Великій Британії приймає Комітет з грошової політики Банку Англії (Monetary Policy Committee) на своїх щомісячних засіданнях. За-

¹ Деталізовано автором.

сідання Комітету проходить протягом двох днів. Остання зміна Bank Rate відбулася 05.03.2009 року, вона зменшилась до 0,5 % з 1,0 %. (рис. 2)

В Україні Національний банк здійснює рефінансування банків шляхом проведення кількісного або процентного тендера. Тендери проводяться щосередини з періодичністю: три середи підряд — рефінансування строком до 14 днів; одна середа — рефінансування строком до 90 днів [9].



Рис. 2. Динаміка основних видів процентних ставок в Україні та Європі

Джерело: побудовано автором за даними [1; 5; 7].

Для регулювання ліквідності комерційних банків, а також управління монетарною політикою НБУ здійснює рефінансування за обліковою ставкою, яка з 15 квітня 2014 року становить 9,5 %. Відповідно до Постанови правління Національного банку України від 14 квітня 2014 року № 212 «Про регулювання грошово-кредитного ринку» [10] було прийнято рішення про встановлення процентної ставки за кредитами рефінансування, які надаються відповідно до механізму оперативного підтримання ліквідності банків на рівні подвійної облікової ставки Національного банку України, дане підвищення мало на меті стримування інфляційних процесів і збалансування ситуації на грошово-кредитному ринку України, а також збільшення внутрішньої вар-

тості національної грошової одиниці за рахунок застосування важелів процентної політики.

Проаналізуємо історичний аспект процесу рефінансування НБУ у період з 2007 року по теперішній час. У 2007 році, спостерігалась ситуація коли обсяги рефінансування у порівнянні з 2008 роком зросли з 2,5 млрд грн до 169,5 млрд грн, а облікова ставка в свою чергу збільшилась з 8,0 % у 2007 році до 12,0 % у 2008 році (рис. 3). Дана ситуація була зумовлена необхідністю термінової підтримки ліквідності банків на належному рівні з метою уникнення кризи неплатежів, забезпечення вчасного виконання зобов'язань банків перед вкладниками, а також з початком першої хвилі фінансової кризи.

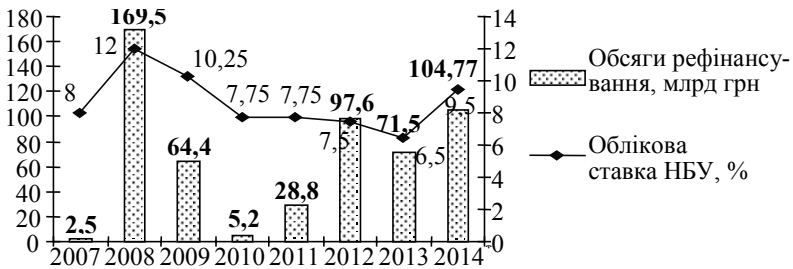


Рис. 3. Динаміка загальних обсягів рефінансування та облікової ставки² НБУ 2007–2014 *(за 5 місяців 2014 року) рр.

Джерело: Складено автором на основі [7].

У 2008 році через мінливість макроекономічних умов, що мали місце упродовж року, НБУ протягом перших трьох кварталів проводив стриману політику рефінансування, а облікову ставку відповідно було підвищено до 12 % з метою зменшення впливу зовнішньої фінансової кризи та забезпечення стабільності банків. НБУ активно кредитував банки, використовуючи механізм підтримки ліквідності на основі програм фінансового оздоровлення. Загальний обсяг рефінансування у 2008 році становив 169,5 млрд грн (у 2007 році — 2,5 млрд грн). Частка рефінансування у загальному обсязі випущених в обіг платіжних засобів становила 77,7 %.

У 2009 році спрямованість політики НБУ з рефінансування банків визначалася виходячи із ситуації на грошовому ринку. Так,

² На кінець кожного періоду.

більша частина операцій із рефінансування була проведена у першому півріччі — 55,8 млрд грн (86,7 %), коли на грошовому ринку внаслідок відпливу коштів з банків мав місце дефіцит ліквідності. Процентна політика Національного банку була спрямована на утримання вартості грошей на достатньому рівні з метою стимулювання повернення вкладів у банківську систему. Середньозважена ставка за операціями рефінансування в цілому за 2009 рік становила 16,7 % річних і була позитивною відносно фактичного рівня інфляції (індекс споживчих цін становив 12,3 %).

Рефінансування банків упродовж 2011 року Національний банк забезпечував підтриманням ліквідності банків шляхом надання банкам кредитів овернайт через постійну лінію рефінансування, кредитів рефінансування строком до 14 та до 90 днів, а також проведенням операцій прямого репо.

Операції Національного банку України з надання кредитів рефінансування у 2012 році становили 97,6 млрд грн, що у 3,5 разу більше ніж за 2011 рік, а також у 0,7 разу більше ніж у 2010 році. Із загального обсягу операцій обсяг операцій прямого репо — у 2012 році склав близько 60 %, або 56,6 млрд грн, а у 2011 близько 82 %, це є найбільший показник за останні роки та пояснюється тим фактом, що значна частка операцій репо у структурі операцій рефінансування банків була зумовлена потребами розвитку ринку державних цінних паперів (рис. 4).

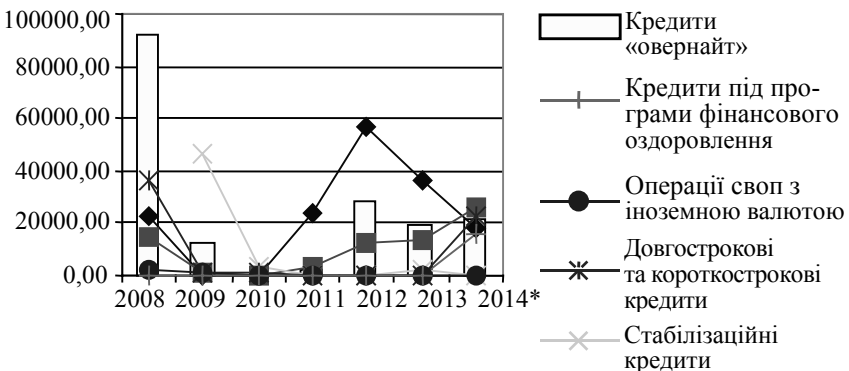


Рис. 4. Динаміка механізмів та обсягів рефінансування НБУ комерційних банків 2008–2014* (за 5 місяців 2014 року) рр.

Джерело: Складено автором на основі [7].

У 2012 р. загальний обсяг кредитів рефінансування наближався до обсягів кризового 2008 р. і становив 97,6 млрд грн, що на 68,7 млрд грн більше, ніж у попередньому році. Причиною зростання такого обсягу кредиту стала поточна дефляційна динаміка. Таким чином, у 2012 р. НБУ видавав нові кредити швидше, ніж банківська система встигала погашати старі. Слід зауважити, що великі суми рефінансування були видані проблемним банкам, які перебували на межі ліквідації.

Для регулювання ліквідності комерційних банків, а також управління монетарною політикою, у 2012 році НБУ здійснює рефінансування за обліковою ставкою, яка становить 6,5 %, що на 1 п.п менше, ніж на початку 2013 року та за середньозваженою ставкою за всіма інструментами 15,66 % (7,15 % — 2013 р.).

У 2013 році Національний банк України проводив стриману економічну політику на фоні політичної нестабільності в Україні, яка в свою чергу була спрямована на вдосконалення роботи фінансово-кредитних механізмів. Було проведено політику поступового зменшення облікової ставки до 6,5 %, розширено перелік видів забезпечення за кредитами рефінансування та надано банкам більшої гнучкості в управлінні власною ліквідністю за рахунок оптимізації вимог до формування обов'язкових резервів. Також НБУ активно застосовував провідний світовий досвід щодо удосконалення засад проведення процентної політики через посилення дієвості коридору процентних ставок овернайт.

На початку 2014 року відбулось зростання вартості рефінансування насамперед через надання Національним банком України довгострокових кредитів під програми фінансового оздоровлення окремих банків, обсяг яких за п'ять місяців поточного року склав 16476,34 млн грн, (17,2 % у загальному обсязі рефінансування). Зазначені кредити надавалися під 18,4 % річних, а їхній обсяг становив 25,1 % від загального обсягу наданого рефінансування. Крім того, у лютому на 8,1 п.п зросла вартість кредитів, наданих шляхом проведення тендера, — до 14,6 % річних.

Висновок і перспективи подальших розвідок у даному напрямку:

Проведений аналіз політики рефінансування комерційних банків в умовах сьогодення дає змогу зробити висновок, що Національний банк проводить активну політику щодо використання

своїєї функції, як кредитора останньої інстанції, збільшує обсяги кредитів у періоди банківської кризи.

На сьогодні Національний банк повинен:

— використовувати міжнародну практику у питаннях рефінансування відповідно до якої будь-який банк, у разі потреби, має можливість отримати кредит центрального банку;

— проводити активну політику щодо доопрацювання нормативно-правової бази, з метою її направленості на оперативне рефінансування банків в умовах кризових явищ;

— покращити механізм контролю та забезпечити прозорість процесу рефінансування банків;

Перспективи подальших розвідок тематики дослідження можливо сформулювати у таких положеннях:

— необхідне цільове спрямування ресурсів рефінансування та посилення відповідальності банків за використання цих ресурсів;

— необхідно удосконалити політику рефінансування, створивши умови для формування довгострокових ресурсів в економіці (збільшити строки рефінансування для банків, які спрямовують ресурси на вирішення інноваційних завдань);

— першочерговий доступ до кредитів рефінансування НБУ повинні мати ті банки, які кредитують проекти у пріоритетних секторах економіки.

Література

1. Банк Англії (статистика) [Електронний ресурс] / Bank of England // Офіційний сайт // Банку Англії. — Режим доступу:

<http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/default.aspx>.

2. Банковський словарь [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://banker.ua/glossary/1916>.

3. Буковинський С. А. Досвід використання інструментів рефінансування в монетарній політиці Європейського центрального банку / С. А. Буковинський, В. Корнівська // Вісник Національного банку України. — 2010. — № 3. — С. 7–13.

4. Глосарій банківської термінології НБУ

http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123604.

5. Європейський центральний банк (статистика) [Електронний ресурс] / The European Central Bank // Офіційний сайт Європейського центрального банку. — Режим доступу:

<http://www.ecb.europa.eu/stats/monetary/rates/html/index.en.html>.

6. Лобозинська С. М. Шляхи вдосконалення державного регулювання ліквідності банківської системи України // Банківська справа. — 2011. — № 3. — С. 11–20.

7. Національний банк України (річні звіти) [Електронний ресурс] / Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/doccatalog/list?currDir=36453>
8. Національний банк України (статистика) [Електронний ресурс] / Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. — Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162&cat_id=36674.
9. Положення про регулювання Національним банком України ліквідності банків України // Постанова Національного банку від 30.04.2009 р. № 259. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0410-09>.
10. Постанова правління Національного банку України від 14 квітня 2014 року № 212 «Про регулювання грошово-кредитного ринку» — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0212500-14>
11. Центральний банк та грошово-кредитна політика / [Мороз А.М., Пуховкіна М.Ф., Савлук М.І., Алексеєнко М.Д. та ін.]; За ред. А.М. Мороза і М.Ф. Пуховкіної. — К.: КНЕУ, 2005. — 556 с. — С. 439–448.

Reference

1. Bank of England (statistics) [electronic resource] / Bank of England // Official site // Bank of England. — Mode of access: <http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/default.aspx>.
2. Dictionary by the bank [electronic resource] — Mode of access: <http://banker.ua/glossary/1916>.
3. *Bukovina S. A.* Experience with refinancing instruments in the monetary policy of the European Central Bank / S. A. Bukovina, V. Kor-nivska // Proceedings of the National Bank of Ukraine. — 2010. — № 3. — P. 7–13.
4. Glossary of banking terms NBU http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123604.
5. European Central Bank (statistics) [electronic resource] / The European Central Bank // The official website of the European Central Bank. — Mode of access: <http://www.ecb.europa.eu/stats/monetary/rates/html/index.En.html>.
6. *Lobozynska S.M.* Ways of improving state regulation of liquidity in the banking system of Ukraine // Banking. — 2011. — № 3. — P. 11–20.
7. The National Bank of Ukraine (annual reports) [electronic resource] / National Bank of Ukraine // The official site of the National Bank of Ukraine. — Mode of access: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/doccatalog/list?currDir=36453>

8. The National Bank of Ukraine (statistics) [electronic resource] / National Bank of Ukraine // The official site of the National Bank of Ukraine. — Mode of access:

http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162&cat_id=36674.

9. Regulations on the National Bank of Ukraine bank liquidity Ukraine // NBU Resolution of 30.04.2009 № 259. — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0410-09>.

10. Decree of the National Bank of Ukraine № 212 of 14 April 2014 «On regulation of the monetary market» — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0212500-14>

11. The central bank and monetary policy / [Moroz A.M., Puhovkina M.F., Savluk M.I. Alekseenko M.D. and others.]; Ed. A.M. Moroz and M.F. Puhovkina. — K.: MBK, 2005. — 556 p. — p. 439 — 448.

Статтю подано до редакції 18.09.14 р.

УДК 336.719

Куць Н.В., здобувач кафедри менеджменту
банківської діяльності,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ У МЕЖАХ ЗАГАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Kuts N., PhD candidate
Banking management department
Kyiv National Economic University
named after V. Getman Kyiv, Ukraine

TO GIVE CONFIDENCE IN THE BANKING MARKET WITHIN THE OVERALL STRATEGY OF COMMERCIAL BANKS

АНОТАЦІЯ. У статті аналізується поточний стан та основні тенденції зміни обсягів ресурсів домогосподарств у банківській системі України протягом першого півріччя 2014 року, аналізуються причини зниження ресурсів населення на банківських рахунках. Як один з факторів скорочення цих ресурсів розглядається довіра населенню до банківського сектора у цілому та окремих банків зокрема. Розглядається поняття «довіра», її рівень в Україні та інших країнах світу, основні фактори, що впливають на її формування та причини її зниження у банківському секторі. Автор вирізняє три групи причини, що призводять до падіння довіри на

ринку фінансових послуг і фінансового сектору. На основі аналізу запропоновано основні напрями відновлення, формування та підтримки довіри у межах загальної стратегії банку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Внутрішня довіра, довіра, прихильність, лояльність, замученість, відносини з клієнтами.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается текущее состояние и основные тенденции изменений объемов ресурсов физических лиц в банковской системе Украины на протяжении первого полугодия 2014 г., анализируются причины существенного сокращения ресурсов населения на банковских счетах. В качестве одного из факторов сокращения этих ресурсов рассматривается доверие населения к банковскому сектору в целом и отдельным банкам в частности. Рассматривается понятие «доверие», ее уровень в Украине и других странах мира, основные факторы, которые влияют на ее формирование и причины снижения в банковском секторе. Автор выделяет три группы причин, которые приводят к падению доверия на рынке финансовых услуг и финансового сектора. На основе анализа предложены основные направления восстановления, формирования и поддержки доверия в рамках общей корпоративной стратегии банка.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Внутреннее доверие, доверие, лояльность, вовлеченность, взаимоотношения с клиентами.

ANNOTATION. The article considers actual situation and the main trends of private individual's resources in the banking system of Ukraine during the 1st half of 2014, analyses the behavior reasons which led to decrease of these resources. Besides, the author examines the term «trust», its level in Ukraine and other countries throughout the world, main factors, which influence trust establishment and the reasons of its decrease in a banking sector. Three main groups of the trust decrease reasons in a banking and financial service market are proposed to define. On the base of analyses the main directions of trust renovation, establishment and support within a corporate bank strategy are proposed.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Addiction, internal trust, involvement, loyalty, trust, client relationship.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями: Одним з найважливіших і найскладніших стратегічних завдань будь-якої банківської установи є формування та підтримка якомога високого рівня довіри з боку власних клієнтів. Адже саме довіра є одним з найважливіших факторів, що впливають на поведінку спо-

живачів під час вибору банківської установи, прийняття рішення про придбання послуги або, навпаки, припинення співпраці із одним банком та перехід на обслуговування у інший.

Водночас, фінансові кризи останнього десятиріччя дуже негативно вплинули на рівень довіри споживачів по всьому світу, особливо в Україні, де останні політичні та економічні події призвели до кризи довіри у банківському секторі, наслідками чого стало суттєве погіршення ліквідності банківського сектору та окремих банківських установ, майже повна зупинка кредитування реального сектору економіки та домогосподарств, а також банкрутства низки банківських установ і відповідно необхідність компенсації вкладів з боку держави.

За таких умов причини кризи довіри, фактори її формування та шляхи її відновлення у довгостроковій перспективі набувають особливої актуальності. Тоді як недостатня увага до цього або розуміння як у теорії, так і на практиці призводить до поглиблення цієї кризи, повного зникнення довіри і відповідного погіршення фінансового стану окремих банківських установ, втрати ними клієнтської та відповідно ресурсної бази, критичного зменшення ліквідності та платоспроможності.

Аналіз основних досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми, котрим присвячується стаття. Проблема низького рівня довіри до банківського сектора та необхідності її формування та підтримки стала особливо актуальною майже у всіх розвинутих європейських країнах після Світової кризи 2008–2009 рр. Проте, саме це питання завжди було ключовим у дослідженнях і запровадженні моделей маркетингу взаємовідносин, що є необхідною передумовою ефективного ведення бізнесу у сфері послуг, та особливо у фінансовому секторі. Найбільший вклад у дослідження цього питання зроблено С. Кові, Т. Кремом, Р. Феникс, Р. Певерелли та іншими; серед вітчизняних дослідників цьому питанню приділяли увагу І. Лютий, О. Солодка, А. Нікітін тощо.

Мета статті (постановка завдання). Дослідити зміст поняття довіри на ринку банківських послуг, виявити причини зниження рівня довіри у банківському секторі з боку споживачів і наслідки для банківських установ, а також фактори її побудови та шляхи відновлення.

Виклад основного матеріалу. За останні шість місяців в Україні на тлі політичних, економічних і фінансових кризових явищ у споживчій поведінці населення відбулися певні зміни,

перш за все, у якості, структурі та обсягів споживання різноманітних товарів та послуг. У першу чергу такі зміни з'явилися у фінансовому та банківському секторі, що є найчутливішими та найуразливішими до будь-якого роду змін і негараздів у суспільстві.

Першим свідченням зміни споживацьких настроїв і поведінки у банківському секторі стало суттєве скорочення споживання банківських продуктів, що передбачають строкове співробітництво, а саме — отримання позик і збереження коштів на банківських рахунках. так, за даними Національного банку Україна, за перше півріччя п.р. загальний обсяг коштів фізичних осіб, включаючи кошти у іноземній валюті, на рахунках у банківському секторі України скоротилися на 13,4 млрд грн або на 3 %, при чому скорочення за другий квартал досягло 17, 6 млн грн, або майже 4 %. При цьому скорочення відбувалося у всіх регіонах і в усіх групах банків за класифікатором НБУ. Найбільше відносне скорочення спостерігалось у Групі великих банків (II Група Класифікатора НБУ) — 8,5 % з початку року (12,9 % за другий квартал), на другому місці за обсягом відтоків коштів фізичних осіб — була група невеликих банків (III Група) — 3,8 % з початку року та майже 6 % за другий квартал [9].

Таблиця 1

**СКОРОЧЕННЯ КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ
У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ У ПЕРШОМУ ПІВРІЧчі 2014 р., %**

Група	Скорочення коштів фізичних осіб, січень—червень, 2014	Скорочення коштів фізичних осіб, квітень—червень, 2014
I Група «Найбільші банки»	-1,35	-1,61
II Група («Великі банки»)	-8,5	-12,9
III Група («Невеликі банки»)	-3,8	-6
IV Група («Маленькі банки»)	-0,06	-1,51
Всього по системі	-3,87	-3,03

Джерело: За даними фінансової звітності НБУ [9]

Хоча фактичне скорочення коштів домогосподарств у банківському секторі було набагато більшим, адже наведені показники

не враховують переоцінки валютних коштів населення внаслідок підвищення офіційного курсу гривні до долара США та євро. При цьому, лише гривневі кошти скоротилися з початку року на багато більше — на 12,5 % або майже на 32 млрд грн.

Зрозуміло, що таке суттєве скорочення обсягів ресурсів у банківській системі, відповідно, вплинуло на обсяги активів банківської системи, формування нею резервів, і значно погіршило стан і перспективи кредитування економіки та домогосподарств, а також ліквідність і фінансових стан як окремих банківських установ, так і всієї банківської системи України у цілому. Адже саме кошти домашніх господарств є одним з найважливіших джерел формування ресурсних баз банківської системи, та незважаючи на високий ступінь волатильності — самою стабільною складовою: станом на 1.01.2014 року частка коштів приватних осіб у загальному обсязі коштів клієнтів у банківському секторі складала 63 %, на 1.07.2014 р. — 62 %. А відтак, сталі тенденції із суттєвого скорочення коштів домогосподарств у банківському секторі потребують від банківського сектора реалізації певних ініціатив та проєктів, спрямованих на відновлення ресурсної бази, заміщення та залучення нових ресурсів домашніх господарств [9].

Найпоширенішими заходами із залучення коштів фізосіб з боку банківських установ в умовах певної ринкової нестабільності, підвищеної інфляції та скорочення ліквідності банківської системи є перегляд цінової політики, інколи продуктових складових і посилення комунікацій із просування вказаних продуктів на ринок. Отже, до таких традиційних «антикризових» маркетингових ініціатив можна віднести такі (табл. 2).

Таблиця 2

**ТИПОВІ ІНІЦІАТИВИ З КОРОТКОСТРОКОВОГО
ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ**

№ п/п	Ініціатива Проєкт	Термін дії / ефект	Рівень дії / ефекту	Складова комплексу маркетингу
1	Підвищення ставок за короткостроковими депозитами	Короткий	тактичний	Ціна
2	Зменшення строків депозитів (інколи до 1—2 тижнів порівняно із стандартними строками 1, 2, 3 місяця)	Короткий	тактичний	Продукт

Закінчення табл. 2

№ п/п	Ініціатива Проект	Термін дії / ефект	Рівень дії / ефекту	Складова комплексу маркетингу
3	Підвищення процентних ставок закладами «До запитання» (із можливістю зняття коштів без обмеження терміну вкладу)	Короткий	Тактичний	Ціна
4	Введення та збільшення привабливості мультівалютних вкладів (із можливістю конвертації валюти вкладу в іншу валюту за певним курсом за виконання певних умов)	Середній	Тактичний	Продукт
5	Запровадження/посилення програм лояльності для існуючих клієнтів, що зазвичай також передбачає нарахування додаткових процентних пунктів до депозитної ставки	Довгий	Тактичний/ Стратегічний	Продукт / Ціна
6	Реалізація рекламних кампаній з просуванням вказаних або інших спеціальних пропозицій, здатних створити додану цінність депозитних продуктів для потенційних споживачів	Короткий / Середній	Тактичний / Стратегічний	Комунікації

Джерело: систематизовано автором за результатами [13]

Отже, основні зусилля банків та ініціативи з укріплення ресурсної бази та залучення нових коштів з боку існуючих і потенціальних нових клієнтів сконцентровані здебільшого на тактичних короткострокових діях з потенційним короткостроковим ефектом на рівні окремих складових комплексу маркетингу, перш за все, ціні, параметрах існуючих або модифікованих продуктів і технологіях просування, спрямовані на інтенсифікацію залучення клієнтів для подальшого розміщення коштів. Проте, для того, щоб витрати часу та коштів на розробку та просування вказаних або інших ініціатив були дійсно ефективними та відби-

валися у бізнес-результатах, необхідно чітко фактори, через які споживачі змінюють свою поведінку по відношенню до одного чи іншого продукту, особливо якщо йдеться не про разові зміни, а дійсно про середньо- та довготермінові тенденції. Зрозуміло, що дослідження та припущення поведінки споживачів, їхніх потреб і вподобань, чинників, що впливають на процеси прийняття ними рішення та покупки потребує якісних і кількісних маркетингових досліджень. Як показують багаторічні дослідження банківських роздрібних ринків у різних країнах міжнародною дослідницькою компанією ГФК, основними факторами вибору банку, початку та припинення співробітництва з банківськими установами фізичними особами є, по-перше, потреба споживачів у банківській послугі або обслуговуванні у цілому, а по-друге, рівень довіри до фінансової стабільності у банківському секторі та окремих банківських установ, важливість якого останнім часом помітно збільшилася.

Це дає нам можливість зробити висновок про те, що поведінка споживачів стосовно окремих банківських продуктів, зокрема вкладних із розміщення тимчасово вільних ресурсів на банківських рахунках, також знаходиться під впливом вказаних факторів — рівня потреби у вказаній послугі та довіри до фінансового сектору у цілому та конкретної банківської установи. Для того, щоб оцінити фактори зменшення потреби, звернемося до класичної теорії накопичення А. Сміта, згідно з якою здатність або можливість накопичення капіталу індивідом залежить від наявності у нього додаткових запасів, що залишаються вільними після споживання у середньостроковій перспективі та можуть бути перетворені на капіталу. Відповідно, до цього будь-яку зменшення додаткових запасів — за рахунок збільшення ресурсів, потрібних для споживання, або скорочення доходів веде до зниження здатності до накопичення капіталу.

Таким чином, найсуттєвішим фактором зниження попиту приватних осіб на вкладні банківські послуги, зміни поведінки та відповідного скорочення обсягів продажів депозитних продуктів банками, що повинен братися до уваги, є погіршення здатності українських споживачів до накопичення, погіршення їхнього фінансового стану та платоспроможності протягом останніх місяців. Перш за все, за даними Держкомстату України, у першому кварталі 2014 р. знизився рівень зайнятості українського населення — з 66,6 % до 65,3 %, відповідно, було зафіксовано зрос-

тання безробіття — з 8,6 % до 9,3 % порівняно з першим кварталом 2013 р. незважаючи на те, що наявний дохід у першому кварталі п.р. було зафіксовано на 3,6 % більше ніж у аналогічному періоді 2013 р. середньомісячний наявний дохід у розрахунку на 1 особу значно скоротився — із 2180,6 грн у 2013 році до 1911,5 грн у 2014 році. Номінальна заробітна плата у січні — липні 2014 р. порівняно з аналогічним періодом 2013 р. зросла на 5 %, проте індекс реальної заробітної плати зменшився на 1,7 % (без урахування АРК і м. Севастополя) [12].

Ці тенденції знайшли своє відповідне відображення і у структурі доходів — витрат українських споживачів. Як показує аналіз структури доходів, майже усі її складові — заробітна плата, прибутки, змішані доходи, доходи від власності, соціальна допомога залишилися без змін. Водночас, у структурі витрат українських споживачів, то на початку 2014 року придбання товарів на послуг виросло із 82,1 % до 84, %, частка поточних трансфертів і податків зросла з 7,1 % до 7,8 %, тоді як заощадження скоротилися з 8,6 % до 5,1 %, тобто більш ніж на 3 %, що уповні відповідає середньому скороченню вкладів домашніх господарств за вказаний період [12].

Проте, як уже вказувалося раніше, окрім фінансової здатності до накопичення другим дуже важливим фактором зберігання коштів приватними особами у банківському секторі також залежить від ступеня їхньої довіри до банківського сектору у цілому, та до окремих банківських установ, який на даний час залишається на дуже низькому рівні. Як свідчать результати дослідженням Noblet Media CIS у цьому році серед забезпечених жителів України, за рівнем довіри до ведення бізнесу та прийняття правильних рішень, банки посідають лише дев'яту позицію серед основних секторів економіки, разом із алкогольними напоями та продуктами і напоями для дітей. Відповідно, значно більшою довірою користуються техніка і технології, зв'язок і комунікації, розваги та шоу-бізнес, сільське господарство — усі майже в 1,5—2 рази, а також промисловість, одяг, засоби масової інформації (як бізнес), енергетика, нафта і газ. Відстають за цим показником від банків лише продукти та напої для дорослих, будівництво, фармацевтика, страхові компанії та медицина [11].

Необхідно відзначити, що майже аналогічна ситуація спостерігається глобально майже у всьому світі, перш за все у високо розвинутих країнах, зокрема у Великобританії та Німеччині. Так, за даними Барометру довіри Едельмана за 2014 рік, цього року як

і раніше фінансовий сектор продовжує демонструвати майже найнижчий рівень довіри порівняно з іншими секторами економіки. З понад 30 тис. респондентів з 27 країн світу довіру фінансовому сектору продемонстрували лише 50 %, зокрема банкам 51 % (+1 % порівняно з 2014 р.), тоді як технологічний сектор викликав довіру 79 % респондентів (+2 %); споживча електроніка 75 % (+2 %); напої та продукти питания — 76 %, телекомунікації — 67 % [10]

Проте, для виявлення причин зниження довіри та шляхів її побудови, підтримання та відновлення, необхідно визначитися з тим, що саме розуміється під цим поняттям, його сутнісні характеристики та риси. На конференції Американської Асоціації маркетингу у Дубліні у 1997 році П. Гурвиц було презентовано наступне визначення довіри: «Довіра — це стан, що включає довірчі позитивні очікування відносно мотивів іншої людини по відношенню до себе у ситуаціях, пов'язаних з ризиком» [2, с. 122]. Дослідники іспанської школи IESE пропонують розуміти довіру як зв'язок, що включає готовність опинитися у складній ситуації по відношенню до дій іншої людини, засновану на позитивних очікуваннях, що стосуються намірів і поведінки цієї людини. Такі очікування з'являються у результаті прямих або непрямих вражень від спілкування з іншою людиною, минулої взаємодії з нею або персональних спостережень. Відповідно, кожний наступний позитивний приклад або досвідом такого спілкування, взаємодії або спостереження підвищує довіру [5, с. 37]. Отже, якщо в основі довіри лежать позитивні очікування відносно мотивів, намірів, поведінки, то зниження або перманентно низький рівень довіри до банківського сектора означає відсутність у споживачів саме таких очікувань по відношенню до банківських установ, особливо у потенційних негативних або кризових умовах.

Можна виділити кілька причин низької довіри банківського сектору, а саме — сутнісні, ситуативні та стратегічні. Сутнісна причина полягає у специфічній природі послуг у цілому — невідчутність/нематеріальність, мінливість якості та неможливість збереження, а також відсутність власності на послуги, або, як указують деякі автори — неможливість патентування. При чому різні послуги мають різні характеристики, зокрема, різний ступінь невідчутності [3, с. 719]. І саме фінансові послуги — банківські, страхові, і цінними паперами — визна-

ються науковцями найневідчутнішими, адже виступають результатом невідчутних дій з невідчутними об'єктами згідно з класифікацією Ф. Ловелока. На відміну, наприклад, від транспортних або оздоровчих послуг, що є результатом відчутних для споживача дій, або ремонт та утримання обладнання, що є результатом відчутних дій, направлених на товари та інші фізичні об'єкти [4, с. 2].

Відтак, ці властивості послуг слугують джерелом невпевненості споживача у кінцевому результаті — у задоволенні потреби або відповідності послуги цим потребам, бажанням або очікуванням, або взагалі знижують ці очікування, а відтак створюють ризики. Як вказує Л. Романенко, «банківські послуги мають такі властивості: неосяжність, незбереженість, неможливість накопичення і гарантії стабільності якості послуги. Тому сфера банківських послуг вважається високоризиковою сферою діяльності. На її думку, суттєвим фактором, що підтверджує ризикованість і який є відмінною особливістю банківських послуг, також вважається їх патентна незахищеність, що історично склалася у міжнародному масштабі» [6, с. 81]. До того ж, банківські послуги є одними із найскладніших для навчання клієнтів і подальшого споживання, потребують від споживача додаткових зусиль і компетенцій, а відтак підвищують ризики помилок і втрат. Деякі автори навіть пропонують відносити банківські послуги до професійних послуг.

Американський маркетолог Д. Блайт також обґрунтовує, що, з точки зору споживача, ризик, пов'язаний із придбанням послуги, буде неодмінно вище ніж ризик, пов'язаний із придбанням фізичного продукту. Адже до моменту покупки фізичний товар можна спробувати або протестувати, а після покупки — повернути, якщо він не влаштовує споживача, має скриті або наявні дефекти, не витримав гарантійного терміну тощо. Тоді як у разі придбання / користування послугами аналогічні дії не є можливими для споживачів, які відповідно відчують підвищений потенційний ризик збитків або втрат [1, с. 81].

Як наслідок, найочевиднішим наслідком таких властивостей послуг взагалі та зокрема банківських є підвищений ступінь потенційного фінансового ризику відносин із постачальником послуг і споживання їхніх послуг для споживачів, що відповідно впливає на процес прийняття ними рішень і рівень довіри до постачальників таких послуг. Відповідно, ці та інші сутнісні риси

фінансових послуг призводять до апріорі пониженого рівня довіри споживачів як до самих продуктів і послуг, так і до постачальників цих послуг. При цьому, як свідчить Барометр довіри Едельмана, чим менше відчутність фінансових послуг і вище їхня складність для споживача, тим менший рівень довіри виказують до них споживачі. Так, рівень довіри до кредитних карток і платежів у поточному році було зафіксовано на рівні 52 %, страхові послуги — 47 %, до фінансових консультацій та управління активами — всього 46 % [10]. Загалом, фактори, пов'язані із щоденним обслуговуванням, у першу чергу, саме з характеристиками та властивостями послуг, за даними дослідницької компанії Market Response, впливають у сукупності на 40 % рівня довіри споживачів, тобто є доволі суттєвою складовою побудови та підтримання клієнтської довіри [5, с. 49].

Друга, ситуативна причина зниження довіри пов'язана із нестачею загальної фінансової стабільності та стабільності окремих банківських установ, наявність і підтримка якої є головною умовою довіри до фінансового сектору або взагалі із кризовими явищами, що мають безпосередній наслідок на фінансовий стан споживачів фінансових послуг. Проте, регулярні фінансові кризи на внутрішньому ринку, банкрутства багатьох банківських установ та їхніми наслідками, інфляції та девальвації національної грошової одиниці та загальному дуже низькому рівню довіри до держави та інституцій, що у неї працюють. Згідно із вказаним дослідженням Market Response, серед 13 факторів, що впливають або визначають ступінь довіри споживачів до банківських установ, найважливішою є саме фінансова стабільність, що визначає 20 % рівня споживчої довіри [5, с. 49]. При цьому, погіршення фінансової стабільності надійності, як загальне на ринку, так і окремої фінансової установи, терміново впливає на рівень довіри споживачів та їхню поведінку, у т.ч. на процес прийняття ними рішень щодо вибору постачальника фінансових послуг і фактори, що впливають на таке рішення. «Під час економічного підйому вони концентрувалися на минулих результатах, але сьогодні вимушені брати до уваги значно більшу кількість факторів. Фінансова стабільність постачальника послуг, а також якість і ступінь прозорості інформації для інвесторів стають у наші дні значно важливішими, а результати роботи у минулому і розмір комісійних відходять на другий план», стверджують Р. де Фенікс і Р. Певереллі [5, с. 49].

