

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Економіка та підприємництво

№ 36-37/2016

Збірник наукових праць

Заснований 1997 р.

Видається двічі на рік

УДК 330.1+338.22/.24(082)

До збірника ввійшли статті науковців, викладачів, практиків, у яких висвітлено сучасний стан і нові погляди на проблеми економічної теорії, прикладної економіки, моделювання розвитку економіки та підприємництва, активізації інноваційного підприємництва, обліку, аналізу та аудиту підприємницької діяльності, правового регулювання ведення бізнесу, економік країн світу та глобального підприємництва, відповідно до потреб економічної науки.

Розрахований на науковців, викладачів, студентів, підприємців-практиків сфери економіки та підприємництва.

Редакційна колегія

І.М. Рєпіна, д-р екон. наук (головний ред.); **В.І. Кириленко**, д-р екон. наук (заст. гол. ред.); **А.М. Колот**, д-р екон. наук; **М.І. Диба**, д-р екон. наук; **З.П. Бараник**, д-р екон. наук; **М.М. Коцупатрий**, канд. екон. наук; **В.В. Вітлінський**, д-р екон. наук; **О.О. Терещенко**, д-р екон. наук; **О.К. Шафалюк**, д-р екон. наук; **О.І. Олексюк**, д-р екон. наук; **А.Г. Котенок**, канд. екон. наук; **Ю.К. Зайцев**, д-р екон. наук; **І.Й. Малій**, д-р екон. наук; **А.Є. Буряченко**, д-р екон. наук; **О.А. Швиданенко**, д-р екон. наук; **С.І. Дем'яненко**, д-р екон. наук; **О.М. Мельник**, д-р екон. наук; **А.І. Джалладова**, д-р ф.-м. наук; **О.В. Ольшанська**, д-р екон. наук; **С.М. Соболев**, канд. екон. наук; **Вілліам Х. Меєрс**, проф.; **Штефан фон Крамон-Таубадель**, проф.; **О.М. Карпенко**, д-р екон. наук; **Здрилюк Л.М.** (відп. секретар).

Адреса редакції: 03680, м. Київ, просп. Перемоги, 54/1

Державний вищий навчальний заклад

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Засновник та видавець

Державний вищий навчальний заклад

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Зареєстровано в Міністерстві юстиції України.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 11577-449Р від 28.07.2006 р.

*Збірник внесено до переліку фахових видань України
(Наказ Міністерства освіти і науки України № 1222 від 7.10.2016 р.)*

*Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ
Протокол № 6 від 22.12.2016 р.*

Редактор *Ю. Пригорницький*
Художник обкладинки *Т. Зяблицева*
Коректор *О. Щербак*
Верстка *М. Криворученко*

Підписано до друку 25.12.16. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.

Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 14,41.

Обл.-вид. арк. 16,40. Наклад 100 пр. Зам. № 17-5306

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ	5
Гонтарева І.В. Теоретичні засади формування організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери медичних послуг.	5
Грабовенко О.В. Диверсифікація у розвитку підприємства постіндустріальної епохи	14
Терещенко К.В. Теоретичні основи платоспроможності страхувика	25
ПРИКЛАДНА ЕКОНОМІКА	40
Верба В.А., Шипуля І.С. Впровадження системи бюджетування на підприємствах АПК: методичні положення та специфіка. . .	40
Грушка М.О. Decision-making process in the agricultural business: problems and aspects of Ukrainian companies.	52
Котлярова Ю.О. Перспективи застосування інтернет-технологій в маркетингових дослідженнях	65
Отченаш К.Г. Особливості державного регулювання надання фінансових послуг в Україні	86
МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	96
Гринько Т.В., Шевченко В.А. Організаційно-економічний механізм у системі управління господарською діяльністю закладів охорони здоров'я	96
Кукоба В.П., Кукоба О.В. Динаміка реорганізаційних процесів на підприємствах залізничного машинобудування України. . . .	111
Солов'янчик А.В. Процесна модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг.	126
Топішко І.І. Проблеми соціальної відповідальності бізнесу в інноваційній економіці	134
Ходакевич Б. Економічне моделювання розвитку ІТ-компаній	145
ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ	157
Дйба О.М. Теоретична парадигма інноваційної діяльності: генезис та трансформація	157
Заріпова А.О. Процес комерціалізації інноваційного продукту: компаративний аналіз механізмів	167

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	180
Царьов В.М. Деякі аспекти формування новітньої парадигми оцінки ефективності використання основного капіталу	180
Цемашко Ю.С. Цільовий підхід до визначення економічних результатів діяльності підприємств	187
ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ ПРАВО ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ	197
Мальковська Ю.Б., Усик В.І. Управління державним боргом як передумова макроекономічної стабільності	197
Чайковська М.А., Глушенко Г.Ю. «Зелена економіка» як складова досягнення стабільності в державі	207
СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА ГЛОБАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО	216
Сікорський Ю.М. Переваги України та українського ринку праці в залученні ПП в контексті транснаціоналізації міжнародних економічних відносин	216
Стрельник С.О. Інноваційно-технологічний ресурс глобального підприємництва: методологічна оцінка	228
Кузьмін М.В. Розвиток системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній	239

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК: 332.01:338.46

Гонтарева І.В., д.е.н., професор,
завідувач кафедри підприємницької
діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

THE THEORETICAL BASIS OF FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MANAGEMENT MECHANISM AT SERVICE SECTOR HEALTH SERVICES

Gontareva I.V., Doctor of Science (Economy),
Professor, Head of the Department
of Entrepreneurship, S. Kuznets KhNUE

АНОТАЦІЯ. Системний характер дисфункцій на сучасному етапі економічного розвитку підсилює інтерес до теоретичних основ обґрунтування підходів з формування соціально-економічного механізму управління. Метою статті є проведення системного аналізу теоретичних основ з формування організаційно-економічного механізму управління підприємствами, що функціонують в сфері послуг. Доведено, що при формуванні організаційно-економічного механізму управління слід використовувати теоретико-ігрові методи аукціонів, метод адаптивного максимуму та методологію узгодження економічних інтересів і очікувань стейкхолдерів підприємства; при формування механізму управління підприємствами сфери послуг може знадобитися комбінація відповідних методів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: механізм управління, теоретико-ігрові методи аукціонів, метод адаптивного максимуму, узгодження економічних інтересів, сфера послуг.

ABSTRACT. At the present stage of economic development the systemic nature of dysfunction increases the interest to study the theoretical foundations of substantiating approaches to the formation of socio-economic management mechanism. The aim of the article is to conduct system analysis of the theoretical foundations for formation of organizational and economic management mechanism at enterprises that operate in the service sector.

It was grounded that to increase reliability, capacity and efficiency of management mechanism it is advisable to use formalized approaches to its formation process. The usage of the following methods in the process of organizational and economic management mechanism formation was substantiated: theoretical and gaming auctions methods; adaptive maximum method; economic interests and expectations of enterprise stakeholders' harmonization methodology. The combination of respective methods can be used when forming the management mechanism for the service sector enterprises.

The necessity of taking into account economic interests of diverse and heterogeneous groups of stakeholders when forming the organizational and economic management mechanism at the enterprise was determined. The generalized scheme of organizational and economic interaction mechanism between key groups of stakeholders (investors, personnel and customers) was introduced. The block diagram shows the following relations: stakeholders interests as the driving force of the enterprise operation and development; means of updating organizational and economic management mechanism as the condition for stakeholders interaction. These relations demonstrate the specific properties of mechanism efficiency, which in turn affects research and evaluation methods, as well as solutions of its application problems.

KEYWORDS: management mechanism, theoretical and gaming auctions methods, adaptive maximum method, economic interests harmonization, stakeholders, service sector.

В сучасних умовах системний характер дисфункцій, що виникають в господарській діяльності як окремих підприємств, так і в економіці ряду країн світу, підсилює інтерес до формування організаційно-економічного механізму управління та, зокрема, теоретичним основам обґрунтування таких методів. Так, у 2007 році, тобто в період світової економічної кризи, Нобелівська премія з економіки була присуджена Лео Гурвицу, Роджеру Майерсону й Еріку Маскіну «за основоположний вклад у теорію економічних механізмів» [1].

На сайті Нобелівського Комітету окрім основних результатів робіт нагороджених міститься широкий огляд публікацій у цій сфері, але ж вони в основному стосуються тільки одного методу — теорії аукціонів, яку розвинули зазначені лауреати. Однак існують і інші підходи до формування організаційно-економічного механізму, які досліджують вчені. Це міститься в роботах Нобелівського лауреату Джозефа Стігліца, а також М. Сімолі, Дж. Досі, Р. Нельсона [2].

У контексті даної статті слід відмітити роботи А. Кульмана [3], С. Бая [4], В. Буркова і Д. Новікова [5], М. Ігнат'єва, Н. Сімалова і С. Сівасандарама [6], Н. Остапенко [7], В. Пономаренко та О. Ястремської [8], А. Чухно [9]. Незважаючи на значимість

отриманих ними результатів, наявність постійних еволюційних і революційних змін у науці та практиці потребують продовження досліджень у напрямку формування організаційно-економічного механізму та особливо при застосуванні до таких сфер діяльності як підприємства сфери послуг.

Метою даної статті є проведення системного аналізу теоретичних основ з формування організаційно-економічного механізму управління підприємствами, що функціонують у сфері послуг.

Підходи до формування господарського механізму управління варіюються від виключно експериментальних до ірраціональних, що базуються на суб'єктивних або ідеологічних уявленнях. Відповідно змінюються і їх теоретичні основи — від методів планування експериментів до положень соціальної психології. Найперспективнішими з точки зору можливості отримання дієздатного й ефективного організаційно-економічного механізму управління господарською діяльністю є раціональні підходи, які базуються на об'єктивних законах і закономірностях економічної науки. Серед раціональних підходів слід виділити вже згаданий вище метод аукціонів, метод адаптивного максимуму та метод узгодження соціально-економічних інтересів стейкхолдерів.

За сутністю механізм заснований на теорії аукціонів є правилами стратегічної гри, всі учасники якої володіють неповною та асиметричною інформацією щодо вподобань і можливостей один одного [10]. Сам аукціон характеризується таким чином. Кожний його учасник в індивідуальному, конфіденціальному порядку відправляє центру повідомлення про те, яку цінність має для нього предмет торгу, маючи тільки загальні уявлення щодо цього предмету та інших учасників, і не завжди знає їх кількість. Центр обробляє інформацію і приймає рішення, при якому зберігається ефективність за Парето, тобто ситуація рівноваги між інтересами та можливостями учасників і Центром, яку не вигідно нікому порушувати. Зокрема, програвший учасник розуміє, що предмет торгу для нього має меншу цінність у порівнянні з оплатою, яку здійснив переможець, або в нього відсутні кошти, щоб підвищити ціну. Центром є або реальна планова організація або гіпотетичний вальрасовський аукціоніст (символічний суб'єкт у системі загальної рівноваги Вальраса).

Завдання складається в розробці (формуванні або проектуванні як це зазначено в зарубіжній літературі) правил гри, тобто механізму управління, в якому сукупність дій (стратегій) учасників призводить до досягнення рівноваги інтересів. У теорії матема-

тично доведена можливість вирішення такого завдання та задані для цього необхідні і достатні умови. При вирішенні конкретних проблем (практичне використання) застосовуються різні механізми. Так, для сучасної операційної моделі товарного ринку використовуються положення подвійного аукціону, коли ставки здійснюють продавці та покупці одночасно. При такому організаційно-економічному механізмі управління суб'єкти ринку, спостерігаючи динаміку цін на товари одночасно оптимізують обсяги виробництва та споживання, а вальрасовський аукціоніст з певним лагом (затримкою) повідомляє їм новий вектор цін на комплекс товарів. У теорії фірм і контрактів — це може бути ціна на трудові ресурси та трансакційні витрати, а рівноважний стан описується величиною фірми, в тому числі її межами [11] та її структурою, у тому числі структурою управління. Зокрема, автор статті теоретико-ігровим методом вивчав елементи організаційного механізму мотивації [12].

Закономірність адаптивного максимуму дозволяє вирішувати проблеми вибору раціонального рівня «централізації — децентралізації» реалізації систем управління та співвідношення рівня їх «гнучкості — жорсткості». Відомо, що чим упорядкованіша соціально-економічна система, тим вона ефективніша в вузькому діапазоні змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі [13]. Але якщо в складній системі поведінка елементів повністю односпрямована та позбавлена додаткових ступенів свободи, то така система не буде еволюціонувати та в кінцевому рахунку зруйнується [14].

Закономірність адаптаційного максимуму формулюється таким чином [15]. Для об'єктів, які описуються системою нелінійних диференційних рівнянь, що складаються з n -змінних і m -невідомих коефіцієнтів з поведінкою (тобто змінюються невизначеним чином) і деякого числа обмежень на область зміни m , є закономірність при якій збільшення числа обмежень на m -коефіцієнтів — якщо $n > 6$ і $n > m$, це призводить спочатку до збільшення адаптивних властивостей об'єкту, а потім, після досягнення максимуму, — до їх зниження. Доведено, що такий максимум досягається при накладенні певних обмежень приблизно на 50–60 % регульованих параметрів [16]. Це досить точно співпадає з відомим в економіці розподілом Парето, при якому в суспільстві з приватною власністю приблизно 10 % населення володіє біля 55 % усього капіталу. У свою чергу розподіл за Парето багато в чому співпадає з так званим «золотим перерізом», що математично виходить із чисел Фібоначчі.

Для організаційно-економічних систем механізм досягнення адаптаційного максимуму має таку послідовність. На початку свого розвитку підприємство удосконалюється шляхом застосування функціональних і інституціональних обмежень на внутрішні зміни та параметри взаємозв'язку з зовнішнім середовищем [17]. До цих складових відноситься організаційна структура, положення щодо діяльності відділів, посадові інструкції, результати маркетингових досліджень, досвід збутової і постачальницької діяльності, тощо. Згідно до кривої досвіду, ефективність господарської діяльності зростає до тих пір, доки зміни в внутрішньому та зовнішньому середовищі не призведуть до того, що будь-які додаткові обмеження та, відповідно, зменшення ступеня свободи персоналу в діяльності, погіршать здатність організації до адаптації. Потрібно або усунути частину обмежень, або збільшити число змінних (технологічних можливостей, диверсифікації продукції і ринків) і, в кінцевому рахунку, це призведе до зміни структури та процедур у механізмі, що визначає функціонування системи управління.

Під стейкхолдерами розуміються індивідууми або їх групи, які можуть впливати чи на яких впливає діяльність підприємства та результати цієї діяльності [18]. По відношенню до підприємства стейкхолдери можуть бути: внутрішні — виробничий персонал, менеджмент, акціонери; зовнішні — клієнти, постачальники, державні та громадські організації. Вони характеризуються своїми соціальними, економічними й організаційними інтересами до результатів діяльності підприємства, а також очікуваннями з дотриманням правил і норм поведінки при взаємному матеріальному, трудовому й інформаційному обміні. Так, робочий персонал зацікавлений в отриманні гідної оплати за свою працю й очікує раціональної організації робочих місць.

Економічні інтереси близькі, але ж повністю не співпадають з потребами. Економічні потреби обумовлені біологічною сутністю індивіда, рівнем розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, що створюють відтворювальний цикл «виробництво — розподіл — обмін — споживання». Економічний інтерес — це цільова спрямованість, спонукальний мотив, що пов'язаний з ранжируванням потреб за ступенем їх задоволення, а також можливостями досягнення. Існує діалектична залежність: економічний інтерес без потреби не існує, але потреба задовольняється тільки при наявності економічного інтересу. Мотиваційний процес прояву інтересу пов'язаний з очікуваною якістю результату його задоволення.

Очікування відтворюють уявлення суб'єкта цього очікування — особистості, групи, суспільства або його частини, щодо можли-

вих дій або станів об'єкта очікування — особистості, групи, елемента середовища життєдіяльності або виробничих відносин. Певний бажаний стан або дія об'єкту має назву — предмет очікування. Очікування характеризуються [19]: ступенем впевненості суб'єкта в правильності своїх очікувань; лагом очікування, тобто тим періодом часу, на протязі якого передбачається початок реакції об'єкта очікування; ймовірнісними ознаками та факторами здійснення очікування, у тому числі обсяг і якість власних зусиль; рівень об'єктивності очікувань — а) адаптивні, що виникають на базі минулого досвіду; б) раціональні, які виникають як результат аналізу минулого досвіду, поточної ситуації і перспектив її розвитку; в) ірраціональні, тобто ті, що виникають без реального підґрунтя.

При формуванні організаційно-економічного механізму управління підприємством необхідно враховувати економічні інтереси різноманітних і різнорідних груп стейкхолдерів. Узагальнену схему механізму організаційно-економічної взаємодії основних груп стейкхолдерів — інвесторів, персоналу підприємства та споживачів наведено на рис. 1.



Рис. 1. Узагальнена схема організаційно-економічного механізму управління господарською діяльністю підприємства

У цілому, структурна схема показує взаємовідносини: інтересів стейкхолдерів як рушійної сили функціонування і розвитку підприємства; засобів їх актуалізації та організаційно-економічного механізму управління як умов реалізації взаємодії стейкхолдерів; об'єктивну причину виникнення ефективності в ланцюжку таких каузальних зв'язків — якщо є економічний інтерес, то виникає необхідність у засобі з досягнення задоволення потреби; кожен засіб має свою дієвість, можливостями по досягненню очікуваних результатів; можливість переходить у дійсність тільки при наявності певних умов. Актуалізація цих умов, їх виникнення і виконання визначає ефективність організаційно-економічного механізму управління. Крім того, дана схема (рис. 1) показує ряд властивостей ефективності механізму, що впливають на методи його дослідження, оцінки і вирішення задач з застосування.

На сучасному етапі, так званому постіндустріальному або інформаційному, розвитку суспільного виробництва перше місце займає людський капітал і ті сектори економіки, які пов'язані з його становленням і відтворенням. У першу чергу — це сектори виховання й освіти, охорони здоров'я та соціального забезпечення, комунально-побутового обслуговування та дозвілля. Результатом діяльності зазначених секторів є послуга, сервіс. Діяльність у сфері сервісу зазвичай працеінтенсивна, часто виконується індивідуально, потребує постійного та тісного контакту з клієнтами, складно механізується та автоматизується. Це не змінює теоретичний базис при формуванні організаційно-економічного механізму управління підприємствами, але передбачає певні особливості. В тому числі підсилює елементи управління знаннями та соціально-психологічні зв'язки.

У цілому проведений системний аналіз теоретичних основ формування організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери послуг показав, що: для підвищення надійності, дієздатності й ефективності механізму управління прийнятніше використовувати формалізовані підходи до процесу їх формування; при формуванні організаційно-економічного механізму управління слід використовувати теоретико-ігрові методи аукціонів, метод адаптивного максимуму та методологію узгодження економічних інтересів і очікувань стейкхолдерів підприємства; при формування механізму управління підприємствами сфери послуг може знадобитися комбінація відповідних методів.

У подальших дослідженнях передбачається виокремити та проаналізувати основні елементи й агрегати організаційно-економічного механізму управління підприємствами.

Список літератури

1. Сайт Нобелівського Комітету [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nobelprize.org/nobel-prizes/economist/laureates/2007/escadv07.pdf>
2. Cimoli M. Institutions and Policies Shopping Industrial Development. An introductory Note / M. Cimoli, G. Dosi, R. Nelson, J. Stiglitz // *Industrial Policies and Development*. — New York, Oxford: Oxford University Press. — 2008. — P. 4-32.
3. *Кульман А.* Экономические механизмы / А. Кульман. — М. : Прогресс, 1993. — 192 с.
4. *Бай С.І.* Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність: монографія / С. І. Бай. — К. : КНТЕУ, 2009. — 280 с.
5. *Бурков В.Н.* Как управлять организациями / В.Н. Бурков, Д.А. Новиков. — М. : Синтег, 2004. — 400 с.
6. Ignatiev M. Aircraft as adaptive nonlinear system which must be in the adaptational maximum zone for safety / M. Ignatiev, N. Simalov, S. Sivasundaram // *Proceeding of the First International Conference of Nonlinear Problems in Aviation and Aerospace* — Dayton Beach, USA, May 1996.
7. *Остапенко Н.В.* Сутність і структура інституціонально-економічного механізму підтримки підприємства / Н.В. Остапенко // *Актуальні проблеми економіки*. — 2012. — № 7. — С. 86-93.
8. *Пономаренко В.С.* Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В.С. Пономаренко, Е.Н. Ястремская. — Х. : ХГЭУ, 2002. — 252 с.
9. *Чухно А.* Хозяйственный механизм и пути его совершенствования на современном этапе / А. Чухно // *Экономика Украины*. — 2007. — № 4. — С. 36-41.
10. *Измалков С.* Теория экономических механизмов / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // *Вопросы теории*. — 2008. — № 1. — С. 4-26.
11. *Гонтарева І.В.* Визначення функціональних меж управління підприємством / І.В. Гонтарева // *Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. праць*, 2014. — № 35. — С. 73-80.
12. *Гонтарева І.В.* Організаційна стійкість та ефективність при неантагоністичних відносинах стейкхолдерів / І.В. Гонтарева // *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*: збірник наукових праць. Тематичний випуск : Технічний прогрес і ефективність виробництва. — Харків : ХНТУ «ХПИ». — 2011. — № 7. — С. 53-62.
13. *Лесков Л.В.* Футуросинергетика: универсальная теория систем / Л.В. Лесков. — М. : Экономика, 2005. — 179 с.
14. *Пригожин А.М.* Методы развития организации / А.М. Пригожин. — М. : МЦФЭР, 2003. — 864 с.
15. Системный анализ и принятие решений: Словарь-справочник / Под ред. В.Н. Волковой, В.Н. Козлова. — М. : Высш. шк., 2004. — 616 с.

16. *Игнатъев М.Б.* Голономные автоматические системы / М.Б. Игнатъев. — М. : Изд-во АН СССР, 1963. — 86 с.
17. Greiner L. Evolution and revolution as organization grow / L. Greiner // Harvard Business Review. — 1972. — Vol. 50, № 4. — P. 37-46.
18. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R.E. Freeman. — London: Pitman Publishing, 1984. — 470 p.
19. *Клейнер Г. Б.* Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер. — М. : «Дело» АИХ, 2008. — 568 с.

References

1. Site of the Nobel Committee [Electronic resource]. — Access mode: <http://nobelprize.org/nobel-prizes/economist/laureates/2007/ecoadv07.pdf>
2. Cimoli, M., Dosi, G., Nelson, R., & Stiglitz, J. (2008). Institutions and Policies Shaping Industrial Development. An introductory Note. *Industrial Policies and Development*. New York, Oxford: Oxford University Press, 4-32.
3. Kulman, A. (1993). *Ehkonomicheskie mekhanizmy* [Economic mechanisms]. Moscow: Progress [in Russian]
4. Baj, S.I. (2009). *Rozvytok organizacii polityka potencial efektyvnost: monografya* [Development organizations: policy, capacity, efficiency, monograph]. Kiev: KNTEU [in Ukrainian].
5. Burkov, V.N., & Novikov, D.A. (2004). *Kak upravlyat organizaciyami* [How to manage organizations]. Moscow: Sinteg [in Russian]
6. Ignatiev, M., Simalov, N., & Sivasundaram, S. (1996). Aircraft as adaptive nonlinear system which must be in the adaptational maximum zone for safety. *Proceeding of the First International Conference of Nonlinear Problems in Aviation and Aerospace*. Dayton Beach, USA, May.
7. Ostapenko, N.V. (2012). *Sutnist` i struktura insty`tucional`no-ekonomichnogo mekhanizmu pidtry`mky` pidpry`yemstva* [The essence and structure of institutional and economic support mechanism enterprise]. *Aktual`ni problemy` ekonomiky`* — Actual problems of economy, 7, 86-93 [in Ukrainian].
8. Ponomarenko, V.S., & Yastremskaya, E.N. (2002). *Mekhanizm upravleniya predpriatiem: strategicheskij aspekt* [Enterprise management mechanism: strategic aspect]. Kharkiv: KhGEU [in Russian].
9. Chuhno, A. (2007). *Hozyajstvennyj mekhanizm i puti ego sovershenstvovaniya na sovremennom etape* [The economic mechanism and ways to improve it at the present stage]. *Ehkonomika Ukrainy* — Economics of Ukraine, 4, 36-41 [in Russian].
10. Izmailov, S., Sonin, K., & Yudkevich, M. (2008). *Teoriya ehkonomicheskikh mekhanizmov* [The theory of economic mechanisms]. *Voprosy teorii* — Questions of the theory, 1, 4-26 [in Russian].
11. Gontareva, I.V. (2014). *Vy`znachennya funkcional`ny`x mezh upravlinnya pidpry`yemstvom* [Defining the boundaries of functional` enterprise management]. *Strategiya ekonomichnogo rozvy`tku Ukrainy* — Economic Development Strategy for Ukraine, 35, 73-80 [in Ukrainian].
12. Gontareva, I.V. (2011). *Organizacijna stijkist` ta efekty`vnist` pry`neantagonisty`chny`x vidnosy`nax stejkkolderiv* [Organizational sustaina-

bility and efficiency in nonantagonistic stakeholder relations]. Visnyk Nacional'nogo texnichnogo universy'tetu «Kharkivs'kyj politexnichnyj insty'tut» — Proceedings of the National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», 7, 53-62 [in Ukrainian].

13. Leskov, L.V. (2005). Futurosinergetika: universal'naya teoriya sistem [Futurosinergetika: universal theory of systems]. Moscow: Ekonomika [in Russian].

14. Prigozhin, A.M. (2003). Metody razvitiya organizacii [Methods of organization development]. Moscow: MCFER [in Russian].

15. Volkova, V.N., & Kozlova, V.N. (2004). Sistemnyj analiz i prinyatie reshenij: Slovar'-spravochnik [System Analysis and Decision Making: Reference Dictionary]. Moscow: Vyssh. shk. [in Russian].

16. Ignat'ev, M.B. (1963). Golonomnye avtomaticheskie sistemy [Holonomic automatic systems]. Moscow: Izd-vo AN SSR [in Russian].

17. Greiner, L. (1972). Evolution and revolution as organization grow. Harvard Business Review, Vol. 50, № 4, 37-46.

18. Freeman, R.E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. London: Pitman Publishing.

19. Klejner, G. B. (2008). Strategiya predpriyatiya [The strategy of the enterprise]. Moscow: «Delo» AIH [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 02.11.2016 р.

УДК 658.8

О.В. Грабовенко,
магістр економіки підприємства,
аспірант кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕПОХИ

DIVERSIFICATION IN THE DEVELOPMENT OF POST-INDUSTRIAL ENTERPRISE

О.В. Hrabovenko,
Master of Business Economics,
Graduate Student of Business Strategy,
SHEE «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman»

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто питання формування та/або підтримання конкурентних переваг підприємств в умовах постіндустріальної економіки шляхом диверсифікації їх господарської діяльності. Автор

наводить новий погляд на диверсифікацію як спосіб розвитку підприємства. З урахуванням вимог постіндустріальної економіки запропоновано трактувати диверсифікацію як безперервний іманентний процес, що й призводить до змін усієї економічної системи підприємства, а тому не може бути визначений як проект чи стратегія.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: диверсифікація, розвиток підприємства, спосіб розвитку, постіндустріальна економіка, диверсифікаційний процес, конкурентні переваги.

ABSTRACT: The article is concerned with the problems of formation and support the competitive advantages of enterprises in the postindustrial economic conditions through diversification of its business activities. Author gives a new extended vision on the enterprises diversification. In the article the diversification is defined as one of the way of enterprise development in a new concept of social-economic system. Author gives evidence idea that diversification is a continuous and immanent process. Diversification in a modern interpretation and in the conditions of post-industrial economy leads to changes in the entire economic system of the enterprise through diversification of each element of system: changing the product and client portfolio, strategic direction, suppliers, technologies of management, resources etc. Therefore, diversification cannot be defined as the separate project or corporate strategy of growth. It should be considered in the extended context of enterprise development, as the way of enterprises existence in the post-industrial economy.

KEYWORDS: diversification, enterprise development, way of development, postindustrial economy, diversification process, competitive advantages.

Вступ. Економіка України й інших країн пострадянського простору поступово переходить до інноваційного типу, де поруч із процесами глобалізації сфер економіки відбувається інтелектуалізація всіх сфер буття. На сьогодні у більшості розвинених країн світу так звані «знаннєві» сфери переважають над сферами індустріальної економіки за рахунок не лише застосування сучасних інформаційних технологій, а й інтелектуалізації усіх процесів в економічних системах. Перехід економіки до шостого технологічного устрою, як його називає автор сучасної теорії довгих хвиль у розвитку економіки С. Ю. Глазьев [1], характеризується зокрема різким зниження енерго- та матеріаломісткості виробництва, проникненням нанотехнологій у всі сфери життєдіяльності людей, стрімким скорочення життєвого циклу переважної більшості промислової продукції, прискорення технологічного розвитку галузей тощо.

Складність функціонування вітчизняних підприємств як економічних систем за таких економічних умов підсилюється і швидкоплинністю техніко-технологічних, організаційно-техніч-

них і ринкових змін, надшвидким розповсюдженням інформації (даних і знань) серед усіх учасників ринку через сучасні засоби інформаційних систем і технологій. У такому середовищі більшість вітчизняних підприємств втрачають свої конкурентні позиції на користь сильніших ринкових гравців.

Постановка проблеми. Забезпечення підприємству успіху у конкурентній боротьбі — формування та/або набуття стійких конкурентних переваг в умовах постіндустріальної парадигми економіки — обумовлює необхідність пошуку дієвих способів ефективного розвитку підприємства у прогнозованому (передбачуваному) часовому горизонті. Для української економіки це завдання ускладнюється тим, що переважна її більшість перебуває у третьому-четвертому технологічних укладах. Отже, задля повного використання наявного техніко-економічного потенціалу та створення нового, адекватного останнім тенденціям розвитку світової економіки, необхідно розробити результативні моделі розробки та реалізації на підприємстві економічних і управлінських рішень, спрямованих на забезпечення його високого конкурентного статусу.

Досягнення лідерських позицій за умов постіндустріального економіки вимагає від її первинних ланок (підприємств) постійного оновлення, активної поведінки та «бачення перспективи» задля відповідності змінам зовнішнього середовища. Вирішення цього триєдиного завдання реалізується шляхом диверсифікації.

Проблематикою диверсифікації як способу розвитку підприємства розглядали у своїх працях вітчизняні науковці — О.О. Комільченко, Н.В. Куденко, Я.С. Душкевич, М. Дика, А.П. Наливайко [2], З.Є. Шершньова [3], що деталізували класифікацію диверсифікації й зробили наукові узагальнення вітчизняної практики виробничої диверсифікації. Окремі питання управління диверсифікацією розкриваються у дослідженнях Р. Гріфіна, А. Томпсона, К. Фішера, А. Шнайдера, А. Стрикленда, В. Андрійчука, І. Ансофа [4] та ін.

На основі огляду опублікованих результатів досліджень маємо визнати, що диверсифікація розкривається переважно на стратегічному рівні (як одна з корпоративних стратегій підприємства) та найчастіше розглядається як проект (тобто обмежений у часі та неповторний у розумінні поставлених цілей), по завершенні якого усі диверсифікаційні процеси на підприємстві припиняються.

На наше переконання, поза зоною уваги дослідників більшою мірою залишаються нерозкритими (або фрагментарно дослідже-

ними) такі питання, як: суть диверсифікації з позицій нового системного підходу до підприємства (яке, за Г.Б. Клейнером, являє собою просторово-часову систему [5]); роль диверсифікації як безперервного процесу впровадження на підприємстві новацій (продуктових, технологічних, управлінських, організаційних тощо); форми здійснення диверсифікації за умов постійної трансформації умов господарювання підприємства (у т.ч. внаслідок скорочення та прискорення життєвого циклу переважної більшості продуктів і процесів).

Мета статті. Не претендуючи на всеохоплююче дослідження проблеми диверсифікації у розвитку сучасного підприємства, у межах цієї статті зосередимо увагу на розкритті ролі та суті процесу диверсифікації як іманентного безперервного процесу розвитку сучасного підприємства, що має стратегічний та оперативний «виміри» і потребує відповідної управлінської підтримки.

Результати дослідження. Сучасним вітчизняним підприємствам, за дослідженням В. Верби та О. Гребешкової, притаманна стратегічна недалекоглядність, надмірне фокусування до проблем поточного характеру, концепція бюджетного управління, а не планування. «... У цільових настановах розвитку українських компаній переважають оперативні завдання, а стратегічна перспектива або є другорядною задачею, або не усвідомлюється взагалі» [6]. Як зазначають дослідники, підприємства у системі цілей розвитку першочергово виділяють фінансову складову (максимізація прибутків тощо), тоді як такі дієві джерела конкурентних переваг, як знання та інтелектуальні ресурси, майже не розглядаються.

Таким чином, переважна більшість вітчизняних підприємств застосовують принципи управління, що притаманні екстенсивному способу розвитку на основі матеріально-витратного виробництва [6]. Такий підхід визначає абсолютну неготовність підприємств приймати виклики постіндустріальної економіки (економіки знань) й здійснювати успішну господарську діяльність.

Необхідно визнати, що умови постіндустріального світу позначаються не тільки в дії екзогенних чинників, але й суттєво змінюють природу самого підприємства як основної ланки економіки. Наприклад, Г.Б. Клейнер [7] зазначає, що розвивається нова теоретична концепція підприємства як цілісної функціональної системи, що інтегрує ментальні, культурні, інституційні, когнітивні, технологічні і поведінкові процеси. Підприємство взаємодіє з навколишнім середовищем одночасно і як

господарючий суб'єкт, і як процесор по кожному з зазначених видів діяльності [8]. Виявляється особлива роль системних подій як важливого ресурсу і продукту підприємства (системно-інтеграційна теорія підприємства). Підприємство є багатомірною і мультипросторовою системою, якій властива одночасна внутрішня цілісність і зовнішнє різноманіття, а сама система розглядається з точки зору екзогенності. Тобто підприємство є фрагментарною системою зовнішньої реальності й перебуває у взаємному впливі між внутрішнім середовищем (ендогенної частини) і зовнішнім середовищем (екзогенною системою у цілому). Метою функціонування такої системи, за визначенням Г.Б. Клейнера, є її самозбереження і розвиток через пошук удосконалення системних дисфункцій, які розглядаються як джерела розвитку [5]. Отже, питання розвитку підприємства як системного інтегратора отримує нового сенсу.

Процеси господарських перетворень, як то адаптація до зовнішніх умов господарювання (у разі адаптивної поведінки) чи створення нових умов (у разі проактивної поведінки), супроводжуються змінами внутрішнього середовища самого підприємства. Особливості постіндустріальної економіки диктують якісно нові перетворення, що дозволять підтримати або створити конкурентні переваги на певну перспективу. Приймаючи цю тезу можна продовжити її тим, що будь-які зміни вітчизняного підприємства індустріальної епохи відповідно до трендів постіндустріального суспільства передбачають саме якісно новий рівень, адже виклики, які ставить перед ним економіка знань, яка по-суті переформатувала саме мислення та змінила сутність економічних процесів, мають забезпечуватися відповідними управлінськими заходами. Пошук засобів для створення чи підтримки конкурентних переваг за таких умов зводиться до перебування підприємств у постійному розвитку, пошуку нового. Фактично, вже навіть місія підприємства, яка за класичною теорією полягає у задоволенні наявних потреб суспільства, змінилася на виявлення нових потреб і створення ринкових умов для реалізації їх задоволення [9].

За цих умов не можна не дослідити й сам процес розвитку. Неокласик Й.А. Шумпетер у своїй фундаментальній праці «Теорія економічного розвитку» визначав, що розвиток — це принципово нове явище, вихід із «пристосування до обставин»; це зміни економічного життя, що постають з власної ініціативи, зсередини економічної системи, а не накладені ззовні (такі як історичні зміни — війна, демографічні зміни тощо) [10].

Сучасні дослідники визначають розвиток як «процес сукупних змін у соціально-економічній системі підприємства, спрямований на його перехід у новий якісно-кількісний стан у часі під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища» [11]. Р. Прийма та І. Кулиняк визначають розвиток у широкому й вузькому розумінні. У вузькому розумінні розвиток підприємства — це стан чи результат зміни діяльності (складу, властивостей) підприємства, переходу підприємства в інший кількісний і якісний стан під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. У широкому розумінні розвиток підприємства трактується як незворотній, спрямований, закономірний процес, який є безперервною та послідовною зміною (сукупність змін) результатів чи станів підприємства в часі та просторі на кількісно і якісно інший за попередній під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища [12]. Цим ми одразу маємо вирізнити розвиток від зростання, оскільки останнє зумовлено здебільшого нарощуванням обсягів або копіюванням (імітуванням) вже існуючого.

Проведення підприємством таких змін тягне за собою зміну його природи. Вихід на якісно новий рівень — це нові ринки, продукти, нові технології, нові способи виробництва, нові процеси, персонал тощо, а отже, це якісна зміна всієї економічної системи. Повертаючись до системного погляду на підприємство, маємо визнати, що еволюційні і революційні зміни системи підприємства потребують певної збалансованості всіх її складових. А отже сам розвиток має бути цілеспрямованим, постійно триваючим, доцільним і всеохоплюючим процесом якісних перетворень.

Серед основних способів реалізації процесів перетворень необхідно виділити диверсифікацію, поняття якої у сучасній літературі слід визнати дещо звуженим.

Першим до наукового вжитку термін «диверсифікація» увів американський економіст І. Ансофф [4]. Він сформулював теоретичне уявлення про диверсифікацію як стратегію виводу товару принципово нового типу на новий для компанії ринок.

З.Є. Шершньова визначає диверсифікацію як «процес проникнення у нові сфери діяльності, раніше не характерні для підприємства, покликані змінити, доповнити або замінити продукцію, що вже випускається» [3, с. 250].

У класичному розумінні диверсифікація розглядається переважно на рівні загальнокорпоративної стратегії, її здійснення — як проект, після реалізації якого всі процеси диверсифікації на підприємстві припиняються.

Однак, за сучасного погляду на підприємство як систему й потреб її якісно нових змін, способів продукування цих змін, який ми вбачаємо у диверсифікації, дещо змінює своє значення.

У класичному трактуванні сутності диверсифікації її розуміють як загальнокорпоративну стратегію зростання, минаючи те, що диверсифікація несе у собі принципово нові перетворення підприємства, тому є способом розвитку і не лише у продуктовому аспекті.

По-перше, варто зауважити, що диверсифікація є способом розвитку підприємства, оскільки вона проявляється на підприємстві у нових напрямках діяльності, нових продуктах і ринках, нових бізнес-процесах і нових проектах, нових способах і формах організації, нарешті — у нових компетенціях і динамічних здатностях. Повертаючись до класика Й. Шумпетера, розвиток підприємства є проявом створення інновацій, або як їх називає автор «нових комбінацій» (нове поєднання факторів виробництва), інакше кажучи, принципово нових продуктів, при чому нових не для підприємства, а для ринку; через це питання унаслідування вже створених інновацій (нових продуктів) не є розвитком, а може розглядатися як зростання [10, с. 71-77].

Отже, успіх сучасного підприємства залежить від того, чи здатне підприємство генерувати та впроваджувати новачі ефективніше за інших. Процес втілення новачі в управлінському контексті набуває вигляду диверсифікаційних процесів.

По-друге, розглядаючи диверсифікацію у класичному розумінні, ми не враховуємо тих змін, які зумовлюються нею. Як прояв розвитку підприємства, диверсифікація не є одноразовим явищем і не припиняється після досягнення певних результатів. Для підприємства постіндустріального типу диверсифікація є процесом постійного перетворення, як наслідок економічна система вже не повернеться до попереднього (базового стану). Розглянемо це детальніше.

Визначаючи диверсифікацію і як розширення напрямків діяльності, розраховану на вже існуючих споживачів підприємства (традиційно її визначають як пов'язану споріднену диверсифікацію), і як створення нових напрямків для забезпечення основної діяльності, доповнення та підтримки продукту з одночасною реалізацією створених продуктів на існуючих і нових ринках (пов'язана неспоріднена диверсифікація), і як абсолютно нове підприємство, що проникає на абсолютно чужі галузі, орієнтується на нових споживачів (конгломератна, непов'язана)

[3, с. 347], можемо стверджувати, що такі перетворення мають в основі зміни стратегічного рівня. У будь-якому випадку, окрім класичних змін у ринках і продуктах, про що зазначав І. Ансофф, диверсифікація може проявлятися у змінах:

- виробничого характеру, таких як застосування нового обладнання, впровадження якісно нових технологічних процесів, запровадження нових способів створення продукту (диверсії-фікація виробництва);

- внутрішньо- та зовнішньо-організаційного характеру, передусім пов'язані із змінами організаційної та виробничої структур, створення нових партнерських мереж, виведення за межі організації певних функцій або бізнес-процесів (у випадку аутсорсингу) і т. ін. (диверсіїфікація організації чи диверсіїфікація управління);

- орієнтація на нового споживача або на нові потреби «старого» споживача (диверсіїфікація ціннісної пропозиції);

- проникнення у нові галузі (диверсіїфікація сфер діяльності);

- використання нових джерел капіталу (диверсіїфікація ризиків);

- запровадження нових управлінських технологій (диверсіїфікація управління);

- трансформація способів поєднання ресурсів, набуття нових організаційних компетенцій і динамічних здатностей (диверсіїфікація ресурсно-компетенційного профілю підприємства) та ін.

Враховуючи викладене, маємо усі підстави вважати, що відбувається диверсіїфікація усіх елементів економічної системи, а не окремо взятої, скажімо, виробничої складової, оскільки виживання системи можливе лише за рахунок збалансованого урізноманітнення усіх її складових (згідно принципу системності [13]). Тому диверсіїфікація є постійно триваючим процесом — нове обладнання випускає продукцію і тягне за собою технологічні, організаційні, фінансові та інші перетворення, або ж створюється нова бізнес-модель, яка продовжує функціонувати й потребує відповідної управлінської підтримки тощо.