Значущий вплив фінансової нестабільності на рівень довіри до фінансового сектору також показують дослідження барометру довіри Едельмана, згідно з якими найменший рівень довіри зафіксовано саме в країнах ЕМЕА, що найбільше постраждали від фінансової кризи 2008–2009 рр. та їхніх наслідків. Отже, до групи країн з рівнем довіри до 35 % респондентів увійшли Ірландія, Німеччина, Італія, Іспанія, Франція, Польща, до групи з рівнем довіри від 35 % до 50 % увійшли США, Великобританія, Нідерланди, Австрія, Аргентина, Турція тощо. Водночас, країни з найменшими наслідками фінансової кризи, перш за все країни АРАС, продемонстрували рівень довіри понад 60–70 %, зокрема: Китай — 76 %, Індія — 70 %, Малайзія — 69 %, ОАЕ — 68 %, Сінгапур — 66 %, Мексика — 63 % [9].

І третя причина зменшення довіри — стратегічна, пов'язана із стратегіями розвитку банків, у т.ч. спрямованими на формування і управління відносинами з клієнтами. Так, у межах існуючих стратегій, на думку корейського банкіра-аналітика Банка Кореї Dosoung Choi, у діяльності банків можна вирізнити п'ять основних напрямів, що призвели до суттєвого погіршення довіри споживачів до банків по всьому світу: нечесні та непрозорі дії, відсутність чіткої спрямованості внаслідок надто великої уваги та зусиль з прискорення операційних та інших процесів, фокусування на акціонерів в ущерб інтересам споживачів, орієнтація управління ризиками на продукт, тобто всередину організації, а також великий ступінь складності продуктів і послуг фінансового сектору для споживачів [5, с. 29]. Аналогічної думки дотримується С. Деннінг, особливо наголошуючи на фокусуванні банківських установ лише на інтересах акціонерів та отриманні прибутку як стратегічній меті. Саме це на його думку, вимусило банкірів по всьому світу запроваджувати складні для розуміння, непрозорі з точки зору умов та ціни продукти, збільшувати комісійне навантаження на клієнтів, розповсюджувати неправдиву інформацію та ігнорувати дійсні потреби та інтереси споживачів [8].

Вочевидь, указані причини зниження або руйнування довіри до установи є комплексними та охоплюють майже усі стратегічні і тактичні аспекти банківської діяльності. Отже, для того, щоб розробити та запровадити ефективний комплекс заходів із відновлення довіри, необхідно чітко усвідомлювати, які саме фактори або атрибути довіри є найважливішими та найпріори-

тетнішими для споживачів, які з них знаходяться, на думку споживачів, на достатньому рівні, а які потребують негайного реагування — вдосконалення, впровадження або навпаки відмови від експлуатації.

Індекс довіри, розроблений Дослідницьким форумом з фінансових послуг Ноттінгемського університету, передбачає два рівні довіри: низького та високого рівня. Високий рівень — довіра до цінностей компанії, її соціальної відповідальності та рівні турботи про інтереси своїх клієнтів. При цьому, як показують дослідження за допомогою цього індексу, у цілому фінансові організації отримують доволі високі оцінки їхніх здібностей та досвіду [5, с. 50].

Це також підтверджує Барометр довіри Едельмана, що пропонує розглядати 16 атрибутів, що формують довіру та можуть бути угруповані у п'ять кластерів, проранжованих за важливістю для респондентів з точки зору формування довіри: «Прихильність» або «Лояльність» банку до клієнта, «Чесність», «Продукти та продажі», «Цілі» та «Операції». При розкладанні цих кластерів на матрицю «важливість — достатність/наявність», у глобальному дослідженні 2014 року кластер атрибутів «Продукти та продажі» утримувався у квадранті «важливий-достатній», кластер «Операції» — знизився до квадранту «достатній-неважливий» (після зниження важливості порівняно із 2013 роком), а атрибути квадранту «Цілі» попадає у квадрант «неважливий і недостатній». Водночас, у квадранті «важливий і недостатній», що як раз є квадрантом можливостей, попадають два перших кластери — «Чесність» і «Прихильність», а відтак саме це є стратегічною зоною першого пріоритету для створення та відновлення довіри банківськими установами, що потребує найбільшої уваги, зусиль та інвестицій. До вказаних найважливіших кластерів включаються такі атрибути. «Прихильність/лояльність» банку характеризує його готовність до прислуховування до потреб та інтересів клієнта, пріоритетність інтересів клієнтів порівняно з отриманням прибутків; ставлення до клієнтів; відповідальне ставлення до працівників, регулярна та чесна комунікація стосовно стану бізнесу окремої установи. А другий кластер — «Чесність» передбачає прозорі та чесне ведення бізнесу, згідно з етичними нормами та відповідні дії з елімінації кризових явищ [9].

Виходячи з цього, ми можемо зробити висновок про необхідність суттєвих змін, спеціальних проектів або ініціатив з віднов-

лення або побудови довіри на усіх рівнях стратегії розвитку банківської установи — як загальної корпоративної стратегії, так і функціональних стратегій, і стратегій окремих бізнес-одиниць у контексті залученості та інтегрованості банківської установи. При чому саме взаємовідносини з клієнтами, турбота про його інтереси, чесність і прозорість є набагато важливішими для клієнтів ніж продуктові та цінові атрибути.

По-перше, суттєвих змін потребують загально корпоративні стратегії банків, основною метою яких є отримання прибутку будь-якими засобами та методами. Як вказує С. Деннинг, прибуток треба розглядати як результат банківської діяльності, тоді як метою може слугувати лише створення доданої вартості для своїх клієнтів. У такому разі, банківські бізнес-одиниці та окремі підрозділи отримають можливість відмовитися від операцій і проектів, які або ігнорують інтереси клієнтів, або відверто порушують їх; комунікаційна політика, маркетинг і продажі зможуть стати прозорішими та чеснішими, а відтак — повніше відповідати або навіть перевищувати очікування споживачів [8].

По-друге, відповідної ревізії та вдосконалення потребують функціональні стратегії та організаційні процеси, що охоплюють або впливають на щоденну взаємодію працівників із клієнтами. Як підкреслюють Р. де Фенікс і Р.Певерелли, «довіра не виникає автоматично. Вона є наслідком великої кількості актів взаємодії. Лише після того, як клієнт кілька разів отримає позитивні враження від спілкування з банком, довіра почне відновлюватися, а споживачі — поступово робити кроки назустріч банку» [5, с. 51]. У цьому контексті особливо важливими заходами, що допомагають побудувати довіру, зокрема, є регулярність і постійність позитивних контактів з клієнтами, що збільшує кількість отриманих ними позитивних досвідів або доказів виконання банком очікувань та обіцянок; різноманітність каналів, через які відбуваються такі контакти, але з обов'язковим переважним фокусуванням на особистий контакт; відкритість доступу до інформації та максимальна об'єктивність консультацій клієнтів; готовність до вирішення проблем і врахування проблем у суспільстві [2, с. 123]. При цьому дуже важливим є проактивний підхід, що передбачає впровадження механізмів і здійснення заходів, спрямованих на уникнення факторів і ситуацій, що можуть у майбутньому призвести до зниження довіри.

І по-третє, з метою втілення наведених ініціатив і доведення їх до споживачів перегляду та вдосконалення, особливо під час кризи та після неї потребує політика управління персоналом, внутрішній маркетинг і комунікації, спрямовані на відновлення внутрішньої довіри працівників до бренду, керівництва та його рішень, власних колег, а також їхньої моральної мотивації й прихильності до бренду та його цінностей. Адже саме це є необхідною умовою для побудови та відновлення зовнішньої довіри з боку клієнтів, без виконання якої будь-які зусилля та інвестиції у відновлення зовнішньої довіри будуть короткостроковими, фрагментарними, а гірше — неефективними.

Це можна пояснити кількома факторами. З одного боку, рівень лояльності або прихильності працівників безпосередньо впливає на ефективність і продуктивність бізнесу. Як показують дані UK Gallup, у компаніях із порівняно високим ступенем лояльності продуктивність бізнесу на 18 % вище ніж у компаніях з низкою лояльністю, а загальна прибутковість — на 12 %. Низька ж лояльність призводить до збільшення текучості кадрів на 30–50 % і, відповідно, відбивається на ефективності роботи персоналу.

З іншого боку, криза та загальна фінансова нестабільність негативно вплинули також і на внутрішню довіру банківського персоналу, у т.ч. до власних брендів, керівництва, колег. Особливо, за умови прийняття таких заходів, як скорочення персоналу, зниження заробітних плат, обмеження на певні банківські операції. Відповідно знизився і рівень мотивації та лояльності банківського персоналу, якість і продуктивність його праці. При цьому, саме персонал банку, особливо, задіяний у процесах обслуговування клієнтів, автоматично бере участь у виробництві та споживанні послуг клієнтами, а подекуди виступає головним, або навіть єдиним представником банку в очах клієнта. А оскільки основою довіри є постійна взаємодія банку і клієнта, можна стверджувати, що відновлення довіри здебільшого і базується на взаємодії клієнта та працівників банку.

Зрозуміло, що ці та інші заходи потребують набагато більше зусиль, часу та коштів, ніж короткострокові рекламні або маркетингові заходи, що не передбачають кардинальних змін ані в загальній стратегії банку, ані у маркетинговій, продуктивній стратегії ті ін. Проте, підтримання довіри власних клієнтів і фо-

рмування довірчих відносин з новими та потенційними клієнтами можливо лише на постійній основі із залученням усіх ланок менеджменту та функцій цих підрозділів банку за умови включення відповідного напрямку в стратегії розвитку банку. Безумовно, кризові явища, загальна фінансова нестабільність у країні, або системні проблеми на рівні банківського сектора так чи так призводить до погіршення довіри та відповідних змін споживачьких настроїв і наступної за цим поведінки, спрямованою на власний захист і мінімізацію фінансових ризиків, наприклад, розподіл споживачами коштів між різними банками, скорочення вкладів і переведення накопичень у готівкову форму, продаж найнезахищеніших валют і фінансових інструментів та ін. Однак лише ті банківські установи, які фокусуються саме на побудові довірчих, чесних і прозорих відносин із клієнтами, застосовують проактивний підхід у побудові та захисту як внутрішньої, так і зовнішньої довіри, будуть захищенішими у кризові та після кризові періоди від змін поведінки своїх клієнтів і втрати їхньої довіри.

Література

1. *Блайт Дж.* Основи маркетинга: Пер. з 2-го англ. вид. — К.: Знання-Прес, 2003 — 493 с.
2. *Крэм Т.* Клиенты, имеющие для Вас значение. Как построить взаимоотношения с наиболее ценными из ваших клиентов / Пер. с англ.— Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. — 296 с.
3. *Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг.* / Пер. с англ. — 2-е евр. изд. — М.; СПб.; К.: Издат. дом «Вильямс», 1998. — 1056 с.
4. *Павленко А.Ф., Решетнікова І.Л., Гончарова І.І.* Формування комплексу маркетингових комунікацій на ринку банківських продуктів: Монографія. — К.: КНЕУ, 2005. — 248 с.
5. *Регни де Феникс, Роджер Певерелли.* Финансовые услуги: перезагрузка. пер. с англ. П. Миронова. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 384 с.
6. *Романенко Л.Ф.* Банківський маркетинг: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 344 с.
7. *Ткаченко Л.В.* Маркетинг послуг: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 192 с.

8. *S. Denning*. How Can Bankers Recover Our Trust?. — 2nd of June, 2013. — <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2013/02/06/will-we-ever-trust-bankers-again/>
9. <http://www.bank.gov.ua>
10. <http://www.edelman.com>
11. <http://www.nobletmedia.com>
12. <http://ukrstat.gov.ua>
13. <http://www.trackallbanks.ua>

References

1. *Blayt Dzh*. Osnovi marketinga: Per. z 2-go angl. vid. — K.: Znannya-Pres, 2003 — 493 s.
2. *Krem T*. Klientyi, imeyushchie dlya Vas znachenie. Kak postroit vzaimootnosheniya s naibolee tsennymi iz vashih klientov / Per. s angl.— Dnepropetrovsk: Balans-Klub, 2003. — 296 s.
3. Osnovy marketinga / F.Kotler, G.Armstrong, D.Sonders, V. Vong. / Per. s angl. — 2-e evr. izd. — M.; SPb.; K.: Izdat.dom «Vilyams», 1998. — 1056 s.
4. *Pavlenko A.F., Reshetnikova I.I., Goncharova I.I.* Formuvannya kompleksu marketingovih komunikatsiy na rinku bankivskih produktiv: Monografiya. — K.: KNEU, 2005. — 248 s.
5. *Regni de Feniks, Rodzher Peverelli*. Finansovyye uslugi: pere-zagruzka., per. s angl. P.Mironova. — M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2012. — 384 s.
6. *Romanenko L.F.* Bankivskiy marketing: Pidruchnik. — Kiyiv: Tsentr navchalnoyi literaturi, 2004. — 344 s.
7. *Tkachenko L.V.* Marketing poslug: pidruchnik. — Kiyiv: Tsentr navchalnoyi literaturi, 2003. — 192 s.
8. *S. Denning*. Now Can Bankers Recover Our Trust? — 2nd of June, 2013.— <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2013/02/06/will-we-ever-trust-bankers-again/>
9. <http://www.bank.gov.ua>
10. <http://www.edelman.com>
11. <http://www.nobletmedia.com>
12. <http://ukrstat.gov.ua>
13. <http://www.trackallbanks.ua>

Статтю подано до редакції 25.09.14 р.

УДК 334.012.61-022.51:658.27

Буряк Л.Д., к.е.н., професор
Павліковський А.М., к.е.н., професор
Кремпова Н.Л., к.е.н., доцент,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Beet L., Ph.D., Professor
Pavlikovska A.M., Ph.D., Professor
Krempova N.L., Ph.D., associate professor
Kyiv National Economic University
named after V.Getman

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF FIXED MEANS SMALL BUSINESSES

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто стан основних засобів суб'єктів малого підприємництва, показники, які характеризують ефективність використання основних засобів суб'єктів малого підприємництва. Проведено аналіз фондівддачі досліджуваних малих підприємств у динаміці, обґрунтовано необхідність оновлення основних засобів на новій технічній основі, показано взаємозв'язок між фондівддачею і рівнем рентабельності основних засобів та їх вплив на кінцеві результати суб'єктів малого підприємництва, наведено динаміку зміни прибутку від реалізації продукції залежно від зміни вартості основних засобів досліджуваних малих підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: фондівддача, рівень рентабельності основних засобів, прибуток від реалізації продукції, інвестиційний розвиток, самофінансування, коефіцієнт зносу основних засобів.

ABSTRACT. The paper considers the assets of small businesses, parameters characterizing the efficiency of plant and equipment of small businesses. The analysis of assets surveyed small businesses in the dynamics, the necessity of fixed assets on a new technical basis, shows the relationship between capital productivity and profitability of fixed assets and their impact on the outcomes of small businesses, given the dynamics of changes in profits from sales in depending on changes in the value of fixed assets surveyed small businesses.

KEYWORDS: capital productivity, profitability of fixed assets, income from sales, investment development, self-financing, the rate of depreciation.

Постановка проблеми. Основні засоби — один із найважливіших активів суб'єктів малого підприємництва і ефективно їх використання прямо впливають на кінцеві результати господарської діяльності. Рациональне використання основних засобів і виробничих потужностей суб'єктів малого підприємництва сприяє поліпшенню всіх техніко-економічних показників, у тому числі: збільшення випуску продукції, зниженню її собівартості, трудомісткості вироблюваної продукції.

Мета статті — аналіз стану й ефективності використання основних засобів суб'єктів малого підприємництва в ринкових умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Для забезпечення відтворення основних засобів важливе значення має вивчення його використання.

Використання основних засобів є важливим фактором підвищення ефективної діяльності суб'єктів малого підприємництва. У процесі виробництва основні засоби зношуються фізично і старіють морально. Рівень фізичного зносу основних засобів визначається в процесі нарахування амортизації. Цей процес можна розглядати в кількох аспектах: по-перше, як метод визначення поточної оцінки не зношеної частини основних засобів; по-друге, як спосіб віднесення на готову продукцію одноразових витрат на основні засоби; по-третє, як спосіб нагромадження фінансових ресурсів для заміщення виведених з виробничого процесу основних засобів або для вкладення коштів у нове виробництво.

До показників ефективності використання основних засобів належать: фондівдача основних засобів, рентабельність основних засобів, абсолютна сума прибутку на одну гривню основних засобів.

Основним показником, що характеризує ефективність використання основних засобів, є фондівдача.

Проведений аналіз фондівдачі досліджуваних суб'єктів малого підприємництва свідчить, що за аналізований період вона зменшується (табл. 1).

Наведені в табл. 1 дані свідчать, що за аналізований період фондівдача зменшилася у ТОВ «Полімер» з 3,43 грн у 2008 році до 3,03 грн у 2012 році, що становить 88,3 %.

Зменшення фондівіддачі обумовлено випереджаючими темпами зростання вартості основних засобів порівняно зі зростанням виручки від реалізації продукції. Так, за аналізований період, вартість основних засобів збільшилася з 1985,0 тис. грн у 2008 році до 3050,5 тис. грн у 2012 році, або збільшення становить 1065,5 тис. грн, або 53,6 %. Виручка від реалізації продукції за аналогічний період збільшилася з 6810,0 тис. грн у 2008 році до 9168,2 тис. грн. Збільшення становить 2358,2 тис. грн або 34,6 %. Збільшення вартості основних засобів відбулося за рахунок нового будівництва, тобто пасивної частини основних засобів, що і вплинуло на зменшення фондівіддачі основних засобів за аналізований період.

У ПАТ «Прикарпатмолоко» фондівіддача зменшилася з 8,57 грн у 2008 році до 7,89 грн у 2012 році, що становить 92, 1 %. Зазначене обумовлено зменшенням виручки від реалізації продукції з 6769,7 тис. грн у 2008 році до 4523,2 тис. грн у 2012 році. Зменшення становить 2246,5 тис. грн або 33,2 %. Вартість основних засобів за аналогічний період зменшилася з 790,0 тис. грн у 2008 році до 573, 7 тис. грн. Зменшення становить 216,3 тис. грн або 27,4 %. Значне скорочення виручки від реалізації продукції за аналізований період обумовлено таким: з моменту приватизації підприємства (1994 рік) витрат на оновлення основних засобів і вдосконалення технології не здійснювалося і інвестиційною діяльністю не займалося, що негативно вплинуло на якість вироблюваної продукції. У результаті зазначеного виникли проблеми збуту вироблюваної продукції.

Водночас у інших досліджуваних суб'єктів малого підприємництва за аналізований період відбулося збільшення фондівіддачі. Так, у ТОВ «Імпульс» фондівіддача збільшилася з 2,42 грн у 2008 році до 4,36 грн у 2012 році. Збільшення фондівіддачі становить 1,94 грн або 80,2 %. Збільшення фондівіддачі відбулося за рахунок збільшення виручки від реалізації продукції з 3979,2 тис. грн у 2008 році до 4557,6 тис. грн. Збільшення становить 578,4 тис. грн або 14,5 %. Вартість основних засобів за аналізований період зменшилася з 1642,7 тис. грн у 2008 році до 1044,2 тис. грн у 2012 році. Зменшення становить 598,2 тис. грн або 36,4 %. Зменшення вартості основних засобів відбулося за збільшення за аналізований період зносу основних засобів. Оскільки фінансування господарської діяльності товариство здійснювало тільки за рахунок власних коштів, а запозиченими коштами воно

користувалося, то інноваційним розвитком товариство не змогло займатися.

У ПАТ «Прилуцький птахокомбінат» фондовіддача збільшилась з 1,84 грн у 2008 році до 2,23 грн у 2012 році, збільшення становить 0,39 грн або 21,2 %. Збільшення фондовіддачі відбулося за рахунок збільшення виручки від реалізації продукції з 8330,0 тис. грн у 2008 році до 10250,0 тис. грн у 2012 році. Збільшення становить 1920,0 тис. грн або 23,0 %, а вартість основних засобів збільшилася з 4530,0 тис. грн у 2008 році до 4610,0 тис. грн. Збільшення становить 80,0 тис. грн або 1,8 %.

У ПрАТ «Сімферопольська дзеркальна фабрика» при збільшенні виручки від реалізації продукції за аналізований період на 81,1 % і зменшенні вартості основних засобів на 22,6 % фондовіддача збільшилася з 2,46 грн у 2008 році до 5,76 грн у 2012 році. Збільшення становить 3,30 грн або 234,1 %. Таким чином, збільшення фондовіддачі відбулося за рахунок збільшення виручки від реалізації продукції і ефективнішого використання основних засобів.

Аналогічна тенденція спостерігається у ТОВ «Руна». При збільшенні виручки від реалізації продукції за аналізований період на 77,4 % і зменшенні вартості основних засобів на 1,1 % фондовіддача за аналізований період збільшилася на 81,2 %. У ПАТ «Чернігівська кондитерська фабрика «Стріла» фондовіддача збільшилася з 1,12 грн у 2008 році до 1,38 грн у 2012 році. Збільшення становить 0,26 коп. або 23,2 %. Зазначене збільшення відбулося за рахунок збільшення виручки від реалізації продукції з 37054,0 тис. грн у 2008 році до 47316,0 тис. грн у 2012 році. Збільшення становить 10262,0 тис. грн або 27,7 %, а вартість основних засобів збільшилася з 33115,0 тис. грн у 2008 році до 34177,0 тис. грн у 2012 році. Збільшення становить 1062,0 тис. грн або 3,2 %.

Другим показником, що характеризує ефективність використання основних засобів є рентабельність основних засобів. Проведене дослідження рівня рентабельності основних засобів на досліджуваних підприємствах свідчить, що рівень рентабельності основних засобів різко коливається (табл. 2).

Наведені в табл. 2 дані дають змогу стверджувати, що зміна рентабельності основних засобів досліджуваних суб'єктів малого підприємництва залежить від зміни прибутку від реалізації продукції і зміни вартості основних засобів.

Таблица 2

ДИНАМІКА РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ
ДОСЛІДЖУВАНІХ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА 2008–2012 РОКИ, тис. грн

РОКИ																																				
2008				2009			2010			2011			2012			2012 до 2008 (%)																				
Суб'єкти малого підприємництва	Виручка від реалізації продукції		Вартість очн. засобів		Фондовий відрахунок (р. 1 : р. 2)		Виручка від реалізації продукції		Вартість очн. засобів		Фондовий відрахунок (р. 4 : р. 5)		Виручка від реалізації продукції		Вартість очн. засобів		Фондовий відрахунок (р. 7 : р. 8)		Виручка від реалізації продукції		Вартість очн. засобів		Фондовий відрахунок (р. 10 : р. 11)		Виручка від реалізації продукції		Вартість очн. засобів		Фондовий відрахунок (р. 13 : р. 14)		Виручка від реалізації продукції (р. 13 : р. 1)		Вартість очн. засобів (р. 14: р. 2)		Фондовий відрахунок (р. 15 : р. 3)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																		
	154,0	1985,0	7,8	191,0	2328,0	8,2	199,0	2346,0	8,5	308,0	2990,7	10,3	353,8	3050,5	11,6	229,7	153,7	148,7																		
	219,0	790,0	27,7	210,0	719,0	29,2	225,0	671,0	33,5	244,5	601,0	40,5	234,0	573,7	40,8	106,8	72,6	147,3																		
	101,0	1642,7	6,1	86,0	1561,3	5,5	103,0	1497,3	6,9	60,0	1093,6	5,5	31,0	1044,2	3,0	57,4	63,6	91,8																		
	77,0	4530,0	1,7	79,0	4742,0	1,7	84,0	4748,0	1,8	88,0	4705,0	1,9	85,0	4610,0	1,8	110,4	101,8	105,9																		
	24,0	336,0	7,1	29,0	309,0	9,4	23,0	294,0	7,8	21,0	265,0	7,9	19,0	260,0	7,3	79,2	77,4	102,8																		
	222,0	970,0	22,9	232,0	1061,0	21,9	273,9	990,0	27,7	320,0	983,2	32,5	238,5	958,7	24,9	107,4	98,8	108,7																		
	2151,0	33115,0	6,5	1968,0	31655,0	6,2	1116,0	30125,0	3,9	2591,0	32550,0	7,9	2710,0	34177,0	7,9	126,0	103,2	121,5																		

Так, у ТОВ «Полімер» прибуток від реалізації продукції збільшився з 154,0 тис. грн у 2008 році до 353,8 тис. грн у 2012 році або майже у 2,3 разу. Зазначене обумовлене тим, що мале підприємство в аналізованому періоді придбало дві імпортні автоматичні лінії з виробництва плівки. Звичайно, вартість основних засобів збільшилася з 1985,0 тис. грн у 2008 році до 3050,5 тис. грн у 2012 році тобто в 1,5 разу. Але за рахунок ефективнішого використання високопродуктивних основних засобів рівень рентабельності основних засобів у ТОВ «Полімер» зріс з 7,8 % у 2008 році до 11,6 % у 2012 році.

У ПАТ «Прикарпатмолоко» рівня рентабельності основних засобів зріс з 27,7 % у 2008 році до 40,8 % у 2012 році, збільшення становить 13,1 %. При цьому вартість основних засобів зменшилася з 790,0 тис. грн у 2008 році до 573,7 тис. грн у 2012 році. Зменшення становить 216,3 тис. грн або 27,4 %, а прибуток від реалізації продукції збільшився з 219,0 тис. грн у 2008 році до 234,0 тис. грн у 2012 році. Збільшення становить 15 тис. грн або 6,8 %.

Аналогічно зріс рівень рентабельності основних засобів у ТОВ «Руна» з 22,9 % у 2008 році до 24,9 % у 2012 році за рахунок збільшення прибутку від реалізації продукції з 222,0 тис. грн у 2008 році до 238,5 тис. грн у 2012 році. Збільшення становить 156,5 тис. грн або 7,4 %.

Водночас у інших досліджуваних суб'єктів малого підприємництва відбулося зниження рівня рентабельності основних засобів. Зокрема, у ТОВ «Імпульс» рівень рентабельності основних засобів зменшився з 6,1 % у 2008 році до 3,0 % у 2012 році за рахунок зменшення прибутку від реалізації продукції з 101,0 тис. грн у 2008 році до 31,0 тис. грн у 2012 році, тобто прибуток від реалізації продукції зменшився за аналізований період більше ніж у 3 рази. При цьому вартість основних засобів зменшилася з 1624,7 тис. грн у 2008 році до 1044,2 тис. грн у 2012 році. Зменшення становить 598,5 тис. грн або 36,4 %. Зазначене різке скорочення вартості основних засобів обумовлене відбуттям зношених основних засобів і відсутністю в аналізованому періоді їх оновлення.

Проведене дослідження ефективності використання основних засобів свідчить, що показники фондовіддачі рентабельності та прибутку пов'язані між собою (табл. 3).

Таблиця 3

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ, ЯКІ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ ЕФЕКТИВНІСТЬ
ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ДОСЛІДЖУВАНИХ СУБ'ЄКТІВ
МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА 2008–2012 РОКИ, тис. грн

	РОКИ											
	2008			2009			2010			2011		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Суб'єкти малого підприємництва	Фондовіддача (грн)	Рівень рентабельності основних засобів (%)	Привіток на одну гривню основних засобів (грн)	Фондовіддача (грн)	Рівень рентабельності основних засобів (%)	Привіток на одну гривню основних засобів (грн)	Фондовіддача (грн)	Рівень рентабельності основних засобів (%)	Привіток на одну гривню основних засобів (грн)	Фондовіддача (грн)	Рівень рентабельності основних засобів (%)	Привіток на одну гривню основних засобів (грн)
	16	17	18	16	17	18	16	17	18	16	17	18
	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)	2012 до 2008 (%)
А												
ТОВ «Полімер»	3,43	39,0	0,40	3,44	34,0	0,34	3,60	34,0	0,34	3,02	27,0	0,27
ПАТ «Прикарпат-молоко»	8,57	37,7	0,38	9,23	29,2	0,29	8,36	33,5	0,33	4,00	37,8	0,41
ТОВ «Імпульс»	3,42	6,1	0,06	2,60	5,5	0,06	2,76	6,9	0,07	4,04	5,5	0,06
ПАТ «Прилуцький птахо комбінат»	1,84	1,7	0,02	2,71	1,7	0,02	1,89	1,8	0,02	2,01	1,9	0,02
ПрАТ «Сінфоропольська дзеркальна фабрика»	2,46	7,1	0,07	4,02	9,4	0,09	5,38	7,8	0,08	5,59	7,9	0,08
ТОВ «Руна»	1,86	22,9	0,23	4,66	21,9	0,22	4,27	27,7	0,27	5,00	32,5	0,33
ПАТ «Чернігівська конд. фабрика «Стріла»»	1,12	6,5	0,06	1,46	6,2	0,06	1,57	3,9	0,04	1,44	7,9	0,08

Наведені в табл. 3 дані свідчать, що збільшення фондівддачі призводить, як правило, до збільшення прибутку і рівня рентабельності основних засобів.

Так, у ПАТ «Черкаська кондитерська фабрика «Стріла» за аналізований період фондівддача зросла на 123,2 %, відповідно рівень рентабельності зріс на 121,5 % і прибуток на одну гривню основних засобів збільшився на 133,3 %. У ТОВ «Полімер» навпаки зменшення фондівддачі за аналізований період до 88,3 % призвело до зменшення рівня рентабельності основних засобів до 71,8 % і прибутку на одну гривню основних засобів до 77,5 %.

На основі проведеного дослідження ефективності використання основних засобів можна зробити такі висновки:

- на окремих досліджуваних суб'єктах малого підприємництва повільно оновлюються основні засоби на новій технічній основі;
- спостерігається зниження ефективності використання основних засобів за аналізований період;
- на окремих досліджуваних суб'єктах малого підприємництва на протязі аналізованого періоду різко знизилася фондівддача основних засобів основних засобів оскільки було відсутнє інвестування коштів на оновлення основних засобів;
- у більшості досліджуваних суб'єктів малого підприємництва інвестиційний розвиток здійснювався на основі самофінансування і запозиченими коштами не користувалися;
- рівень рентабельності основних засобів досліджуваних суб'єктів малого підприємництва залежить від зміни прибутку від реалізації продукції і зміни вартості основних засобів;
- збільшення прибутку від реалізації продукції при рівних умовах призводить до збільшення рівня рентабельності основних засобів;
- зменшення вартості основних засобів при рівних інших умовах призводить до збільшення рівня рентабельності основних засобів.

Література

1. Буряк Л.Д., Павліковський А.М., Кремпова Н.Л. Управління фінансами суб'єктів малого підприємництва. — К.: КНЕУ, 2013. — 334 с.
2. Буряк Л.Д., Павліковський А.М., Кремпова Н.Л. Особливості управління активами суб'єктів малого підприємництва. — К.: КНЕУ, 2012. — № 27.

3. Євтушенко О.А. Теоретичні аспекти відтворення основних засобів // Вісник ХНУ. Економічні науки. — 2011. — № 2. — Том 2. — С. 39—42.
4. Кінах А.К. Український прорив. — К.: ВІРА ІНСАЙТ, 2004. — 320 с.
5. Крупка М.І., Демчишак М.Б. Оцінка фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в економіці України // Фінанси України. — № 11. — 2011. — С. 22—32.
6. Міжнародна інвестиційна діяльність: Підручник / Д.Г. Лук'яненко, Б. Губський, О. Мозговий та ін., за ред. проф. Д.Г. Лук'яненко. — К.: КНЕУ, 2003. — 467с.
7. Фінанси підприємств: підручник / Поддєрьогін А.М, Білик М.Д., Буряк Л.Д. та ін. / кер. кол. авт. і науковий редактор проф. А.М. Поддєрьогін. — 8-е вид. перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2013. — 519 с.

Literature

1. Burjak L.D., Pavlikovs'kij A.M., Krempova N.L. Upravlinnja finansami sub'ektiv malogo pidpriemnictva. — K.: KNEU, 2013 — 334 s.
2. Burjak L.D., Pavlikovs'kij A.M., Krempova N.L. Osoblivosti upravlinnja aktivami sub'ektiv malogo pidpriemnictva. — K.: KNEU, 2012 — № 27.
3. Євтушенко О.А. Теоретичні аспекти відтворення основних засобів \ visnik HNU. Ekonomichni nauki. — 2011 — № 2, tom 2, s. 39–42.
4. Kinah A.K. Ukraïns'kij proriv. — K.: VIRA INSAJT, 2004, — 320 s.
5. Krupka M.I., Demchishak M.B. Ocinka finansovogo potencialu investicijnoï dijāl'nosti v ekonomici Ukraïni \ Finansy Ukraïni № 11, 2011 — s. 22–32.
6. Mizhnarodna investicijna dijāl'nist': Pidruchnik \ D.G.Luk'janenko, B. Gubs'kij, O. Mozgovij ta in., za red.. prof. D.G.Luk'janenko. K.: KNEU. — 2003. — 467s.
7. Finansy pidpriemstv: pidruchnik \ Podder'ogin A.M, Bilik M.D., Burjak L.D. ta in. \ ker. kol. avt. I naukovij redaktor prof. A.M. Podder'ogin. — vos'me vidannja pererob. ta dop. — K.: KNEU, 2013 — 519s.

Статтю подано до редакції 10.10.14 р.

УДК 631:336.2

*Івасько І.М., аспірантка Державної установи
«Інститут економіки та прогнозування НАН України»*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ ПОДАТКОВИХ МЕХАНІЗМІВ

*Ivasko I.M., P.G. Institute for economics and forecasting
National Academy of Sciences of Ukraine*

SUPPORT RESOURCE CONSERVATION IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE BY APPLYING THE TAX MECHANISMS

АНОТАЦІЯ. У дослідженні проведено аналіз чинного екологічного податкового законодавства в аграрному секторі та надано оцінку агроекологічному виробництву в Україні, а також розроблено практичні рекомендації з екологізації системи оподаткування в аграрному секторі з метою збереження родючості ґрунтів, стимулювання екологічного товаровиробництва та підвищення відповідальності землекористувачів за охорону земель.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: податок, ресурсозбереження, аграрний сектор.

ANNOTATION. The study analyzes the current environmental tax legislation in the agricultural sector and the estimation of agroecological production in Ukraine, as well as practical recommendations on greening tax system in the agricultural sector in order to maintain soil fertility, promotion of environmental commodity production and increased responsibility of land users for land protection.

KEYWORDS: tax, resource conservation, agricultural sector.

Постановка проблеми. Актуальною проблемою перед аграрною політикою України, як визначено Державною цільовою програмою [3], є забезпечення охорони та підвищення родючості ґрунтів, екологізація сільськогосподарського виробництва. Адже тривале знехтування землекористувачами принципу ресурсозбереження в аграрному секторі спричинило такі проблемні наслідки: 1) деградація земель, серед яких наймасштабнішими є ерозія (близько 57,5 % території), забруднення майже 20 % території, підтоплення близько 12 % території, зменшення вмісту поживних речовин у ґрунтах, із щорічними втратами гумусу 0,65 т на 1 га ріллі; 2) біонебезпека сільськогосподарського товаровиробництва через техногенні методи виробництва тваринництва та рослин-

ництва: неконтрольоване внесення пестицидів, використання антибіотиків, стимуляторів росту та інше.