Виходячи із наведеного, вважаємо за можливе висунути роботу гіпотезу про новий зміст дефініції диверсіїфікації та її ролі у розвитку підприємства, яку сформулюється таким чином: процес диверсіїфікації — це іманентний стратегічний процес, тобто безперервний, внутрішньо притаманний підприємству як економічній системі процес постановки цілей розвитку, вибору та реалізації способів їх досягнення шляхом урізноманітнення

ресурсів, процесів і результатів підприємства як складної соціально-економічної системи, що включає диверсифікацію продуктового портфелю (що виробляти?), диверсифікацію стратегічних напрямів діяльності (як виробляти?), диверсифікацію клієнтського портфелю (для кого створювати цінність?), диверсифікацію постачальників (з ким співпрацювати?), диверсифікацію управлінських технологій (як управляти?), диверсифікацію ресурсів (за рахунок чого виробляти?) тощо.

Таким чином, розвиток підприємств в умовах постіндустріальної економіки передбачає не просто якісні й незворотні зміни (перетворення) його системи (у класичному розумінні), а й призводить до зміни всієї економічної системи (на екзогенному рівні). В таких умовах збереження функцій системи (її виживання) можливе лише внаслідок збалансованого різноманіття кожного елементу системи й самої системи в цілому. Цього можна досягти за рахунок прийняття диверсифікації не як проекту чи стратегії зростання, а як способу існування підприємства в постіндустріальних умовах, тобто його розвитку.

Висновки. Виклики, що постають перед підприємствами постіндустріальної епохи зумовлюють їх до активного пошуку джерел формування та зміцнення своїх конкурентних переваг з метою адаптації та проактивації до нових умов економіки, що виявляються у першу чергу в її швидкості, технічності та інноваційності.

Зміна характеру економіки зумовлює зміну поглядів у теорії підприємств у бік представлення останнього як просторово-часової системи, що обумовлює необхідність обґрунтування нових дієвих способів його розвитку. У такому контексті диверсифікація уявляється іманентним, постійно триваючим процесом урізноманітнення ресурсів, процесів і результатів підприємства, що має за мету забезпечити успішний його розвиток у передбачуваній перспективі. Запропоноване трактування диверсифікації діяльності підприємства постіндустріального світу відкриває нові дослідницькі горизонти, зокрема, у напрямках подальшого розвинування теорії фірми та управління.

Список літератури

1. Глазьев С. Ю. Современная теория длинных волн в развитии экономики / С. Ю. Глазьев. // Экономическая наука современной России. — 2012. — №2. — С. 8–27.

2. *Наливайко А.П.* Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. / А.П. Наливайко. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.
3. *Шериньова З.Є.* Стратегічне управління: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
4. Ansoff I.H. Synergies and Capabilities Profile. — New York: Penguin Books. — 1965. — 626 p.
5. *Клейнер Г. Б.* Роль предприятий в современной экономике / Г. Б. Клейнер // Введение в институциональную экономику / Под ред. Д.С. Львова. — М.: Изд-во «Экономика», 2005. — С. 350.
6. *Верба В. А.* Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — №5. — С. 52–59.
7. *Клейнер Г. Б.* Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. — 2002. — №10. — С. 47-69.
8. *Клейнер Г. Б.* Системно-интеграционная теория предприятия [Электронный ресурс] / Г. Б. Клейнер. — Режим доступа до ресурсу: <http://kleiner.ru/sistemno-integratsionnaya-teoriya-predpriyatiya-i-evolyutsionnyi-podhod/>.
9. *Саакова Л. В.* Сравнительный анализ теорий фирмы и сущность современной корпорации / Л. В. Саакова // Проблемы современной экономики. — 2010. — №4. — С. 78–83.
10. *Шумпетер Й.А.* Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Перекл. з англ. В. Сторка. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. — 242 с.
11. *Надтока Т.Б.* Соціальний розвиток промислового підприємства та механізми його управління // Управлінські технології у рішенні сучасних проблем розвитку соціально-економічних систем : монографія / Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, О.В. Мартякова та ін. / за заг. ред. О.В. Мартякової. — Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2011. — 744 с. — С. 564-569.
12. *Прийма Л. Р.* Розвиток підприємства: сутність поняття / Л. Р. Прийма, І. Я. Кулиняк. // Науковий вісник НЛТУ України. — 2012. — №22. — С. 236–241.
13. *Кіріченко О.О.* Системний підхід до дослідження управління розвитком підприємства [Електронний ресурс] / О.О. Кіріченко // Руснака. — 2007. — Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/Economics/23702.doc.htm

References

1. Hlazev S. Yu. (2012). Sovriemennaia teoriya dlinnikh voln v razvitii ekonomiki. Ekonomicheskaja nauka sovremennoi Rossii (Economics of Contemporary Russia), no. 2, pp.8-27 [in Russian].

2. Nalivajko A.P. (2001). Teoriya strategii pidpriemstva. Suchasnij stan ta naprjamki rozvitku. Kyiv, KNEU, 227 p. [in Ukrainian]
3. Shershnova Z.Ie (2004). Stratehichne upravlinnia. Kyiv, KNEU Publ, 699 p. [in Ukrainian].
4. Ansoff I.H. (1965). Synergies and Capabilities Profile. New York, Penguin Books Publ., 626 p. [in English].
5. Kleiner H. B. (2005). Rol priedpriatii v sovriemienni ekonomikie. Vviedeniie v institutsionalnuiu ekonomiku. Moscow, Economics Publ, pp. 350 [in Russian].
6. Verba V.A., Hrebeshkova O.M. (2010). Analitychna otsinka upravlinskykh tekhnolohii rozvytku ukrainskykh pidpriemstv. Aktualni problemy ekonomiky (Actual Problems of Economics), no. 5, pp. 52-59 [in Ukrainian].
7. Kleiner H.B. (2002). Sistiemnaia paradihma i tieoriia priedpriatii. Вопросы экономики (Economics issues), no. 10, pp.47-69 [in Russia].
8. Kleiner H.B. Sistiemno-intehratsionnaia tieoriia priedpriatii. Available at: <http://kleiner.ru/sistemno-integratsionnaya-teoriya-predpriyatiya-i-evolyutsionnyi-podhod/> (accessed 28 December 2016) [in Russian].
9. Saakova L.V. (2010). Sravnitielnyi analiz tieorii firmy i sushchnost sovriemienni korporatsii. Problemi sovriemnoi ekonomiki (Problems of modern economics), no. 4, pp. 78-83 [in Russian].
10. Schumpeter, Joseph A. (2011) Teoriia ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoro tsyклу. Kyiv, Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia» Publ., 242 p. [in Ukrainian].
11. Nadtoka T.B., Kakunina H.A., Martiakova O.V. (2011). Sotsialnyi rozvytok promyslovoho pidpriemstva ta mekhanizmy yoho upravlinnia. Upravlinski tekhnolohii u rishenni suchasnykh problem rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system. Donetsk, DonNTU Publ, pp. 564-569 [in Ukrainian].
12. Pryima L. R (2012). Rozvytok pidpriemstva: sutnist poniattia. Naukovy visnyk NLTU Ukrainy (Scientific Bulletin of Ukrainian National Forestry University), no. 22, pp. 236-241 [in Ukrainian].
13. Kirinchenko O.O. (2007). Systemnyi pidkhid do doslidzhennia upravlinnia rozvytkom pidpriemstva. Available at: http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/Economics/23702.doc.htm (accessed 28 December 2016) [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.11.2016 р.

Терещенко К.В.
аспірантка кафедри страхування
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИКА

THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF THE INSURER'S SOLVENCY

Tereshchenko K.V.
Insurance Department Fellow
SHEE «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman»

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто основні підходи щодо трактування поняття платоспроможності страховика вітчизняними та зарубіжними вченими. Обґрунтовано розмежування таких понять, як фінансова стійкість і ліквідність, що дало змогу краще розкрити сутність поняття платоспроможності страхової компанії. Крім того, запропоновано загальні підходи до класифікації платоспроможності, для чого було виокремлено ознаки, за якими можна здійснити таку класифікацію.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: платоспроможність страховика, фінансова стійкість, ліквідність

ABSTRACT. The article addresses main approaches to the interpretation of the concept of insurer solvency presented in the works of Ukrainian and foreign scientists. This review purports to respond to the increased relevance of the solvency conceptual framework to insurance. We consider the interrelationship of solvency with close concepts of financial stability and liquidity. In addition, we discuss general approaches to classification of different concepts of the insurer solvency. Classification of different solvency concepts and comparison with related concepts enables us to understand the solvency's nature better. Solvency indicates the insurer's financial strength and the ability to fulfill commitments. Insurers face the choice among various business strategies which can be summarized as a choice between profitability and risk. In this regard, understanding the nature of the solvency is of particular importance when there is a need to assess the prospects of the insurer, to predict its future financial and economic situation and to identify possible ways for reduction of negative shocks' consequences.

KEY WORDS. Insurer's solvency, financial stability, liquidity

Постановка проблеми. Не зважаючи на важливість платоспроможності страховика як одного з базових понять страхових

взаємовідносин, його однозначного визначення у страховій науці не сформовано. Ймовірнісний характер настання страхових подій, невизначеність щодо кількості, обсягу та часу здійснення страхових виплат призводять до необхідності встановлення часових і ймовірнісних обмежень при визначенні платоспроможності страховика. Особливості страхової діяльності ускладнюють взаємозв'язок платоспроможності з іншими показниками фінансового стану страховика, зокрема з його ліквідністю і фінансовою стійкістю.

Актуальність дослідження проблеми визначення платоспроможності страховика обумовлюється її важливістю для різних учасників (стейкхолдерів) страхових відносин: власників і менеджменту страхових компаній, страхувальників, органів страхового нагляду та ін., які, виходячи з власних інтересів, можуть по-різному трактувати дане поняття.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми визначення сутності платоспроможності страховиків розглядають такі вітчизняні вчені, як М.М. Александрова, В.О. Безугла, В.Д. Бігдаш, Н.М. Внукова, О.О. Гаманкова, Ю.М. Дьячкова, В.С. Приходько, Н.В. Ткаченко та ін. Крім того, дана тема неодноразово піднімалася в роботах багатьох зарубіжних дослідників, у тому числі О.М. Годіна, К. Кампаньє, Є. Кейхейна, С.В. Кулікова, А. Олів'єрі, Л.О. Орланюк-Малицької, Т. Пентикайнена, А. Сандстрьома, Ю.А. Сплетухова, Т.А. Федорової, Г.В. Чернової та інших.

Однак, незважаючи на значну кількість зарубіжних і вітчизняних публікацій, невирішеним залишається питання узагальнення існуючих поглядів і формулювання єдиного розуміння платоспроможності страховика, яке врахувало би інтереси всіх стейкхолдерів страхових відносин.

Метою статті є дослідження та уточнення теоретичних аспектів визначення платоспроможності страховиків, класифікація її видів, виявлення взаємозв'язку з поняттями фінансової стійкості і ліквідності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найзагальнішим чином платоспроможність страховика визначається як його здатність своєчасно розраховуватися за своїми, насамперед, страховими зобов'язаннями. Шведський учений А. Сандстрьом розпочинає одну зі своїх книг, присвячених платоспроможності страховиків, таким визначенням платоспроможності: «Платоспроможність — це стан володіння активами більшими, ніж зобов'язання» [20, с. 3]. У 1952 р. фінський учений Т. Пентикайнен запропонував визначати платоспроможність страховика за допомогою «доступної маржі платоспроможності» (англ. available

solvency margin ASM), яку являє собою різниця між активами (англ. assets A) і зобов'язаннями (англ. liabilities L) страховика [20, с. 3]:

$$ASM = A - L . \quad (1)$$

За умови, що активи перевищують зобов'язання, тобто доступна маржа платоспроможності більша за нуль, страховик є платоспроможним, в іншому випадку — страховик знаходиться у стані неплатоспроможності (банкрутства, розорення, дефолту).

Маржа платоспроможності являє собою запас капіталу страховика — власний капітал страховика, вільний від зобов'язань. Саме нормативні вимоги до запасу капіталу є основним інструментом сучасних систем державного регулювання платоспроможності. Призначення цих вимог — по-перше, знизити ймовірність розорення страховика, амортизувавши (поглинувши) його суттєві втрати у випадку такого несприятливого розвитку подій, коли обсяг страхових зобов'язань перевищить технічні резерви; і, по-друге, зменшити можливий розмір втрат страхувальників у випадку неплатоспроможності страховика.

З точки зору страхового регулятора більший запас капіталу означає, що страховик здатен витримати більш серйозні втрати в кризових ситуаціях, тобто є надійнішим. Основним призначенням страхового регулятора є захист страхувальників, а не запобігання неплатоспроможності страховиків. Уникнення неплатоспроможності як головна умова продовження діяльності страхових компаній є пріоритетним завданням їх керівництва. «Відмінності у трактуванні платоспроможності різними сторонами (стейкхолдерами) страхових відносин у 1967 р. описав Т. Пентикайнен, запропонувавши розрізняти дві точки зору (рис. 1):

1) з точки зору регуляторних органів, які представляють інтереси страхувальників, платоспроможність повинна забезпечувати виконання зобов'язань перед страхувальниками. Індикатором достатності ресурсів вважається виконання встановлених страховим регулятором нормативних вимог до (власного) капіталу, призначених гарантувати його платоспроможність незалежно від того, чи зможе після цього страховик продовжити своє функціонування;

2) з точки зору менеджменту компанії, платоспроможність повинна гарантувати безперервність діяльності компанії. Величина власного капіталу, достатня для досягнення внутрішніх цілей компанії (максимізації прибутку і ринкової вартості) в західній літературі визначається як «економічний капітал» [20].



Рис. 1. Платоспроможність страховика: точки зору регулятора і менеджменту компанії

Розробка автора на основі [20, с. 4-6]

У 1960 р. голландський учений К. Кампаньє запропонував ще один критерій класифікації платоспроможності. Залежно від зобов'язань і часу їх виконання розрізняють статичний і динамічний види платоспроможності. Згідно статичного підходу платоспроможність означає здатність виконати зобов'язання, які повинні бути погашені у випадку негайної зупинки страхової діяльності (припинення укладання нових і поновлення старих договорів страхування) або при передаванні всіх договорів страховика «зацікавленому партнеру». В основі динамічного підходу лежить концепція часової необмеженості функціонування: платоспроможним вважається страховик здатний виконати всі зобов'язання у час настання терміну їх погашення [20, с. 4-5]. Досягнення страховиком статичної і динамічної платоспроможності в рамках сучасних систем державного регулювання регламентується двома нормативними рівнями вимог до власного капіталу. Мінімальні вимоги до капіталу (англ. Minimum Capital Requirements, MCR) призначені гарантувати статичну платоспроможність, а так звані «вимоги до забезпечення платоспроможності» (англ. Solvency Capital Requirements, SCR) — динамічну (рис. 1).

Не залежно від того, наскільки великим є наявний запас капіталу він не може забезпечити платоспроможність страховика напевне і назавжди, а тільки з визначеною ймовірністю і на пев-

ний проміжок часу. Інтерпретація платоспроможності як постійної здатності виконувати всі свої зобов'язання в науковій літературі трактується як «детерміноване» («абсолютне») визначення, що не враховує ймовірнісного і випадкового характеру настання страхових подій [19, с. 105]. Відповідно до альтернативного стохастичного («ймовірнісного») підходу платоспроможність страховика визначається як здатність з встановленою (високою) ймовірністю виконати випадкові (невизначені заздалегідь) страхові зобов'язання, що відповідають встановленій ймовірнісній моделі (в рамках якої визначаються ймовірність виникнення претензій, ймовірнісний розподіл величини страхових претензій для загального страхування, процентні ставки, витрати і т.д.). При оцінюванні запасу капіталу як показника рівня платоспроможності страховика, необхідно враховувати ймовірнісні (наприклад, 0,995 VaR: або 0,99 TVaR) і часові (наприклад, рік, або 3 роки) межі [19, с. 146]. Саме такий підхід до визначення поняття платоспроможності використовується у сучасних державних режимах регулювання платоспроможності страховиків, наприклад у Solvency II і SST.

Нормативні вимоги до запасу капіталу страховиків є базовою складовою всіх сучасних систем регулювання їх платоспроможності. З часом до цих вимог додаються інші елементи, що відображають еволюцію підходів до регулювання фінансових установ, розвиток доступних технічних засобів, появу нових технологій збирання та обробки даних. Великого значення набувають нефінансові (якісні) показники, які дають можливість страховику вчасно й адекватно реагувати на репутаційні й стратегічні ризики. У сучасних системах страхового регулювання і системах оцінювання надійності страховика, що застосовуються рейтинговими агентствами, високо цінується наявність у страховика комплексної системи управління ризиками, розробленої компанією стратегії розвитку і системи контролю за її дотриманням.

Отже, у зарубіжній науковій літературі розглядаються різні погляди на сутність поняття платоспроможності, виділяються критерії, за якими можливо розрізнити види платоспроможності. Особливо велика увага приділяється тому, яким чином різні підходи до визначення платоспроможності відображені в існуючих системах страхового регулювання. У вітчизняній і російській страховій літературі платоспроможність страховика визначається шляхом виявлення її особливостей як результату порівняння з іншими показниками фінансового стану, в тому числі з фінансовою стійкістю і ліквідністю. Виокремлення різних видів плато-

спроможності страховика в оброблених джерелах нами виявлено не було.

У теорії економічного аналізу діяльності підприємств показники платоспроможності, фінансової стійкості і ліквідності характеризують рівень забезпеченості фінансовими ресурсами, необхідними для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків [14]. Методологія оцінювання фінансового стану страховиків має свої особливості, пов'язані зі специфікою страхової діяльності. Аналіз літератури показує, що в сучасній страховій науці досі не сформовано єдиного підходу до трактування понять платоспроможності, ліквідності і фінансової стійкості, що призводить до різночитань і «розмиття» меж між ними [7].

Так, у визначеннях різних авторів знаходимо такі уточнення щодо часу виконання страхових зобов'язань: «у будь-який момент часу» [16], «у будь-який наперед взятий час» [2], «у даний момент» [6], «на конкретну дату» [12; 15], «своєчасно» [11].

Оскільки однозначної точки зору на питання часу виконання страхових зобов'язань не сформовано, доцільно звернутися до економічного аналізу діяльності підприємств, в якому за часовим критерієм розрізняють платоспроможність поточну і перспективну (коротко-, середньо- і довгострокову) [10, с. 603-604]:

1) *поточна платоспроможність* — наявність у достатньому обсязі коштів для розрахунків за заборгованістю, що вимагає негайного погашення;

2) *перспективна платоспроможність* — погодженість зобов'язань і платіжних засобів упродовж прогнозного періоду, що залежить від складу, обсягів і ступеня ліквідності поточних активів, а також від обсягів, складу і швидкості «дозрівання» поточних зобов'язань до погашення.

Також в економічному аналізі діяльності підприємств поняття платоспроможності розглядається нерозривно з поняттям фінансової стійкості — як різні сторони фінансового стану суб'єкта господарювання. Так, поточна платоспроможність є «зовнішнім проявом фінансового стану підприємства», тоді як «фінансова стійкість — внутрішня його сторона, що забезпечує стабільну платоспроможність у тривалій перспективі» [10]. Фінансова стійкість гарантує платоспроможність, інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання, здатність функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому середовищі. Схожу точку зору відносно страховиків висловлює Л.О. Орланюк-Малицька, яка визначає фінансову стійкість як

«такий стан (кількість і якість) фінансових ресурсів страхової компанії, який забезпечує *платоспроможність* і подальший розвиток організації в умовах ризику, пов'язаного зі страховим захистом суб'єктів ринку» [8, с. 44].

Російський учений Т.А. Федорова використовує для розмежування понять фінансової стійкості і платоспроможності часову ознаку. *Фінансова стійкість* визначається нею як «стан фінансових ресурсів організації, при якому вона здатна своєчасно та в передбаченому обсязі виконувати взяті на себе поточні і майбутні фінансові зобов'язання перед усіма суб'єктами за рахунок власних і залучених коштів... у *будь-який поточний і майбутній період*», а *платоспроможність* — як прояв фінансової стійкості, «здатність ... виконати всі зобов'язання *на конкретну звітну дату*» [12].

Схожого погляду дотримується Ю.М. Дьячкова: «*фінансова стійкість* страхових операцій може розглядатися як характеристика достатності коштів у страховому фонді в частині страхових виплат у даний момент часу, а також показник ймовірності дефіциту коштів у страховому фонді у *майбутньому періоді*. ... *Платоспроможність* — прояв фінансової стійкості на даному проміжку часу, стан фінансів компанії, при якому вона в даний момент здатна виконувати існуючі зобов'язання, виходячи з наявних ліквідних активів» [6].

Таким чином, можна відзначити, що Т.А. Федорова і Ю.М. Дьячкова звужують поняття платоспроможності до «поточної» платоспроможності, а у фінансову стійкість вкладають зміст платоспроможності «постійної». При цьому варто зауважити на ймовірнісний характер достатності коштів для покриття майбутніх витрат страхового фонду, на який вказує Ю.М. Дьячкова.

О.М. Годін розглядає фінансову стійкість як «здатність виконувати прийняті страхові зобов'язання при впливі несприятливих чинників і зміні економічної кон'юнктури», тобто як прояв більшої порівняно до платоспроможності здатності страховика протистояти негативним явищам [5]. Якщо розглядати цю точку зору в контексті ймовірнісного визначення платоспроможності розглянутої вище, можна сказати, що фінансова стійкість — це здатність розрахуватися за своїми зобов'язаннями, тобто платоспроможність, з більшою ймовірністю, яка враховує ризик настання негативних подій. Подібним чином може бути проінтерпретована категорія фінансової надійності, в яку деякі науковці [2; 3; 13] вкладають той самий зміст, який О.М. Годін вкладає у поняття фінансової стійкості. Слід зауважити, що єдиного погляду на

відмінність між фінансовою стійкістю і фінансовою надійністю не сформовано. Обидва поняття найчастіше інтерпретуються в контексті здатності протистояти несприятливим зовнішнім обставинам.

Російська вчена Г.В. Чернова дотримується іншої точки зору — вона вважає, що платоспроможність є «більш сильною» вимогою, ніж фінансова стійкість [16, с. 141]. Платоспроможність страховика характеризується вченою як здатність виконувати свої (страхові) зобов'язання у будь-який момент часу, а здатність страхової організації виконати свої (страхові) зобов'язання усім своїм майном визначається як ознака фінансової стійкості. З цього Г.В. Чернова робить висновок, що платоспроможність «містить у собі додаткову умову до активів організації. Крім того, що їх повинно бути достатньо, вони повинні бути ліквідними тією мірою, в якій це необхідно для виконання страхових зобов'язань у будь-який момент часу» [16, с.141]. Знову ж повертаючись до ймовірного визначення платоспроможності, можна сказати, що Г.В. Чернова вбачає у фінансовій стійкості той самий зміст, що й О.М. Годін — здатність розрахуватися за своїми зобов'язаннями з імовірністю, ув якій враховано ризик настання негативних подій. Водночас, на відміну від О.М. Годіна, який «приписує» платоспроможності нижчий рівень ймовірності виконання зобов'язань, Г.В. Чернова вкладає у неї зміст «абсолютної» платоспроможності як здатності виконати свої зобов'язання безвідносно часових і ймовірнісних обмежень настання несприятливих подій.

Питання обсягів і часу виконання зобов'язань страховика є критичними для його платоспроможності. В зв'язку з цим у страховій літературі поняття платоспроможності страховика часто порівнюється з поняттям ліквідності як здатності «платити негайно за своїми терміновими зобов'язаннями» [1; 2; 3; [9]. «Страховик вважається неплатоспроможним, якщо його активи неадекватні або недоступні (перебувають у неліквідній формі) в певний час, аби здійснити виплати на вимогу страхувальників» [4, с. 20]. Ліквідність розглядається як «основоположний фактор» платоспроможності [15, с. 25], її «важливий критерій» [9]. У страховій літературі переважає думка, що платоспроможність «є більш широким, узагальнюючим показником по відношенню до ліквідності» [1, с. 170].

Однак, порівняння понять платоспроможності і ліквідності потребує глибошого розгляду останньої. Крім ліквідності активів, з якою у страховій літературі здебільшого порівнюється пла-

тоспроможність, вчені-економісти розрізняють ліквідність балансу і ліквідність підприємства.

Ліквідність балансу визначається як «ступінь покриття боргових зобов'язань підприємства його активами, термін перетворення яких у готівку відповідає терміну погашення платіжних зобов'язань» [10]. На відміну від ліквідності активів, яка визначається безвідносно до пасиву балансу, ліквідність балансу відбиває міру погодженості обсягів і ліквідності активів з розмірами і термінами погашення зобов'язань. Якщо порівнювати платоспроможність з ліквідністю балансу, а не з ліквідністю активів, пріоритети можуть змінитися — щоб досягти ліквідності балансу підприємство повинно бути постійно платоспроможним, тобто задовольняти вимоги і поточної, і перспективної платоспроможності. В цьому контексті платоспроможність стає передумовою ліквідності [7, с. 36], а поняття ліквідності (балансу) — більш «містким» порівняно до поняття платоспроможності: «підприємство може бути платоспроможним на звітну дату, але мати несприятливі можливості в майбутньому, і навпаки» [10].

Американський учений Є. Кейхейн трактує дві складові ліквідності балансу страховика як два види платоспроможності [18]:

1) платоспроможність балансу — здатність виконати всі зобов'язання всім своїм майном, тобто відповідність загальної вартості активів страховика загальній вартості його зобов'язань;

2) платоспроможність грошових потоків — достатність наявних ліквідних активів для вчасного розрахунку за зобов'язаннями, тобто фактично постійна відсутність кризи ліквідності.

«Криза ліквідності» може призвести до визнання страховика неплатоспроможним, навіть якщо загальна вартість його активів перевищує зобов'язання. Однак, самого факту відсутності кризи ліквідності недостатньо для визнання страховика платоспроможним. «Відкладення» розорення і виконання страховиком поточних зобов'язань за рахунок реалізації резерву активів призначених для виконання майбутніх виплат, у випадку неплатоспроможності призводить до збільшення втрат страхувальників. Необхідною передумовою підтримання ліквідності балансу, для якої необхідна погодженість обсягів і ліквідності активів з розмірами і термінами погашення зобов'язань, є дотримання такої структури балансу, де загальна вартість зобов'язань не перевищує загальної вартість активів страховика.

Проводячи співставлення платоспроможності балансу і грошових потоків, Є. Кейхейн вказує на залежність співвідношення між ними від рівня розвитку ринку капіталу, який визначається,

по-перше, достатністю величини доступного капіталу і, по-друге, наявністю дієвих механізмів оцінювання фінансового стану страховика. В умовах розвинутого фінансового ринку балансова платоспроможність і платоспроможність грошових потоків є ідентичними. Інструменти розвинутого фінансового ринку дають змогу правильно оцінити активи страховика і за необхідності надати балансово платоспроможному страховику капітал для подолання тимчасової кризи ліквідності.

Недостатній рівень розвитку фінансового ринку може проявитися у дефіциті кредитних ресурсів або у нездатності учасників вірно визначити рівень кредитоспроможності страховика. В результаті, учасники нерозвинутого ринку можуть зробити «помилки» двох видів: 1) надати позику для виконання поточних зобов'язань балансово неплатоспроможній компанії, таким чином що вона продовжуватиме свою діяльність; або 2) не надати позику балансово платоспроможній компанії, яка внаслідок цього буде нездатна покрити поточні зобов'язання, і за відсутності необхідних коштів може розоритися [18] Крім того, потенційний інвестор може відмовитися надавати кредит, унаслідок відсутності впевненості в достовірності оцінки платоспроможності страховика, яку надає не достатньо розвинений ринок.

Безпосередньо з рівнем розвитку ринку пов'язується така характеристика підприємств як «фінансової гнучкості». Вона визначається в літературі з теорії економічного аналізу діяльності підприємств як здатність залучати додаткові кошти для подолання касового розриву у випадку, коли для покриття поточних зобов'язань не вистачає власних ліквідних активів. Фінансова гнучкість разом з ліквідністю балансу формують поняття *ліквідності підприємства*. [10]

Залучення додаткових коштів потребує гарантій страховика щодо їх повернення, якою послуговує «вартість бренду компанії» (англ. franchise value), «унікальні» активи компанії, — різниця між ринковою вартістю компанії і загальною вартістю її активів. Погіршення фінансового стану страховика може призвести до зменшення, а у гіршому випадку до зникнення, цих «унікальних» активів [17].

Якщо розглядати вартість бренду в «динаміці», економічна теорія прогнозує, що переважатиме ефект, коли компанія з більшою вартістю бренду, з огляду за загрозу втратити його, буде намагатися утримуватися від надмірних ризиків. Однак, ринкова конкуренція може змусити компанію ризикувати, і, отже, поставити свою репутацію (і, таким чином, вартість свого бренду) під

загрозу. Таким чином, кінцевий вплив вартості бренду залишається невизначеним, і значною мірою залежатиме від умов страхового ринку.

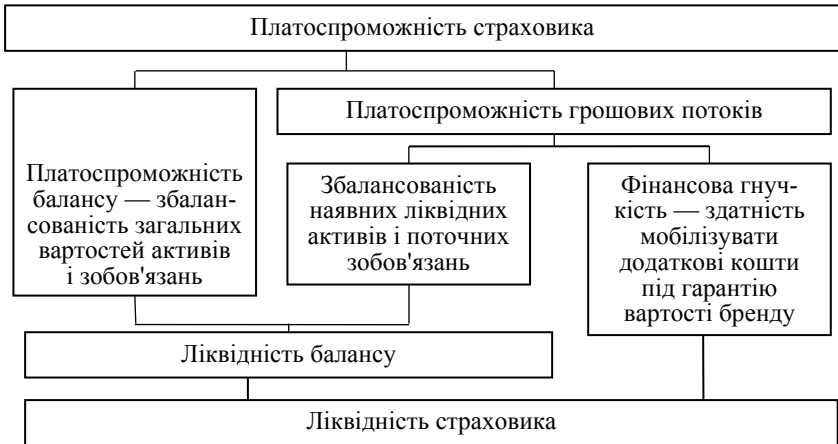


Рис 2. Взаємозв'язок понять платоспроможності і ліквідності страховика

Розробка автора на основі [10], [17], [18]

З рис. 2 можна зробити висновок про ідентичність платоспроможності страховика як здатності розраховуватися за своїми зобов'язаннями і його ліквідності, яку слід розрізняти від ліквідності його активів або балансу. Тим не менш, необхідно зазначити, що ліквідність носить більш «короткостроковий», динамічний характер, ніж платоспроможність.

Висновки. Проведений аналіз показує, що специфіка страхової діяльності суттєво ускладнює розмежування понять платоспроможності, фінансової стійкості і ліквідності. Зміст страхової діяльності полягає в обслуговуванні зобов'язань, ймовірнісний характер яких суттєво ускладнює оцінювання достатності наявних фінансових ресурсів для їх обслуговування. Ліквідність забезпечує платоспроможність страховика у динаміці, а фінансова стійкість — у тривалій перспективі. Для того, щоб залишатися платоспроможним, страховик повинен ретельно відслідковувати зміни в обох показниках та оперативно реагувати на їх погіршення.

Наступне, про що свідчить проведений аналіз, — це відсутність однозначного тлумачення поняття платоспроможності

страховика у страховій літературі. Загальні підходи до класифікації платоспроможності представлено у табл. 1.

Таблиця 1

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИКА

Критерій	Види
Врахування ймовірнісного характеру страхових відносин	<ul style="list-style-type: none">• детермінований підхід до платоспроможності• ймовірнісний підхід
Інтереси різних сторін страхових відносин	<ul style="list-style-type: none">• з точки зору регуляторних органів,• з точки зору менеджменту компанії
Уточнення зобов'язань і часу їх виконання	<ul style="list-style-type: none">• статична платоспроможність• динамічна платоспроможність
За моментом часу проведення оцінки	<ul style="list-style-type: none">• поточна платоспроможність• перспективна платоспроможність
За ступенем ліквідності	<ul style="list-style-type: none">• платоспроможність балансу• платоспроможність грошових потоків

Розробка автора

Підсумовуючи викладене, можна сформулювати таке визначення платоспроможності:

Платоспроможність страховика — це комплексна характеристика страховика представлена фінансовими (кількісними) і нефінансовими (якісними) показниками, що надають можливість зі встановленим рівнем ймовірності та на визначений період часу оцінити його:

1) за рахунок наявних ліквідних активів і коштів залучених ззовні

2) збалансованість активів і зобов'язань;

3) здатність залучати нові страхові надходження.

Страховик, що не виконує нормативних вимог страхового регулятора, підпадає під регуляторні санкції і в найгіршому випадку визнається неплатоспроможним банкрутом. Здатність вчасно виконувати свої зобов'язання передбачає певний рівень ліквідності активів страховика та/або його здатності залучати кредитні кошти. Ліквідність балансу страховика потребує ефективної довгострокової стратегії управління активами, обережності у прийнятті страхових зобов'язань, розсудливої інвестиційної політики. Здатність страховика виконати зобов'язання безпосередньо

пов'язана із здатністю отримати нові надходження страхових премій від укладення нових договорів страхування і подовження старих контрактів.

Формування страховиком капіталу достатнього напевне забезпечити виконання усіх його страхових зобов'язань може призвести до суттєвого подорожчання страхових послуг. Це повинно бути враховано у вимогах до платоспроможності страховика, що встановлюються регулятором з метою забезпечення виконання інтересів страхувальників. З іншого боку, послаблення вимог до платоспроможності в інтересах страховиків, може призвести до зниження їх надійності і втрати довіри страхувальників. Ефективне функціонування страхової галузі передбачає досягнення узгодженості ймовірнісних і часових параметрів платоспроможності різними стейкхолдерами страхових відносин на основі збалансування їх інтересів.

Список літератури

1. *Александрова М.М.* Страхування: Навчально-методичний посібник / М.М. Александрова. — К.: ЦУЛ, 2002. — 208с.
2. *Безугла В.О.* Страхування : навч. посібн. / В.О. Безугла, І.І. Постіл, Л.П. Шаповал. — К.: Центр навч. літ-ри, 2008. — 582 с.
3. *Бігдаш В. Д.* Страхування : навч. посіб. / В. Д. Бігдаш — К. : МАУП, 2006. —448 с.
4. *Гаманкова О.О.* Фінансова стійкість та платоспроможність страхової організації / О.О. Гаманкова // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка». — К.: КНУ, 2007. — Вип. 94–95. — С. 18–23.
5. *Годин А. М.* Страхование: Учебник / А. М. Годин, С. Р. Демидов, С. В. Фрумина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско)торговая корпорация «Дашков и К^о», 2010. — 504 с.
6. *Дьячкова Ю.М.* Страхування: навчальний посібник / Ю.М. Дьячкова. — К. : Центр навчальної літератури, 2008. — 240 с.
7. *Куликов С.В.* Финансовый анализ страховых организаций: Учебно-методический комплекс / С.В. Куликов. — Новосибирск: НГУЭУ, 2005. — 90 с.
8. *Орланюк-Малицкая Л.А.* О понятиях и факторах финансовой устойчивости страховых компаний / Л.А. Орланюк-Малицкая // Вестник Финансовой академии. — М., 1998. — №1. — С. 41—48.
9. *Приходько В.С.* Бухгалтерський облік страхової діяльності: Навчальний посібник. — 2-ге видання, доповнене й перероблене / В.С. Приходько — К.: Лібра, 2002. — 216 с.
10. *Савицька Г. В.* Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник / Г. В. Савицька — 2-ге вид., випр. і доп. — К. : Знання, 2005. — 662с.
11. *Сплетухов Ю.А., Дюжиков Е.Ф.* Страхование : Учеб. пособие / Ю.А. Сплетухов, Е.Ф. Дюжиков. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 310 с.

12. Страхование: Учебник / Под ред. Т.А. Федоровой. — 2-е изд., перераб. и доп. / Т.А. Федорова — М.: Экономистъ, 2004. — 875 с.
13. Страхування: теорія та практика: Навчально-методичний посібник / Внукова Н.М., Успенко В.І., Временко Л.В. та ін.; За загальною редакцією проф. Внукової Н.М. — Харків: Бурун Книга, 2004. — 376 с.
14. *Тігова Т.М., Селіверстова Л.С., Процюк Т.Б.* Аналіз фінансової звітності. : навч. посібник / Т.М. Тігова, Л.С. Селіверстова, Т.Б. Процюк. — К.: Центр навчальної літератури, 2012 — 268с.
15. *Ткаченко Н.В.* Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній: теорія, методологія та практика: монографія / Н. В. Ткаченко; Нац. банк України, Ун-т банків. справи. — Черкаси: Черкаський ЦНТЕІ, 2009. — 570 с.
16. *Чернова Г.В.* Основы экономики страховой организации по рисковому виду страхования. Учебник / Чернова Г.В. — СПб.: Питер, 2005. — 240 с.
17. Harrington S. Market Discipline in Insurance and Reinsurance, in: Claudio Borio et al. (eds.): Market Discipline Across Countries and Industries. Cambridge, MA: MIT Press., 2004 — pp. 159-174
18. Kahane Y., Tapiero Ch. S., Jacques L. Concepts And Trends In The Study Of Insurer's Solvency, in: J. D. Cummins and R. A. Derrig (eds.): Financial Models of Insurance Solvency. Kluwer Academic Publishers, 1989 — pp. 219-243
19. Olivieri A., Pitacco E Introduction to Insurance Mathematics. Technical and Financial Features of Risk Transfers. 2nd Ed. — Springer International Publishing Switzerland, 2015. — 508 p.
20. Sandstrom A. Handbook of Solvency for Actuaries and Risk Managers : Theory and Practice. Chapman & Hall/CRC finance series, 2011 — 1024 p.

References

1. Aleksandrova M.M. Straxuvannya: Navchal'no-metodvchnyj posibnyk / M.M. Aleksandrova— K.: CUL, 2002. — 208 s. [in Ukrainian]
2. Bezuhla V.O. Straxuvannya : navch. posibn. / V.O. Bezuhla. I.I. Postil, L.P. Shapoval. — K.: Centr navch. lit-ry, 2008. — 582 s. [in Ukrainian]
3. Bihdash V. D. Straxuvannva : navch. posib. / V. D. Bihdash — K. : MAUP, 2006. —448 s. [in Ukrainian]
4. Hamankova O.O. Finansova stijkist' ta platospromozhnist' straxovoyi orhanizaciyi / O.O.Hamankova // Visnyk Kyyivs'koho nacional'noho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Seriva «Ekonomika». — K.: KNU, 2007. — Vyp. 94 — 95. — S. 18-23. [in Ukrainian]
5. Hodyn A. M. Straxovanye: Uchebnyk / A. M. Hodyn, S. R. Demydov, S. V. Frumyna. — 2-e yzd., pererab. y dop. — M.: Yzdatel'stvo torhovaya korporacyya «Dashkov y K^o», 2010. — 504 s. [in Russian]
6. D'yachkova Yu.M. Straxuvannya: navchal'nyj posibnyk / Yu.M. D'yachkova. — K. : Centr navchalnoyi literatury, 2008. — 240 s. [in Ukrainian]
7. Kulykov S.V. Fynansovyj analiz straxovyh orhanyzacyj: Uchebno-metodycheskvi kompleks / S.V. Kulykov — Novosybyrsk: NHUEU, 2005. — 90 s. [in Russian]

8. Orlanyuk-Malyskaya L.A. O ponyatyayah y faktorax fyansovoj ustojchyvosty straxovykh kompanij / L.A. Orlanyuk-Malyskaya // Vestnyk Fynansovoj akademyy. — M., 1998. — №1. — S. 41-48. [in Russian]
9. Pryhod'ko V.S. Buxhalters'kyj oblik straxovoyi diyal'nosti: Navchal'nyj posibnyk. — 2-he vydannva. dopovnene j pereroblene / V.S. Pryhod'ko. — K.: Libra, 2002. — 216 s. [in Ukrainian]
10. Savvc'ka H. V. Ekonomichnyj analiz diyal'nosti pidpryyemstva: navch. Posibnyk/ H. V. Savvc'ka — 2-he vyd., vypr. i dop. — K. : Znannya, 2005. — 662 c. [in Ukrainian]
11. Spletuxov Yu.A., Dyuzhykov E.F. Straxovanye : Ucheb. posobve. / Yu.A. Spletuxov, E.F. Dyuzhykov. — M.: YNFRA-M, 2004. — 310 s. [in Russian]
12. Straxovanye: Uchebnyk/ Pod red. T.A. Fedorovoj. — 2-e vzd., vere-rab. y dop./ T.A. Fedorova — M.: Экономистъ, 2004. — 875 s. [in Russian]
13. Straxuvannya: teoriya ta praktyka: Navchal'no-metodychnyj posibnyk /Vnukova N.M., Uspalenko V.I., Vremenko L.V. ta in.; Za zahal'noyu redakcivevu prof. Vnukovoyi N.M. — Xarkiv: Burun Knyha, 2004. — 376 s. [in Ukrainian]
14. Tihova T.M., Seliverstova L.S., Procyuk T.B. Analiz finansovoyi zvitnosti. : navch. posibnyk / T.M.Tihova, L.S. Seliverstova.T.B. Procyuk — K.: Centr navchal'noyi literatury, 2012. — 268 s. [in Ukrainian]
15. Tkachenko N.V. Zabezpechennya finansovoyi stjivosti straxovyx kompanij: teoriya, metodolohiya ta praktyka: monohrafiya / N. V. Tkachenko; Nac. bank Ukrayiny, Un-t bankiv. spravy. — Cherkasy: «Cherkas'kyj CNTEI», 2009. — 570 s. [in Ukrainian]
16. Chernova H.V. Osnovy ekonomyky straxovoj orhanyzacyy po ryskovym vydam straxovannya. Uchebnyk. / Chernova H.V. — SPb: Pyter, 2005. — 240 s. [in Russian]
17. Harrington S. Market Discipline in Insurance and Reinsurance, in: Claudio Borio et al. (eds.): Market Discipline Across Countries and Industries. Cambridge, MA: MIT Press., 2004. — pp. 159-174
18. Kahane Y., Tapiero Ch. S., Jacques L. Concepts And Trends In The Study Of Insurer's Solvency, in: J. D. Cummins and R. A. Derrig (eds.): Financial Models of Insurance Solvency. Kluwer Academic Publishers, 1989. — pp. 219—243.
19. Olivieri A., Pitacco E Introduction to Insurance Mathematics. Technical and Financial Features of Risk Transfers. 2nd Ed. — Springer International Publishing Switzerland, 2015. — 508 p.
20. Sandstrom A. Handbook of Solvency for Actuaries and Risk Managers : Theory and Practice. Chapman & Hall/CRC finance series, 2011. — 1024 p.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2016 р.

ПРИКЛАДНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.43:658.15(477)

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

Шипуля І.С., магістрантка
МП «Менеджмент проектів і консалтинг»
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК: МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ТА СПЕЦИФІКА

BUDGETING SYSTEM IMPLEMENTATION ON AGICULTURAL ENTERPRISES: METHODOLOGICAL ASPECTS AND FEATURES

Veronika Verba,

Doctor of Economics, Professor,
SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

Iryna Shypulia,

Master program student «Project management and consulting»,
SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

АНОТАЦІЯ. Фрагментарність дослідження методичних аспектів формування системи бюджетного управління на підприємствах агропромислового комплексу, відсутність аналізу впливу галузевої специфіки на окремі елементи системи бюджетування потребує висвітлення специфічних параметрів розробки та впровадження системи бюджетного управління на підприємствах. Мета статті полягає у визначенні сутності бюджетування, його місця у системі управління підприємством, ідентифікації складових системи бюджетного управління та особливостей його формування на підприємствах агропромислового комплексу. Обґрунтовано методичні принципи розробки системи бюджетування на підприємствах АПК з урахуванням особливостей його операційної діяльності. Виявлено специфіку розробки бюджетів виробництва і продажів сільгосп підприємств, впливу сезонності, тривалості виробничого циклу та кліматичних умов на систему планування діяльності підприємства АПК. Обґрунтована доцільність

впровадження системи бюджетування на основі виявлення вигід, визначення наслідків, що обумовлюють підвищення управлінського потенціалу комплексного застосування технологій розвитку підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: бюджетування, бюджетне управління, бюджет, система бюджетування, підприємства АПК

ABSTRACT. Fragmented research of methodological aspects of budgeting management system formation at agricultural enterprises, absence of the industry specifics impact on individual elements of budgeting system analysis requires specific parameters of development and budget management implementation at enterprises coverage.

The purpose of the article is to determine the nature of budgeting, its place in the management system, and budget management components and features identification in agricultural enterprises formation.

Methodological principles of budgeting system development on agricultural enterprises with the peculiarities of its operations are grounded. Specifics of production budget and agricultural enterprise sales development, impact of seasonality, production cycle length and climatic conditions impact on agricultural business planning system are determined. Budgeting system implementation reasonability based on identifying benefits, determining effects that contribute to management capacity improvement of integrated application technology development is explained.

KEYWORDS. budgeting, budget management, budget, budgeting system, agricultural business companies.

Актуальність. Серед найактуальніших завдань керівників вітчизняних підприємств є забезпечення ефективної діяльності, фінансової стабільності. Не зважаючи на досить оптимістичну перспективу розвитку вітчизняного агропромислового бізнесу, більшість підприємств цього сектору відчують необхідність у підвищенні якості управління, раціоналізації своїх матеріальних і фінансових ресурсів, налагодженні процесів фінансового планування і контролю. Впродовж останніх десятиліть проблематику впровадження бюджетного управління досліджувала плеяда вітчизняних і зарубіжних вчених, серед як відмітимо праці В. Хруцького, Г. Партіна, О. Кузьміна, І. Бланка, С. Ковтуна, М. Альфреда, Е. Майєра, Б. Райана, С. Онищенко, С. Голова та ін. Процес розробки і впровадження системи бюджетування на підприємстві має враховувати його галузеву приналежність, особливості технологічних процесів, фінансових і виробничих циклів. Вивчення оприлюднених результатів досліджень наукових і прикладних аспектів застосування бюджетування на підприємствах АПК, на жаль, показало фрагментарність дослідження методичних аспектів формування системи бюджетного управління на підприємствах агропромислового комплексу, відсутність аналізу впливу га-

лузової специфіки на окремі елементи системи бюджетування, висвітлення специфічних параметрів операційної та фінансової діяльності на таких підприємствах.

Постановка проблеми. Враховуючи специфіку операційної діяльності підприємств агропромислового сектору, яка позначається на їх фінансовій та управлінській системі, вважаємо доцільним сформулювати методичні засади та дослідити особливості впровадження системи бюджетного управління на таких підприємствах.

Результати дослідження. Використання дефініції «бюджетування» в контексті різних напрямів дослідження системи прийняття управлінських рішень на підприємстві зумовило значну палітру авторських підходів до його тлумачення. Узагальнюючи розмаїття підходів до визначення сутності бюджетування, вважаємо необхідним виокремити три напрями досліджень, в яких бюджетування розглядається як: а) *технологія управління підприємством*, яка дозволяє приймати управлінські рішення у межах формування бюджетів, планувати, обліковувати, контролювати види діяльності підприємства, його доходи і витрати [1–6]; б) *процес планування і контролю діяльності підприємства*, його фінансово-економічного стану відповідно до цілей оперативного планування за допомогою системи бюджетів [7–9]; в) *системи узгодженого управління окремими підрозділами господарюючого суб'єкта на основі координації всіх подій, інтеграції бюджетів підрозділів у головний бюджет підприємства*, що сприяє підвищенню ефективності його роботи [10–13].

Така неоднорідність поглядів науковців на бюджетування пояснюється специфікою об'єкту і предмету дослідження, спектром проблематики і завдань, які вирішували автори при визначенні змістовного наповнення. Фінансові служби частіше розглядають бюджетування як процес фінансового планування і контролю за грошовими потоками, керівники підприємства розглядають бюджетування в контексті узгодженості і координації діяльності підрозділів організації, взаємообумовленості їх фінансово-економічних параметрів функціонування з метою оптимізації витрат для досягнення операційних і стратегічних цілей компанії. Процес планування, адміністрування, мотивації і контролю за діяльністю підприємства за допомогою технології бюджетування дає можливість синтезувати роботу окремих підрозділів, інтегрувати натуральні та фінансові параметри їх роботи. Отже у подальшому нашому дослідженні під бюджетуванням (бюджетним управлінням) пропонуємо розуміти управлінську технологію, що сприяє забезпеченню ефективного

функціонування і розвитку підприємств, досягненню стратегічних цілей компанії за допомогою планування і контролю діяльності підприємства на основі сукупності бюджетів, через які виконується планування, облік, контроль, регулювання всіх видів діяльності підприємства, аналіз прогнозних і фактичних показників у фінансовому та натуральному вираженні, що уможлиблює досягнення стратегічних цілей підприємства. Саме за допомогою операційних і фінансових бюджетів компанія оцінює і прогнозує свої результати, оптимізує використання активів і джерел їх формування, управляє рухом грошових коштів, забезпечує потреби у фінансуванні або можливості вилучення коштів.

Бюджетування (бюджетне управління), як і будь-яка інша система, має сутнісні властивості: об'єкт, предмет, суб'єкт, мету, цілі, завдання та функції, які зображені на рис. 1. Бюджетування, як підсистема управління підприємства, має бути інтегрованою у всі функції і процеси підприємства, її складові імплементовані у системи планування, організації, контролю і мотивації на підприємстві.



Рис. 1. Складові системи бюджетного управління (адаптовано за [5;10])

Впровадження бюджетного управління як підсистеми управління підприємства дає можливість його керівництву отримувати більш точну, оперативну і структуровану інформацію про діяльність компанії, раціоналізувати структуру витрат і підвищити ефективність організації виробництва і управління господарською діяльністю. Як свідчить практика, внаслідок впровадження бюджетного управління з'являється можливість створювати адекватну, відповідну завданням стратегічного та операційного менеджменту систему управлінського обліку, сформувати систему норм і нормативів, які дозволять підвищити якість планування і контролю виробництва, управляти витратами, попереджувати та знижувати виробничі ризики.

Актуалізація питань впровадження бюджетування в агропромисловому комплексі зумовлена надзвичайною складністю ведення бізнесу в агропромисловому секторі, значною залежністю від кліматичних умов, ризиками взаємодії з партнерами аграрного кластеру. При формуванні системи планування на підприємствах АПК необхідно враховувати, що в агропромисловому секторі, як правило, підприємства мають велику номенклатуру випуску готової продукції; складний технологічний процес виготовлення продукту; відносно короткий термін зберігання як матеріалів, так і самої продукції; сезонність бізнесу. При бюджетуванні має бути враховано необхідність жорсткого дотримання технологічного процесу оскільки діє суворий контроль за якістю продукції, як з боку держави, так і з боку споживачів [15]. Це зумовлює необхідність контролювати весь постачальницько-збутовий процес. Складний технологічний процес вирощування, необхідність значних капіталовкладень у високотехнологічну техніку та устаткування позначаються на високих накладних витратах та ускладнюють розрахунок собівартості продукції. (рис. 2).

Успішне впровадження бюджетного управління на підприємствах агропромислового комплексу передбачає тривалу методично-інформаційну підготовку та розробку сукупності бюджетів, через які виконується планування, облік, контроль, регулювання всіх видів діяльності підприємства, аналіз прогнозних і фактичних у фінансовому (та натуральному) вираженні показників, що дає можливість узгодити операційну діяльність із встановленими стратегічними цілями. Саме за допомогою бюджетів компанія оцінює і прогнозує свої фінансові результати, використовувані активи, джерела їх формування, рух грошових коштів і потреби у фінансуванні або можливості вилучення коштів.



Рис. 2. Особливості діяльності підприємств АПК, що впливають на розробку і впровадження бюджетного управління

За результатами аналізу практики здійснення планово-облікових процесів на підприємствах АПК [8, 15–18], дослідники відмічають, що ключовими вигодами від впровадження бюджетних методів планування є такі:

- підвищення якості прийняття управлінських рішень в умовах складно прогнозованого зовнішнього середовища, раптових змін та невизначеності;
- стимулювання діяльності керівників підприємств на реалізацію стратегії, досягнення встановлених цілей;
- поліпшення координації дій на підприємстві та підвищення раціонального розподілу та використання ресурсів;
- підвищення рівня контролю на підприємстві.

Формування системи бюджетування передбачає виокремлення підсистем і процесів. Основними складовими системами бюдже-

тування на підприємстві є підсистеми бюджетного управління, ресурсного забезпечення, методико-регламентна, інтеграційно-імплементатійна. Для успішного впровадження системи бюджетування, її інтеграції в систему управління підприємством уявляється доцільним проведення комплексних змін на підприємстві, які відображені у завданнях імплементатії процесів бюджетування (табл. 1)

Таблиця 1

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Складові системи бюджетування	Процес	Завдання для успішного впровадження системи бюджетування
Підсистема бюджетного управління	Прогнозування, планування	Інтеграція з системами бухгалтерського обліку, оперативних даних, операційного планування
	Організація	Підвищення кваліфікації персоналу, що бере участь у бюджетуванні (зокрема, навчання основної методології складання бюджетів, користуванню інформаційними системами). Створення фінансової структури підприємства.
	Мотивація	Упровадження систем мотивації якісного формування бюджетів (учасників бюджетного процесу) Підтвердження реальної цінності бюджетування через урахування результатів її функціонування
Підсистема ресурсного забезпечення	Інформаційно-інформаційне забезпечення процесів бюджетування	Упровадження інформаційних систем управління підприємством, програмних продуктів (SAP R/3, Oracle Enterprise Planning and Budgeting тощо)
Методико-регламентна підсистема	Регламентація процесів бюджетування	Розробка та періодичний перегляд бюджетних регламентів, Положення про бюджетування, методичні рекомендації складання і коректування бюджетів
Інтеграційно-імплементатійна підсистема	Імплементатія системи бюджетування в систему управління підприємства	Максимальне адаптація системи бюджетування з урахуванням структури та специфіки бізнес-процесів при формуванні об'єктів бюджетування (види діяльності, ЦФО, структурні підрозділи, бізнес-процеси)

Впровадження системи бюджетування на сільськогосподарських підприємствах процес трудомісткий, тривалий за часом, який потребує значних ресурсів, тому доцільно оптимізувати зусилля менеджменту для його підготовки. Традиційно цей процес поділяють на етапи:

- 1) діагностика існуючої на підприємстві системи фінансового планування;
- 2) постановка цілей бюджетування і їх узгодженість зі стратегією розвитку підприємства;
- 3) визначення учасників процесу та формування нової дієвої фінансової структури;
- 4) розробка бюджетної схеми та необхідних форм бюджетів;
- 5) розробка регламентів, правил і процедур бюджетного управління;
- 6) розробка механізму мотивації проектної групи;
- 7) виявлення і контроль відхилень;
- 8) автоматизація процесів планування.

Для успішної реалізації проектів впровадження бюджетного планування та контролю при розробці системи бюджетування, фінансової структури, процесів і регламентів бюджетного управління варто враховувати специфіку діяльності підприємств у секторі АПК. Так, при складанні бюджету виробництва, який залежить від структури операційного менеджменту підприємств АПК і видів діяльності, треба враховувати виробничі підрозділи, які будуть визначені як центри фінансової відповідальності, номенклатурні позиції, які в управлінському обліку виокремлені як стратегічно та фінансово впливові. Сільськогосподарське виробництва значною мірою залежить від природніх чинників, що ускладнює процес планування виробництва і розробки бюджету продажів.

Специфікою планування бюджету виробництва агропромислових підприємств є необхідність обчислення обсягів виробництва продукції, яке має враховувати не тільки параметри бюджету продажів, норм залишків готової продукції, але й витрати продукції на потреби самого сільгоспідприємства. Ускладнення процесу планування виробничого бюджету пов'язано також із сезонними коливаннями, біологічними факторами, зокрема вплив родючості ґрунту на врожайність сільськогосподарських культур, життєвими циклами у живих організмів.

Система нормативів виробничого планування у агропромислових організаціях потребує індивідуалізованого підходу для кожного підприємства, відповідно до його спеціалізації, рівня організаційно-технологічного розвитку.

Особливістю сільськогосподарського виробництва є тривалість виробничого циклу, період якого іноді перевищує календарний рік. Наприклад, у рослинництві тривалість виробничого циклу не дає можливості щомісяця визначати нормативну і фактичну собівартість продукції, а обумовлює накопичення нормативних витрат з окремих робіт, виконуваних під ті або ті культури, на їхню величину нормативної собівартості. Фактичні ж витрати, які складаються з витрат за нормою і відхилень від норм, а кінцеві фінансові результати діяльності (прибуток або збиток) визначаються після закінчення періоду виробництва. Це призводить до того, що звітна калькуляція продукції рослинництва складається один раз на рік, і тому не потрібно щомісячного перерахунку за новими нормами незавершеного виробництва. Фактичні ж витрати та прибуток (збиток) підприємства можна визначити лише після закінчення періоду виробництва. Звітна калькуляція формується на основі обчислення витрат за нормою і відхилень від норм, що призводить до відтермінування часу отримання реальних даних щодо результативності діяльності підприємства. Внаслідок невизначеності кліматичних умов та впливу біологічних чинників планування результатів діяльності підприємств АПК має відбуватися не за конкретними кількісними параметрами бюджету, а в межах певного коридору, де значення показників може варіюватися у визначених межах.

Враховуючи значні специфічні принципи і методи формування системи бюджетного управління на АПК підприємствах доцільно чітко сформулювати цілі, завдання та мету підприємства як у короткостроковому періоді, так і в довгостроковому, розробити взаємообумовлені організаційну і фінансову структури підприємства (з виділенням ЦФВ), створити управлінський облік на підприємстві.

Виробництво продукції в окремих видах діяльності АПК характеризується сезонністю. Таким чином, у даній ситуації певну складність при організації системи бюджетування на підприємствах молочної промисловості становить те, що система показників ефективності повинна враховувати сезонні коливання. Тому принципово важливим є рішення вищого керівництва про впровадження бюджетування в новому реальному масштабі цінностей з визначенням методології управління фінансами, проробленої і регламентованої структурою центрів фінансового обліку компанії, структурою бюджетів та інших важливих методологічних областей.

Впровадження системи бюджетування в сільськогосподарських організаціях дозволяє: а) ефективно здійснювати функцію

планування на підприємстві при обґрунтуванні основних показників діяльності організації, потреби у матеріальних і трудових ресурсів, основних засобів; б) відслідковувати, ґрунтовно аналізувати і планувати виробничі показники діяльності підприємства, структуру і динаміку його доходів і витрат за різними напрямками діяльності; в) забезпечити прозорість грошових потоків підприємства та контролювати його фінансовий стан. Отже, складання бюджетів для підприємств АПК дозволяє контролювати основні статті витрат, своєчасно виявляти відхилення фактичних величин від планових або нормативних, встановлювати причини їх виникнення, а також на основі розроблених бюджетів приймати правильні управлінські рішення. Система бюджетування допоможе керівникам підприємств ефективно управляти виробничим і комерційним процесом, своєчасно приймати управлінські рішення щодо регулювання цих відхилень, а також враховувати виникнення ризиків у процесі бюджетування та відповідної його оцінки.

Висновки. Специфіка операційної діяльності агропромислових підприємств позначається на організації систем фінансового планування і контролю, впливає на процес впровадження бюджетного управління на них. Впроваджена система бюджетного управління допомагає підприємствам АПК розширити горизонт планування для уникнення криз, поліпшити координацію всіх відділів, підвищити ступінь зацікавленості і відповідальності менеджерів всіх рівнів. У сучасних умовах застосування бюджетування дає сільськогосподарським організаціям можливість здійснювати планування фінансових показників, зіставляти поточну інформацію з фінансовими планами, контролювати доходи і витрати, а також формувати заходи щодо раціонального використання грошових ресурсів та забезпечувати економічну ефективність діяльності.

Список літератури

1. *Іванова Ю.Н.* Бюджетирование — технология управления бизнесом / Ю.Н.Иванова // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [HTTP://IPNOU.RU/ARTICLE.PHP?IDARTICLE=003573](http://ipnou.ru/article.php?idarticle=003573)
2. *Калініна О.М.* Етапи розробки і впровадження бюджетування / О. Калініна // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. — 2010. — №1 (9). — С. 57—63.
3. *Карпов А.Е.* Регламент системы бюджетирования /А.Е. Карпов. — М.: Результат и качество, 2005. — 464 с.

4. *Молвинский А.* Типичные ошибки при построении систем бюджетирования / А. Молвинский // Финансовый директор. — 2008. — №6. — С. 17.
5. *Царев В.В.* Внутрифирменное планирование: учебник [для студ. высш. учебн. зав.] / В.В.Царев. — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
6. *Бланк И.А.* Концептуальные основы финансового менеджмента / Бланк И.А. — К.: Ника — Центр, 2003. — 448 с.
7. *Сухинина В.В.* Бюджетирование: Учебное пособ. / В.В. Сухинина. — 2-е изд. — Самара: Самар. гос. техн. унт., 2008. — 120 с.
8. *Шадрин С.Н.* Бюджетирование в системе управления сельскохозяйственным предприятием: автореф. дис. на пол. канд. экон. наук: спец: 08.00.05 / С. Н. Шадрин. — М., 2005. — 16 с.
9. *Щиборщ К.В.* Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России / К.В. Щиборщ. — [2-е изд., перераб. и доп.]. — М.: Издательство «Дело и сервис», 2004. — 592 с.
10. *Панков В.А.* Контролінг і бюджетування фінансово-господарської діяльності підприємства / В.А.Панков., С.Я. Єлєцьких, Н. Михайличенко. — 2008. — 96 с.
11. *Бурцев В.В.* Управленческий аудит системы бюджетирования / В.В. Бурцев // Аудиторские ведомости. — 2003. — № 12. — С. 3 — 9.
12. *Голов С.Ф.* Управлінський облік. Підручник / С.Ф.Голов — [4-те вид.]. — К.: Лібра, 2008. — 704 с.
13. *Харко А.Ю.* Бюджетування у процесі управління фінансовою діяльністю підприємства / А.Ю. Харко // Фінанси України. — 2001. — №9. — С. 87 — 91.
14. *Краснова Н.А.* Прогнозирование и бюджетирование производственно-хозяйственной деятельности инновационного предприятия // NovaInfo.Ru. — 2014. — № 27. — С. 44—62.
15. *Ахмедов А.Э., Шаталов М.А.* Формирование адаптивных систем бюджетирования предприятий пищевой промышленности // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. — 2012. — № 12. — С. 28—31.
16. *Булгаков П.Е.* Влияние процедур бюджетирования на совершенствование оперативного управления сельскохозяйственным предприятием // Вестник экономического факультета СПГАУ. — № 17. — СПб. — Пушкин, 2009.
17. *Шаталов М.А.* Формирование системы бюджетирования промышленного предприятия // Территория науки. — 2012. — № 1. — С. 137—144.

References

1. *Ivanova Ju.N.* Bjudzhetirovanie — tehnologija upravljenija biznesom/ Ju.N.Ivanova// [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: HTTP: // IPPNOU.RU/ARTICLE.PHP?IDARTICLE=003573

2. Kalinina O.M. Etapi rozrobki i vprovadzhennja bjudzhetuvannja / O. Kalinina // *Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami mashinobudivnoï galuzi.* — 2010. — №1 (9). — S. 57—63.
3. Karpov A.E. Reglament sistemy bjudzhetirovanija /A.E. Karpov// — M.: Rezul'tat i kachestvo, 2005. — 464 s.
4. Molvinskij A. Tipichnye oshibki pri postroenii sistem bjudzhetirovanija / A. Molvinskij // *Finansovyj direktor.* — 2008. — №6. — S. 17.
5. Carev V.V. Vnutrifirmennoe planirovanie: uchebnik [dlja stud. vyssh. uchebn. zav.] / V.V.Carev. — SPb.: Piter, 2002. — 496 s.
6. Blank I.A. Konceptual'nye osnovy finansovogo menedzhmenta / Blank I.A. — K.: Nika — Centr, 2003. — 448 s.
7. Suhinina V.V. Bjudzhetirovanie: Uchebnoe Posob. / V.V. Suhinina. — 2-e izd. — Samara: Samar. Gos. Tehn. Un-T., 2008. — 120 s.
8. Shadrin S.N. Bjudzhetirovanie v sisteme upravlenija sel'skohozjajstvennym predpriятиem: avtoref. dis. na pol. kand. jekon. nauk: spec: 08.00.05 / S. N. Shadrin — M., 2005. — 16 s.
9. Shhiborshh K.V. Bjudzhetirovanie dejatel'nosti promyshlennyh predpriyatij Rossii / K.V.Shhiborshh. — [2-e izd., pererab. i dop.]. — M.: Izdatel'stvo «Delo i servis», 2004. — 592 s.
10. Pankov V.A. Kontroling i bjudzhetuvannja finansovo-gospodars'koï dijal'nosti pidpriemstva / V.A.Pankov., S.Ja. Clec'kih, N. Mihajlichenko. — 2008. — 96 s.
11. Burcev V.V. Upravlencheskij audit sistemy bjudzhetirovanija / V.V. Burcev // *Auditorskie vedomosti.* — 2003. — № 12. — S. 3—9.
12. Golov S.F. Upravlins'kij oblik. Pidruchnik / S.F. Golov. — [4-te vid.]. — K.: Libra, 2008. — 704 s.
13. Harko A.Ju. Bjudzhetuvannja u procesi upravlinnja finansovuju dijal'nistju pidpriemstva / A.Ju. Harko // *Finansi Ukraïni.* — 2001. — №9. — S. 87—91.
14. Krasnova N.A. Prognozirovanie i bjudzhetirovanie proizvodstvenno-hozjajstvennoj dejatel'nosti innovacionnogo predpriyatija// *NovaInfo.Ru.* — 27. — S. 44—62.
15. Ahmedov A.Je., Shatalov M.A. Formirovanie adaptivnyh sistem bjudzhetirovanija predpriyatij pishhevoj promyshlennosti//FJeS: *Finansy. Jekonomika. Strategija.* — 2012. — № 12. — S. 28—31.
16. Bulgakov P.E. Vlijanie procedur bjudzhetirovanija na sovershenstvovanie operativnogo upravlenija sel'skohozjajstvennym predpriятиem // *Vestnik jekonomicheskogo fakul'teta SPGAU № 17.* — SPb. — Pushkin, 2009.
17. Shatalov M.A. Formirovanie sistemy bjudzhetirovanija promyshlennogo predpriyatija // *Territorija nauki.* — 2012. — № 1. — S. 137—144.

Стаття надійшла до редакції 12.11.2016 р.

Грушка М.О.,

Магістр факультету міжнародної
економіки і менеджменту

Written by **M. Grushka**

Graduated student of Master's program
in International Management

DECISION-MAKING PROCESS IN THE AGRICULTURAL BUSINESS: PROBLEMS AND PROSPECTS OF UKRAINIAN COMPANIES

ABSTRACT. The analytical survey considers in detail the current position of the agricultural sector in the economy of Ukraine, the most significant prospects of decision-making process in the agricultural business with current realities and problems of agricultural business development, including technological backwardness, the lack of current methods and tools for processing land, equipment depreciation, non-implementation of international experience of managing agricultural companies.

KEY WORDS: prospects of decision-making process, managing agricultural companies, agriculture of Ukraine, effectiveness of management decision, management strategic decisions.

The formulation of the problem. The current unstable economic situation in Ukraine, the loss of basic markets for agricultural products and reorientation on new European and world markets, the adjustment of the terms of the tax and customs, harmonization of industrial standards require managers of Ukrainian agricultural companies in these conditions to form an efficient algorithm for management decisions.

The aim is to assess the problems and prospects of decision-making process in the agricultural business with current realities.

Evaluation of research topic. The analytical review [1] summarizes the current position of the agricultural sector in the economy of Ukraine and the most significant problems of agricultural business development, including technological backwardness, the lack of current methods and tools for processing land, equipment depreciation, non-implementation of international experience of managing agricultural companies.

In the article of Tulush L.D., the assessment of the effectiveness of modern tax policy in the agricultural sector of Ukraine is given by the author. Special tax regimes applied in agriculture of Ukraine are characterized; their impact on the profitability of agricultural business and investment activity in the industry is assessed. The ways of improving the mechanisms of taxation of the agricultural production are defined in order to increase their effectiveness in the agricultural sector [2]. Overall, we believe that the head of the agricultural holding company

pays great attention to company taxation system that allows to manage the overall production process.

In a FAO review [3], the current trends in business decision-making in agricultural companies around the world are given, and much attention is paid to the implementation of business solutions of companies in the US, Germany and France.

Don Hofstrand [4] summarized the features of management decision-making in the implementation of the start-up in the field of agriculture, a special place is allocated to implementation of decision-making problems at the level of an individual entrepreneur, and a leader of a large agricultural corporations or investors as well.

Cheeseman, G-M. [5] studied the system of management of business processes of agricultural holdings in different countries under the influence of differentiated factors of development in agricultural sector.

Charlotte Daydé, Stéphane Couture, Frédérick Garcia, Roger Martin-Clouaire [6] generalized algorithms of investment decision-making in the development of business processes in agriculture.

Van Winsen F. [7] examined the impact of risk on the process of making investment and business decisions taking into account the current business model of agricultural holdings.

Nuthall, P.L. [8] summarized the impact of intuitive and expert systems on decision-making in agribusiness in his work.

In the analytical review [9] the influence of the agricultural sector on the process of implementation of business plans is investigated, including the implementation of the functions and powers of individual members of projects and companies within the decision-making in the agricultural business.

Jan Hron, Thomas Macak, Andrea Jindrova [10] examined the implementation of the theory of favorable decisions within decision-making in the agricultural business.

At the same time questions of decision-making in agricultural businesses about the problems and prospects of Ukrainian companies remain unresolved.

Presenting the main material. On the basis of summarizing the methodology of the current state of decision-making in the agricultural business, taking into account the current problems and prospects of Ukrainian companies the following is established.

The dynamic of indices of agricultural production reveals the great potential of the Ukrainian agricultural sector (Table 1).

Among the considered advanced countries of the world, Ukraine had ones of the most stable and dynamic performance indexes of agricultural production, due to the agricultural traditions of Ukraine, high quality soil and highly qualified lower and middle agricultural technical staff.

During the period of 1991–2016 years the agricultural sector in general has had a positive trend to growth in absolute terms but qualitative analysis indicates the existence of distortions and deformations in the sectoral and organizational structure of agribusiness (Table 2).

Table 1

**INDICES OF AGRICULTURAL PRODUCTION [11]
(2004–2006 = 100 PER CENTS)**

	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014
Ukraine	156,2	101,6	83,4	99,2	107,6	123,3	139,7
World total	72,3	78,4	88,7	100,0	112,3	116,9	121,9
Austria	95,2	93,9	98,7	100,9	99,7	101,4	100,6
Argentina	65,3	74,3	86,3	103,2	115,4	106,5	119,9
Belarus	...	90,6	83,5	98,1	117,0	120,6	115,6
Bulgaria	178,3	131,3	109,2	91,3	105,4	98,8	115,8
Brazil	53,1	66,6	77,5	99,2	122,1	126,6	134,6
United Kingdom	106,6	106,7	103,4	100,3	101,9	98,6	99,5
Greece	84,5	103,8	106,3	103,3	81,6	85,9	85,6
Denmark	91,0	94,2	97,5	100,8	99,7	102,4	100,3
Spain	83,1	69,7	99,8	94,6	101,0	89,9	109,5
Italy	89,4	94,9	100,1	100,5	96,9	86,6	90,3
Kazakhstan	...	87,5	78,4	100,1	106,8	112,5	127,1
Canada	75,7	81,4	92,8	102,0	102,3	103,3	115,0
China	51,0	68,4	85,2	100,2	118,3	126,8	130,5
Netherlands	100,9	104,9	103,9	100,0	111,2	111,5	112,9
Germany	106,8	91,3	99,1	99,9	103,3	104,6	105,3
Poland	126,3	103,5	102,0	98,5	100,4	107,0	106,1
Russian Federation	...	100,3	88,7	99,5	93,9	108,5	117,3
Romania	94,8	95,9	78,5	94,9	91,0	79,0	96,6
USA	79,2	83,8	96,0	100,0	105,7	101,6	108,2
Hungary	123,7	89,3	90,8	96,4	80,0	78,7	87,8
Finland	108,6	94,9	98,6	102,1	94,4	94,2	99,0
France	98,5	98,2	104,0	100,0	97,7	98,3	96,9
Switzerland	107,6	102,8	102,0	99,5	102,6	104,3	100,8
Sweden	112,6	100,5	104,2	100,4	94,0	95,7	96,1

Table 2

AGRICULTURAL LAND AREA BY CATEGORIES OF LANDOWNERS AND LANDUSERS (AT THE END OF THE YEAR; THOUSANDS HECTARES) [11]

	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Agricultural enterprises	38705,4	35184,0	29878,0	22116,7	20589,6	20665,5	20437,2	20548,9
including								
State	9927,4	7115,8	1847,9	1230,2	1022,0	963,1	958,8	943,6
non-state	28778,0	28068,2	28030,1	20886,5	19567,6	19702,4	19478,4	19605,3
Individuals	2669,0	5588,6	8543,4	14922,7	15898,3	15815,1	15958,2	15868,7
including								
private peahaut small-holdings and keeping of dwelling house and plots for farmstructures	2476,4	3875,0	4323,8	4722,9	4942,5	5032,3	5040,4	5045,5
commodity output	–	–	2306,7	8351,4	9412,3	9281,2	9504,3	9424,6
collective and individual gardens	127,4	177,3	180,3	180,8	183,8	186,8	187,6	187,7
collective and individual kit-khen gardens	65,2	334,9	299,6	227,8	189,7	183,8	177,6	175,4
hayfields and pastures	–	1198,7	1429,5	1433,6	1162,4	1122,7	1040,3	1027,2

The evaluation of the quality of management of land in Ukraine indicates a constructive lack on the part of both land owners and landusers of large agricultural holdings (Table 3).

Table 3

AREA OF DRAINED AND IRRIGATE AGRICULTURAL LAND (AT THE END OF THE YEAR; THOUSANDS HECTARES) [11]

	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Drained agricultural land								
Total	2857	2961	2961	2962	2956	2955	2955	2955
including agricultural enterprises	2826	2547	2042	1257	930	927	923	959
of which with closed drainage	2147	2002	1647	1028	777	782	778	812

Table 3

	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Share in total agricultural land, %	6,8	7,1	7,1	7,1	7,1	7,1	7,1	7,1
Irrigate agricultural land								
Total	2598	2580	2402	2180	2175	2167	2165	2166
including agricultural enterprises	2598	2554	2198	1686	1538	1541	1527	1521
Share in total agricultural land, %	6,2	6,2	5,7	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2

The structural distribution of enterprises of the agricultural sector due to the amount of land can detect trends of split or consolidation of agribusiness (Table 4).

Table 4

**GROUPINGS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES
BY SOWN AREA UNDER AGRICULTURAL CROPS IN 2014 [11]**

	Number of enterprises that had sown area				
	total	grain and leguminous crops	industrial crops	potatoes, vegetables and cucurbitaceae crops	fodder crops
Units					
Enterprises — total	43086	34663	28093	3344	6466
of which with area, ha					
no more than 50,00	23059	18985	14528	3045	4088
50,01 –100,00	4461	3416	3210	146	526
100,01–250,00	4456	3977	3695	87	775
250,01–500,00	3095	2714	2738	42	585
500,01–1000,00	2808	2553	2165	16	349
1000,01–2000,00	2647	1949	1235	7	120
2000,01–3000,00	1193	581	289	1	16
more than 3000,00	1367	488	233	–	7

Table 4

	Number of enterprises that had sown area				
	total	grain and leguminous crops	industrial crops	potatoes, vegetables and cucurbitaceae crops	fodder crops
Percentage to total enterprises					
Enterprises — total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
of which with area, ha					
no more than 50,00	53,5	54,8	51,7	91,0	63,2
50,01–100,00	10,4	9,8	11,4	4,4	8,1
100,01–250,00	10,3	11,5	13,2	2,6	12,0
250,01–500,00	7,2	7,8	9,8	1,3	9,0
500,01–1000,00	6,5	7,4	7,7	0,5	5,4
1000,01–2000,00	6,1	5,6	4,4	0,2	1,9
2000,01–3000,00	2,8	1,7	1,0	0,0	0,3
more than 3000,00	3,2	1,4	0,8	–	0,1
Sown area					
	total	grain and leguminous crops	industrial crops	potatoes, vegetables and cucurbitaceae crops	fodder crops
Area — total	18834,2	10634,3	7230,9	82,1	886,9
of which with size, ha					
no more than 50,00	518,9	376,0	330,1	22,4	50,2
50,01–100,00	326,9	250,3	237,2	10,3	38,6
100,01–250,00	734,8	654,7	612,7	13,6	127,3
250,01–500,00	1119,7	977,6	994,3	14,8	209,8
500,01–1000,00	2031,9	1831,9	1541,3	10,4	241,5
1000,01–2000,00	3800,6	2717,0	1687,7	8,5	157,2
2000,01–3000,00	2916,0	1389,6	698,8	2,1	37,1
more than 3000,00	7385,4	2437,2	1128,8	–	25,2

Table 4

	Number of enterprises that had sown area				
	total	grain and leguminous crops	industrial crops	potatoes, vegetables and cucurbitaceae crops	fodder crops
Percentage to total area					
Area — total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
of which with size, ha					
no more than 50,00	2,8	3,5	4,6	27,3	5,7
50,01–100,00	1,7	2,4	3,3	12,6	4,4
100,01–250,00	3,9	6,2	8,5	16,6	14,3
250,01–500,00	5,9	9,2	13,7	18,0	23,7
500,01–1000,00	10,8	17,2	21,3	12,7	27,2
1000,01–2000,00	20,2	25,5	23,3	10,3	17,7
2000,01–3000,00	15,5	13,1	9,7	2,5	4,2
more than 3000,00	39,2	22,9	15,6	–	2,8

The evaluation of distribution of agricultural enterprises due to the area they use detects the prevalence of companies by the number of processable total area of 50 hectares, part of which ranges from 52 % of businesses, herewith within 10 % of the number of enterprises also accounted agricultural farms with an area of 50-100 hectares and 100-250 hectares, which indicates a large number of individual and small agricultural enterprises. At the same time by the total area of processable area the confident leadership held the group of companies with an area of over 3,000 hectares, in other words it is the presence of large agricultural holdings, which accumulate land resources. These trends affect both the industry, especially the development of agribusiness in Ukraine and specifics of management decision-making by heads of agricultural enterprises.

Management solution is the foundation of business activity of any type. Management Mechanism is a complex process that includes a number of interrelated elements, principles and instruments and provides targeted action of the subject on the object. Administrative decision is a product of the manager activity, and characterizes his compe-

tence, qualification, ability to predict future problems, strategic and systematic thinking.

A number of factors affects the effectiveness of management decision — the style of management and leadership, personal features of manager, his image, team cohesion, communication system in the mid-enterprise and beyond, the mechanism of branching, structure and coding information etc. The main element in the system of management decision-making is the structure of the organization, the number of management levels, the rate of control, mechanism of dialogue and industry management features.

Despite the existence of large farms, most of the agricultural sector of Ukraine has signs of functioning within business processes.

Table 5

**STRUCTURE OF PRODUCTION OF MAIN AGRICULTURAL CROPS
BY TYPES OF AGRICULTURAL HOLDINGS (PERCENTAGE
TO TOTAL PRODUCTION) [11]**

	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Agricultural enterprises								
Grain and leguminous crops	97,2	91,9	81,6	75,7	75,8	78,1	78,8	78,1
Sugar beet (factory)	99,99	97,4	87,8	78,5	92,1	91,3	84,3	92,8
Sunflower	97,6	95,6	87,5	78,8	82,5	85,0	85,5	85,7
Potatoes	28,6	4,2	1,4	1,2	2,6	3,3	3,0	3,2
Vegetables	73,1	27,3	16,9	10,7	11,9	14,3	11,7	13,9
Fruits and berries	46,4	16,4	18,2	11,8	16,4	18,4	19,4	16,6
Households								
Grain and leguminous crops	2,8	8,1	18,4	24,3	24,2	21,9	21,2	21,9
Sugar beet (factory)	0,01	2,6	12,2	21,5	7,9	8,7	15,7	7,2
Sunflower	2,4	4,4	12,5	21,2	17,5	15,0	14,5	14,3
Potatoes	71,4	95,8	98,6	98,8	97,4	96,7	97,0	96,8
Vegetables	26,9	72,7	83,1	89,3	88,1	85,7	88,3	86,1
Fruits and berries	53,6	83,6	81,8	88,2	83,6	81,6	80,6	83,4

The average output indicates the predominance of business production in the agricultural sector of Ukraine, which defines the preconditions for the formation of business culture and agricultural management in making decisions on the strategic development of the agricultural business in Ukraine.

Corporation is one of the legal forms of associations of enterprises, characterized by dividing the capital into shares, and the holder of the share is entitled to direct or indirect economic decision-making. The most common form of corporate structure is stock ownership. In agricultural complex, corporate structure is not typical for agricultural enterprises, and is most common in the manufacturing sector, as well as in integrated associations of vertical and horizontal type. The model of corporate governance in agricultural enterprises can be built according to the functions of management: planning, motivation, organization, coordination, control.

The problems of decision-making in the agricultural business are classified as follows:

- unpredictable environment;
- middle and low level of training in the management of agricultural companies;
- inconsistency of the legal field in agribusiness;
- economic fluctuations in market conditions, particularly in the sphere of currency relations and implementation of foreign trade agreements;
- the lack of continuous monitoring of the implementation of management decisions and the low share of automation and computerization of the management of agrarian corporations.

Thus, the effectiveness of management depends on the legal form of the company. Pretty difficult this process is in the business of corporate type, mostly because these are large in size and diversified companies. The number and branching of levels and command units complicate the exchange of information, affect the speed of its processing, decision-making and adaptation to external changes. Especially difficult is the question of management decision in corporate agricultural enterprises, since corporatization in this area is still under development.

The main feature of decision-making in the agricultural enterprises of corporate type is the consideration of the interests of shareholders, and most importantly — the owners of land shares, who thus may delegate their managerial powers.

At a time when management culture of domestic agricultural enterprises at all levels is only developing, it is important to review the

enterprise as a system of interrelated and interdependent business processes. To implement these processes it is necessary to make decisions and carry out certain actions. As a rule, these actions result in processes that must take place in accordance with the defined goals and programs. However, most enterprises which use resources for each function separately, without understanding the whole process, generally face with communication problems within the organization. Information technology significantly extends the effective management of business processes cost, since they make available the latest methods of processing and analysis of economic information important for decision making for managers of all ranks.

At the present stage of management development in agriculture of Ukraine, the defining challenge is a mutual consistency of availability and business demands of enterprises in tactical and strategic information which is necessary to achieve competitive advantage, increase efficiency and provide potential development.

As a result of these needs, a demand of the accounting system of enterprise is motivated regarding the need of fixing, collecting and accumulating information on the various factors that affect the handling of agricultural production: the dynamics of the external business environment; operational, tactical and strategic objectives of activity; the objects of resource potential; the opportunity to receive information by the segment strategic activity; related functional areas of the enterprise; characteristics of clusters, etc. In current conditions, information created by the enterprise accounting system must: 1) consider the demands and target specific consumer groups; 2) serve as a basis for making tactical and strategic decisions.

Our studies revealed the dominance of structural and functional management models in agricultural enterprises aimed at isolating functional areas, as a result of which organizational structure is formed according to the performance of traditional tasks and functions. However, this model has certain disadvantages. Most enterprises are built on the principles of vertical hierarchy, which is not conducive to make informed decisions as a result of the delay, distortion or loss of information.

During management strategic decisions it is necessary to compare the potential of the enterprise with opportunities and threats of the external business environment.

Herewith it is advisable to consider that: 1) fundamentally in the strategy there are planned beforehand actions (reactions) of the enterprise due to the change (dynamic) of the external sphere of economic activity in order to achieve the desired objectives; 2) accounting and

analytical system of the company is the information base of management strategic decisions. The system of accounting and information support of strategic management of the agricultural enterprise must regulate the purpose, the essence of which is to provide information support for management decisions of strategic nature.

The use of modern information technology in the formation of the database of organization allows you to organize information streams so as not to disrupt the unity of the information provided, and functionality block of information is stored, the content of material of which meets the needs of a particular category of users. Due to clearly established organizational scheme of functional information system operation, each executant performs defined for him action receiving necessary information which is sufficient for him to carry out official duties. As a result of work of every user of the system the filling of the database of the company with information about the implementation of specific business transactions belonging to different activities will occur.

The main indicator of effective management decision should be a synergistic effect which manifests itself in the fullest and most effective use of the potential of each individual item of corporation in complex interactions, the result of which should be to increase the competitiveness of agricultural enterprises, the market value of the shares and the company as a whole. This, in turn, will be displayed on capital income owners of corporation and motivate them to further re-investment of profits into the development of the agricultural farm.