Проблемою дослідження є розробка податкових механізмів, покликаних забезпечити ресурсоощадні технології сільськогосподарського виробництва, підвищити відповідальність власників землі та землекористувачів за раціональне використання і охорону земель.

Об'єкт дослідження — це процес оподаткування суб'єктів аграрного сектору економіки, що має природоохоронне значення.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних засад і прикладних питань щодо взаємозв'язку розвитку та ефективності виробництва й функціонування системи оподаткування в аграрному секторі України.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є діалектичні методи наукового пізнання, системний підхід до вивчення проблем необхідності податкового забезпечення екологічного виробництва та ощадливого користування землею суб'єктами в аграрному секторі України.

Аналіз джерел. Вагомий науковий внесок у розвиток економічної думки, реформ і законотворення у напрямку удосконалення агропромислового сектору економіки України зробили В. Геєць, Л. Молдаван, Б. Пасхавер, В. Сайко, О. Шубравська. Особливості системи оподаткування в аграрному секторі України досліджували вітчизняні науковці М. Дем'яненко, В. Проніна, Л. Тулуш, С. Юшко. Проте, за умов погіршення екологічного стану аграрного сектору України, подальшого дослідження потребує розробка та удосконалення податкових механізмів, покликаних стимулювати до використання ресурсоощадних технологій сільськогосподарського виробництва, підвищувати відповідальність власників землі та землекористувачів за раціональне використання і охорону земель.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є розробка практичних рекомендацій забезпечення розвитку екологізації аграрного сектора механізмами системи оподаткування. На шляху досягнення поставленої мети необхідно виконати низку завдань: провести аналіз чинного екологічного податкового законодавства в аграрному секторі та надати оцінку агроекологічного виробництва в Україні.

Виклад основного матеріалу. Ефективним фінансовим інструментом регулювання екологічного використання земель і

стимулювання сільськогосподарських товаровиробників до екоагровиробництва є податки. Податкова система як цілісний організм, що базується на принципах соціальної справедливості й економічності оподаткування, охоплює підсистему податків екологічного характеру. До них відносяться екологічний податок і платежі за ресурси (рис. 1). Також на думку вчених, податками, які б стримували в аграрному секторі економіки небезпечне для екології виробництво та стимулювали товаровиробників до раціонального використання природних ресурсів, можуть бути й такі, як: плата за землю, податок на прибуток, податок на додану вартість.

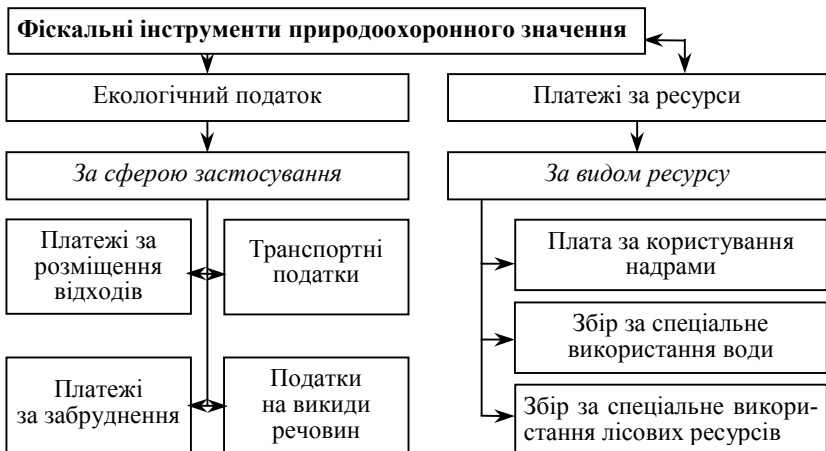


Рис. 1. Складові фіскальних інструментів природоохоронної діяльності [4]

Податковим Кодексом визначено, що екологічний податок — це загальнодержавний обов’язковий платіж, що справляється з фактичних обсягів викидів у атмосферне повітря, скидів у водні об’єкти забруднюючих речовин, розміщення відходів, фактичного обсягу радіоактивних відходів, що тимчасово зберігаються їх виробниками, фактичного обсягу утворених радіоактивних відходів і з фактичного обсягу радіоактивних відходів, накопичених до 1 квітня 2009 року [1]. Дія екологічного податку поширюється на аграрні підприємства в частині платежів за розміщення відходів від сільськогосподарської діяльності. В аграрному секторі економіки такими відходами, що підлягають оподаткуванню, є від-

ходи тваринництва та птахівництва, а саме відповідно до класифікатора відходів ДК 005-96 «Екскременти, сечовина та гній (включно струхлявіле сіно та солому) від худоби» за кодом 0121.2.6.03 та «Послід пташиний» за кодом 0124.2.6.03.

Згідно з ПКУ платниками екологічного податку є сільськогосподарські підприємства, організації та фермерські господарства, які мають статус юридичних осіб, а також селянські господарства, члени яких зареєстровані як підприємці. Такі платники щокварталу самостійно обчислюють суми екологічного податку за розміщення відходів виходячи з фактичних обсягів розміщення відходів, ставок податку та коригуючих коефіцієнтів (табл. 1).

Таблиця 1

**СТАВКА ПОДАТКУ ТА КОЕФІЦІЄНТ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ СУМИ
ЕКОЛОГІЧНОГО ПОДАТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРЬКИМ
ПІДПРИЄМЦЕМ [1]**

Клас небезпеки відходів	Рівень небезпечності відходів	Характеристика	Основна ставка, грн./1 т	Ставка за порушення вимог до розміщення відходів, грн./1 т	Коефіцієнт за порушення допустимої зони розміщення відходів
IV	мало-небезпечні	Екскременти, сечовина та гній (включно струхлявіле сіно та солому) від худоби, послід пташиний	2,93	8,79	3

Так, сільськогосподарське підприємство за рік сплачує:

- за корову — близько 30 грн за гол. (до 15 т гною);
- за молодняк великої рогатої худоби — до 15 грн. за гол. (до 7—8 т гною);
- за свиню на відгодівлі — до 4 грн за гол. (до 2 т гною);
- за птицю (курей) — 0,05 грн за гол. (до 25 кг посліду).

З наведених розрахунків можна зробити висновок, що суми платежів з екологічного податку для сільськогосподарських підприємств, які займаються тваринництвом і птахівництвом, не створюють значного податкового навантаження на них, а ті, що

займаються лише рослинництвом, взагалі можуть не бути платниками екологічного податку. Проте, виникають інші проблемні питання: по-перше, на скільки є виправданим оподаткування ґною як відходів на тлі того, що ґрунти щорічно втрачають значну кількість органічних поживних речовин, яка не поновлюється; по-друге, як використовуються екологічні платежі, що надходять до спеціального фонду.

За сучасних умов господарювання переважною більшістю землевласників і землекористувачів ігноруються основні закони землеробства, насамперед, щодо повернення у ґрунт поживних речовин, які були винесені з урожаєм. Практично повсюдно порушено науково обґрунтовані сівозміни, не дотримується структура посівних площ, яка перевантажена посівами соняшнику та іншими енерговитратними культурами.

Як зазначають учені [5], за сто років (1881–1991 рр.) вміст найціннішого складника — гумусу зменшився в ґрунтах України майже на третину (з 4,2 до 3,2 %). Нині ж він становить 3,1 %, і цей процес триває. Для повного відтворення запасів гумусу потрібно вносити щороку 320—340 млн т органічних добрив, приорювати на гектар ріллі по 10—12 т. Раніше підтримка цього балансу «лягала на плечі» вітчизняного тваринництва. Нині на 1 га ріллі в Україні припадає вдсятеро менше великої рогатої худоби, ніж у країнах Західної Європи. За даними Національної академії аграрних наук України за 2010 рік, під урожай агрокультур в останні роки вносилося в середньому в 17 разів менше органічних добрив, ніж потрібно. Ґрунт без органічних речовин виснажується, зменшуються врожаї. Так, втрата 0,1 % гумусу в ґрунті знижує урожайність зерна на 0,5 ц/га [5].

А все тому, зазначає академік НААН України В. Сайко, що землеробство ведеться з повним ігноруванням закону повернення у ґрунт поживних речовин. Споживацьке ставлення до землі породжує негативні наслідки: зменшення продуктивності, погіршення якості ґрунтів, а це забороняється ст. 37 Закону України «Про охорону земель» [2]. Унаслідок впливу на ґрунт шкідливих, антропогенних та абіотичних факторів, технологічного використання ґрунтів на значній території втрачено 10—25 % органічної речовини.

Якщо тенденція зберігатиметься і надалі, то в недалекому майбутньому Україна може опинитися на порозі гумусового голоду — серйозної екологічної катастрофи. І тоді вже ніякі агро-

технічні, меліоративні, природоохоронні та організаційно-господарські заходи не зможуть відновити агротехнічного потенціалу землі.

З точки зору оподаткування гній може бути вторинною сировиною (органічним добривом), якщо він призначений для утилізації або переробки. Тоді відповідно до статті 240.5 ПКУ [1] сільськогосподарські підприємства не є платниками екологічного податку за розміщення відходів, якщо вони розміщують на власних територіях (об'єктах) виключно відходи як вторинну сировину. Проте, мають бути забезпечені відповідні умови з тимчасового зберігання вторинної сировини, за яких виключається забруднення атмосферного повітря або водних об'єктів, інакше сільгосппідприємство має заплатити штрафні санкції.

Досить вагомий суб'єкт вітчизняної аграрної економіки — домашні господарства, які не є платниками екологічного податку за розміщення відходів у вигляді гною. Хоча тваринництво протягом останніх двадцяти років стало прерогативою домашніх господарств, а не сільськогосподарських підприємств, як видно на прикладі великої рогатої худоби (рис. 2). У господарствах населення з 2005 року зосереджено більше 66 % усього поголів'я ВРХ, майже 85 % поголів'я свиней, половина загальної кількості птиці. Відповідно господарства населення накопичують значні обсяги гною, які не можуть бути використані ними повністю для внесення органічних добрив у ґрунт, через те, що вони мають у використанні невеликі земельні ділянки.

Таким чином, ми отримуємо ще одну причину зменшення показника вмісту гумусу в ґрунтах у середньому розрахунку. На нашу думку, не доцільно стягувати екологічний податок за розміщення гною з господарств населення, його основною функцією має бути стимулювання за допомогою податкових механізмів свідомості громадянина до природоохоронної ментальності. Такими механізмами можуть бути: 1) накладання штрафних санкцій передбачених ПКУ за порушення умов тимчасового зберігання гною (вторинної сировини), що призводить до забруднення атмосфери та води до моменту його утилізації чи переробки; 2) зобов'язати кожне домогосподарство, яке має одну і більше корів передавати вторинну сировину на утилізацію або переробку сільськогосподарським підприємствам або підприємствам, які виробляють біопаливо, на основі двостороннього договору.

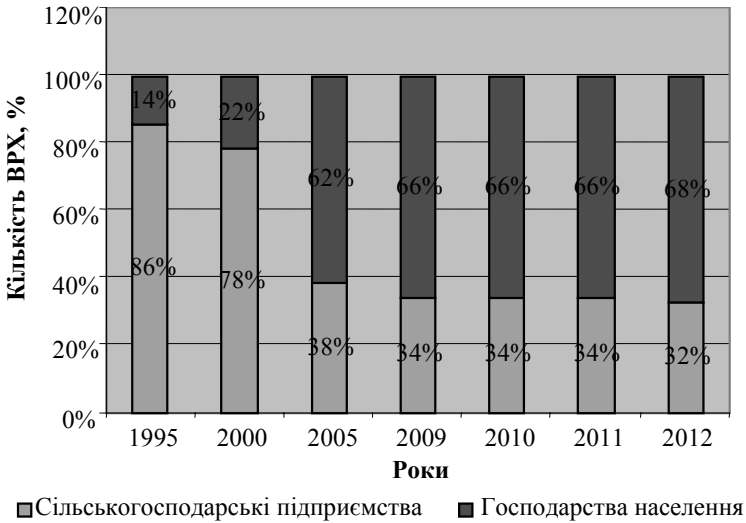


Рис. 2. Структура поголів'я великої рогатої худоби за категоріями господарств

Джерело: складено автором за даними Держкомстату України

Таким чином виникає необхідність у доопрацюванні екологічного податку, а саме: визначити умови щодо зберігання відходів (вторинної сировини) на території домашніх господарств; зобов'язати власників ВРХ у господарствах населення до укладення договору про утилізацію чи переробку відходів із юридичною особою (сільгосппідприємством чи переробним підприємством); покласти відповідальність на власників худоби за вчасне вивезення відходів (гною, сечовини) з території домогосподарства до сховища (місця зберігання) вторинної сировини юридичної особи, з якою укладено договір про утилізацію або переробку.

Можна дійти висновку, що на екологічний податок у галузі сільського господарства, покладено стимулювальну функцію з метою виховання культури ресурсозбереження у користувачів землею, а не фіскальну. Таким чином екологічний податок у галузі сільського господарства виконує завдання не лише екологічного, а й економічного та соціального характеру.

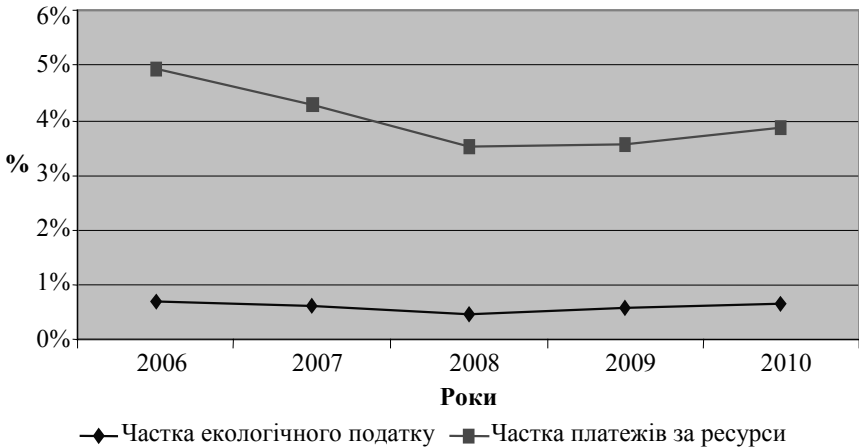


Рис. 3. Динаміка частки екологічного податку та платежів за ресурси в податкових надходженнях Зведеного бюджету України в 2006–2010 рр. [4]

Як видно з рис. 3, у 2006–2010 рр. частка платежів за ресурси в доходах Зведеного бюджету України становила менше 5 %, а частка екологічного податку не перевищує 1 %, що свідчить про їх низьку фіскальну ефективність. Тобто «екологізація» податкової системи України знаходиться на стадії розвитку, про що свідчать дві тенденції у практиці застосування екологічних податків у розвинених країнах. Першим, традиційним підходом до організації екологічного оподаткування є формування у підсистемі оподаткування юридичних осіб блоку екологічних зборів і платежів стимулювального або стримувального характеру, тобто таких, які не мають чітко вираженої фіскальної функції. Тут має місце багатоканальна система оподаткування, що характеризується значною кількістю податків і зборів, є ефективнішою, ніж одноканальна у вигляді єдиного податку, а використання широкої бази оподаткування і диференційованих податкових ставок чинить поміркований тиск на підприємства. Друга тенденція, наприклад у Нідерландах і Франції, проявляється у скасуванні більшості платежів, призначених для цільового природоохоронного фінансування. Замість системи екологічних зборів і платежів вводяться екологічні податки, що сплачуються у загальний державний бюджет, виконуючи при цьому виключно фіскальні фун-

кції. Тобто, проходить процес поступового перетворення цільових екологічних платежів у податки, основною функцією яких є фіскальна, шляхом об'єднання низки зборів і платежів у «єдиний податок на види діяльності, які спричиняють забруднення навколишнього середовища» [6]

Структура надходжень екологічних платежів характеризується нестабільністю, за період 2009—2010 рр. частка зборів за забруднення навколишнього природного середовища зменшилася на 8,9 відсоткового пункту (в. п.), тоді як позови про відшкодування збитків і втрат, заподіяних у результаті порушення законодавства про охорону природи за цей період, зросли на 8,8 в. п (рис. 4). Ця тенденція може свідчити про спроби ухилитися від сплати екологічного податку, що негативно впливає на стан дохідної частини Державного бюджету України.



Рис. 4. Структура надходжень екологічних платежів за період 2009–2010 рр. [4]

Ще одна проблема, яка щільно пов'язана із ресурсозбереженням, це біонебезпека сільськогосподарських товарів і сировини. Офіційні статистичні огляди IFOAM підтверджують позитивну тенденцію розвитку екологічного аграрного підприємництва в Україні. Якщо на початок 2003 р. в Україні було зареєстровано 31 підприємство, що отримало статус «органічного», то в 2012 р. нараховувалось уже 164 сертифікованих органічних підприємств,

а загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель склала 278 800 га (табл. 2).

Таблиця 2

**ЗАГАЛЬНА ПЛОЩА ОРГАНІЧНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ
І КІЛЬКІСТЬ ОРГАНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ, 2002–2012 рр. [8]**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Площа, га	164449	239542	240000	241980	242034	249872	269984	270193	270226	270320	278800
Кількість підприємств	31	69	70	72	80	92	118	121	142	155	164

Україна посідає двадцять перше місце серед світових країн органічного руху та перше місце в східноєвропейському регіоні за площею екологічних земель. Частка сертифікованих органічних площ відносно загальної площі сільськогосподарських угідь України складає майже 0,7 %, спеціалізуючись переважно на виробництві зернових, зернобобових та олійних культур. Крім того, сертифіковано 300 тис. га дикоросів.

Дослідження Федерації органічного руху України свідчать, що сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватись з 2006–2007 рр., склавши у 2007 році — 500 тис. євро, у 2008 році — 600 тис. євро, у 2009 році — 1,2 млн євро, у 2010 році цей показник зріс удвічі до 2,4 млн. євро, у 2011 р. — до 5,1 млн євро, а в 2012 році — до 7,9 млн євро [8].

У порівнянні з провідними європейськими країнами вітчизняний органічний сектор перебуває на початковій стадії розвитку. За даними 2010 року лідером за обсягом ринку органічної продукції була Німеччина з показником обороту в 6 млрд євро, за нею Великобританія — 2 млрд євро. За обсягом екологічних земель лідирує Іспанія (1,5 млн га), далі — Італія (1,1 млн га) і Німеччина (0,99 млн га). Загальна кількість ферм, що сертифіковані, в межах ЄС налічує 280 тис. одиниць, які господарюють на 10 млн га [7].

У світовій практиці органічні ферми підтримуються прямими виплатами на кожен гектар екологічної землі. Зокрема, в країнах-членах ЄС фермери отримують значні субсидії за рахунок Спільної аграрної політики ЄС та з державного бюджету починаючи з перехідного періоду та дещо менші протягом всього часу ековиробництва. Наприклад, державна програма підтримки органічного виробництва в Німеччині передбачає в перші два роки перехо-

ду на органічні сільськогосподарські технології дотації в розмірі 200–300 євро/га, починаючи з третього року — 150 євро/га [9]. У Польщі для отримання такої підтримки фермер повинен розробити 5-річний план органічного виробництва та у випадку оренди сільськогосподарських угідь мати договір про оренду на термін не менше п'яти років. Державна підтримка у Польщі на гектар землі у перехідний період становить від 330 до 1550 польських злотих, на гектар сертифікованої землі коливається в межах 260–1300 польських злотих.

Крім фінансової підтримки, уряд надає політичну підтримку, дорадче забезпечення, науково-дослідну підтримку, впроваджує навчальні програми для фермерів, сприяє просуванню продукції на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Податкова політика як складова державної підтримки має реагувати на світові тенденції екологічного сільськогосподарського виробництва та враховувати такі напрями: по-перше, забезпечення екологічної безпеки ґрунтів, по-друге, захист і стимулювання аграрного екобізнесу, по-третє, підвищення конкурентоспроможності органічної продукції та сировини на вітчизняному й міжнародному ринках.

Податкове стимулювання сільськогосподарських товаровиробників до переходу на органічне виробництво можна здійснювати через такі податки: плата за землю, податок на прибуток, податок на додану вартість.

На нашу думку, головним інструментом податкового регулювання екологічної безпеки ґрунтів і, в результаті, сировини та готової продукції має бути земельний податок — плата за землю. У Податковому Кодексі відсутня диференціація підходів оподаткування аграрних підприємств за критерієм методу виробництва. Сільськогосподарські підприємства, визначені Податковим Кодексом, тривалий час користуються пільговим оподаткуванням, яке визначається фіксованим сільськогосподарським податком. Це податок, який справляється з одиниці земельної площі у відсотках до її нормативної грошової оцінки та сплата якого замінює сплату окремих податків і зборів. Учені ототожнюють ФСП із майновим оподаткуванням, оскільки об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), що перебуває у власності сільськогос-

подарського товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі, на умовах оренди.

Поряд з цим у податковій системі виділяють такий майновий податок, як плата за землю. Цей податок сплачують фізичні особи та підприємства, які не мають статусу сільськогосподарського. За суттю плата за землю та ФСП тотожні і є об'єктом критики численних вітчизняних вчених. Зокрема, на думку автора, до недоліків ФСП слід віднести:

- 1) фіксований сільськогосподарський податок дублює плату за землю, який входить до його складу;
- 2) невинуватеність однаковості механізмів визначення об'єкта оподаткування для підприємств, які спеціалізуються на тваринництві та для підприємств, які займаються рослинництвом;
- 3) порушує принцип рівності усіх платників, яке виражається підміною прибуткового оподаткування майновим, тобто ФСП;
- 4) спотворює ринок вільної конкуренції в аграрному секторі, породжуючи земельні латифундії;
- 5) відсутній зміст ресурсозбереження та стимулювання виробництва екологічно чистої продукції.

Тому виникає гостра потреба у системних перетвореннях щодо фіксованого сільськогосподарського податку та плати за землю. По-перше, необхідно виокремити податок на прибуток аграрних підприємств зі складу ФСП. По-друге, усунути дублювання цих податків, тобто залишити тільки плату за землю. По-третє, диференціювати підходи до сільськогосподарських підприємств, які дотримуються традиційних технологій і тих, які спеціалізуються на органічному виробництві. Завданням земельного оподаткування має бути стримування вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника від використання хімічних засобів захисту, синтетичних мінеральних добрив, стимуляторів росту, гормонів, антибіотиків тощо, виховання екологічної відповідальності у підприємця.

Запровадження спеціальних акцизів на хімічні, синтетичні та інші засоби, які використовуються у традиційній агрономії змусить аграріїв утриматись від їх використання.

Стимулювати вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників до органічного виробництва необхідно також через податок на прибуток. Доцільно запровадити прогресивну ставку податку на прибуток таким чином, щоб вирівняти умови господарювання для малого та великого бізнесу. Підприємство, яке прийняло рішення вирощувати екологічно чисту продукцію, має

пройти перехідний період протягом двох років до отримання сертифікату. Цей період характеризується низькою прибутковістю, адже підприємець бере на себе зобов'язання застосовувати екологічні методи вирощування, які є більш затратними від традиційних, проте отриману сировину та продукцію ще не може реалізовувати як органічну. Автором пропонується звільнити органічні аграрні підприємства від сплати податку на прибуток протягом перехідного періоду й далі застосовувати мінімальну ставку.

Важливим залишається питання підвищення конкурентоспроможності органічної продукції та сировини за допомогою податкового інструментарію. Основними факторами, які впливають на конкурентоспроможність є якість і ціна. Відомо, що органічна продукція на 30–40 % дорожча від традиційної, через що попит на неї формується за рахунок заможного населення. Відмінивши податок на додану вартість на органічну продукцію, її вартість можна здешевити і цим підвищити попит на вітчизняному ринку.

Література

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України — Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755%D0%B9-17/page291>.-Назва з екрану.
2. Закон України «Про охорону земель» №962-IV від 19.06.2003 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України — Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/962-15/page2>. — Назва з екрану.
3. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року №771/97-вр від 25.06.1992 р. [Електронний ресурс] // Міністерство аграрної політики та продовольства України. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.minagro.gov.ua/page/?3800>. Назва з екрану.
4. Бюджетна система : підруч. / за наук. ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія. — К. : Центр учбов. літератури ; Тернопіль : Екон. думка, 2012. — 871 [1] с.
5. *Шувар І.* Про родючість ґрунту треба дбати постійно [Електронний ресурс] // Агробізнес. — №20(209). — Жовтень, 2011. — Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/2010-06-11-12-53-00/694-2011-10-20-13-13-53.html>. — Назва з екрану.
6. *Веклич О.О.* Удосконалення системи екологічного оподаткування // Фінанси України. — 2001. — № 2. — С. 3–11.
7. *Willer Helga and Kilcher Lukas* (Eds.) Statistics and Emerging Trends 2012. [Electronic Resource] // The World of Organic Agriculture. —

Mode of access: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/year-book/2012/fibl-ifoam-2012-summary.pdf>. — Title from the screen.

8. Органік в Україні [Електронний ресурс] // Федерація органічного руху України. — Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/ru/homepage/2010-01-26-13-42-29>. — Назва з екрану.

9. Стратегічний маркетинг органічних продуктів харчування: монографія / Т.О. Зайчук. — К.: КНЕУ, 2012. — 265, [7] с.

Literatura

1. Podatkovy`j kodeks Ukrayiny vid 02.12.2010 # 2755-VI. [Elektronny`j resurs] // Verhovna Rada Ukrayiny` — Rezhy`m dostupu do resursu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755%D0%B9-17/page291>. — Nazva z ekranu.

2. Zakon Ukrayiny` «Pro oxoronu zemel`» #962-IV vid 19.06.2003 r. [Elektronny`j resurs] // Verhovna Rada Ukrayiny` — Rezhy`m dostupu do resursu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/962-15/page2>. — Nazva z ekranu.

3. Derzhavna cil`ova programa rozvy`tku ukrayins`kogo sela na period do 2015 roku #771/97-vr vid 25.06.1992 r [Elektronny`j resurs] // Ministerstvo agrarnoyi polity`ky` ta prodovol`stva Ukrayiny` — Rezhy`m dostupu do resursu: <http://www.minagro.gov.ua/page/?3800>. — Nazva z ekranu.

4. Byudzhethna sy`stema : pidruch. / za nauk. red. V. M. Fedosova, S. I. Yuriya. — K. : Centr uchbov. literatury` ; Ternopil` : Ekon. dumka,. 2012. — 871 [1] s.

5. *Shuvar I.* Pro rodyuchist` gruntu treba dbaty` postijno [Elektronny`j resurs]// Agrobiznes. — #20(209). — Zhovten`, 2011.- Rezhy`m dostupu: <http://www.agro-business.com.ua/2010-06-11-12-53-00/694-2011-10-20-13-13-53.html>. — Nazva z ekranu.

6. *Vekly`ch O.O.* Udoskonalennya sy`stemy` ekologichnogo opodatkovannya // Finansy` Ukrayiny`. — 2001. — #2 — S. 3—11.

7. *Willer Helga and Kilcher Lukas* (Eds.) Statistics and Emerging Trends 2012. [Electronic Resource] // The World of Organic Agriculture. — Mode of access: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/year-book/2012/fibl-ifoam-2012-summary.pdf>. — Title from the screen.

8. Organy`k v Ukray`ne [Elektronny`j resurs]//Federaciya organichnogo ruхu Ukrayiny`. — Rezhy`m dostupu: <http://www.organic.com.ua/ru/homepage/2010-01-26-13-42-29>. — Nazva z ekranu.

9. Strategichny`j markety`ng organichny`x produktiv xarchuvannya: monografiya / T.O. Zajchuk. — K.: KNEU, 2012. — 265, [7] s.

Статтю подано до редакції 18.10.14 р.

УДК 004.9:005.915

Сендзюк М.А., канд. екон. наук., професор,
Кабалдіна Х.О., аспірантка,
кафедра інформаційних систем в економіці,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*Sendzyuk M.A., PhD. Econ. sciences., Professor,
Kabaldina H. A., postgraduate student
Department of Information Systems in the economy,
SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»*

CONCEPT OF FINANCIAL MANAGEMENT AGRICULTURAL ENTERPRISE BY MEANS OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGY

АНОТАЦІЯ. У статті викладено результати дослідження особливостей суб'єктів агропромислового виробництва, що впливають на створення інформаційних систем, обґрунтовані концептуальні рішення з автоматизації функцій управління фінансами агропромислових підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: прикладні інформаційні технології, фінансовий менеджмент, управління фінансами, інформаційна систем, інформаційна база, автоматизована функція, підтримка прийняття рішень.

ANNOTATION. The article presents the results of a study characteristics of subjects of agricultural production, affecting the development of information systems, conceptual solutions for automating functions of financial management of agricultural enterprises.

KEY WORDS: applied information technology, financial management, information systems, information base, an automated function, decision support.

Постановка проблеми. З переходом України від планово-директивної до ринкової економіки перед суб'єктами господарювання постала низка невідомих раніше завдань, що була вирішальною передумовою їх виживання в нових умовах, а саме аналіз

потреб ринку, самостійне планування господарської діяльності, пошук джерел фінансування, організація контролю витрат, пошук та формування конкурентних переваг з метою отримання прибутку — ось неповний перелік, що потребував негайного вирішення. Подальше роздержавлення і приватизація потужних промислових та аграрних підприємств висунуло ще жорсткіші вимоги до нового керівництва цих суб'єктів господарювання. Руйнування раніше існуючої системи планово-директивної економіки і, відповідно, існуючих економічних зв'язків вимагало самостійного пошуку каналів безперебійного постачання сировини та збуту готової продукції. У свою чергу, ринкове ціноутворення вимагало здійснення постійного контролю за рівнем собівартості продукції та безперервного пошуку шляхів її зниження. Забезпечення ж господарської діяльності таких підприємств потребувало значних фінансових ресурсів, висока вартість залучення яких вимагала їх ефективного використання.

Подальша глобалізація світового ринку та поступова міжнародна інтеграція України вимагає від національних суб'єктів господарювання врахування ще більшої кількості факторів, що можуть суттєво впливати на економічні результати їх діяльності. Зокрема, окрім традиційної специфіки промислового чи аграрного виробництва, на даний час великим підприємствам доводиться відстежувати не лише внутрішньодержавні, а й світові тенденції, оскільки обсяг збуту, вартість фінансових ресурсів тощо, тепер у значній мірі залежать від них.

Таким чином можна стверджувати, що ефективна господарська діяльність агропромислових підприємств неможлива без постійного удосконалення системи управління фінансами на основі інформаційних систем, моделювання фінансових потоків і запровадження прогресивних комп'ютерних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблемних питань з удосконалення управління фінансами підприємства та застосування з цією метою комп'ютерних технологій присвячені роботи А.М. Поддєрьогіна, М.А. Сендзюка, С.В. Івахненкова, В.В. Ковальова, В.І. Міщенко, В.П. Москаленка, С.В. Науменкової та ін. У них визначено предметну область і внесено пропозиції щодо автоматизації окремих функцій у сфері управління фінансами підприємств. У той же час в опрацьованих літературних джерелах не охоплено комплексно функції систем інформування та підтримки прийняття управлінських рішень і приділяється недостатньо уваги

запровадженню системного підходу до створення єдиних інформаційних баз, сховищ даних та організації єдиного інформаційного простору, що є на сьогодні основною проблемою у сфері управління фінансами агропромислових підприємств, агропромислових холдингів, тощо.

За результатами узагальнення проведених досліджень [2, 4, 5, 7, 9] специфічними особливостями вітчизняних агропромислових об'єднань, що впливають на створення інформаційно-аналітичних систем з управління їх фінансами, є:

1) ресурсоемність виробництва, а саме:

— сезонність виробництва та довготривалий виробничий цикл, що вимагає залучення протягом цього періоду значного об'єму фінансових ресурсів і зумовлює нерівномірність податкового навантаження;

— наявність значного обсягу витрат майбутніх періодів і незавершеного виробництва, що обліковується як біологічні активи підприємства;

2) високі та малопрогнозовані ризики, пов'язані із таким:

— недоотриманням прибутку в рік із сприятливими кліматичними умовами внаслідок кризи перевиробництва і, відповідно, зниженням ринкових цін і з одночасним зростанням поточних витрат на транспортування, перероблення, зберігання тощо;

— недоотриманням прибутку в рік із непрогнозованими несприятливими кліматичними умовами, внаслідок недовиробництва, що зумовлює не виконання агропідприємством фінансових зобов'язань;

— недоотриманням прибутку внаслідок державного регулювання цін, пов'язаного із забезпеченням державою продовольчої безпеки населення в несприятливі роки;

3) значний об'єм фінансування, необхідний для обслуговування сільсько-господарського виробництва, враховуючи його тривалість, ресурсоемність, високу вартість кредитних ресурсів при наявних ризиках і необхідність додаткових видатків на страхування сільськогосподарської продукції (врожаю) тощо;

4) особливості застосування державою пільгового режиму оподаткування;

5) складність організації процесу виробництва, а саме — територіально розпорошена інфраструктура, як правило, із слабо розвинutoю комунікацією, що унеможливорює здійснення ефективного управління виробництвом та оперативного контролю за

витратами; низький рівень автоматизації виробництва та велика кількість задіяного персоналу;

б) складність управління фінансами агропромислових підприємств із-за відсутності інформаційних систем.

Формування цілей статті (постановка завдання). Основними завданням статті є викласти результати дослідження особливостей управління суб'єктами агропромислового виробництва, що впливають на створення інформаційних систем, обґрунтувати концептуальні рішення з автоматизації функцій управління фінансами агропромислових підприємств на основі моделювання фінансових потоків і запровадження сучасних комп'ютерних технологій.

Виклад основного матеріалу. Відповідно поставленої цілі основним матеріалом статті буде визначення предметної області для автоматизації функцій управління фінансами агропромислового виробництва та складу таких функцій: комплексів задач, обґрунтування методики їх реалізації із застосуванням математичних моделей і алгоритмів для розрахунку фінансових показників, визначення складу інформаційних баз і сегменту інформаційного простору, комп'ютерних технологій для підтримки прийняття рішень з управління фінансами агропромислових підприємств.

Предметну область системи управління фінансами агропромислових суб'єктів господарювання доцільно почати з самого визначення фінансів підприємства. Фінанси підприємств — це економічні відносини, що пов'язані з рухом грошових потоків, формуванням, розподілом і використанням доходів і грошових фондів суб'єктами господарювання в процесі відтворення [6]. Приведене визначення на нашу думку притаманне й агропромислому комплексу. Відповідно із наведеним визначенням, сутність складових предметної області розкривається таким чином.

Рух грошових потоків відбувається у готівковій формі через касу, підзвітних осіб і т. д., а також у безготівковій формі на рахунках у банках, у вигляді цінних паперів тощо.

Доходи суб'єктів господарювання надходять у вигляді виручки від реалізації, фінансово-інвестиційної діяльності, вкладання коштів на депозитні рахунки, здавання майна в оренду, прийняття участі у фондовому ринку тощо. Суттєвим тут є не тільки формування доходів, але й їх розподіл і використання.