In many countries there are information and consulting services that collect information about their customers and publish aggregated data in different sections. Each concrete producer receive the guarantee of preservation of trade secrets and available information allows determine not only the average level of the final results of production activities and costs of the country as a whole and of separate regions, but also the distribution of indices of the level of production costs, productivity, level of GDP and so on.

The published summary data are calculated such a way, they are sent to the same producers, who have sent information about their activity. This allows you to see your place among the other companies of a similar trend of specialization, identify those items on which they differ from the achieved of advanced enterprises and midrange enterprises, thus defining reserves of its production. This experience could be used in domestic practice as well. For this it is necessary within the information and consulting service with the support of statistics bodies to organize the collection of data for a set of agricultural enterpris-

es due to natural and economic zoning. It is advisable to organize the selection of base organizations for further study and search of reserves of reducing production costs and increasing efficiency through differentiation of initial set into groups depending on the final result achieved.

The distribution of aggregate is proposed to be carried out in terms of return on sales of products of agriculture, as this index includes both the effectiveness of crop and livestock production and allows separate the advanced organizations from lagging ones.

The basis for management decisions in agrocorporation should be the development strategy, which is designed according to the magnitude and direction of the company. Management decisions should take into account the interests of owners of corporate capital and initiative of direct perpetrators of strategic objectives, which minimizes the possible resistance to changes. As a result of the adoption of the best management solution in agrocorporation an effect of synergy should be achieved.

All information flows, defined as the purposeful movement of information from sources to the media of information needs should be formed in the company with the following considerations:

- an important aspect of cost management model is to analyze the information flow that can detect duplication of information, its lack or excess;

- improving the use of information systems is achieved by optimizing information flows that eliminates duplication and ensure the reuse of information, set up the integration connections, increase the degree of use of information, minimize the route of information flows;

- information flows should be organized on the basis of existing business needs and characterized by targeting (the indicator of information consumers who are responsible for collecting, processing, transmission, storage); regulation of information; retention and volume of transmitted information;

- in the process of studying information communication and information flows, the control of expediency of implementation of business processes and costs arising from this enhances in the company;

- a sample survey of enterprises provides a basic information which is necessary to assess possible levels of development and regular size of costs for items and articles that meet the optimal level of production and compliance technologies to achieve the efficiency threshold and the normalization of the process of reproduction in agriculture.

Using marginal approach in analytical and planning activity of agricultural enterprises can help managers and professionals to ex-

plore the profitability of each type of agricultural products in details and answer the question which impact on profit would lower prices of realization have; determine the structure of commodity production in conditions of limited resources and to decide on the necessary volume of production and sales to cover the additional fixed costs. However, the reliability of calculations must be supported by strict control of costs and their allocation to a particular object.

Conclusion. Based on the study of modern trends of development of agribusiness in Ukraine it was found that the system of decision-making by large agricultural holdings is based on the basis of operational financial planning, due to dynamic environmental conditions, while basic standards take an important place for process management and decision-making, so as budgeting for individual areas of agricultural holdings in Ukraine, depending on their size, industry sector, territorial distribution.

Source list

1. Agricultural Machinery and Equipment in Ukraine (Market overview) // http://kpl.net.ua/en/Agricultural_Machinery_Equipment_in_Ukraine.html — [in English]
2. Leonid Tulush Tax policy efficiency in agriculture of Ukraine // *Economic Annals-XXI* (2015), 5-6, 49-52. [in English]
3. Natural Capital Impacts in Agriculture: «SUPPORTING BETTER BUSINESS DECISION-MAKING» [in English] // http://www.fao.org/filead-min/templates/nr/sustainability_pathways/docs/Natural_Capital_Impacts_in_Agriculture_v6_Nov15.pdf
4. Don Hofstrand. 'Should I Invest in Agricultural Start-up Business Ventures' // <http://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/pdf/c5-225.pdf>. [in English]
5. Cheeseman, G-M. (2015) 'Mars embeds sustainability into its operations'. Justmeans. [Online] Available from: <http://www.justmeans.com/blogs/mars-embeds-sustainability-into-its-operations> [Accessed on: 09.03.15] [in English]
6. Charlotte Daydé, Stéphane Couture, Frédéric Garcia, Roger Martin-Clouaire. Investigating Operational Decision-Making in Agriculture // http://www.iemss.org/sites/iemss2014/papers/iemss2014_submission_155.pdf [in English]
7. Van Winsen, F., de Mey, Y., Lauwers, L., van Passel, S., Vancau-teren, M., Wauters, E. 2013. Cognitive mapping: a method to elucidate and present farmers' risk perception. *Agr. Syst.* 122, 42-52. [in English]

8. Nuthall, P.L. 2012. The intuitive world of farmers — the case of grazing management systems and experts. *Agr. Syst.* 107, 65-73. [in English]
9. Agricultural Business Plan Guidelines // [http://www.daff.gov.za/daoDev/AgricDevFinance/BusinessPlanGuidelines\(VIS\).pdf](http://www.daff.gov.za/daoDev/AgricDevFinance/BusinessPlanGuidelines(VIS).pdf) — [in English]
10. Jan HRON, Tomas MACAK, Andrea JINDROVA. The theory of preferential choice and its utilization in managerial decision-making // *Agric. Econ.* — Czech, 57, 2011 (5): 211–216. [in English]
11. State Statistics Service of Ukraine // <http://ukrstat.gov.ua/> — [in English]

Стаття надійшла до редакції 12.12.2016 р.

УДК 004.738.5:339.138.021

Котлярова Ю.О., аспірантка,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

PROSPECTS OF INTERNET TECHNOLOGIES IN MARKETING RESEARCH

Yuliia Kotliarova, postgraduate,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено процеси інтернетизації населення в Україні та за кордоном, а також рівень мережевої готовності в рамках інтернет-економіки. Визначено основні напрями нової економіки. Проаналізовано сучасні інтернет-технології, визначено поняття інтернет-маркетингу та принцип побудови маркетингової інформаційної системи, розглянуто структуру маркетингової інформаційної системи для ухвалення управлінських рішень, окреслено перспективи застосування комплексу інтернет-технологій для підвищення результативності маркетингових досліджень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інтернет-економіка, інтернет-маркетинг, інтернет-технології, система підтримки прийняття рішень, маркетингова інформаційна система.

ABSTRACT. In the article it was processed connectedness of people in Ukraine and abroad, and also the level of preparedness of the network within the Internet economy. Determined the main directions of the new economy. Analyzed modern Internet technologies, defined the concept of

Internet marketing and principles of marketing information system, considered the structure of the marketing information system for management decision making, outlines the prospects of complex Internet technologies to improve the efficiency of marketing researches.

KEYWORDS: decision support system, internet economy, internet marketing, internet technology, marketing information system.

Інтернет є сучасним середовищем для співпраці та спілкування, засобом всесвітнього мовлення та розповсюдження інформації, віртуальним економічним середовищем і потужним інструментом ведення бізнесу. Він містить величезний інформаційний простір практично з усіма галузями знань суспільства, динамічно розвивається, представляє більшість провідних підприємств світу та широкі маси користувачів, формує нові рушійні економічні сили та є найпривабливішою сферою для інвестицій венчурного характеру. Глобальні масштаби та всеохоплюваність процесу входження Інтернет у різні аспекти життя суспільства створили нову, так звану віртуальну реальність.

Можна назвати чотири основні причини залучення Інтернет у життя сучасного суспільства, у тому числі в економіку — мережна природа (модель), розвиток цифрових технологій, закон Мура, закон Метклафа.

Ці явища та історичні передумови їх потужного розвитку обумовили синергетичні ефекти, які з'єднують у єдині мережі виробників і споживачів, суспільні організації та державні заклади, окремих людей.

Розуміння базових принципів існування нового віртуального середовища, у тому числі економічного, важливо для сучасної оцінки маркетологом нових бізнес-моделей, порівняння ринкових і маркетингових можливостей у віртуальній економіці, виробництва та просування на основі інформаційних технологій інноваційних товарів і послуг, ведення електронного бізнесу, електронної комерції, електронних ринків, телебанкінг і інші складові компоненти.

Сьогодні динамічний розвиток інтернет-економіки глобально впливає на бізнес компаній, має стратегічне значення для її виживаності і конкурентоспроможності в майбутньому. Інтернетизація внесла небачені раніше можливості прискорення виробничих циклів, збут продукції, просування її на локальному і міжнародному ринках. Фактично, сучасна економіка є гібридом старої і нової інтернет-економіки.

Відповідно до визначення А. Хартмана: «Інтернет-економіка — це сфера, в якій реально здійснюється бізнес, створюється й

змінюється вартість, здійснюються транзакції і встановлюються відносини «один-з-одним». Така економіка має такі синонімічні поняття, як мережева економіка, цифрова економіка, нова економіка або кіберекономіка.

В інтернет-економіці виокремлюють такі напрями: інтернет-бізнес (електронний бізнес), інтернет-комерція та інтернет-маркетинг [1].

Постановка проблеми. Важливим елементом маркетингової діяльності будь-якої галузі є використання сучасних інформаційних технологій. Один із чинників цих технологій є інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг є предметом наукових досліджень таких іноземних авторів, як Ф. Котлер, У. Хенсон, А. Хартман, Д. Еймор тощо. В них досліджується феномен віртуальної економіки, тенденції її розвитку, віртуальне мікро- та макромаркетингове середовище, web-можливості для ведення бізнесу, природа, формування та специфіка функціонування комплексу маркетингу в інтернет-просторі, використовувані віртуальними компаніями бізнес-моделі.

Інтернет-маркетинг можна визначити як теорію і методологію організації маркетингової діяльності в сфері Інтернет, що в свою чергу має високу ефективність у представленні і засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингу в посиленні зв'язку підприємств і споживачів. Інтернет представив нові можливості розширення бізнесу, в тому числі і за рахунок інтерактивних способів спілкування зі споживачами [2].

Розглянемо показники індексу мережної готовності України за 2013 рік [10]:

- за субіндексом умов для розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) Україна займає 105 місце;
- за готовністю громадян, ділових кіл та державних органів до використання інформаційно-комунікаційних технологій — 29 місце;
- за рівнем використання інформаційно-комунікаційних технологій у громадському, комерційному та державному секторах — 95 місце;
- за субіндексом залученості — 81 місце.

Проаналізувавши ці показники, можна зробити висновок, що на даний час в Україні є хороші задатки для розвитку електронного бізнесу, у тому числі маркетингових інтернет-комунікацій: на високому рівні знаходиться готовність до використання інтернет-технологій діловими колами та громадянами. Зокрема, за показником доступності, що оцінює вартість використання інфор-

маційно-комунікаційні технології за допомогою мобільного телефону або через широкосмуговий доступ в Інтернет, Україна займає 2 місце після Індії.

Також Україна показує гарний результат за показником вміння користування інтернетом — вона займає 35 місце з показником 3,5, що значно вище за середню величину цього показника у групі країн з доходами нижче середніх.

Найгірший показник Україна має за субіндексом умов для розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Причому з боку бізнесу вона займає не дуже погане місце — 78, але зі сторони державного регулювання інформаційно-комунікаційних технологій позиція значно гірша — 105 місце. Це свідчить про те, що в Україні недостатньо розвинута система регулювання сфери ІКТ та сприяння її розвитку з боку держави, стан нормативно-правового середовища в області електронного бізнесу залишає бажати кращого, здорова конкуренції не розвинена.

Уряд поки приділяє недостатньо уваги ІКТ як двигуну економічного зростання, а інноваційна система, яка піддалася глибокої реструктуризації після розвалу Радянського Союзу, ще не було повністю реорганізовано. Все це разом з недосконалим політичним і правовим середовищем не дає можливості Україні отримувати всі переваги від широкого залучення економічних кіл у використання ІКТ (74 місце).

Розглянемо динаміку індексу мережної готовності України, Росії та Молдови за 2008–2013 роки, що представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**ДИНАМІКА NETWORKED READINESS INDEX УКРАЇНИ,
РОСІЇ ТА МОЛДОВИ ЗА 2008–2013 РОКИ**

		2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Україна	Місце	62	82	90	75	73
	Бали	3,88	3,53	3,53	3,85	3,87
Росія	Місце	74	80	77	56	54
	Бали	3,77	3,58	3,69	4,02	4,13
Молдова	Місце	99	—	97	78	77
	Бали	3,3	—	3,45	3,78	3,84
Кількість оцінюваних країн		134	133	138	142	144

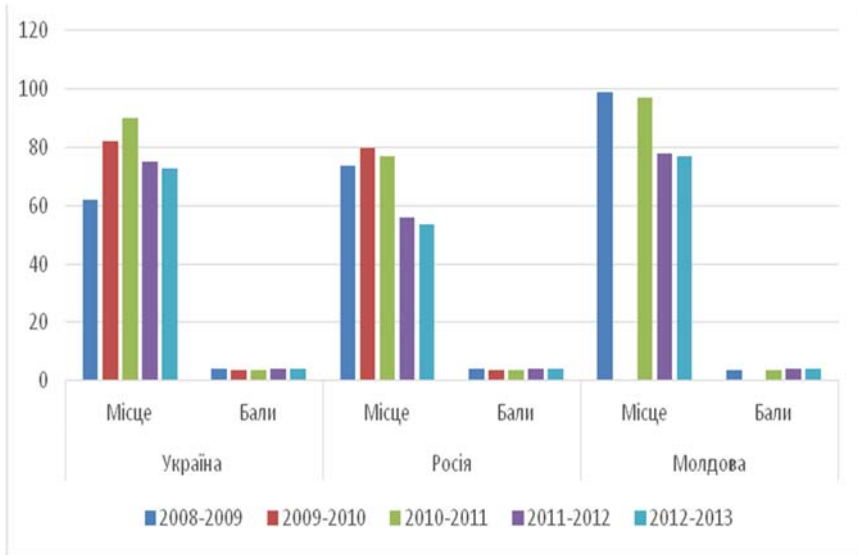


Рис. 1. Діаграма динаміки індексу мережної готовності України, Росії та Молдови за 2008-2013 роки

Джерело: розроблено автором.

З наведеного зрозуміло, що Україна займає вигідне положення за індексами мережної готовності серед країн.

Щоб прискорити розвиток інфраструктури ІКТ, країна повинна поліпшити якість системи освіти і побудувати ефективну інноваційну систему з активною участю приватного сектора. Поліпшення в цих сферах повинні йти рука об руку з розвитком інноваційної та наукоємної діяльності [3, 4].

Діяльність будь-якого підприємства, його основні цілі, тактичні та стратегічні плани завжди пов'язані з потребами цільової споживацької аудиторії. Саме тому активна та ефективна маркетингова політика підприємства є запорукою його успіху. Однак якщо раніше традиційний комплекс маркетингу дозволяв досягнути бажаних маркетингових цілей, то сьогодні, з розвитком мережі Інтернет, суттєво змінюються підходи до усього комплексу маркетингу, і настає час активного комплексного інтернет-маркетингу, чим і обумовлена актуальність вибору проблематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми використання можливостей мережі Інтернет у маркетинговій діяльності сучасних підприємств присвячені наукові розробки багатьох вітчизняних і зарубіжних учених та експертів, серед них: О. С. Вавриш, Е. П. Голубков, В. В. Дик, М. Г. Лужецкий, А. Е. Родіонов, С. М. Лященко, Ф. Котлер, Д. К. Джайн, С. Мейсенсі, Г. В. Мозгова, Е. А. Петрик, І.В. Бойчук, Л.І. Бушуєвої, І.Л. Литовченко, О.О. Мамікіна, Г.П. Ляшенко, О.О. Об'єдугіна, А.Сідак, Д.Н. Таганова, А. Хартмана [2, 5–19] та ін.

Зокрема у роботах [2, 5—8] науковцями розглянуто сутність інтернет-маркетингу, визначено його основні переваги, описано окремі інструменти інтернет-маркетингу, показано їх вигоди для споживачів (покупців) і виробників (продавців), запропоновано підходи до оцінки ефективності окремих інструментів і технологій, досліджено тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу зокрема і бізнесу взагалі.

Окремі вчені [2, 7, 8, 10, 12] у своїх роботах переважно зосереджуються на окремих інструментах інтернет-маркетингу. Таким чином, виникає потреба в систематизації комплексу інструментів з урахуванням сучасних підходів і тенденцій у світі й Україні зокрема.

Проблематика інтернет-маркетингу активно досліджується багатьма вченими, думки яких часом є протилежними, часом доповнюють одні одних, часом науковці трактують поняття з різних позицій.

Невирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. Однак у приведених роботах не описано весь комплекс сучасних технологій та інструментів інтернет-маркетингу. Практично не досліджені можливості поєднання інтегрованих інтернет-технологій та інструментів у маркетингу з можливостями Інтернету. Незважаючи на глибину проведених досліджень, проблема використання інтернет-технологій полягає в розробленні та систематизації комплексу інструментів для ефективного управління діяльністю підприємства, в основі якого лежить маркетингова інформаційна система.

Постановка мети і завдань. Метою даної статті є дослідження сучасних інтернет-технологій, аналіз перспектив і визначення результативності їхнього застосування в маркетингових дослідженнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи визначення інтернет-маркетингу на електронному ринку, важливо також встановити, що є об'єктом і суб'єктом маркетингової діяльності на цьому ринку.

Об'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає інформаційно-аналітична і експертно-дослідницька діяльність фірми, з використанням мережевих інформаційних систем і технологій: по вибору конкурентної позиції на даному ринку, де компанія виступає зі своїм товаром; визначенню стратегій його просування і розподілу, вибору рекламної та цінової політики з урахуванням всієї сукупності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища в умовах ризику і невизначеності.

Суб'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає, як і в класичному маркетингу, діяльність конкретного власника, компанії по цілеспрямованому регулюванню діяльності фірми, що виробляють за певною технологією з використанням системи методів аналізу і обробки цифрової інформації електронного ринку для досягнення поставлених цілей. Процес управління маркетингом на електронному ринку відображає сукупність операцій і процедур, що виконуються працівниками маркетингових служб компаній у певній послідовності.

Вона включає:

- збір і аналіз інформації про поведінку ринку і конкурентів на ньому за допомогою використання можливостей мережі Інтернет, сховища корпоративних баз даних;
- експертизу стохастичних і динамічних процесів наданому сегменті ринку;
- моделювання психологічних реакцій поведінки споживача на електронному ринку, моделювання стратегій компаній умовах ризику і невизначеності, формулювання нових стратегій розвитку поточних ринків, проникнення на ринок, стратегічних альянсів і консолідації, стратегій диверсифікації тощо [2].

В інтернет-маркетингу використовуються ті ж елементи комплексу маркетингу — 5P (продукт, ціна, місце продажу, просування, люди) але кожен елемент має свої особливості. Інтернет є не просто новим каналом збуту або маркетинговою комунікацією, а новим ринком. На рис. 2 проілюстровано можливості використання ресурсів і інструментів інтернет у системі маркетингу сучасного підприємства.

В сучасних умовах розвиток маркетингових інформаційних систем пов'язано, перш за все, зі зростанням ролі маркетингу в діяльності підприємства. Фахівці в області маркетингової діяльності змушені працювати в умовах розвиненої інформатизації — насичення виробництва і невиробничої сфери величезними пото-

ками інформації, що вимагає виняткової уваги до процесів їх управління. Таким чином, у маркетингу на сьогоднішній день, визначальними є проблеми, пов'язані зі збором, зберіганням, пошуком, переробкою, перетворенням, поширенням і використанням інформації.



Рис. 2. Можливості використання Інтернету в системі маркетингу підприємства

Джерело: розроблено автором.

Маркетингова інформаційна система (МІС) — це комплекс матеріальних ресурсів, організаційних процедур і методів, за допомогою яких належна інформація своєчасно і точно збирається з необхідною періодичністю, обробляється, сортується, аналізується, оцінюється, зберігається і поширюється всередині підприємства компетентним особам для прийняття управлінських рішень.

Маркетингове співтовариство звернуло увагу на проблеми розробки інформаційних систем, використовуваних у маркетин-

говій діяльності, в період бурхливого початку розвитку в США комп'ютерної індустрії. З середини 70-х у маркетологів зростає інтерес до інформаційних систем, робляться спроби використовувати їх в маркетинговій діяльності.

Багато авторів стали пропонувати власні визначення маркетингових інформаційних систем (табл. 2).

Таблиця 2

**ВИЗНАЧЕННЯ РІЗНИХ АВТОРІВ ПОНЯТТЯ
«МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА»**

Автор (-и)	Рік публ.	Визначення
Cox D., Good R.	1967	Сукупність процедур і методів планування та подання інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень
Smith S., Brien R., Stafford J.	1968	Структурований взаємозалежний комплекс персоналу, обладнання та процедур, ризначений для створення упорядкованого потоку необхідної інформації, одержуваної підприємством з зовнішніх і внутрішніх джерел, для використання в якості бази для прийняття рішень з окремих напрямків управління маркетингом
Jobber D., Rainbow C.	1977	Система, в якій формалізована маркетингова інформація збирається, зберігається, аналізується і поширюється серед менеджерів відповідно до їх інформаційних потреб на регулярній плановій основі
Marshall K., Lamotte S.	1992	Формалізована система, розроблена з метою створення організованого регулярного потоку релевантної інформації для використання і аналізу при прийнятті маркетингових рішень
Crawford I.	1997	Структура в рамках підприємства, призначена для збору, обробки та зберігання даних з зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, а також поширення цієї інформації особам, відповідальним на підприємстві за прийняття маркетингових рішень
Kotler P., Armstrong G.	2001	Сукупність людей, устаткування і процедур збору, сортування, аналізу, оцінки і своєчасного поширення достовірної інформації, що корисно для осіб, які отримують маркетингові рішення

Автор (-и)	Рік публ.	Визначення
Jobber D.	2007	Система, в якій маркетингові дані збираються в формалізованому вигляді, зберігаються, аналізуються і поширюються серед менеджерів відповідно до їх інформаційних потреб на регулярній основі
American Marketing Dictionary	2013	Набір процедур і методів для регулярного, планового збору, аналізу та подання інформації для використання при виробленні маркетингових рішень

Аналізуючи різні підходи до визначення поняття МІС, можна виділити основні її параметри і функції, відмічені більшістю авторів:

- використання комп'ютерних програм, статистичних процедур і моделей для аналізу маркетингової інформації;
- забезпечення процесу прийняття управлінських рішень у маркетинговій діяльності;
- перетворення первинних необроблених ринкових даних у корисну, релевантну, управлінську інформацію;
- орієнтованість як на зовнішні, так і на внутрішні джерела маркетингової інформації;
- збір, обробка і зберігання маркетингової інформації;
- функціонування на регулярній, плановій основі і забезпечення постійного потоку маркетингової інформації.

Новий етап розвитку маркетингу, якому у Ф. Котлер і його співавтори дали назву «Маркетинг 3.0», націлений не тільки на ще більше зближення виробника і споживача, але і на перехід компаній у своїй маркетинговій діяльності від орієнтації на споживача до орієнтації на людину як особистість, на його потреби і цінності, думки і душу, що без інформаційно-комунікаційних технологій неможливо.

З огляду на ці фактори, доцільно сформулювати визначення маркетингової інформаційної системи, яке, з одного боку, ґрунтується на розглянутих трактуваннях провідних вчених-маркетологів, а з другої враховує сучасне бачення маркетингу і ставить його в центр системи менеджменту підприємства, погоджуючи всю управлінську діяльність до вимог ринку.

Виходячи зі сказаного, маркетингова інформаційна система це сукупність технічного, програмного, методичного та організа-

ційного забезпечення, а також персоналу, спрямована на регулярне інформаційне забезпечення процесу управління підприємством відповідно до вимог ринку, а також здійснення активного інформаційного впливу на внутрішню і зовнішню маркетингову середу підприємства.

Структура МІС, по Ф. Котлеру [20], включає чотири підсистеми, що знаходяться в тісному взаємозв'язку, призначені для виконання внутрішньої звітності, збору поточної зовнішньої інформації, проведення маркетингових досліджень і аналізу маркетингової інформації (рис. 3).

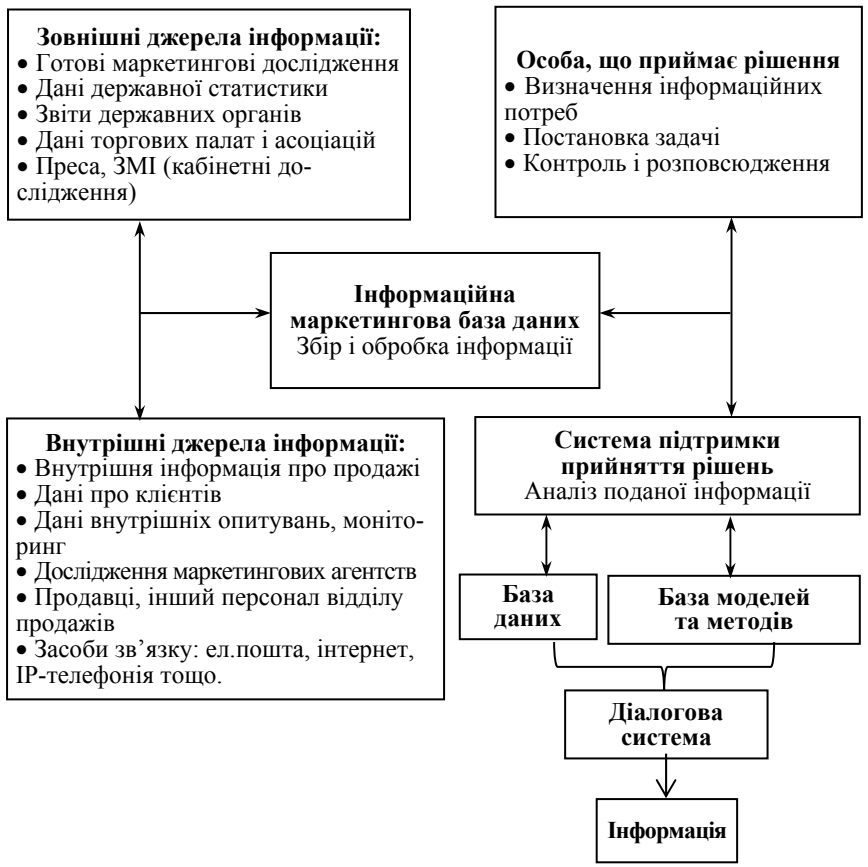


Рис. 3. Структура маркетингової інформаційної системи

Джерело: розроблено автором.

На противагу МІС, які швидше призначені для підготовки великої кількості звітів, системи підтримки прийняття рішення (СППР) представляють собою програми, які допомагають менеджерам більш повно використовувати наявну інформацію при прийнятті тих чи інших рішень.

Таким чином, крім зберігання інформації, СППР надає моделі для аналізу цієї інформації — наприклад для створення таблиць або графіків ключових даних, які дозволять побачити, як зміняться результати прогнозів, якщо змінити ті чи інші параметри. Як засоби СППР, так і засоби МІС використовуються для підвищення якості обробки інформації для прийняття більш якісних маркетингових рішень.

Дана система на запитання на кшталт: «що якщо?» дає негайні відповіді, які використовуються при прийнятті маркетингових рішень.

У підсистему підтримки маркетингових рішень може входити набір процедур і логічних алгоритмів, заснованих на досвіді експертів і експертні системи.

Сучасні комп'ютерні системи дають можливість користувачам отримувати інформацію самостійно, за допомогою існуючої обчислювальної мережі. Це дозволяє особам, які приймають рішення, отримувати ту інформацію, яка їм потрібна, і тоді, коли вона їм потрібна, — навіть якщо вони несподівано стикаються з новою ситуацією, з новими інформаційними потребами.

Система підтримки прийняття рішень включає базу даних, базу моделей і діалогову систему, яка дозволяє менеджеру використовувати СППР в інтерактивному режимі.

База даних у СППР об'єднує процеси збору і зберігання даних з області маркетингу, фінансів і виробництва, а також інформації, що надходить з усіх зовнішніх або внутрішніх джерел. Стандартна база даних складається з модулів, що містять відомості про споживачів, економічної та демографічної ситуації, конкурентів, галузі, включаючи тенденції на ринку.

Основне завдання СППР полягає в тому, щоб з достатньою впевненістю оцінити подробиці, зібрати маркетингову інформацію, яка необхідна для прийняття рішень (релевантна), а потім — представити її в дійсно зручній для користувача формі. Особливо важливо, щоб методи управління базою даних, вбудовані в систему, дозволяли логічно організувати дані — подібно до того, як це зробив би менеджер.

База моделей і методів це система кількісних (статистичних і математичних) методів, призначених для вирішення складних за-

вдань у результаті обробки наявних даних з метою підтримки прийняття маркетингових рішень. Кожен раз, коли менеджер вивчає дані, у нього вже є певна думка щодо того, як працює та чи інша система або процес і, отже, яка цінна інформація може міститися в базі даних. Такі ідеї називаються моделями. Крім того, майже всі менеджери хочуть мати можливість обробки даних, що дозволить краще зрозуміти маркетингові питання що їх цікавлять.

Діалогова система або мовна система, це елемент СППР, що виводить дані для людини, яка приймає рішення. Діалогові системи дозволяють співробітникам підприємства, не будучи програмістами, працювати з базами даних, використовуючи бази моделей та методів з метою отримання звітної інформації, що задовольняє їх конкретні інформаційні потреби. Звітна інформація може бути виведена в формі таблиць або графіків, при цьому формат задається самим менеджером.

Діалогові системи зазвичай використовують загальний інтерфейс, або сервер. Через такий сервер за допомогою кількох елементарних команд аналітик може вводити і запитувати дані, проводити аналіз електронних таблиць, будувати графіки, виконувати статистичний аналіз і готувати звіти (рис. 3). Подібні можливості позначаються технічним терміном «видобуток даних» (data mining).

Технології отримання маркетингової інформації стрімко розвиваються і набувають широкого застосування особливо в інтернет-маркетингу. Завдяки сучасним обчислювальним і телекомунікаційним технологіям методи збору даних швидко розвиваються.

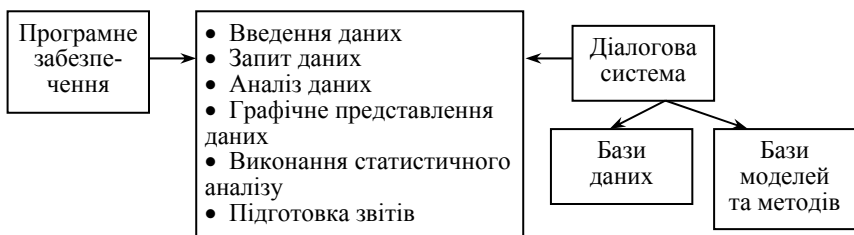


Рис. 3. Використання діалогових систем з загальним інтерфейсом

Впровадження нових технологій і розвиток ІТ-систем сприяє швидкому розвитку інтернет-маркетингу. Завдяки широкому набору інструментів, підприємство може не тільки здійснювати

інформування клієнтів за допомогою веб-ресурсів, але й перенести в інтернет значне число бізнес-процесів.

Висока швидкість комунікацій і широкі можливості для автоматизації, дозволяють значно знизити витрати і збільшити ринкову частку підприємства.

Інтернет як сучасний засіб і середовище комунікації можна ефективно використовувати для проведення маркетингових досліджень. У мережі можна здійснювати як первинні, так і вторинні маркетингові дослідження.

Інтернет-маркетинг має на сьогодні найширший набір інструментів, які дозволяють вивести бізнес на якісно новий рівень. Серед його основних інструментів можна назвати просування інтернет-ресурсу, соціальний маркетинг (SMM), брендинг, рекламна кампанія, побудова систем взаємодії з клієнтами (CRM), впровадження нових програмних платформ тощо. Щоб підібрати якісні інструменти інтернет-маркетингу, необхідний ретельний аналіз як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. На основі отриманої інформації складається план, який дозволить визначити кінцеву мету всіх дій.

За останні роки з'явилося безліч нових технологій інтернет-маркетингу. Головним фактором їх появи стає все більш посилення конкуренції в інтернет-середовищі. Навіть такі величезні інтернет-корпорації, як Google і Yandex постійно розробляють нові технології, які дозволяють їм залучати нових клієнтів. До сучасних технологій інтернет-маркетингу можна віднести такі.

Інструменти SMM (Social Media Marketing) — комплекс заходів, спрямованих на привернення уваги до певного продукту або бренду за допомогою соціальних платформ. В ході досліджень було відзначено високу ефективність для процесу в соціальних мережах. Зазначалося що інформація, передана через соціальні мережі, викликає більше довіри до товару чи послуги, ніж отримана через інші канали.

Одним із найпопулярніших на сьогодні методів проведення маркетингових досліджень в Інтернеті є опитування в соціальних мережах. Опитування в мережі можна проводити шляхом розміщення анкети на інтернет-ресурсах із цільовою аудиторією, розсилання анкети електронною поштою, заповнення анкети в телеконференціях тощо. Відмінними особливостями проведення опитування в Інтернеті є невисока їх вартість, автоматизація процесу опитування та аналізу його результатів, а також можливість точного фокусування опитування на обрану підприємством цільову аудиторію.

CMS-системи (Content Management System) — інформаційна система або комп'ютерна програма, яка використовується для забезпечення і організації спільного процесу створення, редагування і управління контентом інтернет-ресурсу. Основним завданням такої системи є збір і об'єднання в єдине ціле, на основі ролей і завдань, різних джерел інформації. Ці джерела можуть бути доступні як всередині самого підприємства, так і поза його межами. До того ж дана система забезпечує можливість взаємодії різних співробітників, проєктів і робочих груп, з тими базами знань і даних, які були раніше створені, в такому вигляді і таким способом, щоб зробити процес пошуку і повторного використання максимально комфортним і звичним.

Технології пошукової оптимізації SEO (Search Engines Optimization) — комплекс заходів по внутрішній і зовнішній оптимізації, для підняття позицій інтернет-ресурсу в результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів, з метою збільшення мережевого трафіку (для інфоресурсів) і потенційних клієнтів (для комерційних ресурсів) і подальшої монетизації цього трафіку.

Зазвичай, чим вище позиція інтернет-ресурсу в результатах пошуку, тим більше зацікавлених відвідувачів переходить на нього з пошукових систем. При аналізі ефективності пошукової оптимізації оцінюється вартість цільового відвідувача з урахуванням часу виведення інтернет-ресурсу на зазначені позиції і конверсії інтернет-ресурсу.

CRM-система (Customer Relationship Management) — це прикладне програмне забезпечення для підприємств, призначене для автоматизації стратегій взаємодії з клієнтами, зокрема, для підвищення рівня продажів, оптимізації маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів шляхом збереження інформації про клієнтів і історію взаємин з ними, встановлення і поліпшення бізнес-процесів і подальшого аналізу результатів.

XRM-система (от англ. eXtended Relationship Management) це — розвинена CRM-система, що охоплює не тільки взаємини з клієнтами, а й роботу з партнерами, постачальниками, організацію взаємовідносин усередині компанії, управління проєктами та ресурсами, володіє розширеними функціями документообігу, аналізу, а також містять референтні бізнес-процеси по залученню та розвитку партнерів. XRM-рішення допомагають підприємствам будь-якого напрямку діяльності підвищити рівень обслуговування клієнта і забезпечити його лояльність.

CRM-система для промислового підприємства може стати інструментом впровадження системи партнерських відносин, а її функції управління взаєминами з партнерами, будуть дозволяти виконувати аналіз ефективності партнерства, знизити витрати на управління партнерськими відносинами, підвищити ефективність взаємодії підприємств.

Direct-mail — є одним з ефективних інструментів email-маркетингу. Такий прийом здійснюється у вигляді адресної поштової розсилки, коли підприємство-продавець розсилає потенційним покупцям, своїм постійним клієнтам або діловим партнерам оформлені електронні листи з рекламною пропозицією. Розсилка direct-mail стане дієвим маркетинговим інструментом тільки в разі використання якісної інформації, потрібної користувачеві. Модулі на інтернет-ресурсах, які здійснюють пряму комунікацію з клієнтом і дозволяють зробити йому адресну пропозицію.

Системи контекстної реклами — це автоматизовані системи, що дозволяють розміщувати рекламні оголошення як на сторінках з результатами пошукової видачі з пошукових систем за певними ключовими словами, так і на інтернет-ресурсах своєї рекламної мережі. Найвідоміші в Україні системи контекстної реклами — це Яндекс.Директ, Google AdWords і Begun.

Контекстна реклама корисна в першу чергу малому і середньому бізнесу, а так само вузькоспеціалізованим підприємствам: показ реклами здійснюється вже потенційним покупцям-користувачам, які так чи так проявили інтерес до даного товару або послуги. Крім цього вона корисна, коли необхідно інформувати про знижки, спеціальні пропозиції тощо.

Один з нових напрямків контекстної реклами — таргетинг і ремаркетинг.

Геомаркетинг — технологія прийняття рішень з використанням просторових даних у процесі планування та здійснення діяльності в області збуту продукції, управлінні просторово-розподіленими об'єктами, які характеризуються споживача, конкурентну ситуацію і (обов'язково) інфраструктуру території.

Геомаркетинг (геомаркетингові дослідження) є формою маркетингового дослідження, що дозволяє проаналізувати зовнішні та внутрішні геопросторові (мають географічну прив'язку) показники компанії, різні аспекти її минулого, поточної і майбутньої діяльності, включаючи інфраструктуру і конкурентне середовище. Геомаркетингових дослідження виконуються з використанням геоінформаційних систем (ГІС) або геомаркетингових

системами із залученням зовнішньої і внутрішньої соціально-економічної інформації щодо компанії і аналізованої території.

Геотаргетинг — в інтернет-маркетингу, метод видачі пошуковою системою відвідувачу вмісту, що відповідає його географічному положенню.

Web-аналітика — це вимір, збір, аналіз, подання та інтерпретація інформації про відвідувачів веб-ресурсів з метою її поліпшення та оптимізації. Основним завданням веб-аналітики є моніторинг відвідуваності інтернет-ресурсу, на підставі даних якого визначається веб-аудиторія і вивчається поведінка веб-відвідувачів для прийняття рішень щодо розвитку і розширення функціональних можливостей веб-ресурсу.

Web-аналітика використовує такі інструменти, як лічильники — це зовнішні програми для отримання статистики з інтернет-ресурсу, це кількісні дані про відвідуваність ресурсу на основі простих алгоритмів і лог-аналізатор, що дозволяє аналізувати помилки роботи сервера, відстежувати хакерські атаки, складати спеціальні звіти.

До методів веб-аналітики можна віднести: аналіз відвідуваності веб-ресурсу — статистика, тенденції, абсолютні та відносні показники, аналіз даних з електронної торгівлі — середній чек, популярні товари, аналіз зручності використання інтерфейсу веб-ресурсу і аналіз поведінки відвідувачів — взаємодія з формами.

На веб-ресурсі компанії можна проводити спостереження поведінки його відвідувачів на основі аналізу статистичних даних. Аналіз статистики відвідувань веб-ресурсу є досить ефективним інструментом маркетингу. На відміну від опитування саме спостереження дозволяє збирати інформацію, не залучаючи відвідувачів до активних дій.

Медійна реклама — рекламні повідомлення у вигляді статичних або анімованих картинок (gif- або flash-банерів), розташованих на сторінках різних інтернет-ресурсів — великих порталів або інтернет-ресурсів ЗМІ тощо для іміджевого просування товарів, послуг компанії або розкручування бренду (брендинг).

Переваги медійної реклами: реклама здатна впливати на емоції, підсвідомі мотиви людини; це дуже потужний іміджевий інструмент, який добре працює на посилення впізнаваності торговельної марки. Медійні банери добре запам'ятовуються — навіть якщо користувач не клікнув на банер, а також дозволяє охоплювати масово велику аудиторію — залежно від відвідуваності порталу, де розміщений банер.

Головна перевага медійної реклами — це єдиний ефективний інструмент, що дозволяє формувати попит на послуги або продукти — нові, оригінальні, інноваційні. Недоліками ж цього виду реклами є величезні бюджети і низька конвертація відвідувачів в клієнтів. В основному оплата за медійну рекламу здійснюється за 1000 показів банера.

Відеомаркетинг — це спосіб впливу на споживчий попит і стимулювання продажів товарів чи послуг використовуючи відео. Він включає набір підходів, прийомів і заходів для просування товарів і послуг на основі відеоматеріалів. До видів відеомаркетингу можна віднести: реклама на ТБ, відеореклама в Інтернеті, розміщення відео на комерційних інтернет-ресурсах, відеоліст, відеоблоги, розміщення відео у соціальних мережах, проведення вебінарів, відеовізитки, корпоративний відеожурнал, відеоогляд товару або послуги.

Лідогенерація — маркетингова тактика, спрямована на пошук потенційних клієнтів з певними контактними даними. Вона активно використовується в споживчому секторі, орієнтованому на строгі цільові групи. Для цього застосовуються методи пошуку і залучення клієнтів через Інтернет, цілеспрямований інтернет-маркетинг, за допомогою реклами в пошукових системах (Google, Yandex) і соціальних мережах, а також на тематичних онлайнів ресурсах. Як правило, для визначення цільових груп використовуються поведінкові критерії (пошукові запити) і демографічні характеристики (стать, вік, регіон, професійна діяльність).

Тізерна реклама — це спосіб маркетингової комунікації, побудований на принципі pull-реклами, коли для залучення уваги потенційного споживача використовується «зав'язка»: інтригуюча фраза або картинка, яка може «розкритися», а може і ні протягом усєї рекламної компанії. Залучення цікавості — основа успіху тізерної реклами.

Кожна технологія інтернет-маркетингу ефективна по-своєму. Але всі вони спрямовані на формування суспільної думки про продукт і імідж підприємства. Тому є невід'ємним елементом ведення бізнесу на просторах Інтернету.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку.

Дослідивши діяльність сучасного підприємства, що бажає бути ефективним і конкурентоспроможним, неможливо обійтися без залучення інструментів інтернет-маркетингу для оптимізації зовнішньої і внутрішньої маркетингової інформації.

Аналізуючи наведене, можна зробити висновки про перспективи застосування та практичну доцільність використання сучасних інтернет-технологій для підвищення результативності маркетингових досліджень та ухвалення управлінських рішень.

Маркетингова інформаційна система повинна бути комплексною, яка дозволяє особі, що приймає рішення використовувати СППР в інтерактивному режимі.

Основна увага при дослідженні приділялась питанням використання інтернет-технологій та інструментів інтернет-маркетингу для формування інформаційної бази для системи підтримки прийняття рішень в умовах існування нового віртуального середовища, у тому числі економічного.

Подальші дослідження потрібно здійснювати у напрямку конкретизації та деталізації етапів створення маркетингової інформаційної системи, враховуючи особливості ринкових умов діяльності підприємства та його галузевої приналежності.

Список літератури

1. *Литовченко І. Л.* Інтернет-маркетинг : навч. посіб. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. — К. : Центр учб. літ., 2008. — 184 с.
2. *Петрик Е.А.* Інтернет-маркетинг / Московская финансово-промышленная академия. — М., 2004 — 299 с.
3. *Мозгова Г. В.* Порівняльна характеристика готовності України, Росії та Молдови до мережевої економіки / Г. В. Мозгова, В. О. Тарасенко // Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Сер. : Економічні науки. — Електрон. дані. — 2014. — Вип. 5(1). — С. 89–92.
4. The Global Information Technology Report 2013 — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2013.pdf.
5. *Вавриш О. С.* Проблеми становлення та перспективи розвитку Інтернет-маркетингу в українській економіці / О. С. Вавриш, О. В. Савчук // Інновац. економіка. — Тернопіль, 2011. — № 5. — С. 235–237.
6. *Голубков Е. П.* Использование Интернета в маркетинге / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 3 (29).
7. *Дик В. В.* Электронная коммерция : учеб. пособие / В. В. Дик, М. Г. Лужецкий, А. Э. Родионов. — М. : Моск. финансово-промышл. акад., 2007. — 376 с.
8. *Ілященко С. М.* Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій в маркетингу / С. М. Ілященко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4. —Т. 1. — С. 64–74.
9. *Котлер Ф.* Маневры маркетинга: современные подходы к прибыли, росту, обновлению / Ф. Котлер, Д. Джайн, С. Мейсинси ; [пер. с англ. Т. Гутникова]. — М. : Олимп-Бизнес, 2003. — 224 с.

10. *Мозгова Г. В.* Формування професійної компетентності менеджерів з маркетингу в галузі інформаційних технологій / Г. В. Мозгова // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. : Економічна. — Електрон. дані. — 2013. — № 1068. — С. 129–136.

11. *Бойчук І. В.* Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств / І. В. Бойчук // Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. — Суми : Папірус, 2010. — С. 553–562.

12. *Бушуева Л. И.* Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности / Л. И. Бушуева. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/07.shtml>.

13. *Литовченко І. Л.* Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу : монографія / І. Л. Литовченко. — К. : Наук. думка, 2009. — 196 с.

14. *Мамыкин А. А.* Стратегия и тактика маркетинга в Интернете / А. А. Мамыкин. — Режим доступа: http://www.acgroup.ru/publics/managers/marketing_pub2.shtml.

15. *Ляшенко Г. П.* Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк // Наук. вісн. нац. ун-ту держ. податк. служби України. Економіка, право. — Електрон. дані. — 2013.

16. *Об'єдугіна О. О.* Інтернет-маркетинг як засіб маркетингових комунікацій / О. О. Об'єдугіна // Управління розвитком. — Електрон. дані. — 2014. — № 5. — С. 9–11.

17. *Сідак А.* Маркетингові дослідження через Інтернет — інновація для України? / Альона Сідак. — Режим доступа: <http://innovations.com.ua/articles/13619/temp>. — Назва з екрана.

18. *Таганов Д. Н.* Интернет как новый элемент системы маркетинговых коммуникаций / Д. Н. Таганов // Маркетинг. — 2003. — № 3. — С. 67–74.

19. *Хартман А.* Стратегия успеха в Интернет-экономике / А. Хартман, Дж. Сифони. — М. : ЛОРИ, 2001. — 274 с.

20. *Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее — к человеческой душе* / А. Сетиаван, Ф. Котлер, Х. Картаджайя. — М. : Эксмо, 2011. — 240 с.

References

1. Litovchenko, I. Internet-marketing (Internet-marketing) [in Ukrainian]. Navchal'nij posibnik. Kyev: Centr uchbovoy literatury, 2008, 184 p.

2. Petrik E.A. Internet-marketing (Internet-marketing) [in Russian]. Moskovskaya finansovo-promyshlennaya akademiya. M., 2004, 299 p.

3. Mozgova G.V., Tarasenko V.O. Porivnyal'na kharakterystyka hotovnosti Ukrainy, Rosiyi ta Moldovy do merezhevoyi ekonomiky (Comparative characteristics of readiness of Ukraine, Russia and Moldova to network economy) [in Ukrainian]. Nauk. visn. Kherson. derzh. un-tu. Ser. J. Elektron. dani. no. 5(1) (2014): 89-92.

4. Bilbao-Osorio B., Dutta S., Lanvin L. The Global Information Technology Report 2013: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2013.pdf.
5. Vavrysh O. S. Problemy stanovlennya ta perspektyvy rozvytku Internet-marketynhu v ukrayins'kyi ekonomitsi (Problems and prospects of Internet marketing in the Ukrainian economy) [in Ukrainian]. *Innovats. ekonomika. Ternopil'*. no. 5 (2011): 235–237.
6. Golubkov E. P. Ispol'zovanie Interneta v marketinge (Using Internet in marketing) [in Russian]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 3 (29), (2002).
7. Dik V. V. Elektronnaya kommertsiya (E-commerce) [in Russian]: ucheb. posobie. M. : Mosk. finansovo-promyshl. akad., 2007, 376 p.
8. Ilyashchenko S. M. Suchasni tendentsiyi zastosuvannya internet-tekhnologiy v marketynhu (Modern trends of using Internet technology in marketing) [in Ukrainian]. *J. Marketynh i menedzhment innovatsiy*, T 1: no. 4 (2011): 64–74.
9. Kotler Ph. Manevry marketinga: sovremennye podkhody k prybyli, rostu, obnovleniyu (Marketing Moves: A New Approach to Profits, Growth and Renewal)[in Russian]. — M. : Olimp-Biznes, 2003, 224 p.
10. Mozghova H. V. Formuvannya profesiinoi kompetentnosti menedzheriv z marketynhu v haluzi informatsiinykh tekhnologiy (Formation of professional competence of marketing managers in information technology) [in Ukrainian]. *Visn. Kharkiv. nats. un-tu im. V. N. Karazina. Ser. J. Ekonomichna*. no. 1068 (2013): 129–136.
11. Boichuk I. V. Innovatsiini pidkhody do zastosuvannya Internetu v marketynhovii diialnosti pidpriemstv (Innovative approaches to the use of the Internet in marketing activities of enterprises) [in Ukrainian]: *Marketynh. Menedzhment. Innovatsii : monohrafiia: Papirus*, (2010): 553–562.
12. Bushueva L. I Rol' Internet-uslug v prakticheskoy marketingovoy deyatel'nosti (The role of Internet service providers in the practice of marketing activities) [in Russian]. <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/07.shtml>.
13. Lytovchenko I. L. Metodolohichni aspekty Internet-marketynhu (Methodological aspects of Internet marketing) [in Ukrainian]. *Kyiv : Nauk. dumka*, 2009, 196 p.
14. Mamykin A. A. Strategiya i taktika marketinga v Internete (Strategy and marketing tactics in Internet) [in Russian]. http://www.acgroup.ru/publics/managers/marketing_pub2.shtml.
15. Lyashenko H. P. Internet-marketynh ta yoho instrumenty (Internet marketing and its tools) [in Ukrainian]. *Nauk. visn. nats. un-tu derzh. podatk. sluzhby Ukrayiny. J. Ekonomika, pravo. — Electronic data. —* (2013).
16. Obieduhina O. O. Internet-marketynh yak zasib marketynhovyykh komunikatsii (Internet-marketing as means of marketing communication) [in Ukrainian]. *J. Management development. Electronic data*. no. 5 (2014): 9-11.
17. Sidak A. Marketynhovi doslidzhennya cherez Internet — innovatsiya dlya Ukrayiny? (Marketing research through Internet, is it innovation for Ukraine?) [in Ukrainian]. <http://innovations.com.ua/ua/articles/13619/temp>.

18. Taganov D. N. Internet kak novyy element sistemy marketingovykh kommunikatsiy (Internet as new element in system of marketing communications) [in Russian]. J. Marketing no. 3 (2003): 67-74.

19. Hartman A. Strategiya uspekha v Internet-ekonomike (Strategies for Success in the E-conomy) [in Russian]. M. : LORI, 2001, 274 p.

20. Setiawan A., Kotler Ph., Kartajaya H. Marketing 3.0: ot produktov k potrebitelyam i dalee — k chelovecheskoy dushe (Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit) [in Russian]. M.: Eksmo, 2011. — 240 p.

Стаття надійшла до редакції 22.11.2016 р.

УДК: 338.465:330.123.6:336.01(477)

Отченаш К.Г., доцент кафедри міжнародних фінансів
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

**ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

**FEATURES OF GOVERNMENTAL REGULATION
OF FINANCIAL SERVICES PROVISION IN UKRAINE**

K. Otchenash, PhD, associate professor
department of International Finance
SHEE «Vadym Hetman Kyiv
National Economic University»

АНОТАЦІЯ: Розглянуто основні підходи до формування механізму державного регулювання фінансового ринку залежно від сегментів ринку, видів фінансових послуг, можливості надання фінансових послуг різними фінансовими установами та повноважень регуляторів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: фінансові послуги, ринок фінансових послуг, державне регулювання ринку фінансових послуг, державні регулятори, мегарегулятор.

ABSTRACT. Reviewed basic approaches of governmental formation mechanism of financial market regulation depending on the market segments, types of financial services, possibilities of services provision by different financial institutions and authorities of regulators.

KEYWORDS: financial services, financial services market, governmental regulation of financial services market, governmental regulators, mega regulators.

Постановка проблеми. Важливість державного регулювання ринку фінансових послуг обумовлена необхідністю забезпечення єдності ринку, нагляду за функціонуванням фінансових установ і захисту прав споживачів фінансових послуг. Регулювання має забезпечувати належне виконання ринком фінансових послуг основної функції — розподілу і перерозподілу фінансових активів між сферами економіки, регіонами країни та країнами в межах світового ринку. Вітчизняний ринок фінансових послуг характеризується відсутністю чітких традицій і правил функціонування, що зумовлює необхідність розробки концептуальних підходів до побудови ефективного механізму його державного регулювання.

Аналіз останніх публікацій. Вагомий внесок у розвиток державного регулювання ринку фінансових послуг зробили ряд вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких: М. Алексєєв, О. Барановський, Н. Внукова, В. Геєць, С. Герасимова, А. Дьомін, С. Злупка, Т. Кембелл, В. Клименко, А. Ковальов, В. Корнєєв, В. Колесник, Ю. Кравченко, М. Крупка, Н. Кузнєцова, Г. Марковіц, К. Масляєва, В. Марцин, Я. Міркін, І. Михасюк, О. Мозговий, Е. Нікбахт, С. Реверчук, О. Ромашко, Дж. Стігліц, Р. Тьюлз, В. Унінець-Ходаківська, Ю. Фама, У. Шарп та ін.

Мета статті — дослідити особливості регулювання надання фінансових послуг, уточнити сутність поняття «державне регулювання ринку фінансових послуг» та окреслити його структурні елементи.

Виклад основного матеріалу. Під регулюванням фінансового сектору розуміють процес створення і дотримання певних норм і правил діяльності фінансових установ [5]. Нагляд за діяльністю установ фінансового сектору розглядають як форму діяльності державних органів щодо забезпечення законності діяльності, прозорості та стабільності ведення бізнесу окремими фінансовими установами.

У світовій практиці регулювання фінансових ринків застосовуються різні підходи до визначення пріоритетних об'єктів регулювання. В якості таких можуть виступати:

- учасники ринку (емітенти, інвестори, професійні учасники фінансового ринку, включаючи ринкову інфраструктуру);
- види діяльності (професійні види діяльності на фінансовому ринку, емісійна діяльність, інвестиційна діяльність тощо);
- види ринкових операцій (посередницькі, спекулятивні тощо);
- інструменти («фінансові продукти»).

Фінансова послуга — це операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб (а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів), з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [1].

Ринки фінансових послуг — сфера діяльності учасників ринків фінансових послуг з метою надання та споживання певних фінансових послуг [1]. До ринків фінансових послуг належать *професійні послуги на ринках банківських послуг, страхових послуг, інвестиційних послуг, операцій з цінними паперами* та інших видах ринків, які забезпечують обіг фінансових активів.

Учасниками ринку фінансових послуг є особи, які відповідно до закону мають право надавати фінансові послуги на території України; особи, які провадять діяльність з надання посередницьких послуг на ринках фінансових послуг; об'єднання фінансових установ, включені до реєстру саморегульованих організацій, що ведеться органами, які здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг; споживачі фінансових послуг. Законами з питань регулювання окремих ринків фінансових послуг можуть визначатися інші учасники ринків фінансових послуг.

Фінансова установа — юридична особа, яка відповідно до закону надає одну чи кілька фінансових послуг, а також інші послуги (операції), пов'язані з наданням фінансових послуг, у випадках, прямо визначених законом, та внесена до відповідного реєстру [1]. До фінансових установ належать банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії та інші юридичні особи, виключним видом діяльності яких є надання фінансових послуг.

Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» фінансовими вважаються такі послуги:

- випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків;
- довірче управління фінансовими активами;
- діяльність з обміну валют;
- залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення;
- фінансовий лізинг;

- надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту;
- надання гарантій і поручительств;
- переказ коштів;
- послуги у сфері страхування та у системі накопичувального пенсійного забезпечення;
- професійна діяльність на ринку цінних паперів, що підлягає ліцензуванню;
- факторинг;
- адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах;
- управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю відповідно до Закону України «Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю»;
- операції з іпотечними активами з метою емісії іпотечних цінних паперів;
- банківські та інші фінансові послуги, що надаються відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність».

Таким чином, усі фінансові послуги можна розділити на кілька груп (табл. 1).

Аналіз даних табл.1 показує, що деякі фінансові послуги одночасно можна віднести до кількох груп (видів). Крім того, спеціальне законодавство, яке регулює відносини у сфері страхування, недержавного пенсійного забезпечення, здійснення інвестиційної діяльності та професійної діяльності на ринку цінних паперів, а також фінансування житлового будівництва, встановлює інші термінологічні особливості щодо визначення напрямів чи видів діяльності, яка фактично є наданням фінансових послуг.

Законодавство про регулювання банківської діяльності містить норми, в яких дещо інакше визначені види фінансових послуг. Зокрема, Законом України «Про банки і банківську діяльність» до *банківських (фінансових) послуг* відносить:

- залучення у вклади (депозити) коштів і банківських металів від необмеженого кола юридичних і фізичних осіб;
- відкриття та ведення поточних (кореспондентських) рахунків клієнтів, у тому числі у банківських металах;
- розміщення залучених у вклади (депозити), у тому числі на поточні рахунки, коштів і банківських металів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик.

Таблиця 1

ГРУПИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Види послуг	Назва фінансової послуги*
Фінансові послуги, які можна віднести до банківських	<ul style="list-style-type: none"> – випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків; – довірче управління фінансовими активами; – діяльність з обміну валют; – залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення; – фінансовий лізинг; – надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту; – надання гарантій і поручительств; – переказ коштів; – факторинг; – управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю; – банківські та інші фінансові послуги
Послуги у сфері страхування та в системі накопичувального пенсійного забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – страхування, перестрахування, страхове посередництво,** – залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення; – довірче управління фінансовими активами
Фінансові послуги, які надають професійні учасники ринку цінних паперів	<ul style="list-style-type: none"> – професійна діяльність на фондовому ринку***
Кредитні послуги	<ul style="list-style-type: none"> – залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення; – надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту; – фінансовий лізинг; – надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту; – факторинг
Фінансові послуги з управління активами (довірче управління)	<ul style="list-style-type: none"> – довірче управління фінансовими активами; – адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах; – управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю; – операції з іпотечними активами з метою емісії іпотечних цінних паперів

*Згідно статті 4 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг».

**Види добровільного та обов'язкового страхування визначено Законом України «Про страхування».

***Види професійної діяльності на фондовому ринку визначені Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок».

Джерело: складено автором

Комерційний банк, крім надання банківських (фінансових) послуг, має право здійснювати також діяльність щодо:

- інвестицій;
- випуску власних цінних паперів;
- випуску, розповсюдження та проведення лотерей;
- зберігання цінностей або надання в майновий найм (оренду) індивідуального банківського сейфа;
- інкасації коштів і перевезення валютних цінностей;
- ведення реєстрів власників іменних цінних паперів (крім власних акцій);
- надання консультаційних та інформаційних послуг щодо банківських та інших фінансових послуг.

Окремо Законом України «Про банки і банківську діяльність» визначено *кредитні операції*, до яких віднесено (крім розміщення залучених у вклади (депозити), у тому числі на поточні рахунки, коштів і банківських металів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик, також:

- здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені;
- надання гарантій і поручительств та інших зобов'язань від третіх осіб, які передбачають їх виконання у грошовій формі;
- придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог і прийом платежів (факторинг);
- лізинг [2].

В Україні відповідно до законодавства надавати фінансові послуги крім комерційних банків можуть небанківські фінансові установи, включаючи професійних учасників ринку цінних паперів (табл. 2).

Таблиця 2

**МОЖЛИВІСТЬ НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ
РІЗНИМИ ФІНАНСОВИМИ УСТАНОВАМИ**

Групи фінансових послуг	Види послуг, закріплені законодавчо	Примітки
Банківські послуги	<ul style="list-style-type: none"> – залучення у вклади (депозити) коштів та банківських металів від необмеженого кола юридичних і фізичних осіб; – відкриття та ведення поточних (кореспондентських) рахунків клієнтів, у тому числі у банківських металах; – розміщення залучених у вклади (депозити), у тому числі на поточні рахунки, коштів і банківських металів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик. 	<p>Комерційні банки Кредитні спілки**</p> <p>Комерційні банки Центральний депозитарій цінних паперів *</p> <p>Комерційні банки Кредитні спілки**</p>

Закінчення табл. 2

Групи фінансових послуг	Види послуг, закріплені законодавчо	Примітки
Кредитні послуги	<ul style="list-style-type: none"> – здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені; – надання гарантій і поручительств та інших зобов'язань від третіх осіб, які передбачають їх виконання у грошовій формі; – придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог і прийом платежів (факторинг); – лізинг 	<p>Комерційні банки Торговці цінними паперами Комерційні банки Фінансові компанії</p> <p>Комерційні банки Фінансові компанії</p> <p>Комерційні банки Фінансові компанії Лізингові компанії (лізингодавці)</p>
Інвестиційні послуги	<ul style="list-style-type: none"> – здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені 	<p>Комерційні банки Торговці цінними паперами</p>
Сервісні послуги (обслуговування) та інші види діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – інвестиції; – випуск власних цінних паперів; – випуск, розповсюдження та проведення лотерей; – зберігання цінностей або надання в майновий найм (оренду) індивідуального банківського сейфа; – інкасація коштів і перевезення валютних цінностей; – ведення реєстрів власників іменних цінних паперів (крім власних акцій)***; – надання консультаційних та інформаційних послуг щодо банківських та інших фінансових послуг. 	<p>Комерційні банки Інститути спільного інвестування Пенсійні фонди</p> <p>Депозитарні установи</p>

*Відкриття рахунків виключно щодо здійснення обслуговування обігу цінних паперів без права відкриття рахунків у банківських металах.

**Без права здійснення операцій у банківських металах.

***На сьогодні — депозитарна діяльність депозитарної установи, діяльність зі зберігання активів інститутів спільного інвестування та недержавних пенсійних фондів.

Джерело: складено автором

Найуніверсальнішими фінансовими установами є комерційні банки, оскільки вони можуть надавати майже весь спектр фінансових та інших (сервісних) послуг. Окрему групу складають професійні учасники ринку цінних паперів, але слід враховувати, що практично всі діючі комерційні банки мають ліцензії на здійснення професійної діяльності на фондовому ринку. Серед інших небанківських фінансових установ окремі групи складають страхові

компанії (страховики), недержавні пенсійні фонди, кредитні спілки, фінансові компанії («квазі-банки») та деякі інші.

З огляду на підходи щодо визначення об'єктів регулювання на фінансовому ринку (по учасникам і видам професійної діяльності на фінансових ринках) структуру державних регуляторів представлено в табл. 3.

Таблиця 3

РЕГУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Види фінансових послуг*	Установи, які мають право надавати фінансову послугу	Державний орган, який забезпечує регулювання
Банківські та інші фінансові послуги, що надаються відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність»	Комерційні банки	НБУ
Випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків	Комерційні банки	НБУ
Діяльність з обміну валют	Комерційні банки Небанківські фінансові установи **	НБУ
Довірче управління фінансовими активами	Комерційні банки Торговці цінними паперами (управління цінними паперами)	НБУ НКЦПФР
Залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення	Комерційні банки Фінансові компанії	НБУ Нацкомфінпослуг
Фінансовий лізинг	Комерційні банки Фінансові компанії Лізингодавці	НБУ Нацкомфінпослуг
Надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту	Комерційні банки Фінансові компанії	НБУ Нацкомфінпослуг
Надання гарантій і поручительств	Комерційні банки Фінансові компанії	НБУ Нацкомфінпослуг
Переказ коштів	Комерційні банки Небанківські фінансові установи **	НБУ
Послуги у сфері страхування	Страховики (страхові компанії)	Нацкомфінпослуг НКЦПФР
Послуги у системі накопичувального пенсійного забезпечення	Недержавні пенсійні фонди Адміністратори НПФ Компанії з управління активами	Нацкомфінпослуг НКЦПФР

Види фінансових послуг*	Установи, які мають право надавати фінансову послугу	Державний орган, який забезпечує регулювання
Професійна діяльність на ринку цінних паперів, що підлягає ліцензуванню	Комерційні банки Професійні учасники ринку цінних паперів, які не є банками	НКЦПФР
Факторинг	Комерційні банки Фінансові компанії	НБУ Нацкомфінпослуг
Адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах	Фінансові компанії (управителі — за наявності ліцензії)	Нацкомфінпослуг
Управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю»	Комерційні банки Фінансові компанії (управителі — за наявності ліцензії)	НБУ Нацкомфінпослуг НКЦПФР
Операції з іпотечними активами з метою емісії іпотечних цінних паперів	Фінансові компанії — управителі (за наявності ліцензії)	НКЦПФР Нацкомфінпослуг

*Наведені найменування фінансових послуг, визначені у статті 4 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг».

**Такі небанківські фінансові установи відносяться до групи фінансових компаній, регулювання — допуск на ринок (ліцензування) і встановлення нормативів діяльності здійснює НБУ.

Джерело: складено автором

У цілому регулювання фінансового ринку забезпечують три державних органи (державні регулятори) — Національний банк України, Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку та Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Практично щодо всіх видів фінансових послуг спостерігається певне дублювання як можливості їх надання банківськими та небанківськими фінансовими установами, так і регуляторні повноваження державних органів. Таким чином, можна констатувати певне дублювання регуляторних функцій у цілому на фінансовому ринку. На сьогодні вкрай актуальною проблемою є оптимізація апарату державного управління, однією із складових такої оптимізації має стати трансформація державного регулювання фінансового ринку.

Висновки. Будь-яка трансформація регуляторної сфери, особливо в умовах фінансової кризи, є стресовою для ринку та його учасників. Така ситуація не є оптимальною, оскільки крім непродуктивних витрат коштів на державне управління не забезпечує дієвого контролю за наданням фінансових послуг з метою захисту прав інвесторів.

Можливо розглядати два підходи до трансформації регулювання фінансового ринку. Перший полягає у переході виключно до функціонального принципу регулювання фінансового ринку та створення мегарегулятора. При другому підході можливе збереження певних підходів, характерних для галузевого (секторального) принципу, з переходом у перспективі до в цілому функціонального.

Найоптимальнішим, на нашу думку, є другий підхід, оскільки це дозволить оптимізувати структуру державного управління на першому етапі без додаткових витрат коштів державного бюджету.

Список літератури

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=2664-14>. 6

2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 №2121-III [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>. 64

3. Банківські операції: [підручник] / А.М. Мороз, М.І. Савлук, М.Ф. Пуховкіна та ін.; за заг. ред. А.М. Мороза. — [3-тє вид., перероб. і доп.]. — К.: КНЕУ, 2008. — 608 с.

4. Кузнецова Л.В. Вплив фінансової глобалізації, інтернаціоналізації та інтеграції на розвиток банківської системи України / Л.В. Кузнецова // Менеджмент та підприємництво України: етапи становлення і проблеми розвитку. — Л.: Вид-во Нац. ун-т «Львів. політехніка», 2008. — С. 294—299.

5. Левченко В.П. Розвиток ринку небанківських фінансових послуг України: монографія / В.П. Левченко. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 368 с.

References

1. Zakon Ukraini «Pro finansovi poslugi ta derzhavne reguljuvannja rinkiv finansovih poslug» [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=2664-14>. 6

2. Zakon Ukraini «Pro banki i bankivs'ku dijalnist'» vid 07.12.2000 №2121-III [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>. 64

3. Bankivs'ki operacij: [pidruchnik] / A.M. Moroz, M.I. Savluk, M.F. Puho-vkina ta in.; za zag. red. A.M. Moroz. — [3-te vid., pererob. i dop.]. — K.: KNEU, 2008. — 608 s.

4. Kuznecova L.V. Vpliv finansovoї globalizacij, internacionalizacij ta integracij na rozvitok bankivs'koї sistemi Ukraini / L.V. Kuznecova // Menedzhment ta pidpriemnictvo Ukraini: etapi stanovlennja i proble-mi rozvitku. — L.: Vid-vo Nac. un-t «L'viv. politehnika», 2008. — S. 294-299.

5. Levchenko V.P. Rozvitok rinku nebankivs'kih finansovih poslug Ukraini: monografija / V.P. Levchenko. — K.: Centr uchbovoї literaturi, 2013. — 368 s.

Стаття надійшла до редакції 10.11.2016 р.

МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 631.15

Гринько Т.В., д.е.н., завідувач кафедри економіки та управління підприємством, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
Шевченко В.А., здобувач кафедри економіки та управління підприємством, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM IN THE SYSTEM OF ECONOMIC MANAGEMENT OF HEALTH FACILITIES

T.V. Grynko, Doctor of Economic Science, head of economics and management, Oles Honchar Dnipropetrovsk National University
V.A. Shevchenko, Researcher, Department of Economics and Business Management, Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена дослідженню організаційно-економічного механізму у системі управління господарською діяльністю закладів охорони здоров'я. У статті приділено увагу поняттю «організаційно-економічний механізм», запропоновано власне його тлумачення. Ставиться завдання визначити структуру господарського та організаційно-господарського механізмів, вивчається його складові та надається характеристика кожній. Досліджено механізм управління через взаємопов'язані принципи, методи та важелі, а також система управління. Зазначено, що ефективність функціонування закладу охорони здоров'я залежить від правильності та своєчасності застосування методів організаційно-господарського механізму. Висвітлено питання оцінки ефективності управління закладами охорони здоров'я.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: механізм управління; управління закладами охорони здоров'я; система управління; господарська діяльність; ефективність управління.

ABSTRACT. The article investigates the organizational and economic mechanism in the system of economic management of health facilities. The article focuses on the concept of «organizational and economic mechanism» proposed their own interpretation of this concept as a certain set of social, institutional and economic levers affecting the company and its economic characteristics to improve competitive advantages and attractive services for consumers. The aim is to determine the structure of the economic mechanism and organizational-economic mechanism as part of the previous one, given the characteristics of each component: a social component, a legal component, an organizational and economic component. The mechanism of control is expressed through interconnected principles, methods and tools. We study the system of health care institution through the function of two variables: economic management mechanism and set of tools, techniques, mechanisms and processes. Indicated that the efficiency of the health institution depends on the correct and timely application of organizational and economic mechanism. It is noted that an effective system of health care institution creates conditions to achieve the objectives without causing conflicts in ethical, social, economic and psychological plane. The questions assess the effectiveness of management of health care. It is provided that the effectiveness of the management of health care is based on the usage of scientifically based and advanced management methods, completeness of information services, rational organizational structure, training of managerial staff and their ability to solve specific management problems.

KEYWORDS: management mechanism; management of health care; management system; economic activity; management efficiency.

Вступ. Тенденції розвитку економіки початку ХХІ сторіччя наполягають на необхідності формалізації процесів розробки організаційно-економічного механізму управління підприємствами в максимально ефективному вигляді, який би дозволяв їм зміцнювати свою позицію на ринку, задовольняв би потреби споживачів, своєчасно реагував на «виклики» зовнішнього середовища та забезпечував стабільний розвиток. Для закладів охорони здоров'я — зміна «правил гри», висока конкуренція, розвиток реклами та маркетингу є тими важелями, що змушують керівників перманентно і наполегливо перебудовувати організаційно-економічний механізм управління своїми підприємствами, орієнтуючись на найбільш успішних «конкурентів» таким чином, щоб забезпечити збалансовану діяльність у своєму сегменті надання медичних послуг.

Вважається, що першими хто ввів термін «механізм», задля характеристики виробничої системи (в той час капіталістичної), були Карл Маркс і Фрідріх Енгельс. Термін «механізм» вони вперше застосували у статті «Дебати про свободу друку» (Debat-

ten über Pressfreiheit) у квітні 1842 р. для характеристики процесів функціонування капіталістичної виробничої системи [20, с. 72]. Але активне дослідження процесів, які безпосередньо пов'язані з формуванням економічного (господарського) та організаційно-економічного механізмів, припадають на кінець ХХ сторіччя. Питання визначення сутності та структури механізму управління, структуризації та формування організаційно-економічного механізму управління підприємством вивчалися багатьма вітчизняними та закордонними авторами, серед яких: Л. Абалкін [1], І. Біла та П. Єгоров [3], О. Волков та В. Скляренко [4], М. Грещак, О. Гребешкова та О. Коцюба [8], О. Добикіна, В. Рижиков, С. Касьянюк [15], Ю. Лузан [18], О. Мандзюк [19], М. Мойса із колегами [21], І. Моргачова [22], А. Садеков і В. Цурик [26]. Але дослідження діяльності закладів охорони здоров'я все ще є подоланими [2, 6, 7, 9, 28].

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення наукових підходів щодо визначення поняття «організаційно-економічний механізм» і його місця у системі управління господарською діяльністю закладів охорони здоров'я. А також дослідити сутність і складові організаційно-економічного механізму управління господарською діяльністю закладів охорони здоров'я, визначити основні показники, які забезпечують ефективність системи управління ними.

Викладення основного змісту. В умовах нестабільної економіки актуальним для керівників закладів охорони здоров'я є формування дієвого організаційно-економічного механізму управління, який здатний забезпечити ефективність їх управління та конкурентоспроможність. Одним зі значущих факторів для розвитку та ефективного функціонування закладів охорони здоров'я є задоволеність пацієнтів якістю медичних послуг. На роботу будь-якого закладу охорони здоров'я суттєво впливає чинна система управління господарською діяльністю, але якість надання послуг (в уявленні споживача) залежить не тільки від кінцевого ефекту, а й від самої процедури надання послуги. Господарська діяльність закладу охорони здоров'я — це науково обґрунтована діяльність у сфері нематеріального виробництва, що спрямована на створення та реалізацію матеріальних благ, які мають медичний (діагностичний, лікувальний, профілактичний, супроводжувачий тощо) характер.

Поняття «механізм» ретельно було проаналізовано у роботах [14, 16]. Як зауважують А. Кульман і Н. Хрусталева, є досить ве-

лика кількість механізмів, які являють собою систему елементів (цілей, функцій, методів організаційної структури та суб'єктів) і об'єктів управління, в яких відбуваються цілеспрямовані перетворення впливу елементів, які виконують функцію управління на стан або реакцію (що склалися / існують в цей час) об'єктів управління, що має вхідні параметри та результируючу реакцію [19, с. 13–14].

Єдиного підходу стосовно тлумачення поняття «організаційно-економічний механізм» не сформовано. Тому ця проблема є актуальною і у теперішній час, і, як наслідок, потребує дослідження та узагальнення існуючих підходів саме до поняття дефініції «організаційно-економічний механізм». Аналіз розвитку поняття наведено у роботах [5, 19, 25, 27]. Але деякі поняття, що сформульовані в останні п'ять років, наведемо у табл. 1.

Таблиця 1

**ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ
«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ»
У ТРАКТУВАННІ ОКРЕМИХ ФАХІВЦІВ**

Рік	Автор	Розв'язання категорії «організаційно-економічний механізм»
2012	О. Джур [11, с. 292]	... «плоть та кров» підприємства, що дозволяє йому здійснювати перетворення всіх видів ресурсів, функціонувати із заданою метою та визначається суб'єктом управління
2012	Л. Довгань [12]	Сукупність організаційних та економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), які здійснюють вплив на економічні та організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню і підвищенню організаційно-економічного потенціалу, отримання конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому
2013	В. Зубенко [13, с. 19]	Система сенсорних, організаційних та економічних засобів своєчасного впливу на ефективність роботи підприємства з метою підвищення рівня його конкурентоспроможності
2014	М. Пархомець, В. Гудак [24, с. 21]	Система елементів організації, пошуку й мобілізації доходів і відповідних їм економічних інструментів, поєднання яких дозволяє досягти єдиної мети — надходження необхідних фінансових ресурсів для здійснення розширеного виробництва

Рік	Автор	Розв'язання категорії «організаційно-економічний механізм»
2014	І. Чукіна [29, с. 233]	Сукупність організаційних та економічних важелів, що діють на організаційні та економічні параметри системи управління та сприяють отриманню конкурентних переваг, формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу та ефективності діяльності підприємства загалом
2015	О. Носик, К. Таран [23, с. 29]	Послідовна низка причинно-наслідкових зв'язків здійснення будь-якого процесу системи, що базується на відповідних їй засобах, методах і принципах функціонування
2016	С. Демент'єв [10, с. 25]	Система, що включає в себе елементи не тільки ті, що знаходяться під впливом окремого підприємства, а й складові частини ринкового та державного механізмів регулювання їх діяльності

Враховуючи відсутність однозначності у тлумаченні поняття «організаційно-господарський механізм» як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі, що встановлено на основі наведених вище даних, запропоновано тлумачення цього поняття, як сукупності соціальних, організаційних та економічних важелів, що впливають на підприємство та його економічні характеристики з метою підвищення конкурентних переваг і привабливості послуг підприємства для споживача.

Проблемою, що є ще невирішеною, є визначення структури господарського механізму та організаційно-господарського як складової господарського механізму. Не викликає сумніву сентенція, що організаційно-господарський механізм лежить в основі функціонування господарського механізму та відображає сукупність економічних та організаційно-адміністративних важелів і методів, за допомогою яких здійснюється регулювання фінансово-економічних, виробничо-технологічних та організаційно-технічних процесів і відносин з метою впливу на кінцевий результат підприємства [30].

Більшість дослідників погоджуються з думкою, що складовими частинами господарського механізму підприємства є тріада механізмів, а саме соціальний, організаційно-економічний, правовий. Саме ця тріада завдяки взаємозв'язку доповнює один одного. Механізм, який відповідає за соціальну грань «життєдіяльності», є сукупністю поглядів, підходів і прийомів, за допомогою

яких підвищуються професійні та особистісні властивості культури працівників підприємства. Механізм, що відповідає за правову грань функціонування підприємства, перебуває в тісній взаємодії, і, як наслідок, залежності від організаційно-економічних і соціальних механізмів. Незважаючи на те, що його призначенням є визначення правил діяльності суб'єктів господарювання, їх обов'язків, прав і відповідальності перед суб'єктами економічної системи, значення організаційно-економічного та соціального механізмів є тією призмою, через яку відображається робота правового механізму, а точніше ефективність цієї роботи. Механізми, що забезпечують організаційно-економічну грань роботи підприємства характеризуються комплексом підходів, прийомів, методів, поглядів, показників, норм та інших організаційно-економічних елементів, які забезпечують комплексний вплив на кінцевий результат економічної діяльності підприємства. Саме тому рушієм розвитку та удосконалення господарського механізму підприємства загалом і його складових є взаємодія усіх трьох механізмів.

У свою чергу, механізм управління (як складова організаційно-економічного механізму) містить взаємопов'язані принципи, методи, важелі, які спрямовані на досягнення місії і цілей підприємства. Механізм управління можна розглядати як керівничий орган, який забезпечує вплив організаційної культури на всі процеси, що відбуваються на підприємстві. Система управління закладом охорони здоров'я становить сутність механізмів управління, тобто систему більш низького рівня відносно системи управління як комплексної категорії. Систему управління розглядають як функцію двох змінних. Одна — механізм управління господарською діяльністю, який забезпечує досягнення економічних, організаційних та адміністративних цілей закладу охорони здоров'я. Друга, у свою чергу, є функцією від інструментів, методів, механізмів і процесів, які відбуваються у діяльності закладу охорони здоров'я.

Як відомо, основою інструментального апарату є підходи до процесу управління (філософія управління), які саме і створюють базисну основу управлінської діяльності. Щодо методів управління закладом охорони здоров'я, то вони суттєво не відрізняються від «традиційних» і полягають у цілеспрямованому впливі суб'єкта на об'єкт для досягнення поставленої мети. Але нюансом є те, що ефективність послуги не є константою, оскільки вона жорстко залежить від споживача медичної послуги та спеціаліста, який цю послугу надає. Незважаючи на те, що існу-

ють протоколи, які тим чи тим чином орієнтовані на нормування процедури з надання медичної послуги, «людський фактор» має значний вплив на кінцевий результат діяльності. Управління закладом охорони здоров'я здійснюється через сукупність наявних методів: організаційні методи створюють передумови використання економічних, а соціально-психологічні доповнюють їх і утворюють необхідний взаємозв'язок засобів управління підприємством. Правильне використання усіх методів управління дає змогу покращити якість надання послуг і зростання попиту на послуги закладу охорони здоров'я з боку референтної групи.

Організаційний механізм передбачає адекватне використання (застосування) організаційно-правових нормативів і стандартів, які регулюють і визначають структуру управління, чисельність працівників, матеріальне та нематеріальне стимулювання, рівень оснащення управлінської праці засобами праці, розподіл робіт, обов'язків, прав і відповідальності тощо. Сутність організаційного механізму укладається в використанні владних відносин і охоплює організацію процесу функціонування внутрішніх і зовнішніх споживчо-виробничо-соціальних систем, якими необхідно керувати, і, як наслідок, цілісність структури керівної системи. Структура управління закладу охорони здоров'я традиційно закріплює функції за структурними підрозділами й працівниками і регламентує потоки інформації на підприємстві, знаходить втілення в організаційній культурі підприємства, в явних і прихованих нормах, правилах, традиціях тощо.

Процесний механізм відповідає за функціонування підприємства в динаміці і містить у собі функції управління, які відображають сутність і зміст управлінської діяльності на всіх рівнях. Базисними функціями управління є: планування, мотивація, організація, контроль, призначення кадрів і їх стимулювання. Функції тісно пов'язані між собою у єдиному процесі.

Механізм цільового управління несе відповідальність за цілі, стратегію та основні результати діяльності підприємства. Другою зоною відповідності цього механізму є критерії вибору та оцінки досягнення певних цілей і результатів діяльності. Так як на ринку України існують приватні та державні заклади охорони здоров'я, то цілепокладання для підприємств різних форм власності не є єдиними в галузі. Наприклад, пропускна здатність денних стаціонарів ні в якій мірі не пов'язана з якістю обслуговування, а ліжкодень не пов'язаний з економічною доцільністю перебування в стаціонарі. Незважаючи на те, що формування цілей є функцією самого управління, для закладів охорони здоров'я, підпоряд-

кованих державі, цілі встановлюються базуючись на засадах попуплізму, а не на потребах споживачів, або працівників.

Під час встановлення цілей закладу охорони здоров'я та критеріїв оцінки ефективності діяльності необхідно пам'ятати, що завдяки розвитку internet-технологій надвелика кількість споживачів медичних послуг вважають, що вони розуміються у якості медичного обслуговування більше, ніж спеціалісти, які ці послуги надають. Наслідком чого є ситуація, коли ефективність наданої послуги оцінюється через порівняння з очікуванням.

Глобалізація та інформатизація суспільства призвели до зростання кількості збурюючих факторів, інструментів, важелів і методів, які впливають на ефективність організаційно-економічного механізму. Але суспільний вплив на заклади охорони здоров'я формується за рахунок мас-медіа та кінцевого споживача послуг.

Ефективність функціонування закладу охорони здоров'я залежить від правильності та своєчасності застосування методів організаційно-господарського механізму, до яких традиційно відносять законодавчу та нормативну базу, а також методичне забезпечення діяльності підприємства. Основним допоміжним інструментом в даному випадку є культура підприємства та його працівників. Саме культура забезпечує використання методів організаційно-економічного механізму із дотримання правових норм і повноважень, а також застосування заходів примусу та дисциплінарної відповідальності у вирішенні питань щодо ефективності діяльності закладу охорони здоров'я. Ефективне функціонування підприємства не можливо без налагодженої взаємодії всіх підрозділів і бізнес-процесів. Саме відсутність «конфліктів» серед ланок та підрозділів забезпечує ефективне використання всіх ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних, людських тощо), що призводить до зростання затребуваності закладу охорони здоров'я серед референтних груп, до яких відносяться як потенційні працівники закладу охорони здоров'я, так і споживачі послуг. Економічна ефективність закладу охорони здоров'я тільки тоді досягає необхідного рівня, коли споживачі починають ідеалізувати як персонал, який надає медичну послугу, так і якість самої послуги, що можливо лише при «комфортній» медичній послугі.

Однією з головних проблем закладів охорони здоров'я є оцінка ефективності управління. На керівних посадах більшості медичних закладів знаходяться успішні, в минулому, спеціалісти за медичним фахом. Досить часто їм бракує специфічних управ-

лінських знань і навичок, що призводить до зниження ефективності управлінської діяльності. Ефективність управління закладом охорони здоров'я, на нашу думку, полягає у досягненні балансу між результатами діяльності апарату управління (оцінкою якого є задоволення споживача медичної послуги) та використаними для одержання цих результатів людськими, фінансовими та матеріальними ресурсами. Ефективна система управління закладом охорони здоров'я створює умови, які надають колективу можливість (як мінімум не заважають) досягнути поставлених цілей не викликаючи конфліктів у етичній, соціальній, економічній або психологічній площині.