Грошові фонди — це частина коштів, що мають цільове спрямування. До них належать: статутний фонд, фонд оплати праці, амортизаційний фонд, резервний фонд та інші. Підприємства ви-

користовують кошти не тільки у фондовій формі, але й для виконання фінансових зобов'язань перед бюджетом і позабюджетними фондами, страховими організаціями тощо. Підприємства також одержують дотації, субсидії, спонсорські та інші внески.

Виходячи з викладеного, управління фінансами суб'єктів господарювання посідає центральне місце в системі управління агропромисловим підприємством і здійснюється воно за допомогою таких функцій: прогнозування, планування, облік і контроль, аналіз і регулювання. При автоматизації наведених функцій особливу увагу необхідно приділити такому:

- організації операційної діяльності — фінансова діагностика, аналіз беззбитковості, управління витратами, планування прибутку, бюджетування і контроль;

- інвестиційній діяльності — прогнозування грошових потоків від інвестицій, пошук найкращої альтернативи, аналіз інвестиційних ризиків, підтримка інвестиційного портфелю;

- фінансовій діяльності — вибір структури та вартості капіталу, емісія цінних паперів і дивідендна політика, аналіз ризиків та моделювання фінансових потоків.

На основі досліджень складу об'єктів предметної області та функцій управління фінансами, а також виходячи із методичних рекомендацій щодо створення систем автоматизованого управління організаційно-технологічними процесами та систем підтримки прийняття рішень, визначений склад автоматизованих функцій — комплекси задач інформаційної підсистеми управління фінансами агропромислових підприємств, до яких відносяться:

- багатоваріантне прогнозування фінансових показників на не строго визначену перспективу;

- фінансове планування — розрахунки фінансових показників, що виконуються при складанні кошторисів суб'єктів господарювання на строго визначений календарний період;

- облік і контроль операцій з готівкою, у тому числі ведення касового журналу, розрахунків з підзвітними особами та інших розрахункових операцій;

- облік і контроль безготівкових операцій, зокрема облік руху коштів на поточних, кредитних і депозитних та інших рахунках у банках;

- розрахунок поточних фінансових показників — виручки від реалізації продукції, амортизаційних відрахувань, платежів до бюджету тощо;

- визначення поточних фінансових результатів та їх аналіз для підтримки прийняття рішень — розкриття процесу бюджетування засобами спеціального пакету програм;

- управління ліквідністю підприємства;
- управління рентабельністю підприємства;
- управління фінансовими ризиками;
- управління інвестиціями;

- складання фінансових (за формами ф-1, ф-2, ф-3, ф-4) та інших звітів,

- фінансовий аналіз стану суб'єктів господарювання.

Застосування для управління сучасних методів фінансового планування і контролю, що позначено терміном «Бюджетування». Під бюджетуванням пропонується розуміти управлінську технологію складання бюджетів, яка дає змогу зв'язати діяльність підприємства з його стратегічними цілями, планувати, організовувати, контролювати та мотивувати виконання бюджетів на підприємстві, тобто здійснювати процес управління підприємством, спрямований на досягнення поставлених перед підприємством цілей. За визначенням Г.Я. Гольдштейна та А.Н. Гуц [1], система бюджетування — найкраща система обліку для прийняття управлінських рішень, основана на фактично отриманих результатах в зіставленні з планом. На думку С. Колесникова [3], бюджетна система підприємства призначена для вирішення не лише задач планування фінансового результату, як це взагалі вважають, але й для вирішення задач прогнозування можливих причин їх невиконання і, як наслідок, планування можливих попереджуючих та корегуючих дій. Основна мета такого планування полягає в оцінці нестачі грошових ресурсів і передбаченні шляхів додаткового фінансування.

Ефективність роботи агропромислових підприємств у значній мірі залежить від наявності системи бюджетування та ступеню її автоматизації. Автоматизована система бюджетування являє собою електронну фінансову модель компанії у вигляді взаємопов'язаних бюджетів: виробництва, інвестицій, продажів, закупівель тощо. Така система, за умови її інтеграції із обліковою системою підприємства в єдиний інформаційний простір, повинна дозволяти не лише оперативно планувати потоки коштів, витрат та прибутків по кожному центру фінансової відповідальності, порівнювати їх з фактичними даними, а й за необхідності надавати можливість швидко аналізувати вплив поточних і можливих майбутніх змін бюджетних показників на

фінансовий стан, необхідних для прийняття зважених управлінських рішень.

Висновки. В умовах глобальної економічної кризи агровиробництво в Україні є однією із перспективних та прибуткових, проте високо ризикованих сфер бізнес-діяльності, що в суттєвій мірі залежить від значної кількості неконтрольованих чинників, пов'язаних із специфікою аграрних природних зон і кліматичних умов, станом конкурентного середовища на внутрішньому та світовому ринках збуту тощо. Враховуючи високу вартість кредитних ресурсів, специфіку аграрного виробництва, можна стверджувати, що ефективна господарська діяльність агропромислових підприємств неможлива без постійного удосконалення та автоматизації системи управління фінансами. Така система повинна бути побудована на основі інтеграції процесів прогнозування та періодичного планування фінансів агропромислових підприємства із врахуванням специфіки їх діяльності, показників управлінського та фінансового обліку, використовувати методи моделювання і бюджетування діяльності підприємства, та на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій автоматизування функцій управління фінансами. Для розроблення методики ефективного впровадження таких систем на підприємствах, насамперед, потрібно окреслити предметну область і склад функцій управління фінансами, на основі системного підходу визначити показники для розрахунку, визначити методи та технології їх автоматизації. Лише такий підхід дозволить мінімізувати існуючі ризики, виявити та зменшити виробничі витрати, досягнути прогнозованості результатів і високої рентабельності агропромислових підприємств.

Література

1. Гольдштейн Г.Я. Экономический инструментарий принятия управленческих решений. Основной бюджет фирмы. Система бюджетирования, ее роль в менеджменте / Г.Я. Гольдштейн, А.Н. Гуц. — Таганрог: Управленческий Портал, 1999–2002. — 456 с.
2. Жерлицын Д. М. Концепция моделирования финансовой системы предприятия // В сб. Модели управления в рыночной экономике / Под ред. Ю. Г. Лысенко. — Донецк: ДонНУ, ООО «Юго-Восток», 2009. — Вып. 12. — С. 49–65.
3. Колесников С. Управление бюджетными рисками / С. Колесников // Управление компанией. — 2004. — № 11 (42). — С. 55.

4. *Капелист Е.И.* Развитие методики планирования внутреннего аудита в сельскохозяйственных организациях [Текст] / А.Н. Кизиллов, Е.И. Капелист // *Фундаментальные исследования*. — 2012. — № 6. — Ч. 1.
5. *Ковалев В. В.* Финансовый менеджмент; теория и практика. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Проспект, 2007. — 1024 с.
6. *Поддєрьогін А.Н.* Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. ред. А.М. Поддєрьогін. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2005. — 460 с.
7. *Растеряева Т.В.* Модернизация аграрного сектора в аспекте перспективных экономических интересов // *Фундаментальные исследования*. — 2008. — № 1 — С. 85–86.
8. *Сендзюк М. А., Вітер М. Б.* Інформаційні системи і технології в економіці : навч. посіб. — К. : КНЕУ, 2011 — 422 с.
9. *Хахонова И.И.* Развитие методики управления финансовыми рисками // *Фундаментальные исследования*. — 2012. — № 6 — С. 268–272.

References

1. *Goldstein G.Y.* The Economic ynstrumentaryy Adoption upravlencheskyh decisions. Community budget company. Budgeting System, uh role in menedzhmente / GY Goldstein, AN Guts. — Taganrog: Upravlenchesky Portal, 1999–2002. — 456 p.
2. *Zherlytsyn D.M.* concept modeling fynansovoy enterprise system // in coll. Models rynochnoy management in the economy / ed. G. Lysenko — Donetsk: Donetsk National University, OO «South-East», 2009. — Vol. 12. — P. 49—65.
3. *S. Kolesniko.* Management byudzhетнымy risk / S. Kolesnikov // *Management Company*. — 2004. — № 11 (42). — P. 55.
4. *Kapelyst E.I.* The development of methods Scheduling vnutrenneho audit in selskohozyaystvennyh organization [Text] / A.N. Mulberry, E.I. Kapelyst // *Fundamentalnye study*. — 2012. — № 6. — Part 1
5. *Kovalev V.V.* Fynansoviy management; Theory and Practice. — 2nd ed., Rev. and add. — М.: ТК Velbi, Izd Avenue, 2007. — 1024 s.
6. *Poddyerohin A.N.* Finance Companies: Tutorial / Head of l.. col. eds. A.N. Poddyerohin. — 2nd ed., Overhauls. and add. — К.: MBK, 2005. — 460 p.
7. *Rasteryaeva T.V.* Modernization of the agricultural sector in two main ways perspektivnyh Ekonomicheskies of interests // *Fundamentalnye study*. — 2008. — № 1. — P. 85–86.
8. *Sendzyuk M.A.* MB Wind Information systems and technology in the economy: teach. guidances. — К.: MBK, 2011. — 422 p.
9. *Hahonova Y.Y.* The development of management techniques fynansovymy dashes // *Fundamentalnye study*. — 2012. — № 6. — P. 268–272.

Статтю подано до редакції 21.11.14 р.

V. Облік, аналіз та аудит

УДК 657

Свірко С.В., д-р екон. наук, проф.,
професор кафедри обліку в кредитних і
бюджетних установах та економічного аналізу
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Фаріон А.І., канд. екон. наук,
викладач кафедри обліку у бюджетній та соціальній сфері
Тернопільський національний економічний університет

ПЛАН РАХУНКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СЕКТОРІ ЗАГАЛЬНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ: ВИХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ФОРМОТВОРЧІ ФАКТОРИ

Svirko S.V., Dr. habil. of Economics,
professor of accounting in the credit and
non-profit institutions and economic analysis
SHEE «Kyiv National Economic University
named after V. Hetman»

Farion A.I., PhD, lecturer in accounting
in the public and social sector
Ternopil National Economic University

CHART OF ACCOUNTS IN THE GENERAL GOVERNMENT SECTOR: ASSUMPTIONS AND FORMATIVE FACTORS

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто питання побудови плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління. Авторами опрацьовано вихідні положення та проведено аналіз факторів впливу на формування структури вказаного плану рахунків.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: рахунки, план рахунків бухгалтерського обліку, сектор загального державного управління, структура, класи рахунків

ANNOTATION. The article deals with the issue of building chart of accounts in the general government sector. The authors worked assumptions and analyzes factors influencing the formation of structures that chart of accounts.

KEY WORDS: accounts, chart of accounts, general government, structure, classes of accounts

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Оголошене Постановою Кабінету Міністрів України від 16.01.07 № 34 «Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 рр.» (надалі — Стратегії) реформування вітчизняного бюджетного обліку підходить до завершального етапу. Впродовж останніх 7-ми років методологами Державної казначейської служби України (ДКСУ) та Міністерства фінансів України на реалізацію вказаної Стратегії було здійснено більшість із запланованих кроків, зокрема: внесено відповідні зміни до Бюджетного кодексу України в частині оновлення основних вихідних положень облікового забезпечення бюджетного процесу, розроблено та затверджено 19 НП(С)БОДС, сформовано новий підхід до організації праці облікових працівників бюджетних установ, який закріплено відповідними нормативними актами. Втім, питання розробки єдиного плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі залишається до кінця невизначеним, у тому числі, на тлі останніх проведених змін до вказаного нормативного акту (автори у попередніх публікаціях доводили помилковість встановленого в Стратегії суб'єктного поля бухгалтерського обліку і умотивували необхідність його заміни на сектор загального державного управління).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду питань формування єдиного плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі або секторі загального державного управління присвячено незначна кількість праць відомих учених у галузі бюджетного обліку, методологів ДКСУ Л.В. Гізатуліної та Н.І. Сушко [1, 2]. Тільки в одній з цих публікацій наведено проектну структуру єдиного плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, яка, як зазначив автор, не набула ще завершеного вигляду. Зважаючи на це, автори в представлені статті розглянули питання побудови плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління на основі опрацювання вихідних положень і проведеного аналізу факторів впливу на формування структури вказаного плану рахунків.

Мета статті. Визначити та опрацювати формотворчі фактори та вихідні положення плану рахунків бухгалтерського обліку в

державному секторі як елементу методологічного інструментарію вітчизняного бюджетного обліку.

Виклад основного матеріалу. Поняття «плану рахунків бухгалтерського обліку» не закріплено законодавчо, а тому існує кілька підходів до його характеристики. У межах класичного визначення поняття «план рахунків бухгалтерського обліку» останній ідентифікується «...система бухгалтерських рахунків, що передбачає їх кількість, групування та цифрове позначення залежно від об'єктів та мети обліку...» [3, с. 308]. Певні вчені вказують на його виняткову організаційну роль плану рахунків у бухгалтерському обліку, що проявляється у забезпеченні правильної організації технології облікового процесу [4, с. 183]. У продовження дискусії щодо ролі та місця моделювання в бухгалтерському обліку, сучасні обліковці зазначають, що план рахунків виступає «...інтегрованою обліковою моделлю, складовою технічної основи формування облікової інформації...» [6, с. 37]. З погляду класичного визначення елементів методу бухгалтерського обліку сучасні вітчизняні вчені доводять, план рахунків бухгалтерського обліку виступає поєднанням двох з них: рахунків і подвійного запису [7]. Варто також представити точку зору окремих учених щодо плану рахунків як елементу національного джерела інформації [8, с. 47].

Огляд наведених позицій учених-економістів вказує на загальність характеристик, що дозволяє, з урахуванням завдань і функцій бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління, а також напрямів Стратегії сформувати таке визначення Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління (рис. 1):

- «Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління є систематизованим переліком рахунків бухгалтерського обліку однойменних суб'єктів, який забезпечує групування необхідної інформації про виконання бюджетів та кошторисів. Він виступає: інструментом формалізації сукупної дії двох елементів методу бухгалтерського обліку — рахунків і подвійного запису; унікальною обліковою моделлю відображення операцій суб'єктів секторі загального державного управління; засобом інформаційного забезпечення управління державними фінансами як на мікро-, так і на макрорівні».

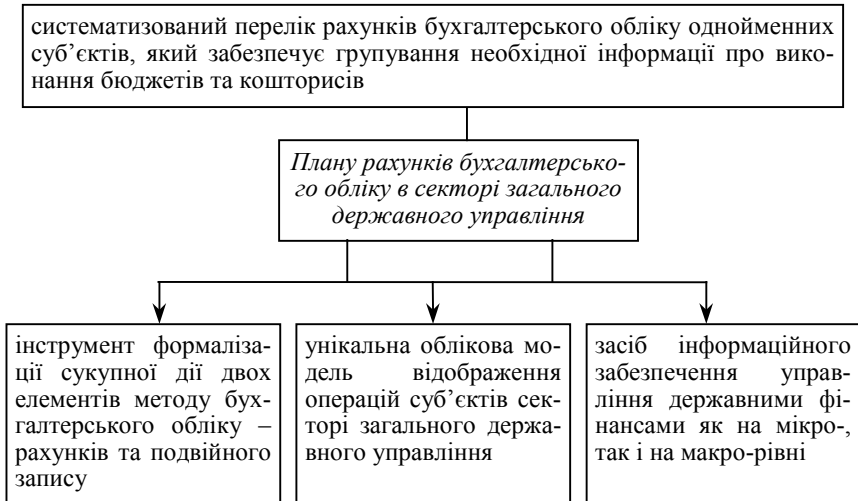


Рис. 1. Характеристика Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління

Слід зазначити, що завдання зі створення Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління посідає чільне місце в Стратегії. Такий підхід не є випадковим: адже, саме наявність окремого плану рахунків бухгалтерського обліку щодо відображення господарських операцій певних суб'єктів, вплинув, у певний час, на виокремлення таких складових національної системи бухгалтерського обліку: бухгалтерський облік на підприємствах, бухгалтерський облік у банківських установах, бухгалтерський облік в органах Державної казначейської служби та бухгалтерський облік у бюджетних установах. Таким чином, сучасні вітчизняні плани рахунків бухгалтерського обліку: активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій; банків України; бюджетних установ; виконання Державного та місцевого бюджетів — виступають засобами інформаційної єдності певних суб'єктів бухгалтерського обліку: підприємств і організацій, банків, бюджетних установ, органів Державної казначейської служби України, відповідно.

На сьогоднішній день у межах системи бюджетного обліку діють два основні Плани рахунків. Проаналізуємо їх склад і стру-

ктуру з позиції об'єктного складу бюджетного обліку, який загалом складається з господарських засобів, джерел їх утворення і господарських процесів. У бухгалтерському обліку виконання кошторису застосовується План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ, затверджений наказом Міністерства фінансів України від Головного управління Державного казначейства України від 26.06.13 р. № 611 [9]. Загальна структура діючого плану рахунків бухгалтерського обліку виконання кошторису передбачає наявність таких класів рахунків: Необоротні активи, Запаси, Кошти, розрахунки та інші активи, Власний капітал, Довгострокові зобов'язання, Поточні зобов'язання, Доходи, Витрати, Позабалансові рахунки. Органи Державної казначейської служби України в процесі виконання Державного та місцевих бюджетів використовують План рахунків бухгалтерського обліку виконання державного і місцевих бюджетів, затверджений наказом Державної казначейської служби України від 28.11.2000 р. № 119 [10]. Загальна структура діючого плану рахунків бухгалтерського обліку виконання бюджетів представлена такими класами рахунків: Активи, Зобов'язання, Кошти бюджетів та розпорядників коштів, Розрахунки, Результати виконання бюджету, Доходи бюджету, Видатки бюджету, Управлінський облік, Позабалансовий облік.

Варто зауважити, що кожний із представлених об'єктів обліку, що відображається за відповідними класами вказаних планів рахунків є затребуваним у сучасних умовах господарювання суб'єктів сектору державного управління. Аналіз розроблених і затверджених НП(С)БОДС свідчить, що перераховані об'єкти знайшли своє відображення в них. Отже, в новому Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління мають знайти своє відображення всі перераховані об'єкти обліку.

План рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління, як важливий елемент вказаної підсистеми обліку, має відповідати тим вимогам, які пред'являються власне і до підсистеми. Нагадаймо, що інтеграції України до світового співтовариства, вимагає виконання зобов'язань, що виникають у зв'язку з вступом до міжнародних організацій (СОТ, МВФ, МБРР), які є передумовою вступу до міжнародних організацій (ЄС, НАТО), викликані залученням позичкових коштів (МБРР, МВФ), а саме:

- вступ до СОТ: регуляторні положення з реалізації легітимізованих угод СОТ потребують чіткої послідовної державної політики та стабільної системи державних фінансів;

- перспективи вступу до НАТО: Економічне підґрунтя Плану дій з членства у НАТО передбачає забезпечення Україною продовження економічних реформ, виділення достатнього обсягу бюджетних коштів на виконання зобов'язань, що стоять перед альянсом, надання Україною інформації про стан економіки (головні маркоекономічні та бюджетні дані), а також відповідні результати розвитку економічної політики. Вирішення цих завдань потребує перегляд та оптимізації ефективності системи державних фінансів;

- перспективи приєднання України до ЄС: відповідно до положень «Плану дій Україна — ЄС» вітчизняною стороною має бути забезпечено: ефективність боротьби з корупцією через посилення прозорості та підзвітності органів державного управління, зокрема, шляхом реформування інституту державної служби на основі європейських стандартів, імплементація стратегії адаптації законодавства в пріоритетних сферах, у тому числі в бухгалтерському обліку, запровадження ефективних заходів щодо підвищення ефективності соціальної політики з метою зменшення кількості населення, що перебуває за межею бідності. Зазначені заходи ідентифікуються в межах системи управління державними фінансами;

- членство у МБРР і МВФ: приєднання до цих міжнародних організацій вимагає продовження економічних реформ, у тому числі запровадження методологій формування звітності у державному секторі з урахуванням загальних міжнародних підходів в узагальненні економічної інформації: МСБОДС і КСДФ 2001;

- залучення позичкових коштів МБРР: угоди про позику між Україною та міжнародним банком реконструкції та розвитку передбачають у тому числі модернізацію державних фінансів через перебудову системи бухгалтерського обліку в державному секторі на основі МСБОДС (IPSAS) і КСДФ 2001 (GFSM 2001).

Узагальнення факторів та умов, що впливають на формування Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління представлено на рис. 2.



Рис. 2. Передумови застосування МСБОДС і КСДФ 2001 у бухгалтерському обліку сектору загального державного управління

Суттєво на побудову Плану рахунків Бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління впливають форми звітності, які визначають обсяг інформаційного запиту різних користувачів інформацією. Нагадаймо, що ще у ХІХ ст. відомий швейцарський учений-обліковець І.Ф. Шер зазначав, що «...план рахунків, який складається на основі балансу, становить основу господарського управління...» [11, с. 133; 12]. Отже, План рахунків повинен забезпечувати: побудову форм фінансової звітності (передусім балансу та звіту про фінансові результати); складання форм бюджетної звітності; достатню деталізацію для формування індивідуальних пакетів управлінської звітності розпорядників бюджетних коштів і встановленого пакету управлінської звітності органів Державного казначейства.

Відповідно до НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» баланс суб'єктів державного сектору являє собою звіт про фінансовий стан суб'єкта державного сектору, який відображає на певну дату обсяг активів, зобов'язань і власного капіталу; загальну структуру балансу представлено у табл. 1.

Таблиця 1

ЗАГАЛЬНА СТРУКТУРА БАЛАНСУ

№ розділу	АКТИВ	№ розділу	ПАСИВ
I	Нефінансові активи	I	Власний капітал і фінансовий результат
II	Фінансові активи	II	Зобов'язання
III	Витрати майбутніх періодів	III	Забезпечення
		IV	Доходи майбутніх періодів

Відповідно до НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» звіт про фінансові результати — звіт про доходи, витрати і фінансові результати діяльності суб'єкта державного сектору. Він має структуру, наведену у табл. 2. За I і II розділами відображається інформація щодо фінансових результатів діяльності, а також видатків бюджету (кошторису) у розрізі функціональної класифікації видатків і кредитування бюджету; за розділом III — власне виконання бюджету (кошторису) в розрізі загального та спеціального фондів за плановими та фактичними показниками.

Зауважимо, що представлені форми звітності суб'єктів сектору загального державного управління розроблені на основі МСБОДС і КСДФУ 2001.

Узагальнюючі наведені вимоги, зазначимо, що План рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління має: охоплювати весь спектр об'єктів бюджетного обліку; відповідати КСДФ 2001 і МСБОДС; відбивати операції за методом нарахування; відображати операції за принципом подвійного запису; забезпечувати складання бухгалтерської звітності суб'єктів.

Таблиця 2

ЗАГАЛЬНА СТРУКТУРА ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

№ розділу	Назва розділу
I	Фінансовий результат діяльності
II	Видатки бюджету (кошторису) за функціональною класифікацією видатків і кредитування бюджету
III	Виконання бюджету (кошторису)

З урахуванням цього, Державною казначейською службою України розроблено таку План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі (табл. 3) [1]. Представлена побудова Плану рахунків спрямована на забезпечення транспарентності облікових процесів і прозорість консолідації інформації.

Таблиця 3

**СТРУКТУРА ПЛАНУ РАХУНКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ
В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ**

№ класу	Назва класу
Клас 1	Нефінансові активи
Клас 2	Фінансові активи
Клас 3	Кошти бюджетів та розпорядників бюджетних коштів
Клас 4	Розрахунки
Клас 5	Капітал та фінансовий результат
Клас 6	Зобов'язання
Клас 7	Доходи
Клас 8	Витрати
Клас 9	Позабалансові рахунки

Висновки з проведеного дослідження. Важливим позитивним моментом представленої проектної структури Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління є тісний зв'язок композиційної побудови з формами фінансової звітності суб'єктів вказаного сектору. Іншим важливим аргументом на користь запропонованої автором структури Плану рахунків виступає урахування при її розробці прогресивного досвіду країн ЄС, відповідно до якого для стандартного плану рахунків характерним є виділення 4-х блоків рахунків [14]. І нарешті, представлена проектна структура Плану рахунків бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління враховує фактичний об'єктний склад бюджетного обліку та НП(С)БОДС дозволяє забезпечувати реалізацію методу нарахування та принципу подвійного запису, враховує через урахування положень НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» позиції МСБОДС і КСДФ 2001.

Література

1. *Сушко Н.І.* Реалізація реформи бухгалтерського обліку в державному секторі // Державний бухгалтер і аудитор. — № 1. — 2012. — С. 11–17.
2. *Гізатуліна Л.В., Сушко Н.І.* Реформування системи бухгалтерського обліку в державному секторі // Незалежний аудитор. — № 6. — 2012. — С. 56–57.
3. Большой бухгалтерский словарь / Под. ред. А. Азраиляна. — М.: Институт новой экономики, 1999. — 574 с.
4. *Пархоменко В.М., Петрук О.М.* План рахунків в системі регламентації бухгалтерського обліку // Вісник ЖІТІ. Економічні науки. — Житомир: ЖІТІ, 2002. — № 19. — С. 233–240.
5. *Петрук О.М.* Місце плану рахунків в системі бухгалтерського обліку // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. — Житомир: ЖДТУ, 2003. — № 4 (26). — С. 209–217.
6. *Боримська К.П.* План рахунків бухгалтерського обліку як інтегрована облікова модель: підходи до побудови // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. — Житомир: ЖДТУ, 2010. — № 3 (53). — С. 37–43.
7. *Петрук О.М.* Сучасне розуміння методу бухгалтерського обліку // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. — Житомир: ЖДТУ, 2004. — № 1 (27). — С. 168–179.
8. *Євдокимов В.В.* Бухгалтерський облік як джерело в системі інформаційного забезпечення економіки України // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. — Житомир: ЖДТУ, 2010. — № 1 (51). — С. 46–50.
9. Про затвердження деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку бюджетних установ: Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.13 № 611 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13/print1390196584834872>
10. Про затвердження інструктивної бази: Наказ Державного казначейства України від 28.11.2000 № 119 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/law/main.cgi>
11. *Бутинець Ф.Ф.* Історія бухгалтерського обліку: В 2-х частинах. Ч.І: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»] / Ф.Ф. Бутинець. — 2-е вид., доп. і перероб. — Житомир: ПП «Рута», 2001. — 512 с.
12. *Фаріон А.І.* Модернізація бухгалтерського обліку в державному секторі та шляхи її реалізації: дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / Фаріон Антоніна Іванівна; ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». — К., 2011. — 199 с.
13. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.13 № 1203 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>

14.Международные стандарты бухгалтерского учета (Учебное пособие) / Автор: Полещук Т.А., редактор: Моисеева Л.В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://abc.vvsu.ru/Books/u_m_stand/page 0023.asp/

References

1. *Sushko N.I.* Realizatsiya reforms in state-sponsored buhgalterskogo obliku v derzhavnomu sektori [Implementation of Accounting Reform in the Public Sector] // *Derzhavnyi buhgalter i auditor*. — 2012. — n. № 1. — P. 11–17 [in Ukrainian]
2. *Gizatulina L.V., Sushko N.I.* Reformuvannya sistemi buhgalterskogo obliku in derzhavnomu sektori [Accounting Reform in the Public Sector] // *Nezaleznyi auditor*. — 2012. — no.6. — P. 56–57. [in Ukrainian]
3. *Azrailyan A.* Bolshoy buhgalterskiy slovar [Large book dictionary]. — Moskva: Institut Novoy Ekonomiki, 1999. — 574 p. [in Russian]
4. *Parkhomenko V.M., Petruk O.M.* Plan rahunkiv v sistemi reglamentatsii buhgalterskogo obliku [Chart of accounts in the system of regulation of accounting] // *Visnyk ZHITI. Ekonomichni nauky — ZHITI*. — 2002. —no. 19. — P. 233–240. [in Ukrainian]
5. *Petruk O.M.* Mistse planu rahunkiv v sistemi buhgalterskogo obliku [Place of accounts in the accounting system] // *Visnyk ZHITI. Ekonomichni nauky. — ZHITI*. — 2003. — no.4 (26). — P. 209–217. [in Ukrainian]
6. *Borimska K.P.* Plan rahunkiv buhgalterskogo obliku yak integrovana oblikova model: pidhodi to pobudovi [Chart of Accounts as an integrated accounting model: approaches to construction] // *Visnyk ZHDTU. Ekonomichni nauky. — ZHDTU*. — 2010. — no. 3 (53). — P. 37–43. [in Ukrainian]
7. *Petruk O.M.* Suchasni rozuminnya method buhgalterskogo obliku [Current understanding of accounting method] // *Visnyk ZHDTU. Ekonomichni nauky. — ZHDTU*. — 2004. — no.1 (27). — P. 168–179. [in Ukrainian]
8. *Yevdokimov V.V.* Buhgaltersky oblik yak dzherelo v sistemi informatsiynogo zabezpechennya ekonomiki Ukrainy [Accounting as a source of information system of economy of Ukraine] // *Visnyk ZHDTU. Ekonomichni nauky — ZHDTU*. — 2010. — no. 1 (51). — P. 46–50. [in Ukrainian]
9. Pro zatverdzhennya deyakih legal and regulatornyh aktiv s buhgalterskogo obliku budgetnyh ustanov [On approval of certain legal acts on accounting budgetary institutions]: Nakaz Ministerstva finansiv Ukraine od 06/26/13 № 611 [E-resource]. — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13/print1390196584834872> [in Ukrainian]
10. Pro zatverdzhennya instruktivnoi bazi [On approval of the instructional framework]: Nakaz Derzhavnogo Kaznacheystva Ukrainy vid 28.11.2000 № 119 [E-resource]. — Mode of access: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/law/main.cgi> [in Ukrainian]

11. *Butinets F.F.* Istoria buhgalterskogo obliku [History of Accounting]. — Zhitomyr: PP «Ruta», 2001. — 512 p. [in Ukrainian]
12. *Farion A.I.* Modernizatsiya buhgalterskogo obliku v derzhavnomu sektori ta shlyahy yii realizatsii [Modernization of accounting in the public sector and ways to implement]: dis ... kandid. ekon. nauk: 08.06.04 / Farion Antonina Ivanivna; DVNZ «KNEU im. V. Getmana». — K., 2011. — 199 p. [in Ukrainian]
13. Pro zatverdzhennya Planu rahunkiv buhgalterskogo obliku v derzhavnomu sektori: Nakaz Ministerstva finansiv Ukraine vid 31/12/13 № 1203 [E-resource]. — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14> [in Ukrainian]
14. *Poleschuk T.A.* Mezhdunarodny standarty buhgalterskogo obliku [International Accounting Standards]: [Electronic resource]. — Mode of access: http://abc.vvsu.ru/Books/u_m_stand/page0023.asp/

Статтю подано до редакції 7.10.14 р.

УДК: 330.101.5: 330.13

*Заплітна Т.В., к.е.н., доц., кафедри економіки
Національний транспортний університет*

УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ ВАРТІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Zaplitna T.V., Ph.D., associate Professor of Economics
National Transport University*

THE UNIVERSALITY OF VALUE ESTIMATION FINANCIAL ASSETS IN A MARKET ECONOMY

АНОТАЦІЯ. У статті наведено пріоритетні напрямки утворення механізму універсального вартісного оцінювання матеріальних активів і розкрито пріоритетні напрямки ринкового ціноутворення. Розглянуто основи вартісних підходів ринкової оцінки матеріальних активів, які відповідають багаторівневій функціональній сфері визначення джерела вартості та корегування вартісних властивостей майнових активів. Визначено, що актуальним завданням є підвищення ролі оцінювання у поліпшенні економічної поведінки суб'єктів господарювання з приводу ринкових вимог управління майновими активами.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: оцінювання, оцінка вартості, майнові активи, державний менеджмент оцінювання.

ANNOTATION. Abstract. The article describes the priority directions of creation of universal value estimation of financial assets and disclosed to the priority areas of market pricing. Covers the basics of cost approaches to market valuation of tangible assets, which correspond to the multi-level functional area definition source value and the adjustment value of the properties property assets. It is determined that the urgent task is to increase the role of assessment in improving the economic behavior of economic entities with the market requirements management of property assets.

KEYWORDS: assessment, valuation, property assets, the state management.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Послуги оцінювання за період трансформаційних процесів ринкових перетворень стали універсальнішими. Сучасне оцінювання не лише відповідає багаторівневій функціональній сфері визначення джерела вартості, але й поширило спектр свого застосування для приватизаційних, аудиторських, фінансових, консалтингових цілей, до того ж уже виокремлено в окремий ринок послуг. Ринок оцінювання в Україні розширився та диференціювався за інтересами замовників і напрямками пов'язаних з розвитком ринкових відносин, реформування власності. Адже сучасний етап розвитку ринкових відносин вимагає від їх суб'єктів володіння інформацією про вартість оцінюваних об'єктів (майнових активів) і креативної орієнтації економічної інформації, що в свою чергу, дає можливість правильно розпорядитись майном, коштами, вчасно зорієнтуватись і вигідно розмістити наявний капітал для досягнення недоступних з матеріальних міркувань цілей.

У сучасних умовах ринкового господарювання універсальність апробації оцінювання, або іншою мовою процедура оцінки вартості майнових активів зарекомендована як одна з передових інструментів визначення ринкової вартості для різноманітних реалізацій цілей та інтересів, як то для купівлі-продажу, інвестування, кредитування, страхування, оподаткування, навіть ліквідації або відтворення майнових активів. Тому сьогодні на правах інституційних норм прав власності оцінка вартості є першочерговою умовою корегування вартісних властивостей майнового активу, а процедура оцінювання вимагає не лише універсальних вправ її здійснення, а насправді залишається формалізованим інструментом з передуманням суб'єктивного характеру. Так, за останні роки цей процес можна сказати є вдосконаленим и но-

сить прозорий характер і ринковий підхід, але й залишається наслідком спекулятивних дій і неорганізованих процесів на відповідних ринках. Адже практичний підхід у застосуванні вимірювання вартісних параметрів на основі дохідного, витратного та порівняльного методів створює умови для визначення ринкового утворення вартісних параметрів, але на практиці оцінкою вартості маніпулюють спекулятивним характером ціноутворення, створюючи умови «парадоксу ліберального ціноутворення».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду функціональної ролі оцінювання майнових активів і визначення їх вартісних параметрів присвятили свої праці вчені А. Алчян, Р. Барр, Г. Беккер, Д. Белл, Дж. М. Кейнс, Дж. Е. Стігліц (розглядали оцінювання як чинник стимулювання економічного розвитку), П. Чампліс, Т. Коупленд, Т. Коллер (оцінювання бізнесу), Вайс Керол Г. (оцінювання соціальної привабливості майнових активів), У. Шарп, Г. Харрисон, Дж. Фрідман, Н. Ордуей, В. Гелаті, Дж. Аллавей, Р. Кайл, Дж. К. Эккерт, (впровадження методології оцінювання для управління портфелем майнових активів).

Метою написання статті системний аналіз у визначенні універсальності підходів оцінювання матеріальних активів.

Виклад основного матеріалу. Залишаються багато невизначених питань, які виходять за рамки оцінювання, але імпульсивно зараховані до процесів оцінювання та підривають його методичне провадження. Через короткий час впровадження інструментів оцінювання вартісних параметрів національного багатства спочатку його вартість була знецінена, а потім через невмілий державний менеджмент оцінювання, як інструмент визначення вартісних параметрів, перевантажений екстерналіями так званої соціально-економічної нестабільності країни.