Економічну ефективність прийнято розраховувати як якість управління, результативність управління, економічну ефективність управління. До таких показників відносять: обсяг реалізованої продукції (послуг); потенційні можливості підприємства; темп приросту продуктивності праці; темп приросту фондоозброєності. Але заклад охорони здоров'я, який є підприємством, що сприймається як соціальне та надає ще послуги, по ряду бізнес-процесів схоже із науково-дослідними інститутами або фірмами. Праця спеціаліста закладу охорони здоров'я є соціально обумовленим творчим актом, який обмежується існуючими правилами надання послуги та можливостями, які існують на конкретному підприємстві, з одного боку, та кваліфікаційними і етичними особливостями спеціаліста, що надає медичні послуги. Нормуючи роботу таких працівників, доцільно обмежити «людяність» спеціаліста, коли необхідність триматися певний час знищує можливість сприйняття з боку пацієнта більш комплексно, ніж на рівні озвучених скарг.

Оскільки завданням управління є безпосередній вплив на керований об'єкт заради досягнення поставлених цілей, ефективність управління в такому випадку може бути оцінена за ступенем досягнення цих цілей, якістю планування, ефективністю вкладень і кінцевим результатом діяльності. Найчастіше при розгляді оцінки ефективності управління використовують показники рівня прибутковості за тенденцією збільшення або зменшення цього показника. Але для закладу охорони здоров'я рівень прибутковості є характерним лише для групи приватних підприємств і є «умовно» показовим для державних. Критерії ефективності управління перебувають у тісному зв'язку із інформацією та цілями підприємства і тому стикаються з етичною проблемою, коли здоров'я людини протиставляється прибутковості медичної послуги. Інформація також є результатом дії і

«виходом» зі системи управління підприємством, але більшість споживачів медичних послуг віддають перевагу думці сторонніх експертів (друзям, мережі internet, робітникам іншого закладу охорони здоров'я) ніж спеціалістам, які працюють у даному закладі охорони здоров'я на даному робочому місці. Керівники підприємства змушені балансувати між «відкритістю» інформації, необхідністю оберегати медичну таємницю і необхідністю управляти високоінтелектуальним персоналом.

Висновки. Ефективність системи управління закладом охорони здоров'я, як і всіх інших, залежить від функціонування і використання кожного елемента системи управління — застосування науково обґрунтованих і передових методів управління, повноти інформаційного обслуговування, раціональності організаційної структури, кваліфікації управлінських кадрів та їх уміння вирішувати конкретні проблеми управління. Але на даний час науково обґрунтованих методів вимірювання ефективності управління закладом охорони здоров'я ще не сформовано.

Отже, успішна господарська діяльність значною мірою залежить від виробничої, організаційно-господарської та управлінської структур. Незначні зміни в кожній із структур вносять дисбаланс у систему управління закладом охорони здоров'я і призводять до проблем. Тому для узгодженості усіх складових господарської діяльності необхідно розробити дієвий організаційно-економічний механізм управління закладом охорони здоров'я. Сталого інструментарію оцінки ефективності системи управління закладом охорони здоров'я поки що не існує. І саме це має стати метою подальших досліджень у цьому напрямку.

Список літератури

1. Курс переходної економіки: учебник для вузов / [Абалкин Л. И., Радаев В. В., Погасов И. А. и др.]; под ред. Л.И. Абалкина. — М.: ЗАО Финстатинформ, 1997. — 640 с.
2. Баєва О.В. Основи менеджменту охорони здоров'я: навч.-метод. посіб. / О.В. Баєва. — К.: МАУП, 2007. — 328 с.
3. Белая И.П. Концептуальная модель организационно-экономического механизма управления гибкостью производственных систем / И.П. Белая, П.В. Егоров // Вісник Донецького університету. Серія В: Економіка і право. — Донецьк: ДонНУ. — 2004. — № 2. — С. 7—16.
4. Волков О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков, В.К. Склярченко. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 280 с.

5. *Гавловська Н.І.* Особливості ідентифікації механізмів управління в процесі забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств / Н.І. Гавловська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2016. — 6 (1) — С. 52—55.

6. *Горачук В.В.* Міжнародні інструменти підвищення якості менеджменту медичної допомоги / В.В. Горачук // Економіка і право охорони здоров'я. — 2015. — №1. — С. 54—57.

7. *Грабовський В.А.* Системний підхід до управління закладами охорони здоров'я / В.А. Грабовський, П.М. Клименко // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. — 2014. — №3. — С. 136—142.

8. *Грецак М.Г.* Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посіб. / М.Г. Грецак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба; за ред. М.Г. Грецака. — К.: КНЕУ, 2001. — 228 с.

9. *Громцева Д.К.* Професійна культура і безпека: інноваційний підхід до впровадження в медичному закладі [Електронний ресурс] / Д.К. Громцева, О.П. Крупський // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. — 2016. — Т. 23. — № 5. — С. 15—23. — Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.15421/191517>.

10. *Дементьев С.Ю.* Организационно-экономический механизм эффективного овощеводства открытого грунта (по материалам сельскохозяйственных организаций Республики Крым): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: Специальность 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (АПК и сельское хозяйство) / С.Ю. Дементьев. — Краснодар, 2016. — 218 с.

11. *Джур О.Є.* Удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємства космічної галузі / О.Є. Джур // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. — 2015. — №4 (62). — С. 290—295.

12. *Довгань Л.Е.* Формирование организационно-экономического механизма эффективного управления предприятием [Электронный ресурс] / Л. Е. Довгань // Экономический вестник НТУУ «КПИ». — К., 2012. — №9. — Режим доступа: <http://economy.kpi.ua/ru/node/376>.

13. *Зубенко В.В.* Организационно-экономический механизм формирования инновационной культуры предприятия / В.В. Зубенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2010. — №3. — С. 19—23.

14. *Калініна Л.* Соціальний контекст загальнонаукового феномену поняття «механізм» [Електронний ресурс] / Л. Калініна // Theory and methods of educational management. — 2014. — №2 (14). — Режим доступу: <http://naukovedenie.ru/PDF/02EVN514.pdf>.

15. *Касьянова Н.В.* Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи: [монографія] /

Н.В. Касьянова // НАН України, Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2011. — 374 с.

16. *Коваленко О.В.* Механізми та інструменти ефективного антикризового управління підприємствами / О.В. Коваленко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — Харків: НТУ «ХПІ», 2011. — №7. — С. 136—146.

17. *Кульман А.* Экономические механизмы / А. Кульман, Н. Хрусталева; [пер. с фр. Е. П. Островская]. — М.: Прогресс-Универс, 1993. — 189 с.

18. *Лузан Ю.Я.* Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: [монографія] / Ю.Я. Лузан. — К.: ННЦ Ін-т аграр. економіки, 2010. — 470 с.

19. *Мандзюк О.М.* Сутність та особливості організаційно-економічного механізму трансформації відносин власності / М.О. Мандзюк // Вісник національного університету водного господарства та природокористування. — 2011. — № 2. — С. 139—144.

20. *Маркс К.* Дебаты о свободе печати / К. Маркс, Ф. Энгельс. — М.: Политиздат, 1963 г. — 540 с.

21. *Мойса М.Я.* Система організаційно-управлінських та економічних заходів забезпечення рентабельного виробництва в аграрних підприємствах: [монографія] / М.Я. Мойса, Л.А. Бахчиванжи, В. В. Попович [та ін.]; Одес. держ. аграр. ун-т. — О.: Імідж-Прес, 2010. — 162 с.

22. *Моргачов І.В.* Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю проектних організацій / І.В. Моргачов // Схід. — 2006. — №5. — С. 38—42.

23. *Носик О.М.* Підходи до визначення дефініції «організаційно-економічний механізм управління підприємством» / О.М. Носик, К.А. Таран // Efektivni nastroje modernich ved-2015: Materialy XI meznarodni vedecko-prakticka konference, 27 dubna — 05 kvetna 2015 roku, Dil. 5. Ekonomicke vedy. — Praha: Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2015. — С. 28—30.

24. *Пархомець М.К.* Організаційно-економічний механізм забезпечення дохідності сільськогосподарських підприємств: теорія, методика, практика: [монографія] / М.К. Пархомець, В.В. Гудак. — Тернопіль: ТНЕУ, 2014. — 256 с.

25. *Поленчук В.М.* Економічний механізм розвитку підприємств у історичному досвіді ринкових трансформацій / В.М. Поленчук, О.Б. Наумов // Економічні інновації. — 2011. — Т. 45. — С. 192—199.

26. *Садеков А.А.* Управление предприятием в условиях кризиса: [монографія] / А.А. Садеков, В.В. Цурик. — Донецьк: ДонГУЭТ, 2006. — 178 с.

27. *Семенова В.Г.* Механізм формування інтелектуальної власності підприємств [Електронний ресурс] / В.Г. Семенова // Ефективна економіка. — 2015. — №7. — Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3420>.

28. *Третьяк О.П.* Роль менеджменту персоналу у формуванні та використанні трудового потенціалу медичних закладів / О.П. Третьяк // Бізнес Інформ. — 2014. — №11. — С. 331—336.

29. *Чукіна І.В.* Організаційно-економічний механізм у системі управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств / І.В. Чукіна // Економічний аналіз: [зб. наук. пр. / редкол.: В.А. Дерій та ін.]. — Тернопільський національний економічний університет. — Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2014. — Том 15. — №3. — С. 230—236.

30. *Шерман Є.М.* Організаційно-економічний механізм розвитку підприємств харчової промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04. «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Шерман Є.М. — Херсон: Херсонський нац. техн. ун-т, 2016. — 247 с.

References

1. Kurs perekhodnoj ekonomiky: uchebnik dlya vuzov (1997) / [Abalkin L.Y., Radayev V.V., Pogasov Y.A. i dr.]; pod red. L.Y. Abalkina. — M.: ZAO Finstatinform (in Russian).

2. Bayeva, O. (2007) Osnovi menedzhmentu oxorony zdorovya: navch.-metod. posib. — K.: MAUP (in Ukrainian).

3. Belaya, Y., Egorov, P. (2004) Konceptualnaya model organizacionno-ekonomicheskogo mexanizma upravleniya gibkostyu proizvodstvennykh sistem: Visnyk Donetskogo universytetu. Seriya V: Ekonomika i pravo. — Donetsk: DonNU, 2, 7-16. (in Russian).

4. Volkov, O., Sklyarenko, V. (2003) Ekonomika predpriyatiya: kurs lektsiy. — M.: YNFRA-M (in Russian).

5. Gavlovska, N. (2016) Osoblyvosti identyfikatsiyi mekhanizmiv upravlinnya v procesi zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky vitchyznyanykh pidpryyemstv: Naukovyy visnyk Uzhgorodskogo nacionalnogo universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo, 6 (1), 52-55. (in Ukrainian).

6. Gorachuk, V. (2015) Mizhnarodni instrumenty pidvyshchennya yakosti menedzhmentu medychnoyi dopomogy: Ekonomika i pravo oxorony zdorovya, 1, 54-57. (in Ukrainian).

7. Grabovskyy, V., Klymenko, P. (2014) Systemnyy pidxid do upravlinnya zakladamy oxorony zdorovya: Visnyk Natsionalnoyi akademiyi derzhavnogo upravlinnya pry Prezydentovi Ukrayiny, 3, 136-142. (in Ukrainian).

8. Greshchak, M., Grebeshkova, O., Kocyuba, O. (2001) Vnutrishniy ekonomichnyy mekhanizm pidpryyemstva: navch. zosib: za red. M. G. Greshchaka. — K.: KNEU. (in Ukrainian).

9. Gromceva, D., Krupskyy, O. (2016) Profesiyna kultura i bezpeka: innovatsiynny pidkhid do vprovadzhennya v medychnomu zakladi: Visnyk Dnipropetrovskogo universytetu. Seriya: Menedzhment innovatsiy, 5, 15-23. — Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.15421/191517>. (in Ukrainian).
10. Dementyev, S. (2016) Organizacionno-ekonomicheskiiy mekhanizm effektivnogo ovoshchevodstva otkritogo grunta (po materialam sel'skoho-kozyaystvennykh organizatsiy Respubliki Krym): Dissertatsiya na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk: Specialnost 08.00.05 — Ekonomika i upravleniye narodnym khozyaystvom: ekonomika, organizatsiya i upravleniye predpriyatiyami, otraslyami, kompleksami (APK i sel'skoye khozyaystvo) (in Russian).
11. Dzhur, O. (2015) Udoskonalennya organizatsiyno-ekonomichnogo mekhanizmu upravlinnya pidpryyemstva kosmichnoyi galuzi: Visnyk Zhitomirskogo derzhavnogo tekhnologichnogo universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky, 4 (62), 290-295. (in Ukrainian).
12. Dovgan, L. (2012) Formirovaniye organizacionno-ekonomicheskogo mekhanizma effektivnogo upravleniya predpriyatiyem: Ekonomicheskiiy vestnyk NTUU «KPY». — Kiev, 9 — Retrieved from: <http://economy.kpi.ua/ru/node/376>. (in Russian).
13. Zubenko, V. (2010) Organizacionno-ekonomicheskiiy mekhanizm formirovaniya innovatsionnoy kultury predpriyatiya: Visnyk Khmel'nitskogo nacionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky, 3, 19-23. (in Russian).
14. Kalinina, L. (2014) Socialnyy kontekst zagalnonaukovogo fenomenu ponyattya «mekhanizm»: Theory and methods of educational management, 2 (14). — Retrieved from: <http://naukovedenie.ru/PDF/02EVN514.pdf> (in Ukrainian).
15. Kasyanova, N. (2011) Upravlinnya rozvytkom pidpryyemstva na osnovi kumulyatyvnogo pidhodu: koncepciya, modeli ta metody: [monografiya]: NAN Ukrayiny, In-t ekonomiky prom-sti. — Donetsk: SPD Kupriyanov V.S. (in Ukrainian).
16. Kovalenko, O. (2011) Mekhanizmy ta instrumenty efektyvnogo antykrizovogo upravlinnya pidpryyemstvamy: Visnyk Nacionalnogo tekhnichnogo universytetu «Kharkivskyy politekhnichnyy instytut». Zbirnyk naukovykh prats. Tematychnyy vypusk: Tekhnichnyy progres i efektyvnist vyrobnytstva. — Kharkiv: NTU «KPI, 7, 136-146. (in Ukrainian).
17. Kulman, A., Khrustaleva, N. (1993) Ekonomicheskiiye mekhanizmy [per. s fr. E. P. Ostrovskaya]. — M.: Progress-Univers (in Russian).
18. Luzan, Y. (2010) Organizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm zabezpechennya rozvytku agropromyslovogo vyrobnytstva Ukrayiny: [monografiya]: NNCz In-t agrar. ekonomiky (in Ukrainian).
19. Mandzyuk, O. (2011) Sutnist ta osoblyvosti organizatsiyno-ekonomichnogo mekhanizmu transformatsiyi vidnosyn vlasnosti: Visnyk nacionalnogo universytetu vodnogo gospodarstva ta pryrodokorystuvannya, 2, 139–144. (in Ukrainian).

20. Marks, K., Engels, F. (1963) *Debaty o svobode pechati: Politizdat* (in Russian).

21. Moysa, M., Bakhchyvanzhy, L., Popovych, V. (2010) *Systema organizaciyno-upravlinskykh ta ekonomichnykh zakhodiv zabezpechennya rentabelnogo vyrobnytstva v agrarnykh pidpryyemstvakh: [monografiya]*; Odes. derzh. agrar. un-t. — O.: Imidzh-Pres (in Ukrainian).

22. Morgachov, I. (2006) *Organizaciyno-ekonomichnyy mekhanizm upravlinnya efektyvnoyu diyalnistyu proektnykh organizacij* (Skhid), № 5, S. 38–42. (in Ukrainian).

23. Nosyk, O. (2015) *Pidkhody do vyznachennya definiciyi «organizaciyno-ekonomichnyy mekhanizm upravlinnya pidpryyemstvom»* *Efektivni nastroje modernich ved-2015: (Materialy XI meznarodni vedecko-prakticka konferencie, 27 dubna — 05 kvetna 2015 roku, Dil. 5. Ekonomicke vedy.)* — Praha: Publishing House «Education and Science» s.r.o, 28-30 (in Ukrainian).

24. Parkhomets, M., Gudak, V. (2014) *Organizaciyno-ekonomichnyy mekhanizm zabezpechennya dokhidnosti silskogospodarskykh pidpryyemstv: teoriya, metodyka, praktyka: [monografiya]*, Ternopil: TNEU (in Ukrainian).

25. Polenchuk, V., Naumov, O. (2011) *Ekonomichnyy mekhanizm rozvytku pidpryyemstv u istorychnomu dosvidi rynkovykh transformacij* (Ekonomichni innovaciyi), 45, 192-199. (in Ukrainian).

26. Sadekov, A., Tsurik, V. (2006) *Upravleniye predpriyatiyem v usloviyakh krizisa: [monografiya]* — Donetsk: DonGUET (in Russian).

27. Semenova V.G. (2015) *Mekhanizm formuvannya intelektualnoyi vlasnosti pidpryyemstv* (Efektyvna ekonomika) Retrieved from: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3420> (in Ukrainian).

28. Tretyak, O. (2014) *Rol menedzhmentu personalu u formuvanni ta vykorystanni trudovogo potencialu medychnykh zakladiv*. *Biznes Inform*, 11, 331-336. (in Ukrainian).

29. Chukina, I. (2014) *Organizaciyno-ekonomichnyy mekhanizm u systemi upravlinnya vyrobnycho-gospodarskoyi diyalnistyu agrarnykh pidpryyemstv* *Ekonomichnyy analiz: [zb. nauk. pr. / redkol.: V.A. Deriy ta in.]*. — Ternopilskyy nacionalnyy ekonomichnyy universytet. — Ternopil: Vydavnycho-poligrafichnyy centr TNEU «Ekonomichna dumka». (in Ukrainian).

30. Sherman, Y. (2016). *Organizaciyno-ekonomichnyy mekhanizm rozvytku pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04. «Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoyi diyalnosti)»* / Sherman Y.M. — Kherson: Khersonskyy nats. tekhn. un-t. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 05.11.2016 р.

В.П. Кукоба, д.е.н., професор,
професор кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
О.В. Кукоба, к.е.н., провідний економіст,
ДП «Українські спеціальні системи»

**ДИНАМІКА РЕОРГАНІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО
МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ**

**DYNAMICS OF REORGANIZATION PROCESSES
AT THE UKRAINIAN RAILWAY MACHINERY
INDUSTRY ENTERPRISES**

V.P. Kukoba, D.Sc. in economics, Professor,
Professor at the department of economic of enterprises,
SHEE «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

O.V. Kukoba, Ph.D. in economics, Chief economist,
GE «Ukrainian special systems»

АНОТАЦІЯ. У статті визнано недостатність та односторонність досліджень реорганізаційних процесів на підприємствах і відсутність спеціалізованих комплексних емпіричних даних процесів. Для вирішення цієї проблеми виокремлено напрями реорганізацій (організаційної реструктуризації, організаційного реформування та упорядкування процесів господарювання) на підприємствах та оцінено характер організаційних змін за цими напрямками. Встановлено факти економічно необґрунтованої реструктуризації підприємств, а також затримки у зміні порядку діяльності структурних підрозділів. Для забезпечення достатнього рівня ефективності реорганізацій надано рекомендації із застосування оціночних показників доцільності організаційних реструктуризацій, організаційних реформувальних підприємств у цілому та їх структурних підрозділів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: реорганізація, організаційна реструктуризація, організаційне реформування, вагонобудування, машинобудування

ABSTRACT. Insufficiency of researches of reorganization processes at the enterprises and lack of specialized complex empirical these processes is acknowledged In article. For the decision of this problem directions of reorganizations at the enterprises (organizational restructuring, organizational reformation and arrangement of business-processes) are selected and character of organizational changes is appraised for these directions. The facts of economic groundless restructuring of the enterprises and delay in change of activities order of structural divisions are established. For ensuring sufficient level of efficiency of reorganization recom-

mendations of estimative indicators of feasibility application in case of organizational restructurings, organizational reforming of the enterprises and their structural divisions was provided

KEYWORDS: reorganization, organization restructuring, organization reforming, car-building, industry

Вступ. Активізація змін організаційно-правової форми підприємств в Україні, їх подальша різноспрямована реєструризація, спроби удосконалення існуючих або розроблення нових бізнес-процесів визначають потребу у активній увазі практиків і науковців до процесів формування оптимального порядку господарської діяльності. Значущість саме здійснення реорганізаційних змін на підприємствах визначається їх відносно низькою вартістю і достатньо високою залежність продуктивності виробництва від стабільності і керованості процесів діяльності підприємства. Проблематиці упорядкування здійснення організаційних змін на підприємствах присвячено наукові дослідження П. Гохана [1], Д. Депаμφіліса [2], С. Довбні [3], В. Марченко [4], Г. Махової [5], М. Хаммера [6], Дж. Чампі [7] та інших. Однак, прикладний аспект проведення реорганізацій на підприємствах за різними напрямками досліджено фрагментарно.

Постановка задачі. Опубліковані результати досліджень стосовно реорганізацій промислових підприємств, свідчать не лише про важливість, а й про значущість упорядкування реорганізаційних процесів у виробничій сфері. Особливо це важливо в періоди принципових змін промислової політики в економіці держави. Саме тому виникає нагальна потреба у науково-прикладному обґрунтуванні оптимальних напрямів і способів реорганізації діяльності суб'єктів господарювання. Виходячи з цього, метою цієї статті є представлення для всебічного наукового обговорення результатів емпіричного дослідження різних напрямів реорганізацій підприємств залізничного машинобудування.

Результати. Сучасні економічні процеси в Україні можна з впевненістю характеризувати, як нестабільними із активною зміною напрямів розвитку. В таких умовах забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємств вимагає від них постійної адаптації внутрішніх господарських систем і механізмів. Найчастіше такі адаптивні зміни віддзеркалюються у організаційних структурах цих підприємств, в їх технологіях діяльності. Ці зміни у більшості випадків стосуються упорядкування діяльності і проявляються у формі реструктуризації підприємств або реінжинірингу їхніх бізнес-процесів. Вже об'єктивно доведено, що у своїй сукупності дії із зміни організаційної структури, раціона-

лізації процедур управління і технологій виробництва, а також зміна організаційно-правової форми підприємства, є різними напрямками процесу його реорганізації, оскільки тепер *реорганізація підприємства є процесом зміни формальних атрибутів (організаційно-правової форми) підприємства, способу, характеру і форм поєднання його структурних підрозділів, раціоналізації процесів діяльності для підвищення ефективності функціонування цього підприємства при досягненні його цілей*. Залежно від цього виокремлено, як самостійні напрями реорганізацій: *організаційне реформування* (зміна формальних атрибутів підприємства, які впливають на стан упорядкованості його функціонування і пов'язані з його організаційно-правовою формою, формою власності або власника для забезпечення ефективної його діяльності), *організаційну реструктуризацію* (зміна організаційної структури підприємства на основі упорядкування взаємовідносин та ієрархії його складових (підрозділів) з метою підвищення ефективності функціонування), *реінжиніринг організації діяльності підприємства* (поліпшення змісту і порядку виконання технологій, процесів (процедур) діяльності підприємства для підвищення ефективності господарювання) [8—11].

У останні роки особливу активність реорганізації підприємств виявлено на підприємствах залізничного машинобудування України. Ця галузь тривалий час забезпечувала внутрішні і зовнішні суспільні потреби у тепловозах та електровозах, пасажирських і вантажних вагонах, на піввагонах і платформах, ємностях для перевезення сипучих, рідких і газоподібних вантажів, запасних частинах до локомотивів і вагонів, а також рухомий склад для підземних шляхів сполучення. За статистичними даними на кінець 2016 року обсяги виробництва залізничного рухомого складу, навіть за значного спаду, становили 6146,8 млн грн [12]. Діяльність підприємств у останні 5 років не можна вважати успішною не лише з-за соціально-політичних і військових проблем, що виникли у 2014 році, а й у зв'язку із активним скороченням з 2011 року попиту на продукцію вагонобудування з боку основного покупця — Російської Федерації. За таких умов у 2016 році спад виробництва вагонів і локомотивів становив 91,4 % у порівнянні з 2015 роком (рис. 1) [13].

Період з 2001 р. до 2011 р. для українських підприємств залізничного машинобудування в основному був сприятливим. Зростаючий попит на їхню продукцію із-за кордону, в основному з Росії, давав змогу нарощувати обсяги виробництва у кількісному виразі та збільшувати суми прибутків. На цьому ґрунті від-

бувалась розробка і запуск у виробництво нових моделей локомотивів, вагонів і поїздів, модернізувались існуючі моделі залізничного транспорту. Активізувалось виготовлення спеціальних вагонів і локомотивів, які відповідають специфічним вимогам споживачів та умовам експлуатації цих виробів (різкі перепади зовнішніх температур, перепади атмосферного тиску, насиченість повітря пилом і агресивними речовинами тощо). З огляду на утворення бюджетних резервів розширилась співпраця з підприємствами державної транспортної компанії «Укрзалізниця».

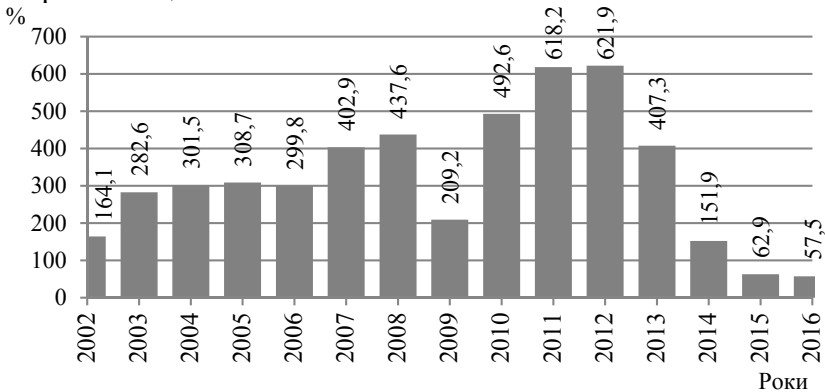


Рис. 1. Обсяги виробництва залізничного рухомого складу України у вартісних показниках (до рівня 2001 року)

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Доступно з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>

Латентна довготривала економічна війна, яку розпочала Російська Федерація майже 20 років тому активізувалась у останні роки і завдала суттєвого удару по економіці вагонобудування України. Так, уже в 2012 році (пік зростання вагонобудування) у порівнянні з 2001 роком (першим роком виходу економіки України з довготривалої системної економічної кризи, що почалась у 1993 році) обсяги виробництва залізничного рухомого складу у вартісному виразі були у 6,2 разу більші ніж 10 років тому, а у 2014 році вони впали до рівня періоду 2004—2006 рр. , тобто лише у 1,58 разу були більші ніж у 2001 р.. Менш вражаючими були зміни у обсягах виробництва вагонобудівних і локомотивобудівних підприємств України у еквіваленті натуральних показників діяльності за останні 12 років (рис. 2).

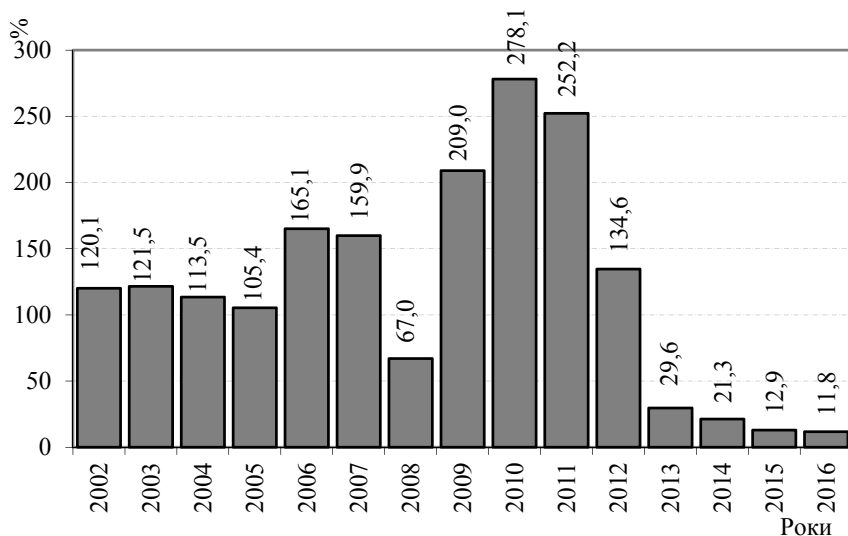


Рис. 2. Обсяги виробництва залізничного рухомого складу у вартісних вимірниках (до рівня 2001 року)

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Доступно з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>

Виробничі можливості вагонобудівних підприємств зважено структуровані. Серед лідерів виробничого потенціалу найперші місця займають ПАТ «Азовмаш», що об'єднує потужності ПАТ «Азовзагальмаш» і ПАТ «Маріупольський завод важкого машинобудування», за ним ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод», ПАТ «Дніпровагонмаш» і група підприємств у складі ПАТ «Укрзалізниця». Поточні проектні виробничі потужності з випуску вагонів різних типів, в основному вантажних, оцінюються у кількості 54,0 тис. вагонів на рік. При цьому ще 12 років тому проектні виробничі потужності ПАТ «Азовзагальмаш», ПАТ «Маріупольський завод важкого машинобудування», ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод», ПАТ «Дніпровагонмаш» сумарно могли забезпечити випуск 41,0 тис. одиниць вагонів на рік. Виробничі потужності з виготовлення вагонів зросли за рахунок збільшення власних потужностей вагонобудівних підприємств і залучення до випуску вагонів вагоноремонтних підприємств, що підпорядковуються ПАТ «Укрзалізниця» (рис. 3).

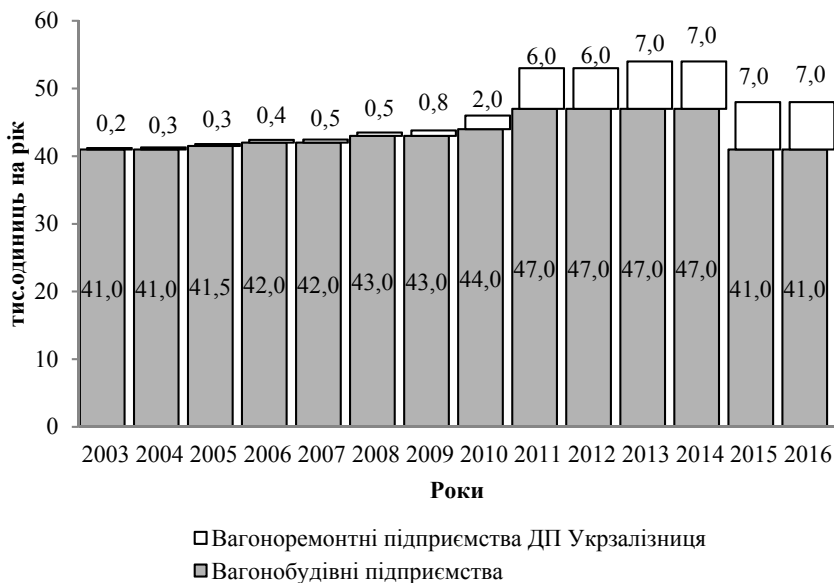


Рис. 3. Проектні виробничі потужності з виготовлення вагонів в Україні

Нарощування виробничих потужностей із виготовлення вагонів в основному відбувалось на основі прогнозних очікувань попиту на продукцію вагонобудування і було у певні періоди дещо вищим за поточні потреби ринку. Так, були періоди, коли виробничі потужності вагонобудівних підприємств використовувались на 46—55 % (2003–2006 рр.), але і були значно кращі роки, коли потужності підприємств використовувались майже максимально (2011 рік). Саме після таких зростань попиту вагоноремонтні підприємства ПАТ «Укрзалізниця» розпочали активно переорієнтовуватись з ремонту рухомого складу на його виготовлення. Піонерами у цьому були ПрАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого повстання 1918 р.» і ПАТ «Дарницький вагоноремонтний завод». Однак, збільшені виробничі потужності не завжди використовувались у повній мірі (рис. 4).

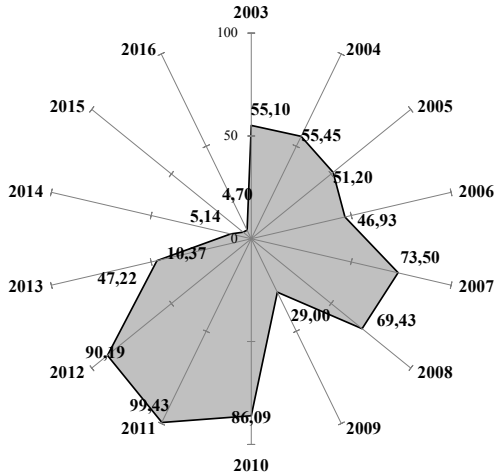


Рис. 4. Використання виробничих потужностей вагонобудівних підприємств у 2003–2016 рр.

Поряд із вагонобудівниками значно гірше виглядають виробники локомотивів, як за кількістю, так і за обсягом виручки від продажу продукції. Виробничі потужності ПАТ «Луганськтепловоз» (головного виробника локомотивів в Україні) оцінюються у 400 локомотивних секцій і вагонів електропоїздів на рік, що підтверджується звітними даними і планами підприємства. Так, у 2012 році це акціонерне товариство випустило 160 секцій тепловозів (Тепловоз 2ТЕ116У, Тепловоз ТЕМ 103) 3 дизель-поїзди (ДЕЛ02) та 1 електропоїзд (ЕПЛ2Т), а у першому півріччі 2014 року підприємство виготовило 118 тепловозних секцій (2ТЕ116У, 2ТЕ116УД, 3ТЕ116У). У кінці 2014 року почалося вивезення виробничого обладнання ПАТ «Луганськтепловоз» до Російської Федерації, оскільки у 2010 році ПАТ «Луганськтепловоз» перейшов у повне управління до Закритого акціонерного товариства «Керуюча компанія «Брянський машинобудівний завод» (Російська Федерація). Однак, уже з 2010 року в Україні почали утворюватися нові виробничі потужності із виробництва локомотивів менших масштабів, але вже з партнерами з Європейського Союзу, що компенсує втрату ПАТ «Луганськтепловоз».

Майже весь період діяльності вагонобудівних і локомотивобудівних підприємств України можна охарактеризувати як такий, що пов'язаний з постійними організаційно-структурними змінами різних масштабів і спрямування. Протягом нього мали місце періодичні організаційні реформації, більш активні (майже щорічні) внутрішні і зовнішні реструктуризації, а паралельно з ними відбувався

постійний реінжиніринг процесів виробництва і управління. Усі ці процеси відбувалися, як правило, з метою підвищення ефективності діяльності підприємств, забезпечення їхньої керованості, скорочення чисельності і підвищення продуктивності.

Найменш активними можна вважати зміни організаційно-правової форми підприємств (табл. 1). Спочатку вони відбувалися у зв'язку із широкомасштабною приватизацією державних підприємств, коли вони стали корпоративними із різними частками державної власності. Потім відбулися зміни у господарському законодавстві і відкриті та закриті акціонерні товариства змушені були змінити свої статутні документи. У цей же час лише кілька підприємств (ТОВ «Харківський вагонобудівний завод» і ДП «Дарницький вагоноремонтний завод») змінювала своїх власників, а також форму власності. Всі ці зміни не корелюються із змінами обсягів виробництва продукції, чисельності персоналу або нарощуванням виробничих потужностей підприємств з виробництва продукції залізничного рухомого складу.

Таблиця 1

КІЛЬКІСТЬ І ХАРАКТЕР РЕФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН НА ОСНОВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ У 1992–2016 рр.

Найменування підприємства	Кількість організаційних реформувань	Характер організаційних реформувань (ланцюжок змін)
ПАТ «Азовзагальмаш»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ПАТ «Дніпровагонмаш»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ПАТ «Дніпровагонрем-буд»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ПАТ «Маріупольський завод важкого машино-будування»	3	ДП–ВАТ «Азов»–ВАТ «МЗВМ»–ПАТ «МЗВМ»
ПАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ТОВ «Харківський вагонобудівний завод»	2	ДП–ЗАТ–ТОВ
ПАТ «Луганськтепловоз»	2	ДП–ВАТ–ПАТ
ДП «Дарницький вагоноремонтний завод»	1	ДП–ПрАТ
ПрАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого Повстання»	2	ДП–ВАТ–ПрАТ

Примітки: ДП — державне підприємство, ВАТ — акціонерне товариство відкритого типу, ЗАТ — акціонерне товариство закритого типу, ПАТ — публічне акціонерне товариство, ПрАТ — приватне акціонерне товариство, ТОВ — товариство з обмеженою відповідальністю

Зміна організаційно правової форми підприємств не завжди тягнула за собою зміну внутрішньої організаційної будови підприємств, однак нарощування або спад виробництва, збільшення або скорочення чисельності персоналу, зміна технологій виробництва продукції і підходів до управління виробничими процесами потребували змін кількості внутрішніх структурних підрозділів, чисельності персоналу в цих підрозділах. Такі зміни найчастіше називають удосконаленням організаційної структури або внутрішньою реструктуризацією підприємства. За нової організаційної парадигми такі процеси вважаються реорганізаційними.

Збільшення попиту на окремі види вагонобудівної продукції підприємства, що цю продукцію виготовляли, не лише залучали більшу кількість працівників, а і збільшували кількість виробничих цехів та управлінських підрозділів (табл. 2).

ПАТ «Азовзагальмаш» у 2004 р. у складі лише вагонобудівного виробництва (окрім виробництва продукції важкого машинобудування і виробництва продукції загального машинобудування) кількість виробничих цехів становила 8 одиниць, а вже у 2012 р. (пік попиту на продукцію вагонобудування) кількість цехів становила 17 одиниць. На ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» кількість виробничих цехів змінилась з 4 одиниць до 6 одиниць, на ПАТ «Стахановський вагонобудівний завод» — з 10 до 7 (при ліквідації спеціалізованого виробництва металокопункцій і створення спеціалізованого виробництва вантажних вагонів з без цеховою структурою), ПрАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого Повстання» — з 7 до 8 цехів, ПАТ «Дніпропетровський завод з ремонту та будівництва пасажирських вагонів» кількість основних цехів не змінилась (відбулася ліквідація цеху розбирання вагонів, що стосується ремонтних функцій, і утворення збирального виробництва). При цьому, на майже всіх вагонобудівних підприємствах відбулося суттєве зростання обсягів виробництва, а також чисельності персоналу.

Підвищення попиту на вагонобудівну продукцію на більшості підприємств викликало збільшення чисельності персоналу і кількості структурних підрозділів. Однак, після зниження обсягів виробництва скорочення кількості підрозділів і адекватне зниження чисельності персоналу не завжди відбувалось. Економіко-математичне дослідження волатильності обсягів виробництва, чисельності персоналу, кількості і функціональної спрямованості підрозділів дозволило констатувати відсутність прямої залежності між фактами створення або скорочення структурних підрозділів і обсягами виробництва, зміною організаційно-правової форми цих підприємств (табл. 3) хоча така залежність повинна мати місце. Такий стан речей емпірично підтверджує потребу в упорядкованому управлінні реорганізаціями підприємств залізничного машинобудування.

Таблиця 2
ОСНОВНІ ЗМІНИ У ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ ВАГОНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У 2004–2014 рр.

Назва показника	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ПАТ «Азовгазаш»											
Створено структурних підрозділів, од.	0	0	6	4	10	2	1	54	2	4	10
Ліквідовано структурних підрозділів, од	0	0	4	1	2	9	1	19	0	5	22
Середньооблікова чисельність, осіб	5998	5888	6216	7285	7841	6427	6582	12884	14060	12027	9919
Обсяги продажу продукції, млн.грн	851	725	284	94	68	77	451	64	71	85	19
ПАТ «Крюківський вагонубудівний завод»											
Створено структурних підрозділів, од.	3	5	0	0	5	2	7	2	2	0	0
Ліквідовано структурних підрозділів, од	0	1	0	1	3	2	7	1	1	0	7
Середньооблікова чисельність, осіб	6798	6913	6788	6785	7604	6959	7128	8030	8450	8409	7084
Обсяги продажу продукції, млн.грн	1328	1396	1138	2065	3253	1419	4369	6178	7216	3769	2827
ПАТ «Маріупольський завод важкого машинобудування»											
Створено структурних підрозділів, од.	0	1	5	13	3	14	5	0	2	0	0

Ліквідовано структурних підрозділів, од	0	3	2	8	5	8	3	54	0	0	0
Середньооблікова чисельність, осіб	230	10608	9708	н/д	6899	5695	5284	71	27	16	11
Обсяги продажу продукції, млн грн	1831	2233	2535	2584	3217	1071	2729	540	235	167	120
ПАТ «Стахановський вагобудівний завод»											
Створено структурних підрозділів, од.	2	5	4	8	9	4	10	3	1	2	4
Ліквідовано структурних підрозділів, од	0	1	4	1	7	15	8	4	1	3	0
Середньооблікова чисельність, осіб	3073	3243	4400	5765	3878	3840	4869	4750	4752	2537	2196
Обсяги продажу продукції, млн грн	216	258	457	1188	1768	457	2881	3497	2940	1414	289
ПАТ «Дніпропетровський завод з ремонту та будівництва пасажирських вагонів»											
Створено структурних підрозділів, од.	0	0	0	0	24	14	12	6	1	3	0
Ліквідовано структурних підрозділів, од	0	0	0	0	5	23	7	6	0	12	0
Середньооблікова чисельність, осіб	3750	3583	3094	1844	1029	874	781	828	1002	887	766
Обсяги продажу продукції, млн грн	330	380	128	21	16	30	275	158	313	411	169

Назва показника	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ПРАТ «Київський електроагоне- монтний завод ім. Січневого Повс- тання 1918 р.»											
Створено структурних підрозділів, од.	–	–	–	2	–	–	–	–	–	–	0
Ліквідовано структурних підрозділів, од	–	–	–	4	–	–	–	–	–	–	0
Середньооблікова чисельність, осіб	2111	1930	1840	1763	1794	1597	1555	1560	1491	1366	1214
Обсяги продажу продукції, млн грн	68	79	121	148	194	138	201	203	257	105	147
ПАТ «Дніпроагонемаш»											
Створено структурних підрозділів, од.	1	0	0	1	6	1	0	1	0	1	4
Ліквідовано структурних підрозділів, од	1	0	0	3	5	0	1	0		0	0
Середньооблікова чисельність, осіб	3482	3839	4114	4069	4071	3454	4044	3991	4187	3457	2856
Обсяги продажу продукції, млн грн	461	625	502	783	1429	295	2362	3877	3911	1326	383

Реінжиніринг в організації діяльності підприємств з виробництва залізничного рухомого складу, здійснювався паралельно із зміною організаційно-правової форми підприємства (або організаційним реформуванням) і організаційною реструктуризацією. Головними процесами такої реорганізації діяльності було переоформлення або розробка нових положень про структурні підрозділи, зміна технологічних процесів виконання ремонтних і вагонобудівних робіт, а також зміна форм представлення виробничих процесів за вимогами міжнародних стандартів якості.

Таблиця 3

**ЗНАЧЕННЯ КОРЕЛЯЦІЇ БАЗОВИХ КІЛЬКІСНИХ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-СТРУКТУРНИХ ПОКАЗНИКІВ ОСНОВНИХ
ВАГОНБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ (ЗА ДАНИМИ 2004–2014 РР.)**

Показник	ПАТ «Азовзагальмаш»	ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	ПАТ «Маріупольський завод важкого машинобудування»	ПАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	ПАТ «Дніпропетровський завод з ремонту та будівництва пасажирських вагонів»	ПРАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Стічного Повстання 1918 р.»	ПАТ «Дніпровагонмаш»
Кореляція між кількістю підрозділів і обсягами виробництва	-0,5928	0,6883	0,8330	0,2250	-0,1793	-0,69893	0,5084
Кореляція між кількістю підрозділів і чисельності персоналу	0,9865	0,7921	0,6912	0,4419	-0,8184	0,805239	-0,1180
Кореляція між чисельністю персоналу і обсягами виробництва	-0,5783	0,8373	0,7337	0,9721	0,2684	-0,58303	0,4953

Примітка. Розраховано на основі даних табл. 2.

На основі результатів дослідження проведення реінжинірингу робіт і процесів на підприємствах вагонобудування констатовано, що перепроєктування робіт у виробничій сфері підприємства в основному відбувалась у якості уточнення, зміни або розробки

нової технологічної документації на основні виробничі процеси, а в управлінській — уточнення, внесення змін або розробка нових положень про структурні підрозділи. Якість робіт з реінжинірингу у виробничій сфері та управлінські достатньо різна, якщо у виробничій сфері основою такої діяльності є комплекс стандартів з технологічної підготовки, забезпечення і обслуговування виробництва, то в управлінській сфері таких регламентів не існує, тому в ній на кожному підприємстві реінжиніринг процесів здійснюється на власний розсуд працівників, що такі роботи виконують.

Висновки. Підводячи загальний підсумок результатам дослідження реорганізаційних процесів на підприємствах вагонобудування України слід констатувати, що дана діяльність проводиться спонтанно, як правило під впливом зовнішніх чинників і на основі суб'єктивних оцінок керівників підприємства, тобто без ґрунтовного визначення необхідності і доцільності реорганізацій, без об'єктного проектування пропонованих організаційних змін та оптимізації фінансових витрат на таку діяльність. Таким чином, можна зробити висновок про те, що процеси реорганізації на підприємствах доцільно підпорядкувати певній меті діяльності даного суб'єкта господарювання, утворивши розгалужену систему управління реорганізаційними процесами.

Список літератури

1. *Гохан Патрик А.* Слияния, поглощения и реструктуризация компаний / Патрик А. Гохан; [пер. с англ. — 3-е изд.] — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 741 с.
2. *Депамфилис Д.* Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании / Доналд Депамфилис; [пер. с англ.] — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — 960 с.
3. *Довбня С.Б.* Методические основы и направления реструктуризации предприятий в промышленности: Монография / С.Б. Довбня. — Днепропетровск: Наука и образование, 2002.— 312 с.
4. *Марченко В.М.* Самоорганізація злиття та поглинання: умови та потенціал: монографія / В.М. Марченко. — К.: НУХТ, 2011. — 357 с.
5. *Махова Г.В.* Практика формування стратегічних альянсів підприємств в Україні / Г.В. Махова // Стратегія розвитку України. — К.: Книжкове вид-во НАУ, № 1-2, 2008. — С. 211—215.
6. *Hammer M.* Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution / M. Hammer, J. Champy . New York: HarperBusiness. 1993. — 257 p.

7. Champy J. Reengineering Management: The Mandate for New Leadership / J. Champy. — London: Harper Collins Business. 1995. — 240 p.
8. Кукоба О.В. Триспрямованість реорганізаційних процесів на підприємствах / О.В.Кукоба // Економіка підприємства : теорія та практика : зб. мат. V Міжнар. наук.-практ. конф. 10 жовт. 2014 р. — К.: КНЕУ, 2014. — С. 160—161
9. Кукоба О.В. Ключові наукові проблеми у теорії реорганізації підприємств / О.В. Кукоба / Формування ринкової економіки Ч. 1. — К.: КНЕУ. 2008. — С. 367—371
10. Кукоба О.В. Сучасне бачення сутності реорганізації підприємств / О.В.Кукоба // Економіка Крима. — № 28. — 2009. — С. 82—85
11. Кукоба О.В. Сучасні новації в теорії менеджменту реорганізаційних процесів на підприємствах / О.В. Кукоба // Стратегія економічного розвитку України . № 35. — 2014. — С. 40—50
12. Державна служба статистики. Статистична інформація: Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності за січень-грудень 2016 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/orp/xls/orp0916_u.zip
13. Індекси промислової продукції за видами діяльності за січень-грудень 2016 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/ipp_vd_m/ipp_vd_m_u/ipp_vdm1016xls_u.zip

References

1. Gohan, Patrik A. (2007) Slijanija, pogloshhenija i restrukturizacija kompanij. [per. s angl. — 3-e izd.] — Moskow : Al'pina Biznes Buks. [in Russian]
2. Depamfilis, D. (2007) Slijanija, pogloshhenija i drugie sposoby restrukturizacii kompanii. Moskow: ZAO «Olimp-Biznes». [in Russian]
3. Dovbnja, S.B. (2002) Metodicheskie osnovy i napravlenija restrukturizacii predprijatij v promyshlennosti: Monografija. Dnepropetrovsk: Nauka i obrazovanie (Science and education). [in Russian]
4. Marchenko, V.M. (2011) Samoorganizacija zlyttya ta poglynannya: umovy ta potencial: monografiya. — Kyiv: NUHT. [in Ukrainian]
5. Mahova, G.V. (2008) Praktyka formuvannya strategichnyh al'yansiv pidpryemstv v Ukrayini. Strategiya rozvytku Ukrayiny (Ukraine development Strategy). # 1-2, 211-215 [in Ukrainian]
6. Hammer, M., & Champy, J. (1993). Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution. — New York, NY: HarperBusiness.
7. Champy, J. (1995). Reengineering management: the mandate for new leadership. — New York: HarperBusiness.
8. Kukoba, O.V. (2014, October 10) Tryspryamovanist' reorganizacijnyh procesiv na pidpryemstvah // Ekonomika pidpryemstva: teoriya ta praktyka : zb. mat. V Mizhnar. nauk.-prakt. konf. 10 zhovt. 2014 r. (Economy of Enterprise: Theory and Practice). — Kyiv : KNEU, 160—161 [in Ukrainian]

9. Kukoba, O.V. (2008) Klyuchovi naukovi problemy u teorii reorganizacii pidpryemstv. Formuvannya rynkovoyi ekonomiky (Formation of market economy). — Kyiv: KNEU, 367-371 [in Ukrainian]

10. Kukoba, O.V. (2009) Suchasne bachennya sutnosti reorganizaciyi pidpryemstv . Ekonomika Kryma (Economy of Crimea), # 28, 82-85

11. Kukoba, O.V. (2014) Suchasni novaciyi v teoriiy menedzhmentu reorganizacijnyh procesiv na pidpryemstvah. Strategiya ekonomichnogo rozvytku Ukrayiny (Ukraine Economic Development Strategy). # 35, 40-50 [in Ukrainian]

12. Derzhavna sluzhba statystyky (2016, December 1). Statystychna informaciya: Obsyag realizovanoj promyslovoj produkciji za vydamy diyal'nosti za sichen`-gruden` 2016 roku. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/orp/xls/orp0916_u.zip (2016, December 5) [in Ukrainian]

13. Indeksy promyslovoj produkciji za vydamy diyal'nosti za sichen`-gruden` 2016 roku (2016, December 1). http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/ipp_vd_m/ipp_vd_m_u/ipp_vdm1016xls_u.zip (2016, December 5) [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 09.11.2016 р.

УДК 338.48: 658.64

А.В. Солов'янчик, аспірантка
кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОЦЕСНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

PROCESS MODEL OF STRATEGIC MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS, SERVICES

A. Solovianchuk, Postgraduate student,
Department of Enterprise Economics
SHEI «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman»

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена питанню стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств, зокрема розкрито сутність стратегічного управління, виділено окремі етапи процесу управління конкурентоспроможністю. Виділено особливості ринку послуг. На базі існуючої практики розроблено та описано процесну модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств, яка адаптована саме для сфери послуг. Модель базується на паралельному ви-

конанні двох основних процесів: оцінювання конкурентоспроможності та розробка оптимальної моделі бізнес-процесів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегія, стратегічне управління, управління конкурентоспроможністю, забезпечення конкурентоспроможності підприємства, модель стратегічного управління.

ABSTRACT. The article describes the issues of strategic management of competitiveness of enterprises, particularly in the text reveals the essence of strategic management to isolate individual stages of the management of competitiveness. we have identified features of the market. Based on current practices developed and described a process model of strategic management of competitiveness of enterprises, which is adapted to service. strategic management competitive service industries aimed at optimizing business processes, enabling efficient use of people who provide services to ensure a high level of service and quality, because it depends on the competitiveness of enterprises. To improve business processes, we analyze a number of parameters that characterize most specific field and highlight problem areas, then develop strategic alternatives are addressed. Thus, the model based on the parallel execution of two major processes: assessment of the competitiveness and development of optimal business process model.

KEYWORDS: strategy, strategic management, competitiveness, ensuring the competitiveness enterprises, strategic management model.

Стратегічне управління на підприємстві відіграє ключову роль у побудові загальної стратегії розвитку компанії та забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Основою будь-якого процесу управління є чотири функції управління: планування, організація, мотивація та контроль, у межах яких кожен співробітник виконує ряд задач і несе за них відповідальність. Але при цьому важливо правильно та раціонально розподілити ці обов'язки та зони відповідальності. Також варто враховувати особливості бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві, вони принципово відрізняються на виробничих підприємствах і підприємствах сфери послуг. Тому метою дослідження як раз є виявити особливості діяльності підприємств сфери послуг і сформувати модель стратегічного управління конкурентоспроможністю таких підприємств.

Питання, пов'язані з стратегічним аналізом, досліджувало багато вчених, зокрема Кравченко О.В., Сасенко М.Г., Гаркуша Н.М., Паліхов А.В., Брадұл О.М., Вінокуров В.А., Герчікова І.Н., Жукевич С.М., Мних Є.В., Ференц І. Д., Наливайко А.П., Ендрюс К. та інші. Основні принципи та підходи до управління конкурентоспроможністю підприємств широко окреслені в працях М.М. Галелюк М.М, Кузьміна О.Є., Балабанової Л.В., Бондаренко Г.С., Мансурова Р. Є., Кузьміна О. Є., Горбаля Н.І., Піддубного І. О.,

Піддубної А. І., Н.А. Савельєвої Н. А. та інших. Але мало хто з науковців виділяв у своїх дослідженнях окремо підприємства виробничої сфери, окремо підприємства сфери послуг. Тому ми зосередили своє дослідження конкретно на підприємствах, які надають послуги.

Стратегічне управління — це процес розробки та впровадження стратегії відповідно до місії підприємства. Загальною місією для кожного підприємства є максимізація прибутку та найкраще задоволення потреб споживачів. Саме високий рівень конкурентоспроможності підприємства дозволяє досягти основної місії підприємства. Тому стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства — розробка та впровадження стратегії забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства. У науковій літературі виділяють три класичні підходи до управління конкурентоспроможністю: системний, процесний і ситуаційний [1].

Розробляючи певну стратегію управління конкурентоспроможністю, важливо чітко розуміти, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства, яким чином формується та з чого складається конкурентоспроможність підприємства. Тому зупинимось саме на процесному підході, який передбачає виділення таких етапів у процесі управління: вияв чинників впливу, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища на рівень конкурентоспроможності підприємства; оцінка їх значимості, аналіз і групування цих чинників; оцінка впливу обраних чинників на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення рівня конкурентоспроможністю; прогнозування зміни рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах мінливого середовища; з'ясування шляхів і методів підвищення конкурентоспроможності; розробка комплексу заходів по підвищенню конкурентоспроможності; оцінка витрат на реалізацію розроблених заходів.

Переходячи до питання стратегічного управління конкурентоспроможністю, згадаємо, що метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення здатності підприємства формувати, утримувати та реалізовувати конкурентні переваги, що охоплюють усі основні бізнес-процеси економічного управління підприємством з урахуванням інтересів усіх зацікавлених осіб на усіх рівнях (оперативному, тактичному та стратегічному) для підвищення конкурентоспроможності як цілеспрямованого процесу змін, що створюють позитивні передумови для стійкого функціонування та розвитку підприємства під впливом факторів

зовнішнього та внутрішнього середовища, покращення показників діяльності, підвищення конкурентного статусу.

Схематично процес управління конкурентоспроможністю підприємства можемо представити таким чином (рис. 1).



Рис. 1. Процес управління конкурентоспроможністю підприємств (розроблено автором)

Головна ідея процесного підходу полягає в тому, що управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається з точки зору реалізації основних управлінських функцій: цілепокладання, планування, організація та контролю. Перш за все, ми виділяємо основні цілі на майбутній період, потім створюється сама система, яка буде управляти всім процесом, сюди можемо віднести: об'єкт — чим ми будемо управляти, суб'єкт — хто буде управляти, методологія та принципи — як управляти, інструментарій — за допомогою чого управляти. У цьому й полягає організаційна функція.

Функція планування передбачає розробку конкурентної стратегії, для цього слід провести аналіз і моніторинг факторів і чинників конкурентоспроможності, вивчити ринок, поведінку конкурентів. Такий аналіз дозволяє віділити основні наявні та потенційні конкурентні переваги, а в подальшому, обрати конкурентну стратегію та шляхи її реалізації. Наступною функцією є оцінка — ми оцінюємо свої результати, для цього визначаємо рівень конкурентоспроможності підприємства за допомогою вже

визначенних критерії, які були розроблені на попередніх етапах з урахуванням наших цілей. Провівши аналіз, ми корегуємо подальші цілі та починаємо новий етап.

Говорячи про ринок послуг, дуже важливо пам'ятати про ті характерні риси, що притаманні саме послугам і відповідно формують їх конкурентні переваги:

- невідчутність: їх не можна повністю відчутти до моменту придбання, тому покупець просто змушений довіряти словам продавця, а продавець, у свою чергу, змушений викликати довіру в покупця, для чого продавець прагне підвищити помітність товару; зосередити увагу на перевагах, пов'язаних з послугою; придумати для послуги фірмову назву; залучити до пропаганди когось із відомих людей;

- невіддільність від джерела – послугу неможливо відділити від джерела її надання;

- несталість якості: якість послуг залежить від постачальника, часу й місця подання;

- неможливість зберігання: послугу неможливо зберігати, що виходить з її нематеріальної природи.

Тому ми не можемо прирівнювати та застосовувати однакові моделі для аналізу виробничих підприємств і підприємств, що надають послуги. Виходячи з викладеного, пропонуємо розглянути модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг (рис. 2).

Стратегічне управління конкурентоспроможністю охоплює паралельно два основні процеси: оцінювання конкурентоспроможності та розробка оптимальної моделі бізнес-процесів. Перш за все, ми визначаємо, який рівень конкурентоспроможності має наше підприємство, для цього обирається ряд показників, що характеризують діяльність підприємства конкретної сфери, всі показники ми ділимо за групами — 5Р. За основу ми обрали комплексну маркетингову модель 4Р. Ця модель була вперше запропонована Дж. Маккарті в 1960 році, вона дозволяє комплексно оцінити продукт чи послугу, що надає підприємство, та як результат розробити ефективну стратегію просування на ринку. Для сфери послуг вважаємо доцільним доповнити класичну модель ще однією складовою — «professionalism», трансформувавши її в комплекс з 5Р, адже усі підприємства, що надають послуги дуже орієнтовні на споживача, їх конкурентоспроможність залежить перш за все від професіоналізму людини, що надає ці послуги. Складові моделі 5Р — це ті групові показники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

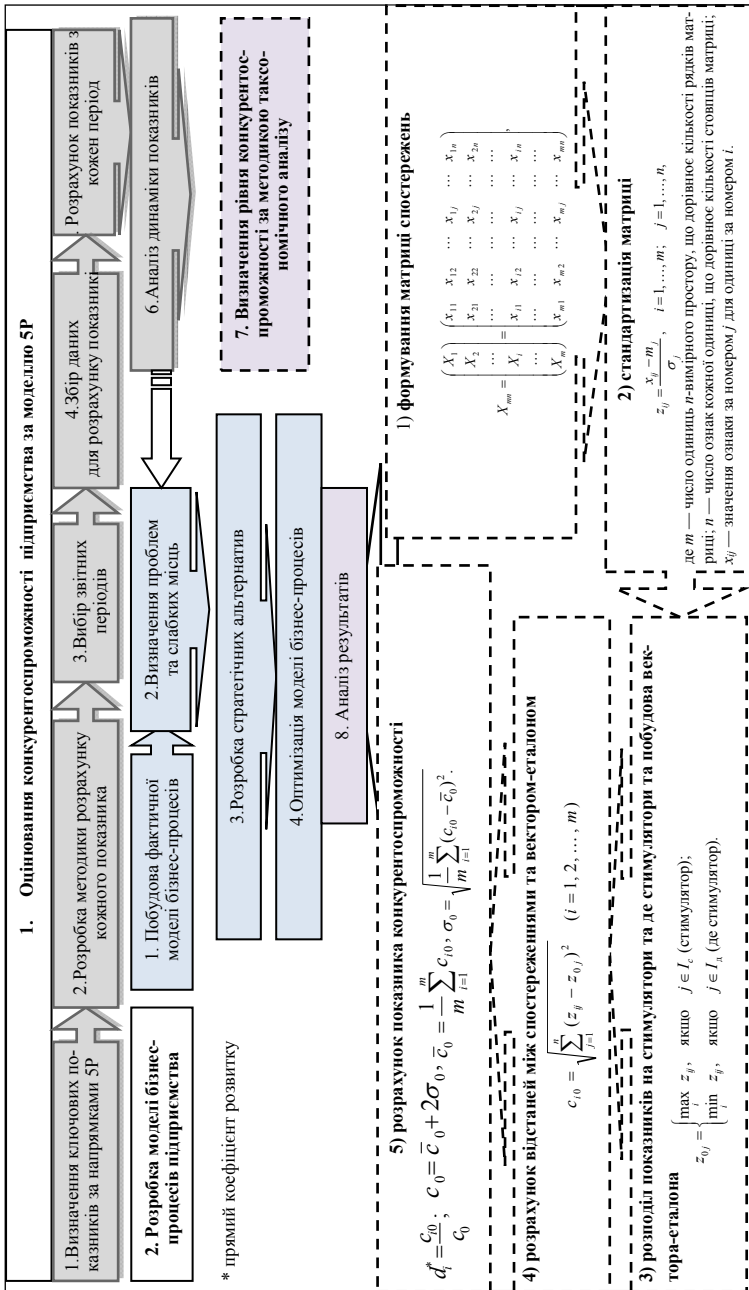


Рис. 2. Модель стратегічного управління підприємством сфери послуг (розроблено автором)

Ми аналізуємо всі складові кількісно, тому необхідно виділити ряд показників для кожної групи, які можна розрахувати. Тому другий крок у цьому процесі — це розробка методики розрахунку кожного показника.

Далі ми аналізуємо діяльність та обираємо ті звітні періоди, які хочемо оцінити, при цьому враховуючи сезонність діяльності, адже деякі сфери доцільніше аналізувати за сезонами, а не за роками. Зібравши дані та розрахувавши всі показники, ми можемо провести експрес аналіз їх динаміки. Це дозволить нам виявити слабкі місця у діяльності. Тут паралельно будуємо фактичну модель бізнес-процесів і співставляємо їх з результатами розрахунку показників. Таким чином ми визначаємо ті бізнес-процеси, що потребують вдосконалення, щоб наші показники стали кращими. Далі продовжуємо розраховувати загальний показник конкурентоспроможності, використовуючи методику таксономічного аналізу. Назва таксономічного методу походить від двох грецьких слів: таксис (розміщення, порядок) і номос (закон, правило, принцип). Таким чином, таксономія — це наука про правила упорядкування та класифікації. Етапи проведення таксономічного аналізу детально розглянуті в роботах В. Плюти [2], Г. Янкового [3, 5], В. Г. Семенової [4], І.М. Репіної [6].

В процесі аналізу ми обираємо ознаки-симптоми тобто показники, що мають кількісний вимір і дозволяють прослідкувати, яким чином латентні показники впливають на ту чи ту досліджувану характеристику. Для того, щоб обрати такі симптоми, необхідно дотримуватися таких умов: не потрібно забувати, що всі ознаки-симптоми, які використовуються для характеристики багатьох вимірних об'єктів, є кількісними, а не атрибутивними; «принципи достатності» (необхідно використовувати мінімальну, але достатню кількість ознак, які всебічно характеризують об'єкти, що вивчаються); «принцип допустимої мультіколінеарності» (кожна ознака повинна бути представлена тільки одним показником, дублювання є небажаним); «принцип достовірності» [4]. Обравши необхідні ознаки ми будуємо матрицю спостережень, стандартизуємо її, щоб привести всі показники до одного виміру.

Будуємо вектор-еталон, поділивши всі ознаки на стимулятори та де стимулятори, і знаходимо відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном. Ці відстані служать основою для побудови показника розвитку, який знаходиться в інтервалі $[0; 1]$ та має при цьому таку інтерпретацію: окремий об'єкт (процес) у даному періоді тим більше розвинутий, чим ближче значення узагальнюючого показника до одиниці. З його допомогою можна оцінити до-

сгнугий у деякий період або момент часу «середній» рівень значення ознак, що характеризують явище чи процес. Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміни значень ознак досліджуваних груп. Інтерпретація даного показника така: він приймає високі значення при великих значеннях стимуляторів і низькі значення — при малих значеннях стимуляторів. Останні етапи можна проводити також аналізу на основі класичного алгоритму були виконані за допомогою програми STATISTICA (V 5.5 A), модуля «Кластерний аналіз» (Cluster analysis) [5].

Маючи показник конкурентоспроможності підприємства та знаючи фактори, що впливають на його результат, розробляємо стратегічні альтернативи розвитку та оптимізуємо модель бізнес-процесів.

Отже, стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг спрямоване на оптимізацію бізнес-процесів, що дозволить ефективно використовувати людей, які надають послуги, забезпечити високий рівень сервісу та якості послуг, адже саме від цього залежить рівень конкурентоспроможності таких підприємств. Щоб вдосконалити бізнес-процеси, ми аналізуємо ряд показників, що найбільш характеризують конкретну сферу та виділяємо проблемні місця, далі вже розробляємо стратегічні альтернативи вирішення.

Список літератури

1. *Заїка О. О.* До питань про конкурентоспроможність підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Заїка // Економіка і менеджмент культури. — 2013. — № 1. — С. 81-84. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ekmk_2013_1_18.pdf
2. *Плюта В.* Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / В. Плюта; [пер. с польск. В. В. Иванова]. — М. : Финансы и статистика, 1989. — 175 с.. — (Библиотека иностранных книг для экономистов и статистиков).
3. *Янковий О. Г.* Латентні ознаки в економіці : монографія / Щ. Г. Янковий. — Одеса : Атлант, 2015. — 168 с.
4. *Семенова В. Г.* Використання економіко-математичних методів у дослідженні ефективності управління інтелектуальною власністю підприємств // Проблеми економіки № 3, 2015. — С. 336-341.
5. *Янковой А. Г.* Многомерный анализ в системе STATISTICA: монография / А. Г. Янковой. — Одеса : Оптимум, 2001. — 216 с.
6. *Репіна І. М.* Таксономічний аналіз ефективності формування та використання активів підприємства / І. М. Репіна // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс] : зб. навк. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України. ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; відп. ред. О. О. Беляєв. — 2011. — Вип. 26, ч. 2. — С. 440-457.

References

1. Zai'ka, O. O. (2013) Issues of competitiveness. *Ekonomika i menedzhment kul'tury*, 1, 81-84. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ekmk_2013_1_18.pdf (in Ukr.)
2. Pluta, V (1989) Comparative multivariate analysis in econometric modeling [translation from Polish. Ivanov, V.V] . — M.: Finance and Statistics, 175 (in Russ.)
3. Yankovyi, O.G. (2015) Latent signs in the economy: monograph. — Odesa: Atlant, 168 (in Ukr.)
4. Semenova, V.G. (2015) The use of economic and mathematical methods in the study of the efficiency of enterprise intellectual property management // *Problemy ekonomiky*, 3, 336-341. (in Ukr.)
5. Yankovyi, A.G. (2001) Multivariate analysis in STATISTICA system: monograph — Odesa: Optium, 2016 (in Russ.)
6. Repina, I.M. (2011) Taxonomic analysis of the efficiency of formation and use of assets // *Formuvannya rynkovoyi ekonomiky*. — K.: KNEU, 26.2, 440-457 (in Ukr.)

Стаття надійшла до редакції 20.11.2016 р.

УДК 338.222 : 330.16

I.I. Топішко, канд. екон. наук, доцент
кафедри економічної теорії,
менеджменту та маркетингу
Національного університету
«Острозька академія»

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

SOCIAL RESPONSIBILITY PROBLEMS OF BUSINESS IN THE INNOVATION ECONOMY

Ivan Topishko, PhD in Economics, Associate Professor
Department of Economic Theory,
Management and Marketing
National University «Ostroh Academy»

АНОТАЦІЯ. Розкрито сутність категорії «соціальна відповідальність бізнесу». Охарактеризовано особливості моделей соціальної відповідальності. Акцентовано увагу на пострадянській її модифікації. Зазначено здобутки і втрати, які бізнес має при дотриманні соціально відповідальної поведінки. Окреслено чинники впливу на формування системи соціальної

відповідальності учасників суспільних відносин. Підкреслено, що інноваційна модель економіки висуває нові підвищені вимоги до соціально відповідальної поведінки суб'єктів суспільних відносин. Особливо це стосується формату соціально-трудова відносин.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: соціальна відповідальність підприємства, соціальні програми, соціально-трудова відносини, інноваційна економіка.

ABSTRACT. The essence of the category of «social responsibility» was describe. The features of social responsibility models were characterized. Its post-soviet modification was in the centre of attention. Main gains and losses of business in case of socially responsible behavior were indicated. The factors that influence the formation of social responsibility system of participants in public relations were outlined. It was stressed that innovative model of economy brings new increased requirements for socially responsible behavior of participants in public relations. This is especially true for socio-labor relations.

KEY WORDS: social responsibility of enterprise, social programs, socio-labor relations, innovative economy.

Актуальність дослідження. Сучасні суспільні трансформації актуалізують проблему соціальної відповідальності суб'єктів економіки (підприємств, держави, особи). Вона відображає систему цінностей соціуму. До системи соціальної відповідальності учасників соціально-економічних відносин потрібно підходити як до важливого соціального інституту з багаторівневою системою управління на добровільному і довільному порядку дотримання суспільних норм.

За непростих умов буття українського соціуму механізм її формування, підтримки та удосконалення має здійснювати інтегральний соціальний та економічний вплив на його розвиток. Важливо стимулювати суспільство і бізнес до взаємної узгодженої співпраці в економічній, екологічній, соціальній сферах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки є сферою наукового інтересу багатьох вчених. Фундаментальними у цій сфері вважаються напрацювання Р. Акермана, Р. Бауера, С. Вартіка, Д. Вотави, Д. Вуда, А. Керрола, Ф Кохрена, Д. Свансона, С. Сеті, В. Фредеріка та інших зарубіжних науковців. Серед українських дослідників цієї тематики зазначимо Ю. Благова [1], І. Ворончак [2], З. Галушку [3], І. Грановську [4], Н. Дієву [5], А. Колота [6], В. Крикуна [7], С. Левицьку [8]. У наукових роботах вітчизняних вчених узагальнено набутки світової теорії, методології та практики впровадження соціальної відповіда-

льності бізнесу, держави та особи. Акцентовано увагу на українських реаліях.

Для кожної країни притаманна певна специфіка механізму формування соціальної відповідальності між роботодавцями і працівниками, корпораціями і владними структурами. В Україні в умовах трансформаційного періоду, під час/після етапу «дикого капіталізму», послаблення керуючої ролі держави, правового нігілізму досить важко проходить процес налагодження діалогу сторін соціально-економічних відносин. Важливо стимулювати зацікавленість управлінців цією тематикою, налагоджувати діалог між сторонами соціального партнерства щодо питань соціальної відповідальності, покращувати системність у звітуванні підприємств. Потрібно вивчати вимоги міжнародних інституцій щодо критеріїв ведення соціально відповідального бізнесу, здійснювати активну організаційну і пропагандистську роботу щодо їх дотримання в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження моделей соціальної відповідальності бізнесу, аналіз проблем її підтримання в умовах становлення інноваційної економіки і глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Створення і підтримання узгодженості інтересів соціуму і бізнесу, балансу в реалізації принципів економічної ефективності та соціальної справедливості, досягнення соціального компромісу стає домінантою у поступі сучасного суспільства. Загострюють ці проблеми виклики НТР і глобалізації, нагальна необхідність реалізації цілей сталого розвитку стосовно збалансованості соціально-економічних, демографічних та екологічних підходів.

У розвинутих країні світу здійснюється перехід до V укладу (високотехнологічні галузі) та VI («ультраукладу», який ґрунтується на біотехнологіях, аерокосмічній промисловості, нових матеріалах тощо) [9, с. 39]. Формування інноваційної економіки інтенсифікує усі процеси, висуває нові вимоги до якості людського капіталу і швидко його знецінює, посилює асиметричність у соціально-трудовах відносинах, зумовлює радикальні зрушення в соціальній структурі суспільства. Змінюються кількісні характеристики макроекономічної структури зайнятості.

У пошуках ефективних стратегій розвитку і конкуренції в умовах глобалізаційних викликів компанії спираються на розробку нових технологій виробництва, залучення і підготовку персоналу високого рівня професіоналізму, нові методи управління та управлінські рішення, новітні технології виходу на ринок [10, с. 75]. Інформатизація суспільства, модернізація виробництва, струк-

турна перебудова економіки актуалізує проблему конкурентоспроможності робочих місць. Становлення інноваційної економіки загострює суперечності розподілу тягаря пристосування суб'єктів суспільних відносин до змін у зовнішньому середовищі. Різноманітні аспекти їх соціальної відповідальності набувають нового формату.

В якості засадничої умови функціонування макросистеми «людина-держава-суспільство», зазначають О.О. Охріменко та Т.В. Іванова, соціальна відповідальність є «соціальним явищем, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів, соціальних норм, а у випадку їх порушення — застосування до порушників заходів впливу [11, с. 9]. Зміст категорії «соціальна відповідальність» розширено характеризують як сукупність різних діалектично взаємопов'язаних видів відповідальності (правової, моральної, економічної, політичної, професійної тощо). З філософських позицій це категорія етики, що ґрунтується на моральних вимогах. Юридичні аспекти пов'язані з правовою регламентацією виконання обов'язків і накладання санкцій за недотримання встановлених законів, норм, правил як системоутворювальних чинників [12]. Політологи акцентують увагу на соціальній відповідальності держави, економісти — на соціальній відповідальності бізнесу [13, с. 133].

За звуженого розуміння її сутності враховується міра, ступінь прийняття соціальним суб'єктом або групою соціально значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав та обов'язків у процесі сумісної діяльності з метою не нанесення збитку усталеному розвитку суспільства в цілому та окремих спільнот. Соціальна відповідальність слугує механізмом взаємозалежності соціальних суб'єктів, що займають різні статусні позиції в соціальній ієрархії [13, с. 134]. Вона виступає як мотиваційний та обмежувальний чинник їх діяльності. Мета її регулювання полягає у забезпеченні стабільності середовища життєдіяльності.

Ступінь «включення» в соціально-економічні процеси і взаємовідносини в суспільстві впливає на зміст і рівні відповідальності. З позицій особи — це усвідомлення наслідків власних дій (ставлення до праці та своїх обов'язків, сплата податків, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня, турбота про власне здоров'я, участь у громадському житті тощо). Бізнес відповідає за управлінські рішення та їх соціально-економічні результати для трудового колективу і суспільства, культуру організації. Держава — за регулювання умов життєдіяльності та її наслідки

для соціуму, виконання міжнародних обов'язків, забезпечення пріоритетності національних інтересів і досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку тощо. Соціальна відповідальність держави (органів державної влади різного рівня та органів місцевого самоврядування) є одним з механізмів забезпечення якості та ефективності державного управління.

Соціальна відповідальність підприємств має прояв у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Як правило, внутрішня складова залежить від ефективності діяльності та масштабів підприємства. Її скеровано на створення належних умов функціонування організації (оплата, умови, безпека праці працівників; здійснення соціальних програм; виробництво якісної продукції; сплата податків та організація господарської діяльності тощо). Зовнішню її складову скеровано на дотримання соціально-етичних принципів ведення бізнесу; благодійні справи (збір коштів і допомога); благодійний маркетинг (внески і відрядження відсотків від продажу товарів на благодійність); корпоративний соціальний маркетинг (підтримання здоров'я, захист навколишнього середовища), корпоративна філантропія (гранти благодійній організації, подарунки), волонтерська діяльність.

Вчені підкреслюють, що «соціальна відповідальність бізнесу є досить егоїстичною та існує лише в межах вигоди підприємства» [14, с. 3]. Внаслідок такої діяльності формується позитивна репутація компанії, безпечне середовище її діяльності, зростає довіра зацікавлених сторін (стейкхолдерів — співробітників, акціонерів, контрагентів, кредиторів та ін.).

Однак компанія часто несе втрати від соціальної активності. Це відмова від всемірної максимізації прибутку, розмивання основних цілей бізнесу, втрати ресурсів на непрофільні цілі. Соціальна активність організації відвертає увагу топ-менеджерів, персоналу, а також кошти від виконання основних функцій та знижує конкурентоздатність бізнесових структур [6, с. 16].

Політика соціальної відповідальності суб'єктів економіки формується під впливом багатьох факторів, зокрема:

- рівня соціально-економічного розвитку країни, якості інституціонального середовища та системи правозастосування;
- специфіки ділового і соціального середовища функціонування компанії, її масштабу та галузевої належності, рівня конкуренції та участі в міжнародному бізнесі;
- диференційованого характеру зв'язку різних напрямів соціальної відповідальності підприємства із параметрами його економічної діяльності;

- сили впливу соціальної діяльності підприємства на фінансово-економічні результати в коротко- і довгостроковому періодах;
- ціннісних орієнтирів власників компанії і топ-менеджерів;
- рівня доходів та інформованості споживачів [6, с. 15—16].

Зважаючи на історичні та економічні особливості розвитку соціально-економічних систем, у трактуванні закордонними та українськими вченими сутності соціальної відповідальності є певні розбіжності [16, с. 281—282]. Її концепції відображають особливості культурних парадигм суспільств, роль держави в економіці, домінуючий тип власності, механізм взаємодії суб'єктів соціально-економічних відносин.

Концептуальні засади соціальної відповідальності бізнесу досить розроблені західними вченими. Етапи її формування відображають розвиток країн-лідерів у другій половині ХХ ст.:

- 1950—1970 рр. Розробка базової концепції корпоративної соціальної відповідальності (Corporate Social Responsibility). Її фундаторами були Г. Боуен, К. Девіс, А. Керролл, М.Шварц;

- 1970—1990 рр. Розвиток концепції корпоративної соціальної сприйнятливості (Corporate Social Responsiveness) у працях Р. Акермана, Р. Бауера, Д. Вотава, С. Сеті, А. Керролла, В. Фредерік;

- 1980—2000-ні рр. Обґрунтування концепції корпоративної соціальної діяльності (Corporate Social Performance — CSP). Вагомим внеском стали дослідження С. Сеті, А. Керролла, С. Вартіка, Ф. Кохрена, Д. Вуда, Д. Свансона та ін. [6].

Подальший розвиток ці теорії отримали в концепціях «корпоративного альтруїзму» і «корпоративного громадянства» (Комітет з економічного розвитку США); «відповіді на вимоги суспільства» (Мак Вільямс, Сігель); «соціального статусу» (Дж. Галаскевич); «зацікавлених сторін» (Блум, Гундлах); «потрійної результативної діяльності» (Дж. Елкінгтон); «етична концепція» (Е. Фрімен); «концепція обов'язків» (А. Керролл) [17, с. 368—369].

Концепції соціальної відповідальності є основою її моделей. Вони різняться за роллю учасників (особи, держави, бізнесу), механізмом взаємодії між ними, умовами соціально-економічного розвитку країни. Виділяють основні чотири її моделі: американську, європейську (континентальну), японську, британську [18], а також пострадянську [19].

Американська модель ґрунтується на принципах лібералізму, мінімізації втручання держави в економіку, максимізації прибутковості корпорацій. Поширена у США, Канаді, англомовних державах Африки та Латинської Америки. Соціальна відпові-

дальність ґрунтується на добровільних ініціативах. Реалізується переважно у формі благодійництва, меценатства, волонтерства. Заохочується урядом у формі зниження податків. Підтримується суспільством. У своїй діяльності американські корпорації, підкреслює У. Волинець, більшу увагу надають зовнішній складовій соціальної відповідальності (поведінці підприємства на ринку, розбудові позитивних її відносин з регіональною і місцевою владою, охороні навколишнього середовища) [20, с. 3].

У Європі соціально відповідальна поведінка компаній інтегрована в громадську політику і регулюється державою. Підтримуючи прибутковість корпорацій, у той же час вона орієнтує їх на підвищення відповідальності за умови праці найманої робочої сили, рівень заробітної плати, випуск якісної продукції, реалізацію соціальних проектів населення [20, с. 4]. Британська її версія поєднує елементи європейської моделі щодо державної підтримки бізнесу та американської щодо добровільності та активності організацій у сфері соціальних проектів. В японській моделі увагу скеровано на внутрішнє середовище компаній, більшість з яких реалізує проекти «довічного найму». Роль держави значна. Проводиться політика вирівнювання доходів населення. Вирішенню соціально-економічних проблем притаманний високий рівень колективізму.

Пострадянська модель характеризується тим, що трансформаційні процеси щодо розбудови ринкової економіки відбувалися в умовах «прихватизації» та первісного нагромадження капіталу. Більшість підприємств ліквідовано і зруйновано їх соціальну базу (дитячі табори, будинки відпочинку тощо). Економіка України прямує у бік слаборозвинутих країн сировинної орієнтації. Розвинуті соціальні програми можуть здійснювати переважно експортноорієнтовані великі вітчизняні корпорації та транснаціональні корпорації. Діяльність решти суб'єктів економічної діяльності спрямовано на виживання, проведення обмежених соціальних програм. Соціальна відповідальність бізнесу здійснюється в межах «соціального партнерства», «благодійності», «соціального діалогу». Держава надає пільги при оподаткуванні прибутку в разі скерування коштів на добродійні заходи. Однак наявна пасивність бізнесу, громадськості, людей щодо пошуку шляхів встановлення взаєморозуміння у даній сфері та недовіра до соціальних проектів бізнесу. А. Колот підкреслює також слабкість суспільного контролю, брак навичок вирішення соціальних завдань і широкої суспільної підтримки [6, с. 6].

Разом з тим, зазначає Н.М. Градюк, український бізнес (особливо великий) уже на добровільних засадах відроджує традиції соціальної відповідальності (розвиває соціальну інфраструктуру підприємств; впроваджує спеціальні програми, у т.ч. підвищення кваліфікації персоналу; бере активну участь у благодійних акціях, екологічних заходах) [19].

Інноваційна модель економіки (яка ґрунтується на зростанні частки наукомісткого сектора виробництва, енергоощадливості, інформації, нових технологій, високотехнологічних робочих місцях, розвитку людського капіталу, загостренні конкуренції) висуває підвищені вимоги до соціально відповідальної поведінки суб'єктів суспільних відносин. Формуються нові соціальні ризики. Особливо це стосується формату соціально-трудова відносин. Структурна перебудова економіки супроводжується скороченням низькопродуктивних і надлишкових робочих місць. Як слушно зауважує О. Герасименко, в Україні дія цих чинників на фоні прогресуючого морального старіння виробничого обладнання промисловості «створює ризики зниження продуктивності праці та руйнує основу зростання конкурентоспроможності національної економіки» [9, с. 41]. Загострюється проблема соціальної відповідальності щодо професійного майбутнього вивільнених працівників [9, с. 45; 21]. Нові умови підвищують вимоги до дотримання корпораціями соціально відповідальної поведінки у внутрішньому її середовищі (створення умов належної безпеки, розширення можливостей для підвищення професійного рівня, достатність доходу).

Висновки. Структурні зрушення в економіці, що відбуваються під впливом НТР і глобалізації, формують виклики для суспільства. Соціально-економічні процеси набувають нестійкого характеру. Соціальні ризики зростають, посилюються і поглиблюються. Сучасні проблеми не можна вирішити лише на основі механізмів ринку. Важливо забезпечити урегульованість суспільних процесів через узгодження інтересів суб'єктів господарювання і соціуму, збалансування соціальних пропорцій і досягнення визначених пріоритетів з метою запобігання нагромадженню соціальних деформацій.

Список літератури

1. *Благов Ю.* Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции / Ю. Благов. — М.: Высшая школа экономики, 2010. — 272 с.

2. *Ворончак І.О., Демачкович Л.М.* Стратегія формування організаційної культури вітчизняних підприємств на засадах соціальної відповідальності бізнесу: регіональний аспект / І.О. Ворончак, Л.М. Демачкович // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. — 2016. — № 4 (04). — С. 265—270.

3. *Галушка З.І.* Інституалізація соціальної відповідальності бізнесу : механізм становлення / З.І. Галушка / Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. — 2014. — № 1. — С. 90-98.

4. *Грановська І.В.* Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу / І.В. Грановська // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/old_jm/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf

5. *Деева Н.М.* Науково-методичні основи щодо надання змін соціальної відповідальності суб'єктів економіки керованого характеру / Н. М. Деева // Економічний вісник Національного гірничого університету. — 2015. — № 2 (50). — С. 68-79.