Раніше в практичній методиці під час приватизаційних процесів, як одного з перших прикладів застосування інструментарію оцінювання були сформовані хибні припущення. Саме приватизаційні об'єкти вимушено корегувались «заниженими вартісними параметрами» та набули реалізації «за безцінь». Як результат, незважаючи на дотримання нормативно-методичних норм використання експертами методики оцінки вартості, дозволило державі реалізувати питому вагу національних потужних виробничих об'єктів — великих і середніх підприємств, позбавлених капітального резерву на майбутній сталий розвиток. Також оціночний результат обчислення вартості таких підприємств започаткував в

умовах розвиваючих ринків проблему ефективного управління — занижуючи основний оціночний параметр — вартість жодного разу не було враховано «швидкість приросту вартості» — найважливіший показник ефективності управління.

Постає питання, чи може таке реалізоване підприємство розрахувати на ринкову адаптацію своєї діяльності та відповідати вимогам державно-цільових програм орієнтованим на інвестиційно-інноваційний розвиток і не лише...

Не останнє місце й чи мало питань в інформаційному навантаженні оцінювання залишаються та прогресують у соціальній сфері, а саме в оцінці вартості нерухомості (житла). Яким чином житлову нерухомість отриману безкоштовно понад 30 років тому (на умовах отримання за адміністративно-командної системи) сьогодні під впливом зміни економічної системи на ринкову нам пропонують, обумовлюючи «умовно» ринковою вартістю, за сотні тисяч грн, уникаючи Марксовим постулатам економічних законів купівельної спроможності суспільства. Таким чином, відбулось викривлення визначення фактичної ціни на нерухомість, що формується не тільки під впливом динаміки витрат, корисності, співвідношення попиту і пропозиції, монополізації, а й від процесу оцінювання, як упередженого судження про цінову екстраполяцію.

Сучасні пострадянські науковці порівнюючи економічні системи адміністративно-командну з ринковою здебільшого піддають критиці першу за її недосконалість і вимагають відкритість іншої [1, 2]. На нашу думку, можна погодитись в деяких моментах. Недосконалість адміністративно-командної системи складалась у прогресивному зростанні бюрократичної недосконалості менеджменту, але й менеджмент ринкових перетворень також характеризується залишками бюрократичних відтінків, до того ж, створенням умов дефіциту фінансової сфери, й викривленням загальних засад ринкового підґрунтя. Як наслідок, для підприємств до сих пір залишається фікцією інвестиційно-інноваційна орієнтація розвитку, а в суспільстві втрачені інструменти соціально-економічної орієнтації стабільності. Від таких наслідків навіть державні інструменти управління та контролю носять «паразитичний» характер на суспільно-економічні умови зростання та розвитку в цілому.

Тому високий рівень упровадження оцінювання в ринкову практику адаптації вимагає обґрунтування теоретичних і нормативно-правових проблем оціночної діяльності, використання тео-

ретичних надбань із теорій вартості щодо покращення методики оцінювання с посиленням змістом ефективного використання в господарській практиці, а як наслідок — уникнення асиметричності інформації [2].

Зазвичай ми вдаємось прикладу західних методик оцінювання як взерець умов упровадження ринкових інструментів господарського механізму, але уникаємо практики та їх результатів адаптації. Необхідно переглянути не «вершки» впровадження будь-яких ринкових інструментів, а дослідити результати адаптації цих інструментів. Лише тоді вірогідність їх ефективного застосування визначатиме цілеспрямоване створення рівноважного ринкового механізму та подальшого економічного зростання в соціально-економічній сфері. Більш того, сьогодні суспільство потребує у засобах і надійних механізмах усунення негативних екстерналій, а не в нарощуванні їх та уникнення вирішення. Тож як зазначено раніше спектр застосування оцінювання настільки охопив всебічність ринкових відносин, саме оцінка вартості обрана загальною методикою боротьби з наслідками, а не причинами. Необхідно також врахувати, що будь-які методи впроваджуються через визначення інституційної основи, а в оцінюванні єдиним інститутом є вартість [4, с. 12]. За таких умов оцінювання не лише буде об'єктивно формувати інституційні норми утворення вартісних вимірювань, а сприятиме його застосуванню як регуляторного інструмента ціннісних засад ринкового ціноутворення.

Перед тим, як вдатись до аналізу західної практики та їх результатів адаптації оцінювання, на нашу думку, необхідно уточнити і методологічні засади, щоб загальна мета нашої статті носила всебічний аналіз та обґрунтування.

То ж нагадаємо, вдавшись до досвіду західних принципів економічного оцінювання, основні концептуальні підходи оцінювання, що активно на сьогодні використовуються у всіх розвинених країнах при оцінці різного роду економічних активів, складають дві концепції вартості — концепція вартості в обміні (об'єктивна) і концепція цінності (суб'єктивна) [3, 4]. У межах кожної концепції сформульовані набори припущень цілей оцінювання та чітко обґрунтовані визначення форми вартостей, що отримали в оціночній практиці назву — база оцінки [3]. Ці особливості впливають на вибір інформаційних джерел при оцінці і на алгоритм оціночних процедур.

Методологія оцінки, яка адекватно відображає як загально визначені в світовій практиці концепції, так і традиції української економіки, повинна вирішити низку методологічних проблем: 1) обґрунтування змістовної частини і структури видів вартостей, які реалізують концепції вартості в обміні і цінності; 2) обґрунтування методологічних підходів до оцінки вартості майнових об'єктів, які враховують існуючи в Україні нормативно-інформаційне забезпечення у сфері оцінки; 3) обґрунтування методологічних підходів до оцінки інвестиційної цінності; 4) обґрунтування методологічних підходів, які регламентують інформаційно-аналітичну обробку даних на ринку і отриманих характеристик, необхідних для виконання оцінки; 5) обґрунтування методологічних підходів до інформаційного моделювання технологій для уніфікації і автоматизації процесу оцінки.

Розвиток оцінювання як економічної діяльності відбувається комплексно: різними темпами, обсягами, в усіх напрямках, на всіх рівнях, по усіх видах і родах діяльності і т.д. Ефективність сучасних знань у сфері оцінювання виведуть суспільство на новий рівень розвитку економічних законів та адекватного опанування ними. Тому що ми вважаємо що саме оцінювання спроможне не лише до використання останніх досягнень науки і інформаційних технологій, але і мінімізації негативного впливу основних законів ринкового механізму та державного менеджменту, а головне відхилення «схильної компетенції» та «випадковості прийняття рішень», які пропонуються для оцінки ринкової вартості. Останнім кроком якої відповідатиме контуру в прозорості менеджменту оціночних процесів і єдиній кінцевій умові економічної відповідальності «ефективного використання».

Сучасна дійсність ринкових перетворень не лише не спроможна оцінити свої трансформаційні прорахунки і переоцінити недоліки менеджменту національної економічної системи, але прискореним темпом порушує соціально-економічну несправедливість. Саме економікам таких країн, як Україна (інших пострадянських країн) необхідно вдатись до заходів переоцінки та припинити зневажати впливом зовнішніх і внутрішніх ефектів соціально-економічної нестабільності.

Висновок. Узагальнюючи викладений критичний аналіз щодо універсальності інструментів оцінювання орієнтованих на ринкові вимоги, необхідно підкреслити невід'ємну складову нового ва-

ртісного підґрунтя адаптованого до сучасних соціально-економічних умов ринкових перетворень.

У сучасну методику оцінювання задля уникнення ірраціональних ризиків в умовах обчислення ринкових параметрів вартості оціночних об'єктів необхідно закласти підґрунтя оптимального або справедливого метода утворення вартості. Також для ринкової оцінки невід'ємними повинні стати врахування специфіки національних умов економічної та правової систем, враховуючи різноманітність груп показників на упередженість інформаційних ресурсів. На нашу думку, така постановка методичної концепції оцінювання призведе до максимального зниження ризиків проблем, які вже на сьогоднішній день потребують детального вивчення та вимагають прийняття негайного втручання задля вирішення універсальності оцінювання, а саме:

- відсутність єдиного методичного підходу щодо оцінки вартості, розробленого щодо врахування національних умов економічної та правової систем;

- наявність існуючих методик оцінювання через орієнтованість некоректними показниками визначення ринкової вартості призводить до асиметрії інформації, що вкрай спотворює результат оцінки;

- відсутність оцінки соціально-економічних наслідків (адаптації підприємницького потенціалу до ринкових умов діяльності, соціальної спроможності у виборі уподобань).

Література

1. Актуальні питання розвитку сучасної економіки: монографія / [Ю. М. Тимошенко та інш.]; ред. О.О. Непочатенко, Ю.О. Нестерчук. — Ч. 2. — Умань: Видавець «Сочинський», 2011. — 390 с.
2. Солоненко А.А. Креативность восприятия экономической информации, формируемой интегрированной учетной системой коммерческой организации // Государственное управление. Электронный вестник. — Вып. № 28. — Сентябрь 2011 г.
3. Kleiber Wolfgang. Immobilienbewertung in der Bundesrepublik Deutschland und in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) [Электронный ресурс]. — 2007. — Режим доступа: http://center-ocenki.kubannet.ru/stati/ocenka_zem_uch.doc.
4. Platz Jurgen. Immobilien-Management: Prufkriterien zu Lage, Substanz, Rendite / Jurgen Platz. — 3., u berarb. Aufl. — Wiesbaden: Gabler, 1993. — 204 s.

References

1. Topical issues of development of modern economy: monograph / [Y. M. Timoschenko and others]; edited A.A., Neochetina, Y.A. Nesterchuk. — Part 2. Now: Publisher of «Sochi», 2011. — 390 p.
2. *Solonenko A.A.* Creativity in the perception of economic information generated by the integrated accounting system of the commercial organization // Public administration. E-Bulletin # 28. September 2011
3. Kleiber, Wolfgang: Immobilienbewertung in der Bundesrepublik Deutschland und in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) [Электронный ресурс]. — 2007. — Режим доступа: http://center-ocenki.kubannet.ru/stati/ocenka_zem_uch.doc.
4. Platz, Juergen: Immobilien-Management: Prakt. Kriterien zu Lage, Substanz, Rendite / Juergen Platz. — 3., u. überarb. Aufl. — Wiesbaden: Gabler, 1993. — 204 s.

Статтю подано до редакції 20.10.14 р.

УДК 657.37

Осмятченко В.О., д-р екон. наук, професор,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Матюха М.М., канд. екон. наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

ІНТЕГРАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Osmiyatchenko V.A., Doctor of Economics, Professor
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Matyukha M.M., PhD, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design

INTEGRATION OF INFORMATION FLOWS ENTERPRISES

Анотація. Висвітлено питання механізму адаптивного розвитку інтеграційних процесів бухгалтерського обліку в умовах застосування інформаційних технологій. Розглянуто теоретичні підходи до розуміння моделі діяльності підприємства та їх вплив на розвиток інтегрованого обліку. Виділено процеси вертикальної та горизонтальної інтеграції.

Ключові слова: бухгалтерський облік, інтеграція, інтегрована інформація, концепція побудови підприємств, інформаційні системи обліку.

Annotation. The problems of the adaptive mechanism of integration processes of accounting in the application of information technology. The theoretical approaches to the understanding of business models and their impact on the development of an integrated accounting. A dedicated vertical and horizontal integration.

Key words: accounting, integration, integrated information, the concept of building enterprise information systems accounting.

Постановка проблеми. Перебудова управління економікою, впровадження нових методів господарювання і розмаїття форм власності вимагають удосконалення бухгалтерського обліку, посилення його дії на фінансово-господарську діяльність підприємств і організацій. В умовах послідовного переходу до нової економіки саме облікова інформація стає головним орієнтиром для ухвалення необхідних управлінських рішень. Щоб зрозуміти, що є сучасним бухгалтерським обліком, слід розглянути основні положення його загально методологічної концепції або робочої гіпотези теорії обліку. Розвиток виробничих відносин неминуче приводить до збільшення обсягів економічної інформації, що циркулює в процесі виробництва й розподілу. Значна частка в її складі — це облікова інформація. Тому питанням підвищення ефективності її обробки та відображення економічних процесів у динаміці та в умовах реформування, що відбуваються на сучасних підприємствах, у сучасному суспільстві відводиться значна роль, яка потребує дослідження.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Вітчизняна література з теорії бухгалтерського обліку сконцентрована на певній інтерпретації й еволюційних узагальненнях глибинного ества та взаємозв'язків категорій, що склалися при визначенні закономірностей, а також напрямів розвитку та посилення контрольних функцій обліку, підвищення цінності й корисності облікової інформації для управління. Розгляд питань про місце й роль бухгалтерського обліку в системі управління підприємством практично завжди пов'язується з трактуванням проблеми інтеграції видів обліку та створення інтегрованих систем обробки даних у працях учених В. П. Завгороднього [1], С. В. Івахненкова [2], В.П. Маслова [3], І.І. Матвієнко-Зубенко [4], Л.А. Павленко [5], В.Д. Шквіра [6] та інших.

Постановка завдання. Висвітлення фахівцями їхнього ставлення до проблеми інтеграції закономірне і неоднозначне, оскільки-

ки це питання є одним із основоположних для побудови ІС бухгалтерського обліку і є актуальним на різних етапах їх розвитку. Для управління економічними об'єктами потрібна систематизована, різностороння підготовлена інформація про економічні процеси. У міру розвитку суспільства в рамках системи управління відбувається ускладнення процесів управління, яке, у свою чергу, стимулює розвиток інформаційних систем. Потреба в управлінні виникає за необхідності координації дій членів трудового колективу, об'єднаних для досягнення локальної та глобальної мети. Спочатку будь-яка мета має узагальнений характер. У процесі уточнення вона формалізується управлінським апаратом для становлення і розвитку дієвого механізму адаптивного розвитку інтеграційних процесів бухгалтерського обліку. Разом з тим, процес маніпулювання інформації, раціональна організація інформаційних потоків на підприємстві є складним завданням і потребує подальшого наукового обґрунтування. Метою дослідження є обґрунтування методики інтеграції інформаційних потоків у систему управління підприємством на основі розвитку інформаційних систем бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження підходів до трактування інтеграції дозволяє зробити висновок, що після багаторічної дискусії до початку 90-х років сформувалася концепція інтегрованої системи обліку, покликана забезпечувати в розв'язанні питань організації обробки облікової інформації тісну координацію трьох його видів (оперативного, бухгалтерського та статистичного) з орієнтацією одержуваної інформації на задоволення потреб управління, а також розвиток і вдосконалення методологічних основ кожного з видів обліку. ЗКММ-облік [7, с. 5] закріплював і постулював, що кожний із видів обліку слід вважати самостійною складовою системи обліку на підприємстві, що зберігає свій метод і автономне значення, відтіняючи необхідність об'єднання первинних потоків облікових даних в умовах автоматизованої обробки. Проте слід говорити й про зворотний вплив розвитку теорії обробки інформації, нових інформаційних технологій і результатів розвитку ІС бухгалтерського обліку на теоретичне переосмислення його основоположних категорій [8].

Інтеграція ІС бухгалтерського обліку з іншими функціями управління (взаємозв'язок із функціями оподаткування, аудиту, фінансового менеджменту й ін.) є закономірним результатом наявності об'єктивних тенденцій у розвитку підприємств в умовах

ринку, конкуренції і тому має певну логіку. У динамічній економіці вимоги до якості товарів постійно зростають, їх життєвий цикл стає коротшим, номенклатура ширшою, обсяг випуску з окремих позицій меншим. В основі цього процесу — тенденція до залучення підприємства в нові сфери діяльності, коли наявність зв'язків і вигідної кооперації важливіші, ніж конкурентна боротьба.

Рухоме, гнучке підприємство є цілковито інтегрованою організацією, у якій інформаційні потоки (бізнес-процеси) повинні пронизувати всі служби й відділи. Чимало підприємств заради виживання змушені перебудовувати структуру й організацію робіт, видозмінювати стратегію й тактику поведінки в діловому світі. Уявлення про добре підприємство як про структурно стабільне й цілковито централізовано кероване, з жорсткою функціональною ієрархією йдуть у минуле. Найпоказовішими для підприємств нового типу, на наш погляд, є характеристики відкритості й розподіленої структури, гнучкості й автономності, пріоритету горизонтальних зв'язків, ресурсоощадних стратегій і навчання.

Одномоментний облік різних, але взаємопов'язаних, зовнішніх і внутрішніх рівнів активності підприємства спричиняє необхідність перегляду підходів, що раніше склалися, до ролі й місця інформаційних систем бухгалтерського обліку.

На думку авторів, в основі дослідження інтеграційних процесів ІС бухгалтерського обліку мають лежати плідні принципи сучасної еволюційної теорії, які багато в чому визначають реакцію підприємств на зміну навколишнього ділового середовища й формують «корпоративний дух» усередині підприємства в комбінації з новими вимогами до інфраструктури сучасного інформаційного та комунікаційного полів. Упровадження новітніх інформаційних технологій в економічне життя підприємства змушує переглянути чимало традиційних аксіом.

В економічній теорії [9] склалося кілька підходів, що моделюють діяльність підприємства й описують його виникнення, функціонування та ліквідацію. У кожному з них підприємство розглядається під певним кутом зору з наголосом на тих або тих особливостях. Якщо залишити за межами суто управлінські концепції підприємства як об'єкта менеджменту, можна виокремити чотири відносно самостійні напрями дослідження, пов'язані із теоретичним описом функціонування підприємства:

- неокласична теорія;
- інституційна теорія;

- еволюційна теорія;
- підприємницька теорія.

Неокласичне розуміння категорії підприємства як носія основної (виробничої) функції полягає в описі перетворення ресурсів у продукцію на вільному ринку і є на сьогодні загальновизнаною базовою концепцією у світовій економічній науці. Параметри виробничої функції підприємства визначаються конкретними технологічними процесами. Основне завдання, яке виконується за допомогою моделі, — знайти такі обсяги та співвідношення ресурсів, які б дозволили встановити ціну на продукцію, що максимізує прибуток підприємства. Передбачається, що підприємство випускає таку кількість продукції, за якої граничні витрати дорівнюють ринковій ціні, що є умовою максимізації прибутку. Саме прибуток виступає тут як форма виразу результативності, ефективності роботи.

Отже, підприємство з погляду неокласичної теорії має вигляд «чорного ящика», у якому ресурси трансформуються в продукти відповідно до характеру виробничої функції і того зовнішнього середовища, яке визначає спосіб максимізації прибутку як цільової функції.

Відповідно до інституційної концепції, в центрі уваги перебувають питання пояснення існування і, відповідно, відтак співіснування багатоманітних форм ділових підприємств, меж їх зростання, можливих рішень проблем мотивації співробітників, організації, контролю, планування тощо. З цього погляду інституційна версія теорії фірми є, так би мовити, «містком» між стандартною неокласичною теорією й теоріями управління (Р. Коуз, 1993 р.).

Витрати, пов'язані з використанням механізму цін, — це передусім витрати на отримання інформації про виробників продукції та ціни, а також витрати на здійснення ринкових операцій або трансакцій (звідси термін «трансакційні витрати» на відміну від витрат, пов'язаних із перетворенням ресурсів у продукти, або трансформаційних витрат). Трансакційні витрати призначені для подолання невизначеності як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємства.

В еволюційній теорії підприємство розглядається як один з об'єктів у середовищі подібних до нього. Поведінка підприємства насамперед визначається зовнішніми взаємостосунками, а також внутрішніми характеристиками, до числа яких прийнято від-

носити правила ухвалення усталених рішень. Ці правила еволюціонують відповідно до змін ділового середовища і тому несуть карб як особистостей керівників, так і характеру взаємостосунків із партнерами (іншими підприємствами). На відміну від неокласичної еволюційна модель підприємства визнає, що у його діяльності немає єдиного критерію оптимальності. Для такої концепції характерним є системне уявлення про підприємство як про подвійний об'єкт: з одного боку, підприємство є членом ділового співтовариства, з іншого — володіє власними традиціями у визначенні напрямів діяльності, обсягів і пропорцій, асортименту продукції тощо.

Підприємницька модель фірми спирається на уявлення про підприємство як про сферу застосування підприємницької ініціативи й наявних або доступних для залучення ресурсів. Підприємницька філософія у поєднанні з мотиваційною ідеєю визначає основні напрями розвитку суб'єкта господарювання.

Поведінка підприємства в рамках цієї моделі — результат дії і взаємодії суб'єктів трьох рівнів: підприємців, працівників і власників. При цьому опис діяльності (точніше взаємостосунки між власниками й менеджерами) являє собою агентську модель.

Наведена довідка з економічної теорії підтверджує, що кожна з розглянутих концепцій досліджує підприємство лише в одному ракурсі, випустивши з уваги багато інших. Так, на периферії неокласичної теорії залишається відтворювальна функція підприємства, тобто процеси відновлення ресурсів, керованої чи некерованої еволюції виробничої функції. Тим часом виробничі та відтворювальні процеси на підприємстві регулюються одними й тими самими людьми, тривають відповідно до прийнятих на підприємстві способів розв'язання проблем і механізмів ухвалення рішень. Звідси випливає, що до «портрета» підприємства має входити не тільки виробнича функція як модель перетворення ресурсів, а й відтворювальна функція як модель динаміки ресурсів і самої виробничої функції.

Інституційна концепція, концентруючи увагу на характері контрактних і неформальних у взаємодій у ході організації та функціонування фірми, а також на особливостях взаємостосунків з іншими економічними суб'єктами, розглядає засоби й предмети праці як допоміжні чинники організації виробництва. Це спричиняє певну статичність розгляду моделі, що органічно властиве інституційному підходу.

Підприємницька теорія залишає без розгляду питання впливу на ухвалення рішень, а еволюційна не розглядає причини реструктуризації (злиття, розподіл, ліквідацію) підприємства.

У зв'язку із викладеним у світовій практиці для підприємств у нестабільному економічному середовищі для відображення різних аспектів функціонування використовується концепція, яка може бути названа інтеграційною.

Згідно з такою концепцією підприємство розглядається як відносно стійка, цілісна й ізольована від навколишнього середовища соціально-економічна система, що інтегрується в часі й просторі, процеси виробництва (реалізації) продукції й відтворення ресурсів. Основний об'єкт ухвалення рішень — розподіл ресурсів і зусиль між нарощуванням потенціалу та його використанням, між відтворенням і виробництвом, між теперішнім часом і майбутнім. У певному значенні в цій концепції відображаються всі ті аспекти діяльності підприємства, які складають основу перелічених чотирьох підходів.

Особливе значення має інтеграція для підприємств технологічного типу. Якщо підприємство має ринковий або маркетинговий тип, орієнтується на швидко змінювані мінливі потреби ринку, то основним критерієм його діяльності є прибуток від реалізації продукції або послуг незалежно від того, чи є цей ринок споживчим, чи виробничим. Для таких підприємств ринковий рух товару та отримання оплати — природний спосіб спілкування із зовнішнім середовищем. Якщо підприємство будує стратегію на певній технології, зміна якої може бути здійснена лише за значних витрат часу й ресурсів, то межі ринку для нього повинні бути відсутні.

На сьогодні рух більше половини валового світового продукту за ланцюжком доданої вартості та його реалізація відбуваються не в структурі ринкових, а в структурі інтеграційних зв'язків.

У нашій країні роль інтеграційних зв'язків нині особливо значна. Однією з основних задач, які доводиться розв'язувати кожному підприємству під час розробки чи перегляду ділової стратегії, є питання про ідентифікацію, уточнення меж у господарському, адміністративному, технологічному, інституційному й інших видах середовищ.

Найпоказовішими ознаками, що характеризують організаційну структуру підприємства інтеграційного типу як складної динамічної системи, є характеристики відкритості, розподіленості

структури, гнучкості, автономності, пріоритету горизонтальних зв'язків, ресурсозаощаджувальних стратегій і навчання. Комбінації цих характеристик і відповідних екстремальних принципів (на кшталт максимальної автономності, мінімально можливого числа рівнів ієрархії, мінімальних запасів) визначають підкласи підприємств нового типу.

Метою та перевагами інтеграції є:

- зниження рівня невизначеності в постачанні та збуті;
- обмеження конкуренції;
- безперервне опанування інноваціями;
- зниження витрат (скорочення транспортних витрат, розширення масштабу виробництва за зменшення умовно постійних витрат).

Стосовно інтеграційної концепції підприємства прийнято виокремлювати два типи інтеграції — вертикальну й горизонтальну.

Вертикальну інтеграцією розуміють як встановлення інтеграційних зв'язків із підприємством-постачальником (інтеграція вниз) або підприємством-споживачем (інтеграція догори) продукції цього підприємства. До вертикальної належить також інтеграція виробництва й мережі збутових підприємств. Класичним прикладом вертикальної інтеграції є дії німецької компанії Singer, яка в один із періодів своєї діяльності здійснювала весь цикл виробництва — від видобування та обробки первинних сировинних ресурсів до випуску готових швейних машин.

Відомими прикладами вертикальної інтеграції є дії швейцарських та японських компаній щодо виробництва годинника в 70-ті роки. Високоінтегровані виробники годинника в Японії змогли швидко перебудуватися на випуск електронного годинника й посісти місце лідера в цій сфері у 80-х роках. Водночас швейцарські складальні фірми не були інтегровані з постачальниками деталей і не змогли організувати виробництво електронних компонент, тому поступилися позиціями лідерів.

Як методи вертикальної інтеграції виступають консолідація, групування, франчайзинг і цільова пролонгація. Кожна з наведених форм вертикальної інтеграції має свої переваги та недоліки.

Проте, в цілому, інтеграційна стратегія є невід'ємним елементом у загальній стратегії розвитку підприємства в сучасній економіці.

Горизонтальну інтеграцію розуміють як встановлення інтеграційних зв'язків із підприємствами, що випускають аналогічну

продукцію. Форми горизонтальної інтеграції включають делегування функцій за допомогою створення асоціацій, консультативних органів, загальних фінансових органів (банків і холдингів), органів управління майном (трастів), фінансово-промислових груп. Горизонтальна інтеграція — наочний приклад організації, за якої горизонтальне управління між підрозділами (координація їх діяльності) й зовнішні горизонтальні зв'язки виявляються важливішими параметрами ефективності, ніж ті, якими володіє традиційне вертикальне управління. Горизонтальна інтеграція спричиняє поступове скорочення числа задач, зумовлених внутрішніми чинниками, що зрештою приводить до повнішого задоволення інтересів замовників.

Діагональну інтеграцію розуміють як встановлення інтеграційних зв'язків із таким підприємством, яке не є суміжним або однорідним для поданого, але включене в технологічний ланцюжок, що містить однорідні чи потенційно суміжні підприємства.

Мета діагональної інтеграції — дія, що цікавить підприємство непрямым чином для посилення взаємної залежності учасників ланцюжка.

Отже, сучасне рухоме чи гнучке підприємство є цілковито інтегрованою організацією, в якій інформаційні потоки пронизують усі підрозділи. Його архітектура визначається принципами як найповнішої адаптації до змін середовища, максимально швидкої реакції та максимальної гнучкості організаційної структури. Інформаційно-фінансовий підхід, що є розвитком і синтезом положень неінституційної, еволюційної та інформаційної теорій економіки, дозволяє дати продуктивний опис нових підходів до вивчення процесів інтеграції в інформаційному середовищі підприємства, проаналізувати особливості й виробити нові ефективні методи проектування ІС бухгалтерського обліку, що відповідають вимогам перспективних інтеграційних форм його організації в сучасних умовах.

Література

1. *Завгородній В. П., Сопко В.В.* Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник / Завгородній В. П., Сопко В.В. — К.: КНЕУ, 2004. — 411 с.
2. *Івахненко С.В.* Інформаційні технології аудиту та внутрішньогосподарського контролю в контексті світової інтеграції. Наукове видання / Івахненко С.В. — Житомир: ПП «Рута», 2010. — 432 с.

3. *Маслов В. П.* Інформаційні системи і технології в економіці: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. П. Маслов. — К.: Слово, 2003. — 264 с.
4. *Матвієнко-Зубенко І. І.* Інформаційні системи і технології в обліку: Навч.-мет. посіб. для самост. вивч. дисц. / І. І. Матвієнко-Зубенко, Л. О. Терещенко, О. І. Богославець. — К.: КНЕУ, 2004. — 288 с.
5. *Павленко Л. А.* Корпоративні інформаційні системи: Навч. посіб. / Л. А. Павленко. — Харків. держ. екон. ун-т. — Х.: ІНЖЕК, 2003. — 260 с.
6. *В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан.* Інформаційні системи і технології в обліку та аудиті / 2-е вид., доопр. і допов. / В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 400 с.
7. *Палий В. Ф.* Современный бухгалтерский учет / В. Ф. Палий. — М., 2003. — 792 с.
8. *Гоголев А. К.* Использование электронных таблиц для автоматизации налоговых расчетов и формирование отчетов / А. К. Гоголев // Бухгалтерский учет. — 1996. — № 5. — С. 32–33.
9. *Валуев Б. И.* Некоторые актуальные проблемы П(С)БУ 16 «Расходы» // ЕКОНОМІКА: Реалії часу № 1(2), — 2012. — С. 46–51.

Reference

1. *Zavgorodniy V.P., Sopko V.V.* Organization of accounting control and economic analysis: Tutorial. / V.P.Zavgorodniy, V.V. Sopko. — K.: KNEU, 2004 — 411 p. [in Ukrainian].
2. *Ivahnukov S.V.* Information Technology Audit and internal control in the context of global integration. Research publication / S.V. Ivahnukov. — Exactly: «Ruta», 2010 — 432 p. [in Ukrainian].
3. *Maslov V.P.* Information Systems and Technologies in Economics: Training. guidances. for students / V.P. Maslov. — K.: Word 2003 — 264 p. [in Ukrainian].
4. *Matviyenko-Zubenko I.I.* Information Systems and Technologies in Accounting / I. Matvienko-Zubenko, L. O.Tereschenko, A.I. Bohoslavets. — K.: KNEU, 2004. — 288 p.
5. *Pavlenko L.A.* Corporate Information Systems: Training. guidance's. / L.A. Pavlenko. — Kharkiv. state. Econ. University. — H.: INZHEK, 2003 — 260 p. [in Ukrainian].
6. *V.D. Shkvir, A.G. Zahorodniy, O.S. Vysochan.* Information systems and technology in accounting and auditing / second edition revised and enlarged. /V.D. Shkvir, A.G. Zahorodniy, O.S. Vysochan. — Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic National University, 2013. — 400 p. [in Ukrainian].
7. *Paly V.F.* Contemporary Accounting / V.F. Paly. — M., 2003 — 792 p. [in Russian].

8. *Gogoliev A.K.* Using spreadsheets to automate tax calculations and reporting / A.K. Gogoliev // Accounting. — 1996. — № 5. — P. 32–33. [in Russian].

9. *Valuev B.I.* Some actual problems Standart 16 «Expenses» // ЕКОНОМІКА: Realities time № 1 (2). — 2012. — P. 46–51. [in Russian].

Статтю подано до редакції 25.10.14 р.

УДК 657

Кузьмінська О.Е., к.е.н., професор кафедри обліку
в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА АНАЛІЗУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Kuzminska O.E., Ph.D. in Economics, professor of
Department of accounting in the credit and fiscal
institutions and economic analysis of the
SHEE «KNEU named after Vadym Hetman»

INFORMATIONAL SOURCES OF ANALYSIS OF INVENTORIES OF ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ. Розглянуто загальні теоретичні підходи щодо інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності підприємства, систематизовано види джерел інформації аналізу господарської діяльності підприємства, уточнено інформаційне забезпечення аналізу виробничих запасів підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: аналіз, виробничі запаси, підприємство, джерела інформації, фінансова звітність.

ANNOTATION. The general theoretical approaches to informational provision for the analysis of business of enterprises are considered, the types of sources of information of analysis of business of enterprises are systematized, the informational provision for the analysis of inventories of enterprises is specified.

KEYWORDS: analysis, inventory, enterprise, sources of information, financial reports.

Глобалізаційні та інтеграційні процеси у вітчизняній економіці обумовлюють необхідність регулярного обміну інформацією та створення єдиного інформаційного простору на основі вироблення науково — обґрунтованих пропозицій щодо вдосконалення функціонування спеціалізованих інформаційних систем. У пост-індустріальному суспільстві інформація здобуває ознак найважливішого ресурсу виробництва, від своєчасного отримання й використання якого залежить вибір ефективного управлінського рішення. У системі бухгалтерського обліку регулярно формується та актуалізується організаційно та методично структурована інформаційна база. Бухгалтерський облік формує інформаційні ресурси, скористатися якими допомагає аналіз господарської діяльності, у тому числі, аналіз виробничих запасів підприємства. Необхідність систематизації джерел інформації для аналізу виробничих запасів підприємства обумовлюється динамікою економічних перетворень, притаманних вітчизняній економіці, подальшою модернізацією системи бухгалтерського обліку в напрямку гармонізації з міжнародними стандартами фінансової звітності та вимогами щодо удосконалення інформаційного забезпечення учасників економічних відносин в умовах розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, що слугує вагомим аргументом на підтвердження актуальності досліджуваної теми.

Тематичний аналіз інформації фахових джерел показав, що питання інформаційного забезпечення аналізу діяльності підприємств, у тому числі, й виробничих запасів підприємств, висвітлено в численних наукових працях вітчизняних і зарубіжних економістів. Зокрема, окреслені питання досліджуються у роботах таких вітчизняних науковців, як К.Ф.Ковальчук, Є.В. Мних, В.Я.Попович, В.І.Самборський, Ю.С. Цал-Цалко, М.Г. Чумаченко. Джерела інформації для аналізу господарської діяльності підприємств розкриваються у роботах науковців країн пострадянського простору, зокрема, таких як: М.І. Баканов, Л.А. Богдановска, Л.І. Кравченко, В.В. Ковальов, В.І. Стражев, А.Д. Шеремет. Утім, опрацювання спеціальної літератури за темою дослідження дозволяє стверджувати, що питання сучасної класифікації інформаційних джерел аналізу виробничих запасів підприємств в умовах реформування вітчизняної облікової системи висвітлені не достатньо.

Мета даного дослідження полягає в уточненні класифікаційних ознак інформаційних джерел аналізу виробничих запасів

підприємств, що обумовлює необхідність вирішення таких завдань:

- опрацювати загальні теоретичні підходи щодо інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності підприємства;

- систематизувати види джерел інформації аналізу господарської діяльності підприємств;

- уточнити інформаційне забезпечення аналізу виробничих запасів підприємств.

Роль аналізу в інформаційних системах обумовлюється необхідністю спеціалізації та цільової орієнтації інформації на основі її попередньої обробки, класифікації, групування з використанням специфічних методів аналізу бази даних. Слід зазначити, що достовірність аналітичних висновків безпосередньо залежить від якості інформаційного забезпечення. Відтак, наочно простежується діалектичний взаємозв'язок між інформатизацією та аналізом — аналіз надає оцінку достовірності, надійності та своєчасності інформації, у той час, як розширення інформаційного забезпечення дозволяє поглибити аналітичні висновки. Розширення меж інформаційного забезпечення аналізу обумовлює необхідність докладного розгляду джерел інформації для його проведення.

Поняття інформатизації охоплює сукупність процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб суспільства [1, с. 503].

Ж. Ванг визначає інформатизацію як процес змін, який характеризується, з одного боку, використанням інформації та інформаційних технологій до такого ступеня, що вони здобувають ознак домінуючої сили в управлінні економічним, політичним, соціальним і культурним розвитком, а з іншого боку, зростанням швидкості, кількості та поширеності інформації [2, с. 5].

С.В. Івахненко підкреслює, що у сучасному світі інформація і знання здобувають ознак продуктивних сил, тобто ресурсів, які відрізняються від традиційних умов виробництва, з одного боку, своєю невичерпністю, а з іншого — складністю ідентифікації витрат, обумовлених створенням інформаційного продукту [3, с. 44].

В.В. Ковальов стверджує, що інформація — це відомості, які зменшують невизначеність у тій сфері, до якої вони відносяться [4, с. 326]. Автор визначає інформаційне забезпечення процесу прийняття управлінських рішень як сукупність інформаційних ресурсів та способів їх організації, необхідних для реалізації ана-

літичних та управлінських процедур стосовно певного суб'єкта [4, с. 323].

М.І. Кравченко писав, що аналіз посідає проміжне місце між збиранням інформації та прийняттям управлінського рішення. Тому ефективність аналізу господарської діяльності безпосередньо залежить від обсягу та якості інформації. Науковець підкреслив, що аналіз не тільки використовує інформацію, але і сам її продукує [5, с. 269–271].

Висвітлюючи значення інформації в процесі прийняття управлінських рішень, М.Г. Чумаченко писав, що саме інформаційна система надає необхідну для управління інформацію після обробки даних щодо стану і господарських процесів підприємства та його оточення [6, с. 46].

Отже, стійкою тенденцією сучасного економічного простору є інформатизація процесів управління, тобто, глобальний процес формування та використання інформаційних ресурсів.

Розширення меж інформаційного забезпечення аналізу обумовлює необхідність докладного розгляду джерел інформації для його проведення. М.І. Баканов класифікує джерела інформації на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх науковець відносить оприлюднену фінансову звітність підприємств, до внутрішніх — установчі документи, первинні облікові документи, проектно-технічну документацію, юридичні документи, дані аналітичного бухгалтерського обліку, дані оперативного обліку, дані статистичного обліку, бухгалтерська звітність, статистична звітність, акти ревізій, аудиторських і податкових перевірок, планово-нормативна документація, бізнес-плани [7, с. 53].

І.М. Матієнко-Зубенко також поділяє джерела інформації, що забезпечують проведення аналізу, на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх джерел автор відносить матеріали перевірок податкової служби, пояснювальні й довідкові записки, листування з контрагентами, матеріали цільових обстежень, перевірок, спеціальних вибірок, відомості, передані по радіо чи телебаченню, технічну документацію, бухгалтерську звітність. До внутрішніх джерел науковець відносить бухгалтерський облік і звітність, статистичний облік і звітність, оперативний облік і звітність, позаоблікові дані [8, с. 130–132].

В.В. Ковальов виокремлює чотири основних складових інформаційної бази аналізу з різним ступенем систематизації: дані системи бухгалтерського обліку (первинні документи, облікові ре-

гістри, управлінська звітність та фінансова звітність); дані системи податкового обліку; статистичні дані (внутрішня статистика — ціни на сировину, готову продукцію, тарифи, норми тощо, та загальноекономічна статистика — індекси цін, курси валют тощо); несистемні дані [4, с. 321].

Ю.С. Цал-Цалко, характеризуючи джерела інформації для проведення аналізу, виокремлює нормативно-довідкову інформацію, планові та облікові інформаційні ресурси [9, с. 85]. Науковець наголошує, що всі інформаційні джерела мають відповідати ознакам корисності даних.

Є.В. Мних, стверджуючи, що інформація про діяльність господарюючого суб'єкта є предметом праці в аналітичних дослідженнях, виокремив такі види інформаційних ресурсів: нормативно-довідкова інформація, планова інформація, облікова інформація, звітно-статистична інформація, дані спеціальних обстежень [10, с. 85].

П.Я. Попович, визначаючи інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності, як систему даних і способів їх обробки, що дають можливість виявити реальний результат діяльності керованого об'єкта, вплив на нього відповідних факторів, а також можливості здійснення необхідних керівних дій, класифікує інформацію, яка використовується при здійсненні аналізу на такі види: нормативна, планова, облікова і необлікова [11, с. 56].

Варто зазначити, що подібний підхід щодо класифікації джерел інформації для аналізу господарської діяльності досить поширений, зокрема, М.І. Кравченко до складу економічної інформації відніс планову, нормативну, облікову і звітну інформацію [5, с. 271]; В.І. Самборський до джерел інформації включив систему взаємоузгоджених планових і звітних показників, а також облікових і позаоблікових даних [12, с. 84]; А.Д. Шеремет розподілив інформацію залежно від функцій у процесі управління на такі складові: інформація з конструкторської та технологічної підготовки виробництва, нормативна інформація, планова інформація, інформація оперативного, бухгалтерського та статистичного обліку, звітність [13, с. 17].

Слід зауважити, що окремі науковці значно звужують коло інформаційних джерел аналізу господарської діяльності підприємства. Зокрема, В.О. Подольська та О.В. Яріш пишуть, що джерелом інформації для аналізу є звітність: бухгалтерська, статистична, оперативно-технічна, податкова [14, с. 31]. З авторами

можна погодитись лише за умови, що аналіз проводиться з певною метою, досягнення якої не потребує конкретних облікових даних, або позаоблікових відомостей загального характеру.

Протилежний підхід наведений у посібнику за редакцією К.Ф. Ковальчука. Авторами пропонується класифікація аналітичної інформації за такими ознаками [15, с. 95–96]:

- залежно від середовища — внутрішня, зовнішня;
- залежно від використання — первинна і вторинна (раніше отримана);
- залежно від джерела надходження — нормативна, планова, облікова та звітна, позаоблікова, довідникова, дослідницька;
- залежно від форми представлення — якісна (моделі, методи аналізу), кількісна (в аналітичних таблицях), графічна;
- залежно від етапу аналізу — вихідні дані, проміжна, підсумкова;
- залежно від рівня управління — макроекономічна інформація, мікрорівнева інформація, інформація про стан низових рівнів управління — робочих місць, виробничих ділянок, цехів, філій;
- залежно від вірогідності — точна, орієнтовна, неточна;
- залежно від статусу джерела надходження інформації — офіційна, неофіційна;
- залежно від корисності — необхідна, достатня, зайва;
- залежно від ступеня досяжності — відкрита, замкнена;
- залежно від часу оцінки — минула, перспективна, поточна, оперативна;
- залежно від постійності — умовно-постійна, змінна.

Визнаючи докладність наведеної класифікації, слід відзначити її теоретичний характер. Дискусійним є твердження, що аналітик-практик буде відбирати зайву або неточну інформацію з певних баз даних.

Отже, проведені дослідження фахової літератури щодо інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності дозволяють згрупувати інформаційні джерела за такими видами:

- внутрішні джерела інформації (дані бухгалтерського, статистичного, оперативного обліку та звітності; планово-нормативні дані; позаоблікова інформація);
- зовнішні джерела інформації (інформація з оприлюдненої фінансової звітності; позаоблікова інформація).

Такий поділ дозволить обґрунтовано класифікувати джерела інформації для аналізу виробничих запасів підприємств (рис. 1).

Тобто, вбачається доцільним застосувати опрацьовані класифікаційні ознаки при групуванні інформаційних джерел аналізу виробничих запасів підприємств із виокремленням внутрішніх джерел інформації (облікова інформація; планово-нормативні дані; позаоблікова інформація) і зовнішніх джерел інформації (інформація з оприлюдненої фінансової звітності; позаоблікова інформація).

<i>Інформаційні джерела аналізу виробничих запасів підприємств</i>	
Внутрішні інформаційні джерела	Зовнішні інформаційні джерела
Облікова інформація: фінансова звітність підприємства (Звіт про фінансовий стан (Баланс), Звіт про фінансові результати (про сукупний дохід), Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал, примітки), дані аналітичного та синтетичного обліку (облікові регістри), дані управлінського обліку, первинні документи, форми статистичної звітності	Дані оприлюдненої фінансової звітності як самого підприємства, так і інших підприємств галузі
Планово-нормативні дані: операційні і фінансові бюджети, кошториси, бізнес-план, перспективні, поточні, оперативні, стратегічні плани, план-графіки виробництва та постачання, технологічні карти, проектні завдання; планові розрахунки, норми і нормативи затрат і запасу сировини, матеріалів, палива й енергії	Нормативно — довідкова інформація: законодавчо — нормативні акти, постанови уряду, методики аналізу, розроблені різними агенціями, Міністерством фінансів України, Міністерством економічного розвитку й торгівлі України, Міністерством доходів і зборів України, галузевими Міністерствами України
Позаоблікова інформація: юридичні договори господарсько-правового характеру, технічна і технологічна інформація, аудиторські висновки, матеріали ревізій, дані спеціальних обстежень, доповідні записки, листування	Позаоблікова інформація: дані статистичних збірників, рекомендації галузевих нарад, звіти науково-дослідних і проектно-конструкторських інститутів про науково-дослідні роботи, аналітичні огляди, дані що публікуються різними аналітичними агенціями, прогнози експертів, фінансових аналітиків

Рис. 1. Джерела інформації для аналізу виробничих запасів підприємства

Слід підкреслити визначальну роль облікових даних в аналізі господарської діяльності підприємства. Втім, інформація первинного й поточного бухгалтерського обліку, вся інформація управлінського й податкового обліку та статистичної й оперативної звітності не підлягає оприлюдненню, тобто, не доступна зовнішнім користувачам. Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» не є комерційною таємницею тільки фінансова звітність підприємства [16]. Але, згідно положень зазначеного Закону не всі підприємства повинні оприлюднювати фінансову звітність. Доступною широкому колу користувачів є фінансова звітність публічних акціонерних товариств, підприємств — емітентів цінних паперів, професійних учасників фондового ринку, банків, страховиків та інших фінансових установ, а також підприємств — суб'єктів електроенергетики.

Отже, до внутрішніх облікових джерел інформації, що використовуються при проведенні аналізу виробничих запасів підприємства, можна віднести фінансову звітність (стандартизовані форми і примітки до фінансових звітів), дані аналітичного та синтетичного обліку, дані управлінського обліку, оборотно-сальдову відомість та інші облікові реєстри, облікову політику підприємства, первинні документи, форми статистичної звітності: Звіт про виробництво промислової продукції, Звіт про основні показники діяльності підприємства, Звіт про фінансові результати і дебіторську і кредиторську заборгованість, Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (робіт, послуг).

Джерелом внутрішньої планово-нормативної інформації щодо виробничих запасів підприємства можуть слугувати операційні і фінансові бюджети, кошториси, бізнес-план, перспективні, поточні, оперативні, стратегічні плани, плани-графіки виробництва та постачання, технологічні карти, проектні завдання; планові розрахунки, норми і нормативи затрат і запасу сировини, матеріалів, палива й енергії. Аналізуючи ступінь обґрунтованості норм виробничих витрат використовують технічну документацію (технологічні карти, креслення на вироби); стандарти і технічні умови на сировину та готову продукцію; технічні звіти; плани організаційно-технічних заходів з використання виробничих запасів на запланований період, дані про виконання плану заходів за звітній період. При оцінюванні дотримання затверджених норм витрат виробничих запасів використовують нормативні, планові і звітні

калькуляції собівартості окремих виробів чи відповідних калькуляційних одиниць.

До внутрішньої позаоблікової інформації можна віднести юридичні договори господарсько-правового характеру, технічну і технологічну інформацію, аудиторські висновки, матеріали ревізій, дані спеціальних обстежень, доповідні записки, листування тощо.

До зовнішньої позаоблікової інформації можна віднести дані статистичних збірників, рекомендації галузевих нарад, звіти науково-дослідних і проектно-конструкторських інститутів про науково-дослідні роботи, аналітичні огляди, дані що публікуються різними аналітичними агенціями, прогнози експертів, фінансових аналітиків.

Слід зазначити, що для проведення аналізу конкурентної позиції підприємства необхідним джерелом інформації слугує фінансова звітність аналогічних підприємств галузі. Тому перелік зовнішніх джерел інформації доцільно доповнити такою позицією: «Зовнішні облікові дані — фінансова звітність підприємств — конкурентів». Також до зовнішніх джерел інформації варто віднести нормативно-довідкову інформацію: законодавчо-нормативні акти, постанови уряду, методики аналізу, розроблені різними агенціями, Міністерством фінансів України, Міністерством економічного розвитку й торгівлі України, Міністерством доходів і зборів України, галузовими Міністерствами України.

Отже, джерела інформації для аналізу виробничих запасів підприємства доцільно розподіляти на два блоки — внутрішні і зовнішні. Внутрішні, в свою чергу, слід класифікувати на облікові інформаційні джерела, планово-нормативні та позаоблікові. Зовнішні джерела представлені інформацією оприлюдненої фінансової звітності, нормативно-довідковою інформацією та позаобліковими даними. Уточнена класифікація інформаційних джерел аналізу виробничих запасів може бути використана при запровадженні його автоматизованої версії на підприємстві.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.: ВТФ «Перун», 2007. — 1736 с.
2. Wang G. Treading Different Pathes. Informatization in Asian Nations / G. Wang. — Norwood, NJ.: Albex, 1994. — 268 p.

3. Івахненко С.В. Інформаційні технології аудиту та внутрішнього-сподарського контролю в контексті світової інтеграції: монографія / С.В. Івахненко. — Житомир: ПП «Рута», 2010. — 432 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый учет и анализ; концептуальные основы / В.В. Ковалев. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 720 с.
5. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебник / [В.В. Осмоловский, В.И. Стражев, Л.И. Кравченко и др.]; под общ. ред. В.В. Осмоловского. — Мн.: Выш. шк., 1989. — 351 с.
6. Чумаченко Н.Г. Экономический анализ в управлении производством / Н.Г. Чумаченко. — К.: КИНХ, 1969. — 101 с.
7. Баканов М.И. Теория экономического анализа: Учебник / Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д.; Под ред. М.И. Баканова. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 536 с.
8. Економічний аналіз: Навч. посібник / [М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін]; за заг. ред. академіка НАНУ, професора М.Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.
9. Цал-Цалко Ю.С. Финансовый анализ. Підручник / Ю.С. Цал-Цалко. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 566 с.
10. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник / Є.В. Мних. — К.: Київ. нац. торг. ун-т, 2008. — 514 с.
11. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник / П.Я. Попович. — К.: Знання, 2008. — 630 с.
12. Каракоз И.И., Самборский В.И. Теория экономического анализа / И.И.Каракоз, В.И. Самборский. — К.: Выща шк., 1989. — 255 с.
13. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / под ред. А.Д. Шеремета. — М.: Экономика, 1979. — 376 с.
14. Подольська В.О., Яріш О.В. Финансовый анализ: Навч.посібник / В.О. Подольська, О.В. Яріш. — К.: Центр навчальної літератури, 2007. — 488 с.
15. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій, ділова гра на прикладі металургійного підприємства: Навч.посібник / За ред. К.Ф.Ковальчука. — Дніпропетровськ: Пороги, 2010. — 398 с.
16. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV . — Відомості Верховної Ради (ВВР) — 1999. — № 40. — С. 365.

Reference

1. The Great Dictionary of the modern Ukrainian language / compiler and editor V.T. Busel. — K.: By WTF «Perun», 2007. — 1736 p. [in Ukrainian]
2. Wang G. Treading Different Pathes. Informatization in Asian Nations / G. Wang. — Norwood, NJ.: Albex, 1994. — 268 p.

3. *Ivahnukov S.V.* IT of audit and internal control in the context of global integration: monography / S.V.Ivahnukov. — Zhytomir: PE «Ruta», 2010. — 432 p. [in Ukrainian]
4. *Kovalev V.V.* Financial accounting and analysis; conceptual framework / V.V. Kovalev. — M.: Finance and statistics, 2004. — 720 p. [in Russian]
5. Theory of business analysis: Tutorial / [V.V. Osmolovskiy, V.I. Strazhev, L.I. Kravchenko and others]; under the general editing by V.V. Osmolovskiy. — Mn.: Higher School, 1989. — 351 p. [in Russian]
6. *Chumachenko N.G.* Economic analysis in the management of production / N.G.Chumachenko. — K.: KINH, 1969. — 101 p. [in Russian]
7. *Bakanov M.I.* Theory of Economic Analysis: A Textbook. / Bakanov M.I., Miller M.V., Sheremet A.D.; Ed. M.I.Bakanov. — M.: Finance and Statistics, 2005. — 536 p. [in Russian]
8. Economic Analysis: Training manual / [M.A. Bolyuh, V.Z. Burchevskiy, M.I.Horbatok and others]; under the general editorship by Academician of the National Academy of Sciences of Ukraine, Professor M.G. Chumachenko. — K.: Kyiv National Economic University, 2001. — 540 p. [in Ukrainian]
9. *Tsal-Tsalko Yu.S.* Financial analysis. Tutorial / Yu.S. Tsal-Tsalko. — K.: Center of educational literature, 2008. — 566 p. [in Ukrainian]
10. *Mnih Ye.V.* Economic analysis of activities of the company: Textbook / Ye.V. Mnih. — K.: Kyiv National Trade University, 2008. — 514 p. [in Ukrainian]
11. *Popovich P.Ya.* Economic Analysis of Business of Entities: Tutorial / P.Ya. Popovich. — K.: Knowledge, 2008. — 630 p. [in Ukrainian]
12. *Karakoz I.I., Samborskiy V.I.* Theory of Economic Analysis / I.I. Karakoz, V.I. Samborskiy. — K.: Higher School, 1989. — 255p. [in Russian]
13. Economic analysis of economic activity: Tutorial / ed. A.D. Sheremet. — M.: Economics, 1979. — 376 p. [in Russian]
14. *Podolska V.O., Yarish O.V.* Financial Analysis: Manual / V.O. Podolska, O.V. Yarish. — K.: Center for Educational Literature, 2007. — 488 p. [in Ukrainian]
15. Business analysis: theory, methodology, analysis of specific situations, a business game as an example steel plant: Manual / ed. K.F. Kovalchuk. — Dnepropetrovsk: Thresholds, 2010. — 398 p. [in Ukrainian]
16. Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» dated 16.07.1999 № 996–XIV // VVR. — 1999. — № 40. — P. 365. [in Ukrainian]

Статтю подано до редакції 21.10.14 р.

VI. Економіко-математичні методи

УДК 331.108.24; 331.108.26

Білорус Т.В., к.е.н. доцент,
Квітка Ю., магістр,
кафедра менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИБОРУ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБИ В ПЕРСОНАЛІ

T.V. Bilorus, Ph.D., associate professor,
Y. Kvitka, MA,
innovative and investment
and activity management department,
Taras Shevchenko Kyiv National University

THE METHODOLOGICAL PROVIDING OF INNOVATIVE APPROACHES' CHOICE TO MEETING THE NEEDS OF STAFF

АНОТАЦІЯ. Розглянуто сутність інноваційних підходів до задоволення потреби в персоналі (лізинг персоналу, аутсорсинг, аутстафінг, фріланс і хедхантінг), переваги та недоліки їх використання. Запропоновано методичні рекомендації обґрунтування вибору раціонального управлінського рішення щодо задоволення потреби у персоналі.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Інноваційні підходи задоволення потреби у персоналі, лізинг персоналу, аутсорсинг, аутстафінг, фріланс, хедхантінг, багатокритеріальний аналіз.

ANNOTATION. The article deals with the innovative approaches to meeting the needs of staff. They are staff leasing, outsourcing, outstaffing, freelance and hedhantinh. The author researches the advantages and disadvantages of their use. The author proposes the methodical recommendations of justification of the choice of rational management decision on meeting the needs of staff.

KEYWORDS. The innovative approaches to meeting the needs of staff, staff leasing, outsourcing, outstaffing, freelance, hedhantinh, multicriteria analysis.

Вступ. У сучасній практиці управління існує багато новітніх, інноваційних підходів задоволення потреби у персоналі, серед яких виділяють аутсорсинг, аутстафінг, лізинг персоналу, фрілансерство та хедхантинг. Кожний із наведених інструментів має свої переваги та недоліки, які впливають на результативність роботи окремого працівника та підприємства в цілому, а також обмеження використання, тобто ситуації, за яких використання того чи того інструменту буде недостатньо ефективним.

Більшість публікацій, присвячених даній проблематиці, дають змогу з'ясувати сутність вищезазначених категорій і виокремити основні переваги та недоліки використання різних підходів до задоволення потреби підприємства в персоналі. Аналіз літературних джерел дозволив нам узагальнити теоретичний матеріал і представити його у вигляді таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБИ ПІДПРИЄМСТВА В ПЕРСОНАЛІ

Переваги	Недоліки
Аутсорсинг [1, 10, 13—15, 18, 24]	
Дозволяє зосередити зусилля на основних напрямках (функціях) бізнесу і сфокусуватися на задоволенні потреб клієнтів і розвиткові технологій	Можливе зниження продуктивності праці власного персоналу (наприклад, через втрату мотивації)
Забезпечує професійний підхід при підборі кадрів і при наданні послуг з кадрового обліку компанії	Часткова втрата контролю над власними ресурсами
Знижує собівартість функцій, що передаються аутсорсеру, які останній здійснює дешевше завдяки ефекту масштабу, тобто одночасному виконанню однотипних операцій	Загроза невиконання конфіденційності. Аутсорсингова фірма гарантує, що витік інформації про замовника неможливий, але виконання цього пункту не може гарантуватися стовідсотково
Дозволяє компанії скористатися ресурсами, доступ до яких за інших умов був би неможливий, наприклад, при розширенні діяльності через створення дочірніх компаній, структурних підрозділів чи при створенні нової компанії (замовник має можливість вибрати аутсорсерів, які володіють найбільшим досвідом в даній області, таким чином покращити свою репутацію в результаті якіснішого обслуговування своїх клієнтів сторонньою спеціалізованою організацією)	Загроза банкрутства аутсорсингової компанії. Як будь-яка фірма, аутсорсингова фірма потенційно може збанкрутувати, що породжує додаткові проблеми з пошуку іншої аутсорсингової фірми і передачі їй всіх справ

Продовження табл. 1

Переваги	Недоліки
Дозволяє компанії гнучко реагувати на зміни на ринку і всередині компанії (реорганізації, реструктуризації, злиття, поглинання та ін.)	Збільшення витрат при недобросовісності аутсорсера
Замовник зберігає необхідний ліміт штатних одиниць, при цьому зберігаючи або збільшуючи свої трудові ресурси в аутсорсинговій формі	Збільшення часу на прийняття рішень в критичній ситуації
Послуги надаються безперервно (не впливають відпустки, звільнення, лікарняні, внутрішні суміщення і т.д.) або ж за гнучким графіком	Збільшення плинності кадрів
Відсутність потреби в атестації кожного робочого місця	Збільшення трансакційних витрат
Зменшення ризиків	Проблеми координації діяльності
Активне введення інновацій. Передавши пріоритетні недиференційовані процеси, компанія звільняє внутрішні резерви. Це дозволяє компанії зосередити головні зусилля на корпоративних питаннях — основному джерелі конкурентних переваг. Таким чином, реалізація моделі аутсорсингу допомагає компанії швидко і чітко перекинути свої внутрішні ресурси з щоденних операцій в область інновацій	Відсутність стандартів і методології тягне за собою складність вимірювання результату і якості. Уникнути подібного можна шляхом структурування контракту по результату, з вимогою вимірних стандартів
Аутстафінг [1—5, 18]	
Скорочення штатної чисельності персоналу	Невисока продуктивність праці
Збереження безпосереднього оперативного керівництва співробітниками	Не завжди чіткі гарантії компанії, що надає персонал
Оптимізація відносин з персоналом, задіяним в окремих проектах	Не кожен аутстаффер доводить відсоток виконання заявок хоча б до 95%
Зниження затрат на персонал та оптимізацію ризиків, пов'язаних із цими затратами	Найнятий персонал не відносився до роботи з повною відповідальністю

Продовження табл. 1

Переваги	Недоліки
Відсутність ризиків трудових спорів, ці ризики несе аутстафер	Іноді якість послуг не відповідає вимогам замовника.
Можливість побудови багаторівневих мотиваційних механізмів, використовуючи в т.ч. нематеріальний стимул для працівників: бути переведеним у штат співробітників	Немає одного менеджера, який вів би договір фірми на протязі довгого часу, отже, відсутність належного контролю
Можливість прийому співробітників на будь-який термін. Мобільність у питаннях залучення та скорочення персоналу	
Зниження фінансового навантаження, ризиків і збільшення прибутку в розрахунку на одного співробітника	
Скорочення об'єму кадрових і бухгалтерських функцій	
Зниження витрат на навчання та підвищення кваліфікації персоналу, шляхом передачі частини цих функцій (тренінги, семінари)	
Перерозподіл статей балансу шляхом зміни витрат на оплату праці в витрати на послуги сторонніх організацій, що тягне за собою зниження бази оподаткування	
Повна зосередженість на основному бізнесі	
Лізинг персоналу [8, 9, 12, 17]	
Отримання кваліфікованого персоналу в потрібній кількості і за короткий термін	Можливе зниження лояльності працівників до компанії
Зменшення витрат на компенсаційні пакети (для тимчасових працівників вони або не передбачені взагалі, або мінімальні)	Не виключена можливість комерційного шпигунства з боку тимчасового персоналу
Відсутність простоїв: якщо тимчасовий працівник захворів або пішов у відпустку, за контрактом агенція зобов'язана надати на цей час заміну	Дороговизна залученого персоналу в порівнянні зі штатним (компанії доводиться платити за послуги кадровому агентству в середньому від 15 до 20 % від суми фонду оплати праці)

Продовження табл. 1

Переваги	Недоліки
Можливість необмежену кількість разів замінювати працівників, якщо вони не підходять з тих чи тих причин	Моральні проблеми при переведенні співробітників у штат кадрового агентства
Можливість перевести працівника, що сподобався, до себе в штат після річного «випробування» безкоштовно (виключення витрат на добір персоналу)	
Значне зменшення юридичної відповідальності перед працівниками та скорочення ризиків, пов'язаних з виплатою компенсацій у випадку їх звільнення	
Звільнення служби персоналу організації від непродуктивної адміністративно-паперової роботи, що пов'язана з оформленням своїх працівників, зменшення обсягів кадрового документообігу, виключення витрат на розрахунок заробітної плати	
Можливість перерозподілити статті бюджету заробітна плата — послуги (стаття — інші витрати)	
Фрілансерство [7, 19,23]	
Не потрібно переїжджати в просторіший офіс, організовувати додаткове робоче місце і постійно вдосконалювати його, щоб співробітник був задоволений. Фрілансери самі відповідальні за своє робоче місце і робочі інструменти. Навіть більше: інструменти, якими користуються фрілансери, часто виявляються досконалішими, ніж ті, які може дозволити собі фірма	Усі плоди інтелектуальної діяльності штатного працівника вважаються надбанням підприємства. Якщо співробітник звільнився, то фірма використовує його оригінальні розробки і не втрачає клієнтів. А ось фрілансер свої ноу-хау забирає із собою, що формує залежність фірми від конкретних кадрів
Можна не переживати про те, що працівник, який одержує у вас зарплату, не виправдовує всі витрачені на нього кошти	Оплата роботи, виконаної фрілансером, у перерахунку на витрачений на неї час, часто виявляється вище, ніж якби роботу виконував співробітник компанії
Наймаючи позаштатних співробітників, роботодавці можуть справлятися і з тимчасовим збільшенням обсягу роботи	Знайшовши дешевого фрілансера, можна потрапити на несумлінного чи невмілого працівника

Продовження табл. 1

Переваги	Недоліки
З'являється можливість заощадити на податках і багатьох мотиваційних складових зарплати штатного працівника: оплаті лікарняних, страховки і т.п.	Неможливість тримати фрілансера під постійним контролем: можливий «злив» інформації на сторону і зрив термінів. У той же час відсутні важелі впливу, що діють на штатних працівників
Можна отримати знижки за постійні замовлення в одного фрілансера або пошукати найкраще співвідношення ціна-якість, використовуючи роботу різних фрілансерів	Внести невеликі поправки після оплати роботи може бути велими проблематично: фрілансер до цього часу вже може робити роботу для іншого замовника
При запуску нового проекту можна скористатися послугами висококласного фахівця, передавши згодом налагоджений процес штатному працівникові	Вільний агент може бути дуже зацікавлений у реалізації кожного окремо взятого проекту, проте розвиток самої компанії його мало цікавить
Фрілансер відрізняється якісно іншою, ніж штатні співробітники, внутрішньою самодисципліною та вмінням оперативно реагувати на потреби клієнта	Хороший фрілансер часто виконує одночасно кілька замовлень у стислі терміни, що змушує його використовувати напрацьовані раніше шаблони
Фрілансери приносять нові знання та досвід в компанію	У фрілансера можливий брак доступу до інформації, потрібної для розробки проекту
Іноді залучення фрілансерів — це єдиний спосіб вирішити непрофільні завдання, або подвоїти і навіть потроїти кількість одночасно виконуваних замовлень без істотного збільшення накладних витрат	Відсутній чіткий контакт з фрілансером. Якщо в голову менеджера прийшла геніальна ідея, то немає гарантії, що фрілансер тут же приступить до її впровадження в життя
	Фрілансер у якийсь момент може вирішити, що дана фірма — примхливий замовник, що постійно вимагає переробок, і що легше відмовитися від співпраці з нею, зробивши за цей час роботу для двох інших. Це може статися самий невідповідний момент

Закінчення табл. 1

Переваги	Недоліки
Хедхантинг [11, 16, 20, 21, 22]	
Дані фахівці добре знайомі з ринком кандидатів і зможуть знайти необхідного фахівця, навіть зі специфічними навичками, вміннями та досвідом відповідно зі стратегіями розвитку бізнесу і поточними завданнями замовника	Залучаючи до співпраці агентства, фірми свідомо закладають високий рівень оплати майбутнього співробітника, таким чином, збільшуючи витрати підприємства без гарантій, що знайдена людина буде результативно працювати
Нестандартний творчий підхід до роботи	Досить висока вартість послуг професійного експерта (у світовій практиці гонорар за пошук і переманювання складає 30 % від загального річного доходу прийнятого на роботу кандидата)
	Велика тривалість виконання замовлення (часом воно може тривати близько року)
	Досить серйозні наслідки можуть мати зіпсовані відносини з партнерською компанією, з якої запросили працівника
	Високий кредит довіри людині зі сторони і високий рівень оплати її праці, викликає роздратування у давно працюючих фахівців компанії: вони можуть чинити серйозний опір діяльності новачка
	Відсутність професіональної підготовки хедхантерів

* — складено авторами

Постановка проблеми. На жаль, визначення сутності категорій і з'ясування можливостей їх використання на теоретичному рівні дає змогу керівникам підприємства лише на інтуїтивному рівні прийняти рішення щодо вибору певного підходу у конкретній практичній ситуації. Знову ж таки інтуїтивний метод прийняття рішень не завжди є найефективнішим. У цьому аспекті вважаємо за потрібне сконцентрувати увагу на обґрунтуванні

методичного інструментарію, який би дав змогу менеджерам використовувати раціональну технологію прийняття рішення щодо можливості задоволення потреби у персоналу.

Результати дослідження. Для оцінювання зазначених методів задоволення потреби у персоналі щодо їх можливості та доцільності використання підприємством ми пропонуємо провести багатокритеріальний аналіз із використанням різних методик. Для проведення аналізу було виділено сім факторів, які мають найбільший вплив на ефективність рішення щодо застосування тієї чи іншої методики:

1) складність роботи, що може бути виконана (10-ти бальна шкала оцінювання експертами);

2) чіткість контролю над діяльністю (10-бальна шкала оцінювання експертами);

3) кваліфікація персоналу і як результат якість виконаної роботи (100-бальна шкала оцінювання експертами);

4) ризики при здійсненні (50-ти бальна шкала оцінювання експертами);

5) вартість проведення (100 бальна шкала оцінювання експертами);

6) податкове навантаження (50-бальна шкала оцінювання експертами);

7) рівень конкуренції між працівниками фірми при використанні (10-бальна шкала оцінювання експертами).

У табл. 2—7 наведено результати проведеного аналізу, за якого К — критерій (у вже описаному порядку), а Р — ранг.

Таблиця 2

**ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ
ЗА МЕТОДОМ КРИТЕРІАЛЬНИХ ОБМЕЖЕНЬ**

	К 1	К2	К3	К4	К 5	К6	К 7
Аутсорсинг	3	8	60	50	70	40	4
Аутстафінг	4	9	70	40	60	18	6
Лізинг	9	7	100	35	80	25	8
Фрілансерство	5	5	75	45	45	20	5
Хедхантинг	8	6	75	45	90	35	9
Обмеження	≥ 5	≥ 7	≥ 70	≤ 45	≤ 80	≤ 25	≤ 8

Метод критеріальних обмежень полягає у встановленні щодо кожного фактору порівняння граничних меж доцільності їх використання залежно від того, чи потрібно максимізувати чи мінімізувати кінцевий результат [6, с. 135]. За даним методом оцінювання, лізинг адміністративного персоналу є оптимальним варіантом для фірми.

Таблиця 3

**ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ
ЗА МЕТОДОМ ГОЛОВНОГО КРИТЕРІЮ**

	К 1	К2	К3	К4	К5	К6	К 7
Аутсорсинг	3	8	60	50	70	40	4
Аутстафінг	4	9	70	40	60	18	6
Лізинг	9	7	100	35	80	25	8
Фрілансерство	5	5	75	45	45	20	5
Хедхантинг	8	6	75	45	90	35	9
Обмеження	≥ 5	≥ 7	≥ 70	≤ 45		≤ 25	≤ 8

За даним методом виділяється критерій, результат за яким для організації є найважливішим, тобто за яким саме фактором керівництво підприємства надає перевагу тому чи іншому підходу [6, с. 107]. За даним методом найдоцільнішим є використання фрілансерства як методу забезпечення фірми в персоналі.

Таблиця 4

ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ ЗА МЕТОДОМ SMART

Бальна оцінка	60	40	80	70	100	90	50	Зважена оцінка альтернативи	Рейтинг
	К1	К 2	К3	К4	К5	К6	К 7		
A1	3	8	60	50	70	40	4	40,0000	3
A2	4	9	70	40	60	18	6	34,5306	4
A3	9	7	100	35	80	25	8	44,7347	2
A4	5	5	75	45	45	20	5	33,8776	5
A5	8	6	75	45	90	35	9	45,8571	1
Вара	0,12244898	0,081632653	0,163265306	0,142857143	0,204081633	0,183673469	0,102040816		

За даним методом проводиться зважена оцінка альтернатив (у даному випадку інноваційних підходів) на основі виставлення експертами бальної оцінки кожному критерію за 100-бальною шкалою [6, с. 156]. Саме завдяки даним діям визначається вага даного критерію та зважені оцінки кожної альтернативи. За даним методом, підприємству варто надати перевагу хедхантингу, як методу переманювання кваліфікованих працівників і лізингу персоналу в даному відділі.

Таблиця 5

РЕЗУЛЬТАТ ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ ЗА МЕТОДОМ SAW

	S	Рейтинг
A1	0,62722708	5
A2	0,78010204	3
A3	0,79012472	2
A4	0,80612245	1
A5	0,63867833	4

Оцінювання за даним методом проводиться на основі врахування особливостей факторів порівняння — який потрібно максимізувати, а який мінімізувати [6, с. 125]. Як можна зрозуміти з табл. 5, яка показує результати аналізу за методом SAW, організації в своїй діяльності варто застосовувати фрілансерство. Друге місце в рейтингу підходів посідає лізинг персоналу, що говорить про доцільність його застосування у зв'язку зі специфікою діяльності компанії та наявності на просторах України не достатньої кількості висококваліфікованих, не зайнятих на інших підприємствах спеціалістів аграрного сектору.

Даний метод, як і попередній, враховує направленість критеріїв, тобто їх вплив на систему управління персоналом [6, с. 118].

Як можна зрозуміти за результатами табл. 7, а саме рейтингом альтернативних підходів, підприємству, варто використовувати фрілансерство та лізинг для забезпечення потреби у персоналі кадрової служби та виконання специфічних робіт, які потребують високого рівня кваліфікації та які не можуть бути виконані наявними співробітниками фірми.

Таблиця 6

ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ ЗА МЕТОДОМ COPRAS

	K1	K2	K3	K 4	K5	K6	K7
Вага	0,08163	0,12245	0,16327	0,14286	0,20408	0,18367	0,10204
Функція	max	max	max	min	min	min	min
A1	0,22857	0,10345	0,15584	0,23256	0,2029	0,28986	0,125
A2	0,25714	0,13793	0,18182	0,18605	0,1739	0,13043	0,1875
A3	0,2	0,31034	0,25974	0,162791	0,23188	0,18116	0,25
A4	0,14286	0,17241	0,20779	0,20930	0,13043	0,14493	0,15625
A5	0,17143	0,27586	0,19481	0,20930	0,26087	0,25362	0,28125

Таблиця 7

РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕНОГО АНАЛІЗУ ЗА МЕТОДОМ COPRAS

S ₊	S ₋	1/S ₋	Z ₊	Z ₋	Z	Рейтинг
	0,63265	40,7554				
0,05677	0,14062	7,11115	0,056769972	0,11038761	0,167157582	5
0,06757	0,10516	9,50927	0,067565369	0,147613989	0,215179358	3
0,09673	0,12936	7,73016	0,096734511	0,119996581	0,216731092	2
0,0667	0,09908	10,0926	0,066698959	0,156668559	0,223367518	1
0,07958	0,15842	6,31226	0,079578128	0,097986323	0,177564451	4

Даний метод ґрунтується на знаходженні відстані до найкращої альтернативи, шляхом виокремлення максимальних значень серед інших альтернатив за критеріями, які необхідно максимізувати, та мінімальних значень за факторами, які варто мінімізувати для отримання найкращого результату. Рейтинг альтернатив визначається за величиною відстані кожної з них до найкращої альтернативи [6, с. 167]. Отриманий результат вказує на доцільність використання фрілансерства та лізингу висококваліфікованого та вузькоспеціалізованого персоналу для поліпшення діяльності кадрової служби та функціонування системи управління персоналом на підприємстві.

Таблиця 8

ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ
ЗА МЕТОДОМ LINMAP («ІДЕАЛЬНОЇ ТОЧКИ»)

	K1	K 2	K3	K4	K5	K 6	K 7	$\frac{\sum w_i^*}{(r_{ij} - r_j +)^2}$	S _i	Ранг
A1	0,501	0,2148	0,3434	0,517	0,443	0,6191	0,269	0,061307	0,248	5
A2	0,564	0,2864	0,4007	0,413	0,38	0,2786	0,403	0,024567	0,157	3
A3	0,439	0,6445	0,5724	0,362	0,506	0,3870	0,537	0,020781	0,144	2
A4	0,313	0,3581	0,4579	0,465	0,285	0,3096	0,336	0,019468	0,14	1
A5	0,376	0,5729	0,4293	0,465	0,569	0,5417	0,604	0,049098	0,222	4
w	0,082	0,1224	0,1633	0,143	0,204	0,1837	0,102			
A ⁺	0,564	0,6445	0,5724	0,362	0,285	0,2786	0,269			

Таблиця 9

ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ ТА ЇХ АНАЛІЗ ЗА МЕТОДОМ TOPSIS

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K 7	S _i ⁺	S _i ⁻	C _i [*]	P
A1	0,041	0,026	0,0561	0,074	0,090	0,114	0,027	0,1	0,05	0,32	5
A2	0,046	0,035	0,0654	0,059	0,077	0,051	0,041	0,06	0,08	0,58	3
A3	0,036	0,079	0,0934	0,052	0,103	0,071	0,055	0,06	0,09	0,59	2
A4	0,026	0,044	0,0748	0,066	0,058	0,057	0,034	0,05	0,09	0,65	1
A5	0,031	0,070	0,0701	0,066	0,116	0,099	0,062	0,09	0,05	0,35	4
A ⁺	0,046	0,079	0,0934	0,052	0,058	0,051	0,027				
A ⁻	0,026	0,026	0,0561	0,074	0,116	0,114	0,062				

На відміну від попереднього методу, в даному виокремлюються дві штучні альтернативи — найкраща та найгірша. Основою застосування даного методу є знаходження відстані кожної альтернативи до A⁺ та A⁻ відповідно [6, с. 171]. Оптимальним підходом до використання компанією за даною методикою є фрілансерство, за яким в рейтингу слідує лізинг персоналу HR-відділу.

Даний метод є дещо схожим до попереднього, оскільки в ньому також визначаються дві штучні альтернативи, розраховується відстань до ідеальної та максимальні жалкування кожної з них [6, с. 126]. Як стає зрозумілим з табл. 10, за даною методикою керівництву підприємства варто застосовувати фрілансерство та аутстафінг у роботі кадрової служби.

Таблиця 10

**КІНЦЕВІ РЕЗУЛЬТАТИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДИКИ VIKOR
ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ПІДХОДІВ**

	Si	Ri	u=0,5		Q	Ранг
A1	0,746031746	0,183673469			0,90625	4
A2	0,380952381	0,12244898	S+	0,3396	0,175849607	2
A3	0,339620697	0,158730159	R+	0,0952	0,291666667	3
A4	0,377241806	0,095238095	S–	0,7460	0,046284555	1
A5	0,726963513	0,204081633	R–	0,2041	0,976540705	5

Отже, після проведення аналізу інноваційних підходів за різними методиками можна дійти висновку про доцільність використання фрілансерства, оскільки саме ці спеціалісти можуть виконати певну специфічну роботу доволі дешево, а саме однотипну нескладну роботу, на виконання якої працівникам кадрової служби не вистачає часу, наприклад, процес попереднього відбору працівників до організації. Проте, потрібно зважати на встановлення конкретних термінів робіт у процесі підписання договору підряду та умов його виконання.

Також, на другому місці серед виділених підходів у рейтингах переважної більшості методів знаходився лізинг персоналу. Цей підхід є доцільно використовувати щодо адміністративного персоналу для виконання нестандартних робіт, пов'язаних з персоналом, які вимагають від фахівця широких знань, високої кваліфікації та творчого потенціалу для здійснення, наприклад, проведення реструктуризації кадрової служби тощо. Лізинг персоналу є доволі дорогим підходом забезпечення потреби в працівниках, проте доволі результативним за ситуації відсутності потрібного спеціаліста.

Висновки. Використання різних методичних інструментів (зокрема таких, що розглянуті у статті) у процесі прийняття управлінського рішення щодо вибору одного з інноваційних підходів задоволення потреби у персоналі дозволить керівникам зробити цей процес виваженим та обґрунтованим, тобто дасть змогу уникнути можливості прийняття хибного рішення. Це в свою чергу підвищить ефективність управлінської діяльності та результативність роботи окремого структурного підрозділу та підприємства в цілому, що особливо важливо в умовах конкурентної боротьби, коли персонал підприємства виступає його основним стратегічним ресурсом.

Література

1. *Балан В. Г.* Прийняття управлінських рішень. Методи, моделі, терміни, поняття, категорії. Тестові завдання. Ділові ігри: навч. посіб. / В. Г. Балан. — К.: Нічлава, 2008. — 465 с.
2. *Банар О.* Фріланс та робота вдома в межах закону / Ольга Банар, Кирило Примаць // *Праця і закон*. — 2012. — № 7. — С. 15–18.
3. *Білорус Т.* Лізинг персоналу як нетрадиційна форма його привернення / Т. Білорус, Л. Пашук // *Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. — 2009. — Вип. 99–100. — С. 14–16.
4. *Окунь Г.* Хедхантеры продают не человека, мы не работодатели, хедхантеры продают историю успеха / Григорий Окунь // *Управление персоналом*. — 2011. — № 20.

Reference

1. *Balan V. H.* Pryynyattya upravlins'kykh rishen'. Metody, modeli, terminy, ponyattya, katehoriyi. Testovi zavdannya. Dilovi ihry: navch. posib. / V. H. Balan. — K.: Nichlava, 2008. — 465 s.
2. *Banar O.* Frilans ta robota vdoma v mezhakh zakonu / Ol'ha Banar, Kyrylo Prymak // *Pratsya i zakon*. — 2012. — № 7. — S. 15–18.
3. *Bilorus T.* Lizynh personalu yak netradytsiyna forma yoho pryvernennya / T. Bilorus, L. Pashchuk // *Visnyk KNU im. Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*. — 2009. — Vyp. 99–100. — S. 14–16.
4. *Okun' H.* Khedkhantery prodavut ne cheloveka, my ne rabotorhovtsy, khedkhantery prodavut ystoryyu uspekha / Hryhoriy Okun' // *Upravlenye personalom*. — 2011. — № 20.

Статтю подано до редакції 21.09.14 р.

УДК 004.415.2:004.81

А. О. Примостка, аспірант
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ АГЕНТНО-ОРІЄНТОВАНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Prymostka Andrii
State higher education establishment
«Vadym Hetman National Economic University of Kyiv»
Graduate Student

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF AGENT-ORIENTED MODELLING OF ECONOMIC PROCESSES

АНОТАЦІЯ. В статті систематизовано основні положення концепції агентно-орієнтованого моделювання (АОМ). Визначено мету, узагальнено та розкрито зміст методологічних принципів, на яких базується концепція АОМ. Розглянуто властивості економічних агентів. Досліджено процес еволюції агентно-орієнтованих моделей, узагальнено етапи їх побудови та реалізації, розкрито зміст кожного етапу, проаналізовано структурно-логічне наповнення моделей. За результатами дослідження виокремлено сильні та слабкі сторони АОМ, зроблено висновки щодо доцільності застосування цього підходу для дослідження складних економічних систем.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: концепція агентно-орієнтованого моделювання, властивості агентів, принципи, етапи, структура агентних моделей

ANNOTATION. The main principles of agent-oriented modelling (AOM) conception have been systematized in the article. The goal was defined; the content of the methodological principles, on which AOM concept's based, were summarized and revealed. The properties of economic agents were reviewed. The process of evolution of agent-oriented models was investigated; the stages of its construction and implementation were generalized; the content of each stage was revealed; the structural and logical content of models was analyzed. According to the results of the research, the strengths and weaknesses of agent-oriented modelling were distinguished; the conclusions regarding the expediency of implementation of this approach for the research of complex economic systems were made.

KEYWORDS: agent-oriented modelling conception, agent properties, principles, stages and structure agent-oriented models.

Постановка проблеми. В сучасних наукових дослідженнях економіко-математичне моделювання є одним з ефективних інструментів вирішення проблем, які виникають в складних економічних системах, де проведення експериментів з реальними об'єктами прак-

тично неможливе. З розвитком та ускладненням суспільних відносин виникає необхідність спрощення представлення складних систем та урахування в них можливих дій користувача. Ефективним способом вирішення цієї проблеми став агентно-орієнтований підхід до моделювання складних систем, який одним з видів імітаційного моделювання. Ключова ідея концепції агентно-орієнтованого моделювання (АОМ) полягає в припущенні, що прості правила поведінки окремих агентів генерують складну поведінку системи в цілому. Імітуючи одночасні операції та взаємодію багатьох агентів агентно-орієнтована модель дозволяє відтворити та передбачити появу складних явищ в економічній системі. Особливістю агентно-орієнтованого моделювання, яка відрізняє його від інших методів економіко-математичного моделювання, є те, що вирішення цих досить складних питань втілюється у відносно простій моделі окремого агента.

Агентно-орієнтоване моделювання є інноваційним напрямом наукових досліджень і успішно застосовується у багатьох наукових галузях, таких як біологія, екологія, фізика, соціологія. Цілком закономірно, що розвиток агентно-орієнтованого моделювання не міг не поширитися на економічну сферу. Як наслідок, в економічних науках сформувався окремий напрям наукових досліджень, який отримав назву «агентно-орієнтована обчислювальна економіка» (*Agent-based computational economics*). Цей напрям є альтернативою стандартним підходам до моделювання, що базуються на припущенні про існування ринкової рівноваги, досягти якої в сучасних реаліях практично неможливо. На противагу цьому, агентно-орієнтоване моделювання сконцентроване на вивченні міжособистісної та соціальної взаємодії агентів у динамічній перспективі. Переваги агентно-орієнтованого моделювання зумовили його поширення в дослідженнях економічних процесів та явищ, що й обумовлює актуальність пропонованої статті.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідженню концептуальних засад агентно-орієнтованого моделювання економічних процесів присвячено праці багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців, таких як Г.Марковіц, Т. Кім, Дж.Холланд, Дж.Х. Міллер, М. Леві, Г.Леві, С. Соломон, Е.Зішанг, Т.Люкс, М. Марчезі, С. Чен, М. Грубер, А. Бахтизін, В. Гужва, М. Краснюк та інші [1-17]. Разом з тим, вивчення та узагальнення наукових розробок засвідчує, що парадигма агентно-орієнтованого моделювання знаходиться на етапі становлення, а тому потребує постійних наукових пошуків. Метою цього дослідження є система-

тизація та узагальнення основних концептуальних положень агентно-орієнтованого моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Метою агентно-орієнтованого моделювання є виявлення та пояснення агрегованих закономірностей (узагальнених властивостей) економічної системи, які виникають з повторюваної взаємодії між автономними гетерогенними агентами. В контексті АОМ, під економічними агентами розуміють сутності (об'єкти, неподільні одиниці), які працюють, взаємодіють, розвиваються, навчаються, створюють цінності та обмінюються ними [7, 8, 9]. Економічні агенти мають властивості автономності, інтерактивності, гетерогенності, здатності розвиватися. Дослідження, які проводяться в рамках АОМ, базуються на використанні комп'ютерних систем для вивчення процесів розвитку та функціонування децентралізованих економічних ринків у межах контрольованих експериментальних умов. Інструментарій АОМ дозволяє представити складні економічні системи через прості правила поведінки окремих агентів. Агентно-орієнтовані моделі використовуються для побудови штучних економічних систем за допомогою комп'ютерної симуляції.

Погляди вчених на процес еволюції АОМ дещо розходяться. Деякі вчені вважають агентно-орієнтоване моделювання новим напрямом, інші стверджують, що воно має глибоку історію і бере початок ще з теоретичної машини фон Неймана [7, с.118-128; с.356-357]. Виконуючи детальний покроковий алгоритм, машина фон Неймана могла створити свою точну копію, а отже, мала здатність до самовідтворення. Розвиток цього напрямку та вдосконалення моделей привело до створення так званих клітинних автоматів. Згодом друг фон Неймана — Станіслав Улам запропонував відтворювати машину на папері як набір клітинок, що і поклало початок розвитку клітинних автоматів. Найбільш відомою реалізацією клітинного автомата стала гра «Життя», запропонована Джоном Хортоном Конвеем (*John Horton Conway*), що відрізняється від машини фон Неймана достатньо простими правилами поведінки агентів [10, с. 25]

Однією з перших моделей, побудованих на базі концепції агентно-орієнтованого моделювання, була модель сегрегації Томаса Шеллінга (1971 р.). Хоча Т.Шеллінг спочатку використовував не комп'ютери, а проводив імітацію за допомогою монет і графів, зображених на папері, його підхід втілює основні положення концепції агентно-орієнтованого моделювання, як сукупності автономних агентів, що взаємодіють у загальному зовнішньому середовищі із глобальними

параметрами, які можна спостерігати. В 1980-х роках основні положення АОМ отримали розвиток в працях Роберта Аксельрода, який в межах агентно-орієнтованої концепції розробив модель турніру економічних агентських стратегій, в якій взаємодія агентів обмежувалася для визначення переможця. В подальшому Р. Аксельрод звернувся до розробки багатьох інших моделей на базі концепції агентів в сфері політології [11, 15]. Однією з перших агентно-орієнтованих моделей, які імітували поведінку біологічних систем і містили соціальні характеристики, стала робота Крейга Рейнольдса, в якій він побудував моделі зграй. Це була спроба моделювати реальність живих біологічних агентів, відому як модель «Штучне життя» («Artificial life»).

Період 1990-х років був досить продуктивним для розвитку АОМ [1-5]. В цей час відбулося розширення сфери застосування АОМ в галузь соціальних наук. Найбільш відомим досягненням стало створення масштабної агентно-орієнтованої моделі — так званої моделі Сахана (Sugarscape), розробленої Джошуа М. Епштейном і Робертом Акстелом для моделювання і дослідження таких соціальних явищ, як сезонні міграції, забруднення навколишнього середовища, статеve розмноження, війна, передача хвороб і навіть розвиток культури [12]. Серед інших помітних розробок цих років — агентно-орієнтована модель для вивчення спільної еволюції соціальних мереж і культури. В цей час вийшов друком перший підручник з соціального моделювання: «Моделювання для соціолога» (1999). Автор підручника, Найджел Гілберт, також заснував журнал АОМ в галузі соціальних наук: «Журнал штучних товариств та соціального моделювання». Наукові розробки щодо АОМ в будь-яких сферах діяльності публікувалися в журналі «Складні адаптивні системи моделювання» [13].

В 2000-х роках пошуки в сфері агентно-орієнтованого моделювання продовжилися. Так, у 2006 році Рон Сан побудував модель когнітивної соціальної симуляції, використавши розроблені ним методи, які на базі моделей людського пізнання будують агентно-орієнтовану симуляцію культури [14]. З удосконаленням програмного забезпечення та зростанням потужності обчислювальної техніки, отримали розвиток комп'ютерні симуляції ринків з індивідуальними адаптивними агентами.

Концепція агентно-орієнтованого моделювання ґрунтується на певних принципах. В основу концепції агентно-орієнтованого моделювання покладено принцип децентралізованого прийняття рішень багатьма автономними агентами та зростання внаслідок цього непе-

редбачуваності поведінки системи на макрорівні, яка формується під впливом дій на мікрорівні. Але вирішення цих досить складних питань втілюється у відносно простих моделях окремих агентів, сукупність яких у процесі взаємодії формують цільову модель економічної системи. Тому моделювання індивідуальної поведінки агентів та їх взаємодії дозволяє прогнозувати результат поведінки системи в цілому. Таким чином, глобальна поведінка системи виникає як результат діяльності багатьох агентів, кожен з яких слідує своїм власним правилам, живе в загальному середовищі, взаємодіє з середовищем і з іншими агентами. Відтак, моделювання відбувається на мікрорівні і є процесом появи з нижчого (мікро) рівня сукупної поведінки системи на вищому (макро) рівні. Отже, агентно-орієнтоване економікоматематичне моделювання спрямоване на дослідження економічних явищ та процесів за допомогою обчислювальних процедур і моделей, які утворюють сукупність автономних інтерактивних агентів, здатних до розвитку та навчання, і є методом моделювання знизу вгору.

Процес виникнення нових властивостей системи належить до тих явищ, в яких ціле не може розглядатися як проста сума його частин. Іншими словами, індивідуальної поведінки агентів самої по собі недостатньо, щоб повністю передбачити результат поведінки системи в цілому. Отже, необхідно зрозуміти, як агенти взаємодіють між собою, щоб поєднати мікро- так макро- рівні у процесі моделювання. Типовим прикладом є відома модель міської сегрегації, розроблена Т.Шеллінгом як продовження досліджень на базі першої моделі сегрегації, яку він побудував в 1971р. В моделі міської сегрегації помірні індивідуальні побажання жити з сусідами тієї ж етнічної групи приводять до того, що агенти поступово розділяються на окремі громади, які повністю складаються з агентів одного типу.

З іншого боку, сукупний результат поведінки системи може викликати зміни в індивідуальній поведінці агентів, тобто між агентом та системою існує двосторонній (як прямий, так і зворотній) зв'язок. Цей зв'язок характеризується як динамічний, оскільки спочатку формулюються гіпотези про поведінку агентів та їх взаємодію з іншими агентами, а потім у процесі моделювання створюється історія агентів, що відображає наслідки від використання цих гіпотез. Таким чином, поведінка агентів та їх взаємодія залежить від їхнього минулого досвіду і у багатьох агентно-орієнтованих моделях агенти змінюють свою поведінку, опираючись на минулий досвід. Такий принцип поведінки агентів створює залежність від пройденого шляху, тобто вла-

стивості, яка характеризує гетерогенність агентів. Дійсно, навіть якщо властивості двох агентів на початку симуляції були ідентичними, то в процесі роботи агенти обирають різні стратегії поведінки, вибудовуючи власну траєкторію розвитку. Таким чином, з часом агенти будуть відрізнятися один від одного все більше і більше. Отже, агентно-орієнтовані моделі базуються на принципах децентралізованого прийняття рішень багатьма автономними агентами та зростання внаслідок цього непередбачуваності поведінки системи на макрорівні, яка формується під впливом дій на мікрорівні. Сучасні дослідження в сфері АОМ спрямовані на формування інструментарію моделювання дійсно децентралізованого процесу прийняття рішень [5, 6, 17]. Узагальнюючи сказане, до основних принципів агентно-орієнтованого моделювання слід віднести: децентралізоване прийняття управлінських рішень, переважання індукції над дедукцією, динамізм, історизм, принципи неадитивності, гетерогенності, інтеграції.

Процес розробки та реалізації агентно-орієнтованої моделі складається з кількох етапів (табл. 1).

Щодо структурного наповнення агентно-орієнтованих моделей, то більшість з них на базовому рівні має ідентичну структуру, хоча і з деякими варіаціями. Маючи популяцію агентів, розташованих у заздалегідь сформованому середовищі та їх соціальний контекст, основним компонентом моделі є процес прийняття рішень цими агентами. Як правило, рішення агентів торкаються можливого обміну чи взаємодії з іншими агентами, та можуть включати як вибір дії (наприклад, кількість товару для придбання або продажу), так і вибір партнера (наприклад, продавець для покупця, чи покупець до продавця). У інших випадках, навпаки, партнери (покупці та продавці) вибираються випадково за допомогою комп'ютера [14, 15, 16]. Залежно від проблеми, яка вивчається, модель може представляти не тільки обмін товарами чи послугами, але й спілкування, обмін інформацією, пошук порад та інші когнітивні чи соціальні процеси.

Індивідуальний процес прийняття рішень агентами та їхньої наступної взаємодії повторюється декілька разів. На кожному кроці минулі рішення та дії формують нові рішення. В деяких моделях агенти поступово змінюють свою поведінку на основі результатів минулих рішень та змін у зовнішньому середовищі. Соціальний контекст в моделі може приймати різні форми. Наприклад, агенти можуть взаємодіяти з будь-якими іншими агентами або лише з обраною групою, визначеною як просторова група сусідів (група з обмеженням на зв'язки). З часом така група може змінювати розмір та

склад у результаті дій агентів. Набір варіантів рішень, з-поміж яких агент обирає індивідуальне, можна або задавати наперед, або формувати поступово в результаті отримання та накопичення інформації агентом. Правила вибору варіанту рішення варіюються від правил у формі стратегії чи раціональної поведінки до деякого задовільного критерію або навіть до випадкового вибору. Це дозволяє проявлятися відмінностям у поведінці агентів в межах однієї популяції залежно від їхніх індивідуальних властивостей.

Таблиця 1

ЕТАПИ ПОБУДОВИ АГЕНТНО-ОРІЄНТОВАНИХ МОДЕЛЕЙ ТА ЇХ ЗМІСТ

Етапи	Зміст етапу
Перший	формулювання мети, яку необхідно досягти в процесі моделювання, та здійснення концептуальної постановки задачі
Другий	визначення основних економічних агентів на основі логічних методів досліджень, а також опис їх характеристик, властивостей та функцій
Третій	ідентифікація та опис взаємозв'язків між економічними агентами, а також виявлення характеру взаємодії агентів між собою та із зовнішнім середовищем; формалізація поведінки агентів та характеру їх взаємозв'язків
Четвертий	формалізоване представлення агентно-орієнтованої моделі як концептуально єдиного комплексу та вибір адекватного технологічного способу її кількісної реалізації. Для цього можуть бути використано як стандартні програмні засоби, так і (за необхідності) розроблено спеціальне програмне забезпечення; пошук платформи для АОМ і розробка стратегії реалізації моделі
П'ятий	кількісна реалізація моделі, її налаштування та адаптація до реальної ситуації
Шостий	обираються значення параметрів моделі та очікуваний рівень точності, які відповідають емпіричним спостереженням або спираються на раціональні судження
Сьомий	запуск моделі та аналіз вихідних даних щодо зв'язку між поведінкою агентів на мікрорівні та поведінкою всієї системи в цілому. В разі значних відхилень від реальних спостережень за поведінкою економічної системи проводиться коригування та модернізація як окремих агентів, так і моделі в цілому
Восьмий	хоча й необов'язковий, але майже завжди виконується. На цьому етапі, за необхідності, для досягнення більшої точності, коригуються ті параметри моделі, які не адекватні економічним показникам або не можуть бути оцінені. Також можуть бути внесені зміни до формальної частини моделі, якщо результати моделювання показали невідповідність емпіричним фактам (реальним показникам)

Усі структурні елементи моделі, включаючи властивості агентів та початковий стан системи, задаються у рамках ініціалізації (на початку реалізації моделі). Також потрібно визначити показники, які характеризують властивості агентів та/або системи в цілому і є предметом вивчення та прогнозування, наприклад шаблони цін та обсяги трансакцій у моделях фінансових ринків. Технічно існує багато можливостей для задавання різних параметрів моделі. Наприклад, час може бути неперервним або дискретним, процеси прийняття рішень можуть бути одночасними чи послідовними, взаємодія агентів може бути двосторонньою або багатосторонньою.

Потім агенти починають взаємодіяти протягом деякого часу без зовнішнього втручання, зазвичай до моменту, поки система не досягне стабільного стану. Результатом комп'ютерної симуляції є прогнозні значення показників, які характеризують стан системи, що вивчається. Симуляцію можна повторювати для різних значень вхідних параметрів та початкових умов з тим, щоб вивчити як точно налаштувати модель для досягнення цільових результатів. Цей підхід, що обмежує втручання у модель визначенням початкової точки та правилами взаємодії агентів, називають методом моделювання «знизу-вгору», оскільки результат залежить лише від поведінки агентів без нав'язування умов рівноваги (рівноважних цін, раціональних очікувань тощо) ззовні (метод «зверху-вниз»).

Агентно-орієнтоване моделювання, як й будь-який метод пізнання, має як сильні, так і слабкі сторони. Концепція АОМ є альтернативою стандартним підходам до моделювання з використанням припущення про ринкову рівновагу, які стають неадекватними, коли рівноваги немає. Перевага АОМ полягає тому, що воно сконцентроване на вивченні міжособистісної та соціальної взаємодії агентів у динамічній перспективі. Оскільки, спираючись на функцію корисності, досить складно отримати узагальнені властивості системи з індивідуальної поведінки «репрезентативного агента», альтернативним рішенням стає АОМ. Усвідомлення потенційних переваг, які надає агентно-орієнтоване моделювання, сприяло його розповсюдженню серед широкого кола науковців та практиків [17].

До сторін, які ускладнюють процес моделювання, слід віднести значну кількість аспектів моделювання, що включає обмеження дій, параметрів та детальні правила поведінки агентів. Досить

складним є визначення діапазону можливих опцій (дій агента) моделі. Цей діапазон може бути дуже широким, що зумовлено виключенням з моделі стандартних припущень щодо раціональності агентів та рівноваги системи. З позицій не Вальрасівського аналізу та з агентами, які можуть і не мати властивості повністю раціональних, моделювання мікроекономічної поведінки суттєво ускладнюється, і це основна практична задача, що потребує подальших досліджень [17]. Слід визнати, що комп'ютерне моделювання не дає доказів у строгому розумінні, а лише дозволяє робити індукційні обґрунтування. Симуляцію можна розглядати у вигляді «чорного ящика», у якому задаються входи (характеристики агентів, початкові умови, правила взаємодії) та спостерігаються виходи (показники), але при цьому не має повного розуміння внутрішнього механізму роботи системи.

Висновки з проведеного дослідження. Агентно-орієнтоване моделювання є інноваційним напрямом наукових досліджень і успішно застосовується в різних галузях науки, в т.ч. в економіці. В концепції АОЕ в центрі уваги перебуває питання отримання, накопичення та використання інформації на індивідуальному рівні, а також поширення інформації на рівні системи в цілому. У агентів, що рухаються від їх персонального досвіду до більш широких узагальнень завдяки процесу навчання, а не завдяки отриманню висновків із заданих припущень, індукція переважає над дедукцією. Моделювання дає змогу визначити достатні, але не необхідні умови для виникнення бажаного явища. У цьому сенсі агентно-орієнтоване моделювання в економічній сфері більш схоже на інженерні та експериментальні науки, ніж на дедуктивну логіку чи математику. Інструментарій АОМ дозволяє представити складні економічні системи через прості правила поведінки окремих агентів. В світовій науці розроблено низку агентно-орієнтованих моделей різного рівня складності. Ці моделі використовуються для побудови штучних ринків за допомогою комп'ютерної симуляції.

Література

1. Kim G. W. and Markowitz H. M. Investment rules, margin and market volatility. — *Journal of Portfolio Management*, №16: 45–52, 1989
2. Levy M., Levy H. and Solomon S. A microscopic model of the stock market: cycles, booms, and crashes. — *Economics Letters*, № 45: 103–111, 1994

3. *Levy M, Levy .H and Solomon S.* Microscopic simulation of the stock market: the effect of microscopic diversity. — *Journal Physique*, I 5: 1087–107, 1995
4. *Holland, J.H.; Miller, J.H.* Artificial Adaptive Agents in Economic Theory. *American Economic Review*. № 81 (2): 365–71. 1991
5. *Lux T. and Marchesi M.* Scaling and criticality in a stochastic multi-agent model of a financial market. — *Nature*, 397 498–500, 1999
6. *Samanidou E., Zschischang E , Stauffer D. and Lux T.* Agent-based models of financial markets. Samanidou et al 2007 Rep. Prog. Phys. 70 409 doi:10.1088/0034-4885/70/3/R03 Режим доступу: <http://pmc.polytechnique.fr/pagesperso/dg/offer/market2.pdf>
7. *Гужва В.М.* Мультиагентні системи в економіці: суть, елементи реалізації та переваги від використання // *Економіка та підприємництво*: 36. наук. праць — К. КНЕУ, 2006, №17 — С. 214-223.
8. Інформаційні системи в економіці: монографія// за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С.В.Устенка. — К.: КНЕУ, 2012. — 425с.
9. *Ситник В.Ф., Краснюк М.Т.* Інтелектуальний аналіз даних (дейтамайнінг): Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2007. — 376с.
10. *Бахтизин А.Р.* Агент-ориентированные модели экономики. / А.Р. Бахтизин — М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2008 — 279с.
11. *Axelrod, Robert.* The Complexity of Cooperation: Agent-Based Models of Competition and Collaboration. Princeton: Princeton University Press. 1997
12. *Epstein, Joshua M.; Axtell, Robert* Growing artificial societies: social science from the bottom up. Brookings Institution Press. p. 224. ISBN 978-0-262-55025-3. October 11, 1996.
13. Springer Complex Adaptive Systems Modeling Journal (CASM). Режим доступу <http://www.casmodeling.com>
14. *Sun Ron.* Cognition and Multi-Agent Interaction: From Cognitive Modeling to Social Simulation. Cambridge University Press. 2006. ISBN 0-521-83964-5.
15. *Axelrod, R.* Advancing the Art of Simulation in the Social Sciences, in Rennard J.P. (ed.), *Handbook of Research on Nature Inspired Computing for Economics and Management*, Hersey, PA, Idea Group. 2007.
16. *Матвійчук А.В.* Штучний інтелект в економіці: нейронні мережі, нечітка логіка : монографія / А.В. Матвійчук — К.: КНЕУ, 2011. — 439с.
17. *Tubaro P.* Is Individual Rationality Essential to Market Price Formation. The Contribution of Zero-Intelligence Agent Trading Models, *Journal of Economic Methodology*, 2009. №16, pp. 1-19.

References

1. Kim G. W. and Markowitz H. M. Investment rules, margin and market volatility. — *Journal of Portfolio Management*, № 16: 45–52, 1989.

2. Levy M., Levy H. and Solomon S. A microscopic model of the stock market: cycles, booms, and crashes. — *Economics Letters*, № 45: 103–11, 1994
3. Levy M, Levy .H and Solomon S. Microscopic simulation of the stock market: the effect of microscopic diversity. — *Journal Physique*, I 5: 1087–107, 1995
4. Holland, J.H.; Miller, J.H. Artificial Adaptive Agents in Economic Theory. *American Economic Review*. № 81 (2): 365–71. 1991
5. Lux T. and Marchesi M. Scaling and criticality in a stochastic multi-agent model of a financial market. — *Nature*, 397 498–500, 1999
6. Samanidou E., Zschischang E , Stauffer D. and Lux T. Agent-based models of financial markets. Samanidou et al 2007 Rep. Prog. Phys. 70 409 doi:10.1088/0034-4885/70/3/R03 Режим доступу:
<http://pmc.polytechnique.fr/pagesperso/dg/offer/market2.pdf>
7. Guzhva V.M. Multiagentni sistemi v ekonomitsi: sut, elementi realizatsiyi ta perevagi vid vikoristannya // *Ekonomika ta pidpriemnitstvo: Zb. nauk. prats* — K. KNEU, 2006, #17 — S. 214-223.
8. Informatsiyini sistemi v ekonomitsi: monografiya// za zag. red. d-ra ekon. nauk, prof. S.V.Ustenka. — K.: KNEU, 2012. — 425s.
9. Sitnik V.F., Krasnyuk M.T. intelektualniy analiz danih (deytamayning): Navch. posib. — K.: KNEU, 2007. — 376s.
10. Bahtizin A.R. Agent-orientirovannyye modeli ekonomiki. / A.R. Bahtizin — M.: ZAO Izdatelstvo «Ekonomika», 2008 — 279 s.
11. Axelrod, Robert. The Complexity of Cooperation: Agent-Based Models of Competition and Collaboration. Princeton: Princeton University Press. 1997
12. Epstein, Joshua M.; Axtell, Robert Growing artificial societies: social science from the bottom up. Brookings Institution Press. p. 224. ISBN 978-0-262-55025-3. October 11, 1996.
13. Springer Complex Adaptive Systems Modeling Journal (CASM) <http://www.casmodeling.com>
14. Sun Ron. Cognition and Multi-Agent Interaction: From Cognitive Modeling to Social Simulation. Cambridge University Press. 2006. ISBN 0-521-83964-5.
15. Axelrod, R. Advancing the Art of Simulation in the Social Sciences, in Rennard J.P. (ed.), Handbook of Research on Nature Inspired Computing for Economics and Management, Hersey, PA, Idea Group. 2007.
16. Matviychuk A.V. Shtuchniy intelekt v ekonomitsi: neyronni merezhi, nechitka logika : monografiya / A.V.Matviychuk — K.: KNEU, 2011. — 439s.
17. Tubaro P. Is Individual Rationality Essential to Market Price Formation. The Contribution of Zero-Intelligence Agent Trading Models, *Journal of Economic Methodology*, 2009. №16, pp. 1-19.

УДК 37.015.3:005.32:51

Лісовська В.П., канд. фіз.-мат. наук, доцент,
заст. завідувача кафедри вищої математики(ФУПтаМ)
ДВНЗ «Київського національного університету ім. В. Гетьмана»
Нестеренко О.Б., канд. фіз.-мат. наук,
доцент кафедри вищої математики
Київського національного університету технологій та дизайну
Зінкевич О.П., канд. фіз.-мат. наук,
доцент кафедри вищої математики
Національного університету харчових технологій

ВАЖЛИВІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПРИ ВИВЧЕННІ ТА ВИКЛАДАННІ МАТЕМАТИКИ

Lisovska V.P., candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Dep. Head of Department of Mathematics (FUPtaM)
SHEI «Kiev National University. V. Getman»
Nesterenko O.B., candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Associate Professor Department of Mathematics
of Kyiv National University of Technology and Design
Zinkevich O.P., candidate of Physical
and Mathematical Sciences, Associate
Professor of Mathematics National University of Food Technologies

IMPORTANCE OF MOTIVATION TO STUDY AND TEACHING OF MATHEMATICS

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена аналізу ролі мотивації в математичній підготовці студентів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: мотивація, професійна спрямованість, математичні методи, мета, економічні задачі, динамічні знання.

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена анализу роли мотивации в математической подготовке студентов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: мотивация, профессиональная направленность, математические методы, цель, экономические задачи, динамические знания.

ABSTRACT. This article analyzes the role of motivation in the mathematical training of students.

KEYWORDS: motivation, professional orientation, mathematical methods, objectives, economic problems, dynamic knowledge.

Постановка проблеми. Деякі студенти мають викривлене уявлення про роль математичної підготовки в їх майбутній професійній діяльності, але суспільство потребує спеціалістів з чітким логічним мисленням, глибокими математичними знаннями й умінням бачити й реалізовувати можливості застосування математики в різних конкретних ситуаціях.

Можливо вивчати математику, не маючи визначеної цілі. Цей стиль викладання є дуже популярним серед викладачів математики, які відкидають важливість мотивування. Але такий підхід не прийнятний ні для дослідження, ні для викладання. Врешті-решт, мотивування є одним із важливіших джерел інтересу до навчання, а також важливим засобом для розкриття обдаровання.

Аналіз останніх джерел чи публікацій. Проблематика дослідження у контексті визначення важливості мотивації при вивченні та викладанні математики висвітлювалась у публікаціях В.Т. Білоус, О.Е. Коваленко, Е.Э. Коваленко, О.В. Співаковський, О.Г. Фомкіна та ін.

Постановка завдання. Перед вищою освітою постають все нові завдання, у тому числі виховання компетентної особистості фахівця, із розвитком таких її якостей, як високий професіоналізм, активність, ініціативність, мобільність, почуття відповідальності, уміння працювати, швидко орієнтуватися в ситуації, приймати самостійні рішення, формувати потребу в постійному оновленні знань і самовдосконаленні. Очевидно, що важливу роль у формуванні такої особистості відіграє позитивна мотивація студентів до навчання.

Механізмом учбової мотивації є вдале формулювання викладачем цілей і завдань навчальної діяльності в умовах професійної спрямованості, які мають прийняти студенти і спрямувати свою діяльність на їх досягнення. В цій роботі важливе значення має правильна організація педагогічної взаємодії між викладачами і студентами. Мотивація у вивченні математичного матеріалу повинна здійснюватися у всіх формах навчання: лекції, практичні завдання, самостійна робота; в цілеспрямованому поєднанні цілей, змісту, методів, засобів, форм організації навчальної діяльності студентів та форм контролю.

Викладення основного матеріалу дослідження. Мотивація [2] — це елемент навчального процесу, результатом якого є навчальна діяльність, яка набуває для тих, хто навчається, конкретного змісту. При цьому формується стійкий інтерес до неї, і зов-

нішні задані цілі перетворюються у внутрішні потреби особистості.

Мотивація відноситься до людських чинників, які штовхають студента вперед; це нерозривний динамічний процес фізіологічного та психологічного стану, який керує поведінкою особистості, визначає її організованість, активність та стійкість, здатність діяльно задовольнити свої потреби.

На математичній підготовці сьогодні базується професійна підготовка фахівців більшості галузей, оскільки, крім фактичних знань, які дає спеціалістові вивчення математичних дисциплін, сама математика посідає важливе місце у формуванні їхнього наукового світогляду, розвитку логічного та абстрактного математичного мислення, логічної строгості в судженнях, уявлень і уяви, умінь математизувати ситуації, пов'язані з майбутньою професійною діяльністю.

Часто стверджується, що математика — суто логічна структура. Крім того, громадська думка не ігнорує і естетичні аспекти цієї науки, що пов'язані з гармонією та узгоджуваністю її складових. В окремих випадках математику розглядають і як цікаву інтелектуальну гру. Математика часом виглядає як добірка безглузвих міркувань, але якщо розглянути її в історичній перспективі, то виявиться, що навіть найабстрактніші її розділи на перший погляд далекі від застосувань, тісно пов'язані з конкретними розділами, близькими до застосувань. Саме ці зв'язки в підсумку і виправдовують існування абстрактних розділів.

Більше того, щоб зрозуміти математику, необхідно досягти повної прозорості на кожному етапі. Але саме в цьому відношенні математика не відрізняється від інших галузей науки. В той же час неможливо вивчити математику, не маючи уявлення про те, для чого вона потрібна. Як відомо, в процесі розуміння ціль є суттєвою потребою. Студенти навчаються швидше і краще, якщо вони вчаться з визначеною ціллю.

Наявність більш-менш визначеної мети вказує на правильний шлях, підсилює інтерес, допомагає виокремити головне і відкласти до найкращих часів другорядне. Чим конкретніше визначені цілі, тим більше проявляється їхній спонукальний вплив. Загальні, неконкретизовані цілі часто мають характер декларацій і не стимулюють до діяльності. Конкретизація мети, розробка проміжних цілей і засобів їх досягнення — важливий мотиваційний фактор.

Мета, яка ставиться людиною самостійно, підсилює мотивацію, створює позитивний настрій і утримується довше. Мета, яка задається ззовні, викликає меншу активність людини, має меншу спонукальну силу. Коли людина отримує від інших завдання, це ще не означає, що вона їх автоматично приймає і виконує. Але перетворення зовнішніх завдань в індивідуальні цілі один з варіантів цілеутворення, тобто завдання від інших для суб'єкта виступають як вимоги, які він неодмінно має виконати. Загальні цілі, суспільні норми, завдання, отримані від викладачів, можуть стати індивідуальними цілями суб'єкта за умови, що вони є етапом або засобом задоволення потреб особистості. Щоб зовнішня вимога була прийнятою, стала наміром студента, необхідна його участь не тільки в постановці завдання, але й в аналізі, обговоренні умов його досягнення, у плануванні тощо. У такому разі людина виступає не пасивним виконавцем, а активним суб'єктом діяльності, що сприяє їхній більшій активності.

Якщо мета відсутня, то вивчаються випадкові теми, матеріал здається нудним та одноманітним — саме таким чином в студентів складається враження про математику як про нагромадження важких і нудних міркувань. Не даремно кажуть, що чітка постановка задачі — найважливіша частина її рішення.

Отже, при викладанні математики дуже важливо ставити перед студентами близькі і віддалені цілі з максимально можливою чіткістю. Іншими словами, студентами потрібна мотивація. Часто через недостатність знань студенти можуть зрозуміти віддалені цілі тільки приблизно. Але навіть це приблизне розуміння корисне: завдяки цьому студенту легше зрозуміти проміжні цілі, а головне, ціль вимальовується все чіткіше в міру засвоювання предмету — як за орієнтування на незнайомій місцевості.

Вивчення математики передбачає, що студент повинен вміти виконувати набуті знання при розв'язуванні конкретних прикладних задач. Цьому повинне сприяти застосування математичних методів у спеціальних економічних курсах, тобто повинно бути ефективне співробітництво у сферах, де сходяться інтереси математичних і спеціальних кафедр. В сучасних умовах успішна робота економіста неможлива без застосування математичних методів.

Через ці причини оволодіння методами і розуміння того, до чого їх можна застосувати, більш важливе, ніж накопичення знань та інформації: методи, на відміну від ізольованих теорем і

результатів, володіють динамікою. Як же вивчають методи? Щоб відповісти на це запитання, необхідно пам'ятати про те, що методи — інструмент для дослідження певних цілей. Методи — це робочий інструмент, і так само, як неможливо опанувати ремесло, вивчаючи каталоги та відвідуючи виставки, так неможливо вивчати математику, перебуваючи стороннім спостерігачем. Методами потрібно користуватися. Але краще, якщо студенти хоча б частково відкривають їх самі. Як наявність інструменту не робить людину майстром, так і накопичення знань не робить її математиком. Важливішим є вміння їх використовувати як при розв'язуванні конкретних практичних задач, так і при проведенні різноманітних теоретичних досліджень. Наявність комп'ютерів [5] відкриває нові можливості для використання математичних методів, а тому треба розуміти як правильно поставити математичну проблему, як правильно підійти до її розв'язання. Необхідно усвідомити, що навчання математики або математичних методів напружене на вивчення певних алгоритмів і навчання пошуку. Часто на адресу викладачів математики лунають докори, що вони вчать знаходити похідні, інтеграли, тощо, що все це анахронізм, оскільки якщо їм на практиці трапиться подібна задача, вони просто скористаються комп'ютером або довідником. Це не завжди так, бо студента треба навчити основних методів аналітичних перетворень, вмінню проявляти в них винахідливість, розвинути певне аналітичне чуття, а без цих вправ цього досягти не можна. Крім того, треба пам'ятати, що використання комп'ютера і всяких довідників передбачає певний рівень знань, тобто треба знати, що шукати і де це можна знайти.

Механізмом навчальної мотивації є вдале формулювання викладачем цілей і завдань навчальної діяльності в умовах професійної спрямованості, які мають прийняти студенти і спрямувати свою діяльність на їх досягнення. В цій роботі важливе значення має правильна організація педагогічної взаємодії між викладачами і студентами.

Реалізація професійної спрямованості [1; 4] навчання математики і застосування її засобів в сфері виробництва, економіки, фінансів, менеджменту відбувається шляхом впровадження в навчальний процес економічних задач і завдань для відповідних розділів курсу згідно навчального плану, з урахуванням відведеного часу та можливостей студентів. При цьому домінуючими повинні бути задачі методологічного обґрунтування необхідності

і корисності вивчення математики та задачі усвідомлення предмету як науки і його спеціальних методів. Наступними повинні бути задачі, що демонструють особливості економіко-математичних та математично-економічних інтерпретацій та сприяють формуванню прикладних математичних знань. Виходячи з цього, важливою є психологічна установка про доцільність та значення вивчення математичних дисциплін та їх особливого місця в комплексі навчальних дисциплін професійно-орієнтованого напрямку.

Задачі економічного [3] змісту сприяють реалізації багатьох завдань практичного заняття з математики. Вони дають змогу розкрити методологічні питання взаємозв'язку теорії з практикою, переконуючи студентів в тому, наскільки важливе вивчення математичних дисциплін для обраної ними економічної спеціальності. Економічні задачі однаково можна використовувати як для мотивації теми, цілей і завдань практичного заняття шляхом постановки проблеми, так і для розкриття наукового і практичного значення нового матеріалу. Їх навчальні функції одночасно спрямовані на підвищення математичної підготовки студентів і на вироблення вмінь застосовувати математичний апарат для дослідження економічних процесів і явищ, будувати моделі економічних ситуацій, знаходити математичні залежності в реальних виробничих процесах, передбачати очікуваний результат як наслідок аналізу величин, що характеризують дану економічну ситуацію.

Актуальними являються деякі специфічні задачі вищої математики, які і формують математичний стиль мислення — строгий, послідовний, оперуючий чітко визначеними поняттями, що в свою чергу суттєво впливає на розвиток інтелекту сформованого, є основою дивергентного мислення, необхідного для творчої діяльності.

До таких задач відносяться проблемні ситуаційні задачі — задачі, що не мають однозначного розв'язання і вимагають творчого застосування раніше засвоєних знань і умінь. Деякі з таких задач можуть бути розв'язані як елементарним шляхом, так і методом, що потребує більших розумових витрат. Все залежить від планування розумових дій студента, які власне є механізмом мислення і являються результатом об'єднання та переробки інформації. Ситуаційні задачі вимагають від студента не тільки глибоких теоретичних знань конкретної теми, а й умінь застосовувати уже відомий математичний апарат. При цьому основне за-

вдання студентів полягає у застосуванні цих знань до комплексного аналізу ситуації і прийняття рішення в її межах.

Розв'язання задач збагачує студента цікавим досвідом; він зустрічається з труднощами і вчиться їх оцінювати; він пізнає можливості і обмеження свого математичного інструментарію. Розв'язання задач дає нам можливість відкрити нові істини, про існування яких ми навіть і не здогадувались. Такий досвід складає враження на молодий розум і сприяє пробудженню прихованих здібностей, побачити нові аспекти уже відомих фактів.

Іншими словами, таке викладання математики дає і активні динамічні знання. Саме знання такого типу відрізняє розум від книги. Доки йдеться про накопичення інформації, наш розум не може змагатися з папером. Але знання, зафіксовані на папері, — це закам'янілі знання. Накопичувальний підхід до навчання шкодить найціннішому з того, чим усі в тій або іншій мірі володіють — безпосередністю, оригінальністю, творчими здібностями. Цікаво, що дуже часто запас знань обернено пропорційний здібностям відкривати щось нове, і вчені набагато більше цікавляться відкриттями, ніж знаннями.

Висновки з проведеного дослідження. Враховуючи тенденції розвитку науки і техніки, економіки й виробництва, важко віднайти таку галузь діяльності людини, яка б не потребувала певної математичної підготовки. Розглядаючи економіку як головний напрям входження держави у цивілізований світ, можна без перебільшення сказати, що підготовка фахівців для різних галузей стає фактором першорядного значення. І не останню роль в процесі їх підготовки відіграють математичні дисципліни, які сприяють виробленню навиків логічного і самостійного мислення, забезпечують професійне володіння математичними засобами аналізу та прогнозування економічних ситуацій, знаходять своє застосування в конкретних предметних галузях. Сучасного економіста будь-якого профілю не можна уявити без оволодіння ним знаннями в галузі математичного моделювання економічних процесів і інформаційних технологій, які забезпечують не тільки обробку даних, зменшення затрат часу та зусиль, а і є вирішальними при прийнятті керівних рішень.

Саме у навчальному закладі розвивається особистість, а завдання викладачів математики — підтримати її, дати поштовх до пізнання нових знань, сформулювати організованість, активність

та стійкість, здатність студента задовольняти свої потреби через соціально схвалювану діяльність, допомогти отримати гарну освіту, а в подальшому цікаву роботу.

Література

1. Дутка Г.Я. Особливості фундаментальної підготовки майбутніх економістів / Г.Я. Дутка // Гуманізація навчально-виховного процесу. Випуск LVI. Слов'янськ: СДПУ, 2011. С. 60-70.
2. Коваленко Е.Э. Методика профессионального обучения: инженерная педагогика. — Харьков: УИПА, 2002.- 158 с.
3. Солодовников А.С. Математика в экономике: [учебник: в 2-х ч.] / А.С. Солодовников, В.А. Бабайцев, А.В. Браилов. — М.: Финансы и статистика, 2000. — Ч. 1 — 224 с.
4. Семеряков С.О. Теоретико-методичні основи фундаменталізації навчання інформативних дисциплін у вищих навчальних закладах: дис. ...доктора пед.наук: 13.00.02 / С.О. Семеряков; Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. — К., 2009. — 536 с.
5. Співаковський О.В. Теорія й практика використання інформаційних технологій у процесі підготовки студентів математичних спеціальностей: Монографія. — Херсон: Айлант. — 2003- 229 с.

Literatura

1. Dutka G.Ja. Osoblivosti fundamental'noї pidgotovki majbutnih ekonomistiv / G.Ja. Dutka // Gumanizacija navchal'no-vihovnogo procesu. Vipusk LVI. Slov'jansk: SDPU, 2011. S. 60-70.
2. Kovalenko E.Je. Metodika professional'nogo obuchenija: inzhenernaja pedagogika. — Har'kov: UIPA, 2002. — 158 s.
3. Solodovnikov A.S. Matematika v jekonomike: [uchebnik: v 2-h ch.] / A.S. Solodovnikov, V.A. Babajcev, A.V. Brailov. — M.: Finansy i statistika, 2000. — Ch. 1 — 224 s.
4. Semerjakov S.O. Teoretiko-metodichni osnovi fundamentalizacii navchannja informativnih disciplin u vishhih navchal'nih zakladah: dis. ...doktora ped.nauk: 13.00.02 / S.O. Semerjakov; Nacional'nij pedagogichnij universitet imeni M.P. Dragomanova. — K., 2009. — 536 s.
5. Spivakovs'kij O.V. Teorija j praktika vikoristannja informacijnih tehnologij u procesi pidgotovki studentiv matematichnih special'nostej: Monografija. — Herson: Ajlant. — 2003 — 229 s.

Статтю подано до редакції 16.10.14 р.

УДК 347.156:331

*О. А. Петухова, ст. викладач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ

GENDER INEQUALITY AND ITS IMPACT ON THE LABOR MARKET IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ. У статті проаналізовано показники гендерної нерівності в Україні відповідно до даних Державного комітету статистики. На основі отриманих результатів аналізу було визначено низку відповідних заходів щодо досягнення гендерної рівності в Україні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ринок праці, середня заробітна плата, гендерні нерівності, оплата праці.

ABSTRACT. In article the analysis of indicators of a gender inequality in Ukraine is carried out agrees to data of the State committee of statistics. On the basis of the received results of the analysis a number of corresponding actions for achievement of gender equality in Ukraine has been defined.

KEYWORDS: labor market, average wage, gender inequality, wages.

Постановка проблеми. В економіці сучасної України є багато проблем і гендерна асиметрія у сфері зайнятості є однією з найактуальніших через свої обтяжуючі наслідки. Зниження рівня життя та соціального статусу веде до погіршення здоров'я чоловіків та жінок, їх сімей. Реалізація стратегії адаптації населення за відсутності державного захисту від непередбачених ризиків ринкової економіки й відмови від системи базового соціального забезпечення призвела до загострення гендерної економічної нерівності, витіснення жінок з ринку оплачуваної праці, їх перетікання у неформальний сектор економіки, різкого зростання безробіття. Розподіл праці і розподіл доходу за гендерною ознакою впливає на темпи економічного зростання України. Одним з чинників, що негативно впливає на соціально-економічний розвиток країни, є гендерна нерівність.

Аналіз останніх джерел. Гендерний підхід до досліджень проблем зайнятості та безробіття знайшов застосування у працях зарубіжних і вітчизняних науковців: В. Андерсона, Дж. Анкера,

Т. Бека, Т. Веблена, Д. Вулфорда, О. Грішнкової, Е. Лібанової, В. Стащенко, Г. Мамонової. На думку багатьох дослідників гендерної проблематики, гендерна нерівність на вітчизняному ринку праці не є виключно економічним, а скоріше соціально сконструйованим феноменом, який, в свою чергу, погіршує якість людського потенціалу, сповільнює економічне зростання, послаблює систему державного управління, знижує ефективність стратегій розвитку та боротьби з бідністю, що, звичайно, ж, отримує відображення на структурі і динаміці зайнятості та безробіття.

Предметом гендерних досліджень є соціально-трудовий статус чоловіків та жінок, його еволюція під впливом змін в умовах життя людей.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному цивілізованому суспільстві рівний правовий статус жінок і чоловіків, а також рівність можливостей для його реалізації у житті суспільства, тобто гендерна рівність, давно стали загальним місцем. Україна теж належить до країн, де рівність між чоловіками і жінками задекларована на законодавчому рівні. Проте реально наше суспільство продовжує залишатися гендерно нерівним, де більшість власності, влади і загального впливу належить чоловікам. Актуальність аналізу цієї ситуації зумовлюється не тільки тим, що вона є несправедливою за визначенням. Вона має негативні наслідки для економічного розвитку. Обмеження для жінок» можливостей займатися певними професіями зменшує ефективність використання людського потенціалу та сприяє посиленню розшарування населення за рівнем доходу» Крім того, крос-національний аналіз демонструє, що гендерна рівність може виступати предиктором економічного розвитку. Жінки складають більшість населення у будь-якому суспільстві, тому зниження вхідних бар'єрів для жінок призводить до розширення» креативного класу» і є плідним для постіндустріальної економіки [1].

На сьогоднішній день на ринку праці продовжує існувати тенденція дискримінації жінок. Так, жінки в середньому заробляють менше, ніж чоловіки. Співвідношення зарплат жінок і чоловіків у 2013 році становило 77,2 %. Головним чином, це є наслідком структурних передумов: горизонтальної сегрегації (жінки займаються менш престижними видами праці) і вертикальної сегрегації (жінки рідше посідають керівні посади високого рівня).

Жінок набагато менше серед представників більш високооплачуваних професій і в бізнесі. Натомість найбільша концентра-

ція жінок спостерігається у сфері послуг, дрібній торгівлі і бюджетній сфері з їхніми низькими доходами і високою часткою прихованого безробіття [2].

Вертикальна сегрегація є наслідком того, що чоловіки мають більше кар'єрних перспектив, ніж жінки. Чим вище соціальний статус посади, тим менше на цих посадах жінок. Так у 2013 році частка жінок серед держслужбовців першої категорії становила 13,7 %, другої категорії — 28,2 %, тоді як серед службовців п'ятої-сьомої категорій — 70 % і більше [9]. Кількість підприємств у приватному бізнесі, які очолюються жінками, за даними обстежень, втричі менша, ніж очолюваних чоловіками [3].

Але і в межах професій, де переважає жіноча праця, чоловіки частіше стають керівниками. В результаті середній дохід жінок у таких випадках також є нижчим, ніж у чоловіків. У 2013 році 82,6 % зайнятих у сфері соціального забезпечення складали жінки, але їхня середня плата складала 85,6 % чоловічої. У фінансуванні, страхуванні, кредитуванні 69,3 % зайнятих жінки, їхня середня плата — 65,7 % від чоловічої. У громадському харчуванні відповідні показники складали 71,3 і 74,5 %, у торгівлі — 65,3 і 75,7 % [5].

Описані тенденції мають певні об'єктивні передумови. Чоловіки складають більшість працівників серед більш важких і небезпечних професій, які мають вищі зарплати [2]. Іншою причиною є небажання працедавців наймати жінок репродуктивного віку через ризик виконання обов'язків щодо жінок-матерів (декретна відпустка, обмеження щодо залучення матерів до певних видів робіт тощо). В результаті жінки, особливо молоді, виявляються вразливішими на ринку праці і часто вимушені погоджуватися на нижчі заробітки і гірші кар'єрні перспективи. Потрапивши до лав безробітних, жінці важче отримати роботу у будь-якому віці [4].

Не в останню чергу така ситуація пов'язана із суперечливою роллю жінки в родині, внаслідок чого жінка часто має відповідати і за свою роботу, і за сімейний добробут і виховання дітей. Сім'я — чи не єдина сфера, де жінки загалом мають не менше, а більше впливу, ніж чоловіки. В більшості українських родин виражений голова є відсутнім, але жінки частіше за чоловіків визначають, яким має бути життя в родині: що купувати, як виховувати дітей і проводити сімейне дозвілля [4]. У 2013 році 56 % жінок витрачали на домашню працю в середньому від 2 до 8,5 годин на добу, в той час як лише 34 % чоловіків витрачали на це стільки ж часу [5]. Як зазначають деякі дослідники, жінки є

більш залежними від родинних відносин, навіть якщо є менш залежними в них [1].

Гендерна нерівність на ринку праці України залишається досить високою. Більше того, поступове зростання номінальної заробітної плати працівників протягом 2013 року супроводжувалося незначним зростанням гендерного розриву в оплаті праці. Так співвідношення середньої заробітної плати жінок та середньої заробітної плати чоловіків скоротилося до 77,2 % (відповідні показники становили 2866 грн та 3711 грн на місяць). Традиційно, найбільші гендерні відмінності у рівні заробітків мали місце у промисловості, де середня заробітна плата жінок склала лише 69,7 % чоловічого аналога (відповідно 2946 грн проти 4227 грн), у тому числі у секторі добувної промисловості та розроблення кар є рівнавіть 55,8 % (3070 грн проти 6523 грн). Серед інших видів економічної діяльності зі значним гендерним розривом у оплаті праці — мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (62,2 % або 2714 грн проти 4362 грн на місяць), фінансова та страхова діяльність (66,8 % або 5395 грн проти 8079 грн). Показово, що саме у цих двох видах економічної діяльності відбулося зростання нерівності щодо оплати праці жінок і чоловіків. Слід також зазначити, що у цих двох сферах кількість жінок значно перевищує кількість чоловіків.

Як і у попередні роки, найменший гендерний розрив у заробітках був властивий видам економічної діяльності з високою концентрацією жіночої зайнятості та нижчими за середній рівнями оплати праці, а саме: діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (97,5 % або 2490 грн. Проти 2554 грн на місяць), освіти (91,3 % або 2641 грн проти 2892 грн), охороні здоров'я та надання соціальної допомоги (89,9 % або 2318 грн проти 2580 грн). Середня заробітна плата жінок, що зайняті у сфері функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури, навіть на 8,5 % перевищила середню заробітну плату зайнятих чоловіків (відповідно 2793 грн проти 2575 грн на місяць). Аналогічна обернена залежність між величиною гендерного розриву у заробітній платі та її середнім розміром зберігалась у 2013 році й у регіональному аспекті. Найбільші гендерні розбіжності зафіксовано в індустріально розвинених регіонах Південного Сходу у Дніпропетровській, Запорізькій та Миколаївській областях середні заробітки чоловіків випереджали «жіночий» показник на понад 27 %. «Чоловіча» спеціалізація економіки регіонів, вищі за середні по Україні рівні заробітної плати внаслідок

зосередження тут важкої промисловості виступають основними детермінантами збереження високої гендерної нерівності в оплаті праці населення. З іншого боку Тернопільська, Чернівецька та Херсонська області з їх переважно аграрною зайнятістю населення характеризувалися найменшим гендерним розривом у оплаті праці (менше 10 %), однак і найнижчими по країні значеннями середньої заробітної плати як жінок, так і чоловіків. Окреслені особливості гендерного співвідношення заробітної плати за видами економічної діяльності засвідчують збереження високого рівня гендерної професійної сегрегації на ринку праці України, без пом'якшення якої неможливо забезпечити скорочення розриву в оплаті праці жінок і чоловіків.

Зокрема, статистичні дані довели зростання гендерних відмінностей у заробітній платі працівників зі збільшенням розміру підприємства (рис. 1):

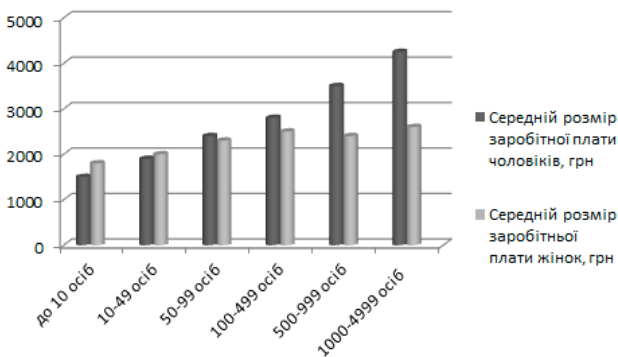


Рис.1 Співвідношення заробітної плати жінок і чоловіків в Україні залежно від розміру підприємства у 2013 році

На невеликих підприємствах середні заробітки жінок навіть незначно перевищували середні заробітки чоловіків, водночас на підприємствах, де зайнято більше 1 тис. осіб, розмір «жіночих» заробітків був у середньому на третину меншим, ніж у чоловіків. Подібна тенденція простежувалась і за тривалістю стажу працівника: якщо серед осіб зі стажем менше 2 років спостерігалися найменші гендерні відмінності у рівні оплати праці (14 %), то серед працівників із тривалістю стажу у 15–19 років цей розрив сягав 34 % внаслідок вищої заробітної плати чоловіків (рис. 2).

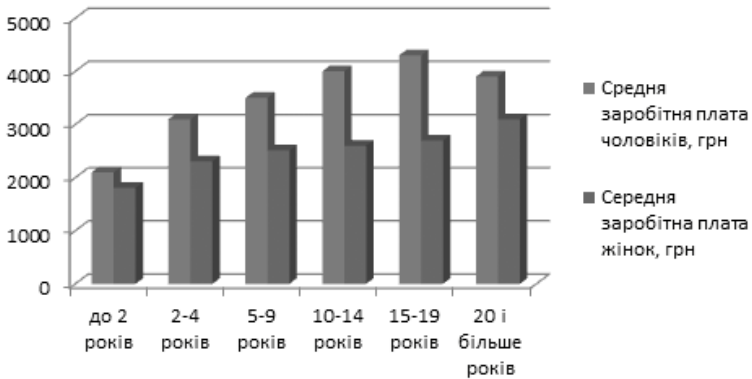


Рис.2. Співвідношення заробітної плати жінок і чоловіків в Україні залежно від тривалості стажу у 2013 році

Ці дані опосередковано підтверджують поширення проявів гендерної дискримінації на ринку праці України, що виявляються у нерівних можливостях працевлаштування, професійного розвитку та кар'єрного просування жінок і чоловіків. Проаналізувавши результати вибіркового обстеження з питань заробітної плати можна зробити висновок, що важливим інструментом подолання проявів гендерної нерівності у рівні доходів залишається здобуття вищої освіти. Наявність якої не лише сприяє підвищенню особистих заробітків, а й надає жінкам можливість гідно конкурувати на ринку праці. Саме серед осіб, які мають повну вищу освіту, фіксувалися найменші гендерні розбіжності у її розмірі — лише 22 % (відповідно 4273 грн у чоловіків та 3333 грн у жінок). На противагу цьому, серед осіб із базовою загальною середньою освітою такий розрив зростав до 35 %, а розмір середніх заробітків зменшувався, відповідно, до 2442 грн та 1609 грн на місяць. Однак ефективне використання освітніх переваг можливе лише за умови формування системи освіти, вільної від гендерних стереотипів та упередженості на всіх рівнях — від дошкільного виховання до вищих навчальних закладів.

Позитивний вплив на гендерні перетворення справляє Державна програма забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків на період до 2016 року, що проголошує одним із пріоритетів інтеграцію гендерних підходів до системи освіти. Ухвалення цієї Державної програми після трирічної відсутності подібного програмного документу у сфері забезпечення гендерної

рівності є важливим імпульсом, що стане підґрунтям відбудови національного механізму забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків, дієвість якого була втрачена внаслідок адміністративної реформи 2011 року. Проголошення конкретних завдань гендерної політики, закріплення відповідних повноважень за Міністерством соціальної політики України та виділення цільового обсягу фінансування дозволяє сподіватися, що реалізація Державної програми прискорить гендерні перетворення.

Висновок. Необхідно активізувати гендерну політику для подолання усталених стереотипів щодо розподілу соціальних ролей жінок і чоловіків, які досі зберігаються в українському суспільстві та зумовлюють репродукування гендерної нерівності. Всебічний розвиток соціально-побутової інфраструктури, особливо у сільській місцевості, також сприятиме скороченню гендерної нерівності в розподілі робочого часу та розширенню можливостей гармонічного поєднання сімейних та професійних обов'язків як для жінок, так і для чоловіків.

Література

1. Калашникова И., Недохлебова Е. Гендерные аспекты занятости населения / И. Калашникова, Е. Недохлебова // Человек и труд. — 2005. № 11. — с. 62-67.
2. Разумникова О. Взаимодействие гендерных стереотипов и жизненных ценностей как факторов выбора профессии // Вопр. психологии. — 2004. — №4.
3. Організаційні та правові елементи інституційного механізму забезпечення гендерної рівності в Україні. Запоріжжя: Друкарський світ, 2011. — 140 с.
4. Про рівність статей. Збірник / Пер. з фр. Під заг. ред. О. Хоми. — Київ: Альтерпрес, 2007. — с. 484.
5. Програмарівнихможливостей та прав жінок в Україні [Електронний ресурс]. — Режимдоступу: <http://gender.undp.org.ua>.
6. Державний служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Працяжінок: дискримінація по відношенню до жінок на українському ринкупраці [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://helsinki.org.ua/files/docs/1157723430.pdf>.
8. Гендерна статистика України: сучасний стан, проблеми, напрямивдосконалення[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii/124-hendernastatystyka-ukrainy-suchasnyi-stan-problemy-napriamky-vdoskonalennia>.

References

1. Kalashnikov VI, Nedohlebova E. Gender aspects of employment population / I. Kalashnikov, E. Nedohlebova // Man and labor. — 2005. №11. — With. 62-67.
2. Razumnykova A. Interaction hendernykh steoreotypov and values zhyznennykh As factors SELECT professions // Vopr. psychology. — 2004. — №4.
3. Organizational and legal elements of the institutional mechanism for ensuring gender equality in Ukraine. Zaporozhye: Printing World, 2011. — 140 p.
4. On gender equality. Collection / Per. with fr. Under common. Ed. A. Thomas. — Kyiv: Alterpres, 2007. — p. 484.
5. Equal Opportunities and Women's Rights in Ukraine [electronic resource]. — Access: <http://gender.undp.org.ua>.
6. State Statistics Service of Ukraine [electronic resource]. — Access: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. The work of women, discrimination against women in the Ukrainian labor market [electronic resource]. — Access: <http://helsinki.org.ua/files/docs/1157723430.pdf>.
8. Gender Statistics Ukraine: Current State, Problems and areas of improvement [electronic resource]. — Access: <http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii/124-hendernastatystyka-ukrainy-suchasnyi-stan-problemy-napriamky-vdoskonalennia>.

Статтю подано до редакції 21.10.14 р.

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