6. *Колот А.* Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. Колот // Україна: аспекти праці. — 2013. — № 8. — С. 3-17.

7. *Крикун В.А.* Сутність та еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу / В.А. Крикун // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». — 2014. — Випуск 6. Ч. 1. — С. 91-94.

8. *Левицька С.О.* Соціальна складова підприємницької діяльності як об'єкт обліку / С.О. Левицька // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». — Острог: Видавництво НУ «Острозька академія», 2014. — Випуск 26. — С. 114-118.

9. *Герасименко О.* Соціально-трудові домінанти інноваційної економіки: сучасний стан та тенденції розвитку в Україні / О. Герасименко // Україна: аспекти праці. — 2014. — № 6. — С. 38-45.

10. *Куцик П.О., Ковтун О.І., Башнянин Г.І.* Джерела і стратегії розвитку та забезпечення конкурентного лідерства сучасних корпорацій у глобальній економіці / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин // Економіка України. — 2015. — № 7 (644). — С. 72-86.

11. *Охріменко О.О., Іванова Т.В.* Соціальна відповідальність [навч. посіб.]. — К.: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». — 2015. — 180 с.

12. *Каленіченко Л.І.* Дискусійні питання класифікації окремих видів соціальної відповідальності / Л.І. Каленіченко // Право і безпека. — 2015. — № 2. — С. 28-32.

13. *Андрющенко А.І., Рябець І.М.* Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу / А.І. Андрющенко, І.М. Рябець // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.readera.org/article/sotsialna-vidpovidalnist-teoretyeko-metodolohichniyi-aspekt-analizu-10157455.html> readera.org.

14. *Решновецький С.Л.* Сутність соціальної відповідальності як управлінської категорії / С.Л. Решновецький // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: file:///c:/users/user/downloads/kis_2013_1_38.pdf

15. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. Колот // Україна: аспекти праці. — 2013. — № 8. — С. 3-17.

16. Тлущкевич Н.В., Нечипорук В.В. Економічний зміст соціальної відповідальності / Н.В.Тлущкевич, В.В. Нечипорук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». — 2014. — Випуск 11 (41). — Ч. 1. — С. 279-284.

17. Градюк Н.М. Соціальна відповідальність підприємств: концептуалізація поняття / Н.М. Градюк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. — 2011. — Випуск 21.11. — С. 364-371.

18. Корпоративна соціальна відповідальність / За заг. ред. Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецової. — Вид. друге, виправл. і доповн. — К.: УБС НБУ, 2010. — 314 с.

19. Градюк Н.М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств / Н.М. Градюк // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_NNP_2011/Economics/10_91461.doc.htm

20. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності / У. Волинець // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20\(1\)_21.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20(1)_21.pdf)

21. Мортіков В. Соціально-трудова виграша та втрати організації в результаті змін у зовнішньому середовищі її функціонування / В. Мортіков // Україна: аспекти праці. — 2015. — № 1. — С. 17-21.

References

1. Blagov Yu. (2010). Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost. Evolyutsiya kontseptsii (Corporate Social Responsibility. Evolution of the concept) — М.: Vysshaya shkola ekonomiki. [in Russian].

2. Voronchak I.O., Demachkovy`ch L.M. (2016). Strategiya formuvannya organizacijnoyi kul`tury` vitchy`znyany`x pidpry`yemstv na zasadax social`noyi vidpovidal`nosti biznesu: regional`ny`j aspekt (The strategy of organizational culture of domestic enterprises on the basis of social responsibility: a regional perspective) — Sxidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya. [in Ukrainian]

3. Galushka Z.I. (2014). Insty`tualizaciya social`noyi vidpovidal`nosti biznesu :mexanizm stanovlennya (Institutionalization of CSR: mechanism of formation) — Nauchnyye trudy DonNTU. Seriya: ekonomicheskaya. [in Ukrainian].

4. Granovs`ka I.V. (2012). Mizhnarodni standarty` zvitnosti social`noyi vidpovidal`nosti biznesu (International accounting standards of CSR) — www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf [in Ukrainian].

5. Dieieva N.M. (2015). Naukovo-metodychni osnovy shchodo nadання zminam sotsialnoi vidpovidalnosti sub`iektiv ekonomiky kerovanoho

kharakteru (Scientific and methodical basis for the provision to controlled change of the social responsibility) *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*. [in Ukrainian].

6. Kolot A. (2013). Suchasna filozofia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv (Modern philosophy of corporate social responsibility: evolution of views) — *Ukraina: aspekty pratsi*. [in Ukrainian].

7. Krykun V.A. (2014). *Sutnist ta evoliutsiia kontseptsii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu* (The essence and evolution of corporate social responsibility) — *Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*. [in Ukrainian].

8. Levytska S.O. (2014). *Sotsialna skladova pidpriemnytskoi diialnosti yak ob'iekt obliku* (The social component of business activities as an object of accounting) — *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seriiia «Ekonomika». — *Ostroh: Vydavnytstvo NU «Ostrozka akademiia»*. [in Ukrainian].

9. Herasyenko O. (2014). *Sotsialno-trudovi dominanty innovatsiinoi ekonomiky: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku v Ukraini* (Social and labor dominants of innovative economy: current situation and trends in Ukraine). — *Ukraina: aspekty pratsi*. [in Ukrainian].

10. Kutsyk P.O., Kovtun O.I., Bashnianyn H.I. (2015). *Dzherela i stratehii rozvytku ta zabezpechennia konkurentnoho liderstva suchasnykh korporatsii u hlobalnii ekonomitsi* (Sources and development strategy, competitive leadership in modern global economy corporations) — *Ekonomika Ukrainy*. [in Ukrainian].

11. Okhrimenko O.O., Ivanova T.V. (2015). *Sotsialna vidpovidalnist [navch. posib.]* (Social responsibility). — *Kyiv: Natsionalnyi tekhnichniy universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichniy instytut»*. [in Ukrainian].

12. Kalienichenko L.I. (2015). *Dyskusiini pytannia klasyfikatsii okremykh vydiv sotsialnoi vidpovidalnosti* (Debating the classification of certain types of social responsibility). — *Pravo i bezpeka*. [in Ukrainian].

13. Andriushchenko A.I. Riabets I.M. *Sotsialna vidpovidalnist: teoretyko-metodolohichni aspekt analizu* (Social responsibility: theoretical and methodological aspects of analysis) — <http://www.readera.org/article/sotsialna-vidpovidalnist-teoretyeko-metodolohichniyi-aspekt-analizu-10157455.html> readera.org. [in Ukrainian].

14. Reshnovetskyi S.L. (2013). *Sutnist sotsialnoi vidpovidalnosti yak upravlinskoj katehorii* (The essence of social responsibility as a management category). — file:///c:/users/user/downloads/kis_2013_1_38.pdf [in Ukrainian].

15. Kolot A. (2013). *Suchasna filozofia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv* (Modern philosophy of corporate social responsibility: evolution of views). — *Ukraina: aspekty pratsi*. [in Ukrainian].

16. Tluchkevych N.V., Nechyporuk V.V. (2014). *Ekonomichnyi zmist sotsialnoi vidpovidalnosti* (The economic content of social responsibility). — *Ekonomichni nauky. Seriiia «Oblik i finansy»*. [in Ukrainian].

17. Hradiuk N.M. (2011). *Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv: kontseptualizatsiia poniattia* (The corporate social responsibility: concept

conceptualization). — Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy. [in Ukrainian].

18. Smovzhenko T. S., Kuznietsovoi A. Ia. (2010). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist (Corporate social responsibility). — K.: UBS NBU, [in Ukrainian].

19. Hradiuk N.M. (2011). Suchasni modeli sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv (Current models of corporate social responsibility) — http://www.rusnauka.com/25_NNP_2011/Economics/10_91461.doc.htm [in Ukrainian].

20. Volynets U. (2013). Modeli sotsialnoi vidpovidalnosti (The models of social responsibility) — [file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20\(1\)_21.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20(1)_21.pdf) [in Ukrainian].

21. Mortikov V. (2015). Sotsialno-trudovi vyhrashi ta vtraty orhanizatsii v rezultati zmin u zovnishnomu seredovyshchi yii funktsionuvannia (Social and labor corporate gains and losses due to the changes in the external environment) — Ukraina: aspekty pratsi. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 16.11.2016 р.

УДК: 330.3, 06.001.32

Ходакевич Богдан,
аспірант кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЙ

ECONOMIC MODELLING OF IT-COMPANIES' DEVELOPMENT

Hodakevuch B., graduate student,
Chair of economy of enterprises,
Kyiv national economic university
named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ: У роботі досліджено способи моделювання та аналізу розвитку компаній, які працюють у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг. Ключовим елементом дослідження є побудова та лінійна апроксимація функції ефективності компаній цієї сфери, на основі використання підходу Тейлора. Ефективність аналізується з позицій поточних, перспективних і непрямих ефектів від партнерства ІТ-компаній зі споживачами таких послуг. В якості результуючого економічного показника використано економічну додану вартість, яка розраховується традиційним способом, але аналізується відповідно до авторської логіки дослідження.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ефективність діяльності компанії, розвиток компанії, функція ефективності, ІТ-компанія, економіко-математичне моделювання.

ABSTRACT: The paper is devoted for economic and mathematical modelling of a corporate development on the IT-markets. The key point of the study is a new efficiency function and its linear approximation according to the Taylor's technique. The empirical base of the research were public statements of Ukrainian IT-companies and market reports of Ukrainian independent agencies. The IT-companies' effectiveness was analyzed as an aggregation of three types of economic effects — current economic effects, prospective economic effects and indirect effects. The study proved that these three elements can fully recognized the general IT-companies' effectiveness. The research was used Economic Value Added indicator as a main criterion for evaluation. In conclusion, a new managerial tool was developed for better business dynamic modelling and more accurate economic computation of IT-companies' effectiveness.

KEY WORDS: efficiency of corporate activity, business development, efficiency function, IT-companies, economic and mathematic modelling

Вступ. Становлення та розвиток національного бізнесу в сфері інформаційних технологій, як відзначалося вище, перебуває під впливом глобальних тенденцій. З одного боку, спостерігається погіршення якості підготовки спеціалістів з фундаментальних напрямків, а з іншого, національні спеціалісти постійно перебувають у кооперації з потужними світовими ІТ компаніями.

Традиційно компанії всіх сфер бізнесу стикаються з проблемою поєднання фінансових і нефінансових аналітичних індикаторів у моделях прикладних розрахунків. Не є виключенням і сфера інформаційно-комунікаційних послуг, в якій тісно переплітаються високотехнологічні процеси обробки чи передачі інформації з бізнес-процесами створення вартості для інвесторів, споживачів чи суспільства в цілому. Слід визнати, що більшість прикладних моделей аналізу та управління ефективністю діяльності (розвитку) компаній саме й мають на меті запропонувати зрозумілу та прозору технологію поєднання технологічних та фінансових параметрів організацій, споживчих оцінок з економічними результатами діяльності фірм. Для прикладу можемо використати досить популярну модель побудови управління компанією під назвою «Balanced Scorecard», яка у своїй методологічній основі виділяє чотири перспективи аналізу: фінансову, клієнтську, процесну та стратегічну (навчання та розвитку).

Отже, **метою нашого дослідження** виступає розробка (розвиток) аналітичного інструментарію дослідження ефективності функціонування та розвитку ІТ-компаній у економічному контексті.

Підставою для таких спроб і всебічних досліджень поєднання аналітичних індикаторів різної природи, нами вважаються інтуїтивно зрозумілі та статистично доведені взаємозв'язки:

- зростання якості, в загальному випадку, призводить до підвищення рівня задоволеності клієнта;
- зростання задоволеності клієнта має наслідком збільшення обсягів реалізації продукції чи послуг компанії, а це у свою чергу призводить до зростання частки ринку, за інших рівних умов;
- збільшення обсягів реалізації продукції та послуг компанії визначає необхідність зростання обсягів оборотних активів для обслуговування зростаючих потреб бізнесу;
- покращання рівня організації бізнес-процесів знижує потребу компанії в оборотних коштах, але даний зв'язок не завжди однозначний у різних сферах бізнесу;
- зростання обсягів реалізації має позитивний вплив на рентабельність діяльності внаслідок зниження питомих витрат і зростання доходів компанії, за інших рівних умов;
- збільшення рентабельності продажів зумовлює зростання рентабельності капіталу компанії та підвищення цін на акції компанії;
- зростання акцій компанії підвищує можливість залучення додаткового капіталу і підвищує вартість капіталу власників.

Постановка проблеми. Прикладів таких зв'язків можна навести значно більшу кількість, але науково довести та кількісно виміряти, на жаль, не завжди. Проблематика встановлення причинно-наслідкових залежностей є об'єктом дослідження для всіх наук, але в економіці її частіше за все вирішують на основі аналізу емпіричних даних. Незважаючи на сучасний розвиток інформаційно-аналітичних технологій у бізнесі залишається недостатньо обґрунтованим залежність рівня задоволеності споживачів і темпів зростання вартості бізнесу. Між цими двома аналітичними індикаторами лежить такий масив прямих і непрямих економічних ефектів, що пряме їх математичне співставлення можливо досить умовно, хоча зв'язок між цими індикаторами є зрозумілим.

Додатковою проблемою є аналіз зміни аналітичних індикаторів ефективності у часовому вимірі, тобто проблематика поєднання різночасових економічних, соціальних, фінансових чи екологічних індикаторів в одній моделі аналізу. Важливість цієї прикладної проблеми визначається двома різноспрямованими факторами, особливо для компаній ІТ сфери:

- швидкість соціальних і економічних процесів як у середині країни, так і в глобальному вимірі постійно зростає, що призво-

дить до швидкої зміни вартості вартісних еквівалентів, миттєвого поширення сітьових економічних ефектів тощо;

– швидкість інформаційно-комунікаційних обмінів стабільно зростає протягом останніх десятиліть, що дозволяє говорити про можливість збереження цієї тенденції і в майбутньому, а звідси прискорюється зовнішнє старіння інформаційних продуктів, програмних рішень.

Відзначимо, що проблема врахування фактору часу стає ще складнішою зважаючи на можливість виділення календарних, фінансових чи віртуальних періодів часу при аналізі ефективності діяльності ІТ-компаній.

Традиційно врахування чинника часу в економічних розрахунках відбувається шляхом перерахунку всіх показників до одного періоду часу. На наш погляд, такий підхід дещо збіднює економічний аналіз, так як передбачає штучне зведення на основі ряду припущень щодо зміни вартості у часі (вартості грошової одиниці). При такому статичному підході (перерахунку на одну дату) залишаються поза увагою швидкість чи, більш ширше, динамічність економічних процесів. Нагадаємо, що саме швидкість поширення інформаційних рішень і швидкість їх старіння (зовнішнього знецінення) виступають чи не основними факторами створення вартості у цій сфері. Виходячи з цього нами робиться висновок щодо необхідності побудови розрахунків у динаміці чи перспективі, порівнюючи у часовому проміжку не абсолютні економічні показники, а їх аналітичні співвідношення — показники ефективності на одиницю часу. При такому підході для нас має значення постійного дотримання одного часового виміру: календарного, маркетингового, фінансового чи віртуального (інформаційного).

Викладення основного матеріалу.

У діяльності ІТ компаній особливе значення має мультиплікативне поєднання кількох видів економічних (псевдо економічних) ефектів:

$$Effect = f \left(Effects_{\text{поточні}}, \quad Effects_{\text{перспективні}}, \quad \begin{matrix} \text{Indirect} \\ \text{effects} \end{matrix} \right), \quad (1)$$

де загальний ефект від діяльності компаній *Effect* формується як похідна від функції ефективності діяльності компаній у поточних (*Effect*_{поточні}) та перспективних умовах (*Effect*_{перспективні}), а також під впливом непрямих ефектів (*Indirect effects*). Слід відзначити,

що використання у базовій моделі поняття «непрямі ефекти» дозволяє нам включити до розрахунків ряд соціальних, інформаційних чи технологічних параметрів діяльності ІТ-компаній, прив'язавши їх до економічних результатів.

Управління ефективністю діяльності та розвитку ІТ-компаній повинна базуватися на системному підході та використовувати універсальну систему вимог, які зазвичай ми називаємо принципами управління:

- обґрунтованість — загальна вимога щодо необхідності наукового обґрунтування певних управлінських рішень чи дій в діяльності компанії, необхідності базуватися у процесі прийняття рішень на раціональній основі;

- системність — вимога щодо необхідності врахування зв'язків виробничо-комерційної системи підприємства, за якої зміна одного елементу діяльності компанії призводить до наслідкових змін інших сфер діяльності;

- ресурсно-часова орієнтованість — управлінські рішення у сфері управління ефективністю ІТ компаній повинні базуватися на чіткому часовому орієнтуванні та підкріпленні фінансовими, трудовими чи іншими економічними ресурсами;

- систематичність — процес управління ефективністю ІТ компаній повинен реалізовуватися на постійній основі, що дозволить накопичити необхідний обсяг аналітичного матеріалу, а також правильно визначати закономірності між різними масивами фактичної інформації;

- збалансованість — управлінські рішення у сфері управління ефективністю мають бути зваженим за цільовими пріоритетами діяльності та розвитку ІТ-компаній.

Фактично на основі системи загальних вимог можливо та доцільно побудувати підхід до управління ефективністю ІТ-компаній. Останній розуміється нами як послідовність виконання певних операційних заходів, або конкретних кроків впливу на діяльність підприємства з метою отримання максимально можливого (чи оптимально доцільного) ефекту від їх реалізації.

З метою систематизації можливих підходів до управління ефективністю ІТ-компаній нами пропонується використовувати наступні підходи до аналізу:

- цільові (стратегічні) підходи;
- системні (кібернетичні) підходи;
- конкурентно-порівняльні підходи;
- підхід «неефективності»;
- холістичні підходи.

Перш за все поточна ефективність діяльності ІТ-компаній пов'язується нами скоріше не з традиційним економічними показниками, а з їх зміною за одиницю часу. Зважаючи на високу мобільність економічних процесів у цій сфері слід говорити про зростання ефективності використання капіталу у цій сфері, прив'язавши цю ефективність до задоволення потреб користувачів інформаційними продуктами (рішеннями). Вирішення вказаної проблематики розглядається нами в контексті взаємозв'язку «співробітник-користувач», ключовою ідеєю якого виступає привабливість ІТ-компанії як місця працевлаштування, так і як місця отримання відповідей на запити користувачів. Фактично наш підхід дозволяє говорити про мультиплікативний ефект задоволеності працівників ІТ-компанії роботою та задоволеності користувачів купівлею інформаційних товарів (рішень). Усе це дозволяє говорити про можливість інвестувати у розвиток компанії і досягненні нею прийняттого рівня прибутковості діяльності.

Відзначимо, що поняття «прибутковість» трактується нами не зовсім класично і передбачає аналіз не фінансового прибутку ІТ-компанії, а приросту її економічної доданої вартості. Іншими словами у подальшому ми будемо використовувати загальновідомий показник «економічної доданої вартості» (EVA — Economic Value Added) в якості операційного еквівалента прибутку. Вважаємо, що категорія «прибуток» має дещо обмежене використання у часовій перспективі, так як по своїй суті вона є фінансовим результатом за один фінансовий період. Навіть використання прибутку для підрахунку показників ефективності використання капіталу чи майна підприємства — рентабельності активів, рентабельності власного капіталу тощо — вимагає використання середньорічних значень оцінок активів чи капіталу за період. Показник EVA у своєму класичному вигляді має об'єктивніший вигляд:

$$EVA = NOPLAT - EC \times WACC \quad (2),$$

або

$$EVA = (ROIC - WACC) \times (TC - TL) = EC \times (ROIC - WACC), \quad (3)$$

де EC — employed capital — капітал компанії, залучений до її господарської діяльності; ROIC — return of invested capital — рентабельність інвестованого капіталу; WACC — weighed average capital costs — середньозважені витрати на капітал, який викори-

стовує компанія у своїй діяльності; NOPLAT — net operating profit after taxes — чистий операційний прибуток від діяльності компанії; TC — total capital — загальний капітал компанії, як сума власного та позикового капіталу; TL — total liabilities — загальна сума заборгованості підприємства, зазвичай поточні зобов'язання підприємства.

Даний показник дозволяє інтегрувати ефективність фінансового управління та якість організації бізнес-процесів. Фактично показник економічної доданої вартості порівнює рентабельність використання капіталу підприємства з вартістю користування ним. Якщо відштовхуватися від моделі аналізу рентабельності капіталу Дюпонт, то можна відзначити, що у цьому індикаторі знаходять своє відображення рівень технологічності виробництва продукції, швидкість господарського обороту коштів, а також структура капіталу підприємства. Як відомо, рівень середньозваженої вартості капіталу компанії залежить від розподілу джерел фінансування її діяльності, а також від вартості використання того чи іншого фінансового ресурсу.

Слід також відзначити, що даний показник не виступає базою підрахунку сум ніяких податкових платежів, а також не настільки прив'язаний до окремого фінансового року, як прибуток компанії. Таким чином, нами робиться висновок щодо доцільності та можливості його використання для підрахунку відносних показників, у тому числі показника ефективності. Разом з цим, не слід забувати що показник економічної доданої вартості виступає синтетичним економічним індикатором, а отже теоретично його використання для підрахунку ефективності діяльності ІТ-компаній може бути де-агрегований у систему більш часткових аналітичних показників.

Традиційне трактування ефективності як відносний показник, що дозволяє співставити отримані ефекти від діяльності компанії з витратами на їх досягнення дозволяє нам запропонувати на цій методологічній основі власну модель аналізу. У загальному вигляді структуру та базові співвідношення нашої моделі аналізу ефективності ІТ компаній можна представити таким чином:

$$Ef = \text{рентабельність діяльності} \times \text{операційних витрат} \times \text{Економічність користувачів} \times \text{Швидкість обслуговування користувачів} \quad (4)$$

Отже, нами використовується показник швидкості отримання прибутку Відповідно до представленої вище логіки, ефективність

діяльності ІТ компаній пов'язується нами з співвідношенням економічної рентабельності, оборотності операційних витрат, економічності обслуговування користувачів, а також з швидкістю їх обслуговування. З метою розшифровки даних співвідношень нами розроблена така детермінантна система співвідношень:

$$Ef = \frac{\text{Економічна додана вартість}}{\text{Час}} = \frac{\text{Економічна додана вартість}}{\text{Чистий дохід від реалізації}} \times \frac{\text{Чистий дохід від реалізації}}{\text{Операційні витрати}} \times \frac{\text{Операційні витрати}}{\text{Кількість користувачів}} \times \frac{\text{Кількість користувачів}}{\text{Час}} \quad (5)$$

Варто відзначити, що фактично ефективність розглядається нами як швидкість компанії генерувати економічну додану вартість в одиницю часу. Вказаний підхід дозволяє адекватно пояснювати динамічність розвитку ІТ компаній, а також аналізувати швидкі зміни в ІТ сфері.

У даному контексті ефективність розглядається нами як функціональна залежність від системи показників:

$$f(Ef) = F(EVA_1, NR_2, OC_3, QU_4, t_5). \quad (6)$$

У математичному представленні ця функція є мультиплікаційною залежністю такого вигляду:

$$f(Ef) = \frac{EVA}{NR} \times \frac{NR}{OC} \times \frac{OC}{QU} \times \frac{QU}{t}, \quad (3.1)$$

$$f'(Ef)_1 = \left(\frac{EVA}{NR}\right)' \times \left(\frac{NR}{OC} \times \frac{OC}{QU} \times \frac{QU}{t}\right) = \frac{1}{NR} \times \frac{NR}{OC} \times \frac{OC}{QU} \times \frac{QU}{t} = \frac{1}{t} \quad (7)$$

$$f'(Ef)_2 = \left(\frac{1}{NR} \times \frac{NR}{1}\right)' \times \left(\frac{EVA}{OC} \times \frac{OC}{QU} \times \frac{QU}{t}\right) = -\frac{1}{NR^2} \times \frac{EVA}{t} = -\frac{EVA}{NR^2 \times t} \quad (8)$$

$$f'(Ef)_3 = \left(\frac{1}{OC} \times \frac{OC}{1}\right)' \times \left(\frac{EVA}{NR} \times \frac{NR}{QU} \times \frac{QU}{t}\right) = -\frac{1}{OC^2} \times \frac{EVA}{t} = -\frac{EVA}{OC^2 \times t} \quad (9)$$

$$f'(Ef)_4 = \left(\frac{1}{QU} \times \frac{QU}{1}\right)' \times \left(\frac{EVA}{NR} \times \frac{NR}{OC} \times \frac{OC}{t}\right) = -\frac{1}{QU^2} \times \frac{EVA}{t} = -\frac{EVA}{QU^2 \times t} \quad (10)$$

$$f'(Ef)_5 = \left(\frac{QU}{t}\right)' \times \left(\frac{EVA}{NR} \times \frac{NR}{OC} \times \frac{OC}{QU}\right) = -\frac{1}{t^2} \quad (11)$$

Перетвореннями другого диференційованого рівня ми можемо визначити додаткові умови вирішення нашої економіко-математичної моделі розвитку ІТ-компаній:

$$f''(Ef)_{11} = 0; f''(Ef)_{12} = 0; f''(Ef)_{13} = 0; \quad (12)$$

$$f''(Ef)_{14} = 0; f''(Ef)_{15} = -\frac{1}{t^2} \quad (13)$$

$$f''(Ef)_{21} = -\frac{1}{NR^2 \times t}; f''(Ef)_{22} = \frac{2 \times EVA}{NR^3 \times t}; \quad (14)$$

$$f''(Ef)_{23} = 0; f''(Ef)_{24} = 0; \quad (15)$$

$$f''(Ef)_{25} = \frac{1}{NR^2 \times t^2} \quad (16)$$

$$f''(Ef)_{31} = -\frac{1}{OC^2 \times t}; f''(Ef)_{32} = 0; \quad (17)$$

$$f''(Ef)_{33} = \frac{2 \times EVA}{OC^3 \times t}; f''(Ef)_{34} = 0; f''(Ef)_{35} = \frac{1}{OC^2 \times t^2} \quad (18)$$

$$f''(Ef)_{41} = -\frac{1}{QU^2 \times t}; f''(Ef)_{42} = 0; \quad (19)$$

$$f''(Ef)_{43} = 0; f''(Ef)_{44} = \frac{2 \times EVA}{QU^3 \times t}; f''(Ef)_{45} = \frac{1}{QU^2 \times t^2} \quad (20)$$

$$f''(Ef)_{51} = 0; f''(Ef)_{52} = 0; f''(Ef)_{53} = 0; \quad (21)$$

$$f''(Ef)_{54} = 0; f''(Ef)_{55} = \frac{2}{t^3} \quad (22)$$

Таким чином, нами може бути використана квадратична апроксимація за формулою Тейлора, що дозволить перетворити наше базове співвідношення у лінійний вигляд.

$$f(EVA, t) \approx f(a, b) + f'_1(a, b) \times EVA + f'_2(a, b) \times t + \frac{1}{2} \left(f''_{11}(a, b) EVA^2 + 2f''_{12}(a, b) EVA \times t + f''_{22}(a, b) t^2 \right) \quad (23)$$

$$f_1'(EVA, t) = \frac{1}{t} \quad (24)$$

$$f_2'(EVA, t) = -\frac{EVA}{t^2} \quad (25)$$

$$f_{11}''(EVA, t) = 0 \quad (26)$$

$$f_{12}''(EVA, t) = -\frac{1}{t^2} \quad (27)$$

$$f_{22}''(EVA, t) = -\frac{2EVA}{t^3} \quad (28)$$

Припустимо, що $a=1$ і $b=1$, тоді:

$$f(a, b) = \left(\frac{EVA}{t} \right) = \frac{1}{1} = 1; \quad f_1'(a, b) = \frac{1}{t} = \frac{1}{1} = 1;$$

$$f_2'(a, b) = -\frac{EVA}{t^2} = -\frac{1}{1^2} = -1; \quad f_{11}''(a, b) = 0;$$

$$f_{12}''(a, b) = -\frac{1}{t^2} = -\frac{1}{1^2} = -1; \quad f_{22}''(a, b) = -\frac{2EVA}{t^3} = -\frac{2 \times 1}{1^3} = -2$$

Результати та висновки

Отже, лінійна апроксимація за формулою Тейлора нашої моделі розрахунку ефективності ІТ-компаній може бути представлена таким чином:

$$f(EVA, t) \approx 1 + EVA - t + \frac{1}{2}(0 - 2 \times EVA \times t - 2 \times t^2) = \quad (29)$$

$$= 1 + EVA - t - (EVA \times t + t^2)$$

$$f(EVA, t) \approx 1 + EVA - t - EVA \times t - t^2 = \quad (30)$$

$$= (1 + EVA) - t(1 + EVA + t)$$

$$f(EVA, t) \approx 1 - t - t^2 + EVA \times (1 - t) = \quad (31)$$

$$= 1 - t(1 + t) + EVA(1 - t)$$

Використовуючи даний підхід можливо створити галузеворієнтовані моделі розрахунків. На базі притаманних кожній з

них статистичних залежностей. Наприклад, на основі виявленої середньогалузевої динаміки доданої вартості за один календарний (фінансовий чи маркетинговий період). Припустимо, що за результатами статистичного дослідження виявлена середньогалузева тенденція до зростання економічної доданої вартості за один рік, наприклад, на 100 тис. грн. Отже, апроксимація функціональної залежності економічної доданої вартості від часових параметрів дасть так результат:

$$f(EVA, t) \approx -1$$

При тих же самих умовах, але через 2 календарних періоди можливо розрахувати також значення вказаної функції, що дозволить побудувати систему управління розвитком ІТ-компаній.

На основі представлених математичних залежностей можна перейти до побудови організаційних моделей прогнозування діяльності та розвитку ІТ-компаній України. Використовуючи загальні математичні підходи та інструментарій системно-статистичного аналізу доцільно розробити систему залежностей на базі викладених функціональних залежностей, а потім на цій основі провести прогнозне моделювання майбутнього розвитку.

Список літератури

1. Балжит Дэйл, Эндрю Уэст. Укрепление связей с поставщиками информационных технологий [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vestnikmckinsey.ru/IT/ukreplenie-svyazej-s-postavshhikami-informacionnyhkh-tekhnologij>
2. Дворчук О. Показатели экономической эффективности ИТ-проектов. — [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.security.ase.md/publ/ru/pubru107/Dvorciuk_O.pdf
3. Джеймс Каплан, Роджер Робертс, Джонсон Сайкс. Экономные инвестиции в ИТ [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vestnikmckinsey.ru/IT/ehkonomnyhe-investicii-v-it>
4. Покропивний С. Ф. Эффективность инновационно-инвестиционной деятельности: зб. навч.-метод. матеріалів / С. Ф. Покропивний, А. П. Новак. — К. : КНЕУ, 1997. — 184 с.
5. Прокопенко И. И. Управление производительностью: практическое руководство [пер. с англ.] / И. И. Прокопенко. — К.: Техника, 1990. — 319 с.
6. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение [пер. с англ.] / Д. С. Синк. — М. : Прогресс, 1989. — 528 с.

7. Управління ресурсами підприємства [Електронний ресурс] : монографія. За заг. ред. Г. О. Швиданенко. — М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — Київ : КНЕУ, 2014. — 424 с.

8. Эйлон С. Система показателей эффективности производства (прикладной анализ) [пер. с англ.] / С. Эйлон, Б. Голд Б., Ю. Сьюзан. — М. : Экономика, 1980. — 250 с.

References

1. Baljit Dail, Andrew West. Ukrepleniye svyazey s postavshchikami informatsionnykh tekhnologiy [Electronic source] — Link: <http://vestnikmckinsey.ru/IT/ukrepleniye-svyazey-s-postavshchikami-informatsionnykh-tekhnologiy> [in Russian]

2. Dvorchuk O. Pokazateli ekonomicheskoy effektivnosti IT-proyektov. [Electronic source] — Link: http://www.security.ase.md/publ/ru/pubru107/Dvorciuk_O.pdf [in Russian]

3. James Kaplan, Roger Roberts, Johnson Sikes. Ekonomnyye investitsii v IT. [Electronic source] — Link: <http://vestnikmckinsey.ru/IT/ekonomnyye-investitsii-v-it> [in Russian]

4. Pokropivniy, S. F. Efektivnist Innovatsiyno-Investitsiynoi diyalnosti: zb. navch.-metod. materialiv / S. F. Pokropivniy, A. P. Novak. — K. : KNEU, 1997. — 184 p. [in Ukrainian]

5. Prokopenko I. I. Upravlenie proizvoditelnostyu: prakticheskoe rukovodstvo [per. s ang.] / I. I. Prokopenko. — K.: Tehnika, 1990. — 319 p. [in Russian]

6. Sink D. S. Upravlenie proizvoditelnostyu: planirovanie, izmerenie i otsenka, kontrol i povyishenie [per. s ang.] / D. S. Sink. — M. : Progress, 1989. — 528 p. [in Russian]

7. Upravlinnya resursami pidpriemstva [Elektronniy resurs] : monografiya. Edited by Shvidanenko G.O. — MSE Ukraine, Kyiv National Economics University (named after Vadym Hetman. — Kyiv: KNEU, 2014. — 424 p. [in Ukrainian]

8. Eylon S. Sistema pokazateley effektivnosti proizvodstva (prikladnoy analiz) [per. s angl.] / S. Eylon, B. Gold B., Yu. Syuzan. — M. : Ekonomika, 1980. — 250 p. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 02.12.2016 р.

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ

УДК 330.101.2

Дуба О.М., к.е.н., доцент
кафедри інвестиційної діяльності
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ТЕОРЕТИЧНА ПАРАДИГМА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ГЕНЕЗИС ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ

THEORETICAL PARADIGM OF INNOVATIVE ACTIVITY: GENEZIS AND TRANSFORMATION

PhD in Economics, Associate Professor
Kyiv National Economic University
Named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ: У статті обґрунтовано основні теоретичні парадигми інноваційної діяльності. Розглянуто точки зору вітчизняних і зарубіжних вчених на її природу та сутність. Проведено аналіз еволюції поглядів на інноваційну діяльність та її теоретичне обґрунтування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інноваційна діяльність, інновація, теорія, парадигма інноваційної діяльності.

ABSTRACT: In the article are explored the main theoretical paradigms of innovative activity. The attention is paid to the points of views of national and foreign scientists upon its nature and mean. The evolution of points of views upon innovative activity and its description is analyzed.

KEY WORDS: innovative activity, innovation, theory, paradigm of innovative activity.

На сьогодні розвиток суспільства відбувається за рахунок систематичного впровадження нововведень, що реалізуються в рамках інноваційної діяльності, яка здійснює безпосередній вплив на виробництво та фінансово-економічні результати діяльності суб'єктів господарювання. Комплексний характер інноваційної діяльності зумовлює виникнення та еволюцію різноманітних теоретичних підходів до обґрунтування проблем і перспектив інноваційної діяльності.

Тому, метою нашого дослідження є аналіз поглядів класиків політичної економіки та наших сучасників на сутність і природу інноваційної діяльності, їх трансформацію та розвиток. Це сприятиме поглибленню розуміння теоретичної основи інноваційної діяльності для активізації її застосування на практиці сьогодення.

До недавнього часу у вітчизняній і зарубіжній науці не має єдиних поглядів щодо сутності категоріального апарату дослідження інноваційної діяльності. У результаті часто одним поняттям позначаються явища й процеси, які мають суттєві відмінності за характером інноваційних робіт, часом їх проведення, кінцевим результатом і тому подібним. Самі по собі термінологічні відмінності не можуть перешкодити здійсненню інноваційної діяльності. Проте у випадках, пов'язаних із розглядом інноваційної діяльності як об'єкту державного управління, визначенням пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, наданням їм економічних переваг, ця обставина має суттєве значення.

На взаємозв'язок науки та виробництва звернув увагу ще в XVII столітті французький просвітник Жан Кондорсе. Він відмічав, що «прогрес наук забезпечує прогрес промисловості, який сам потім прискорює наукові досягнення, й це взаємний вплив, дія якого поновлюється, має бути віднесеним до найпродуктивніших, наймогутніших причин удосконалення людського роду». Він також указував на загальний характер наукових знань, відмічаючи, що «для кожного покоління неминуче зростає та сума знань, яку можна отримати за один і той самий проміжок часу, із тією ж самою розумовою силою» [1].

Потужний поштовх до початку наукових досліджень сутності інновацій та інноваційної діяльності та їх ролі в економічному розвитку дали праці українського економіста М. І. Туган-Барановського. Його дослідження циклічного характеру економічного розвитку у роботі «Періодичні промислові кризи» (1900 р.) ініціювали наступне вивчення причин цих циклів, головною з яких були визнані інновації [2].

М. Д. Кондратьєв продовжив дослідження кризових явищ в економіці капіталістичних країн. У своїх працях «Великі цикли кон'юнктури та теорія передбачення» [3] і «Проблеми економічної динаміки» [4] він висунув ідею про існування великих циклів кон'юнктури, які утворюються від кожного базового нововведення і являють собою множину вторинних, удосконалюючи нововведень.

Ідеї циклічності економічного розвитку, пошук наукових пояснень їх причин вплинули на австрійського економіста Йозефа Шумпетера. У роботі «Теорія економічного розвитку», яка була

видана у 1911 р., і в наступних працях Й. Шумпетер показав, що економічні зміни є результатом нововведень, а процес впровадження нововведень відбувається стрибкоподібно, що, у свою чергу, призводить до циклічних змін в економіці [5]. Й. Шумпетер розрізняв категорії «винахід» і «нововведення», відзначаючи, що остання виступає як категорія підприємницької діяльності та не зводиться лише до змін у технічному базисі виробництва. При цьому він значне місце приділяв ролі підприємця в інноваційному процесі. Відповідно до його поглядів підприємець є тим ланцюгом, що з'єднує винахід і нововведення.

Й. Шумпетер висунув ідею про те, що інновації з'являються в економіці не рівномірно, а як цілісна система нових продуктів і технологій. «Інновації рідко залишаються ізольованими. Вони мають тенденцію до утворення кластерів, адже спочатку деякі фірми, а потім більшість наслідують...успішну інновацію» [5]. Ця ідея стала відправною точкою для подальших досліджень процесу дифузії інновації, зокрема, теоретичної концепції розподілу і перерозподілу суспільних витрат на їх створення та економічного ефекту від їх використання і ролі держави у цьому процесі.

Після Й. А. Шумпетера багато вчених почали приділяти інноваціям та інноваційній діяльності значне місце у своїх дослідженнях, виникли так звані «постшумпетерівські» теорії інновацій. Найвідомішими представниками цього напрямку з-поміж західних науковців є Г. Менш, К. Фрімен, Б. Твісс, П. Друкер.

Німецький учений Герхард Менш пов'язує темпи економічного зростання й циклічність із появою базових інновацій. Г. Менш уточнив класифікацію інновацій Шумпетера. Він виділив три великі групи інновацій: базисні, покращуючі та псевдоінновації. У праці «Технологічний пат: Інновації долають депресію» Г. Менш робить висновок, що коли базисні інновації вичерпують свій потенціал, виникає ситуація «технологічного пату», яка визначає застій в економічному розвитку, й, навпаки, висока концентрація базисних інновацій дає змогу подолати «технологічний пат» і започатковує економічне зростання на якісно новій основі [6]. Промисловий розвиток, на його думку — це перехід від одного технологічного пату до іншого, у процесі якого базисні інновації поступаються місцем покращуючим і далі — псевдоінноваціям. Він відмічає, що технологічний пат приходиться на фазу рецесії довгої хвилі, а в стадії депресії економіка виявляється структурно готовою для переходу до нових базисних інновацій. Саме на цієї стадії за рахунок дифузій нововведень у виробництво утворюються кластери базисних інновацій.

Г. Менш пояснює нерівномірність інноваційної активності особливостями функціонування ринкової економіки. Якщо доходність інвестицій у фінансовому секторі вища середньої доходності інвестицій у секторі реального виробництва, економіка не готова до інвестицій у сектор реального виробництва. У разі зниження норми прибутку в фінансовому секторі, менше як у виробництві, економіка вважається підготовленою до інвестування у сектор реального виробництва. Впровадження базисних інновацій виявляється єдиною можливістю прибуткового інвестування у стадії депресії. Встановлюючи зв'язок ринкового механізму з перервами у потоці базисних інновацій, Г. Менш виділяє такі недоліки ринку: намагання фірм заощаджувати на витратах на інновації, а, відтак — і зачну інертність у переорієнтації ресурсів із «старих» галузей у «нові»; намагання отримувати прибуток у короткостроковому періоді, що не відповідає необхідності прийняття рішень на довгострокову перспективу, які необхідні для базисних інновацій. Ці твердження є виключно важливими для розуміння ролі держави в інноваційному процесі та формування ефективної державної інноваційної політики.

Згодом на основі робіт Кондратьєва, Шумпетера, Менша та на підставі аналізу економічної ситуації у США 1980-х років американський економіст і соціолог П. Друкер зробив висновок, що при спаді розвитку галузей промисловості спостерігалася не стагнація, а економічне зростання, викликане підвищенням підприємницької активності у сфері інновацій (це, так званий, «атиповий цикл Кондратьєва»). Він вважав, що «для успіху підприємництва необхідно тільки одне: дотримуватися обов'язкової умови — воно повинно бути систематизованим і таким, що управляється, спиратися на цілеспрямовану інноваційну політику» [7].

Центральною фігурою інноваційного процесу П. Друкер вважає інноватора-підприємця, а головним завданням суспільства — створення сприятливих соціально-економічних умов для його діяльності. Він виділяє три основні умови успіху інноваційної діяльності:

- інноваційна діяльність — це кропітка робота, яка потребує неабиякої майстерності, наполегливості, самовідданості (що не можуть компенсувати талант й освіченість) та творчості, переважно в одній сфері діяльності;

- інноватори повинні покладатися перш за все на себе у процесі нововведення (через високий ризик і кінцеву винагороду за роботу);

- інноваційна діяльність має бути пов'язаною з ринком, сфокусованою на ринок та ним керуватись [8].

Ідеї П. Друкера підтримали багато учених-економістів, утворивши таким чином новий напрям інноватики — так звану «теорію прискорення», або інноваційного підприємництва. Чільне місце в дослідженнях представників цієї теорії займають питання прогнозування темпів економічного зростання завдяки активізації інноваційної діяльності, підвищення ефективності віддачі інвестицій в інноваційну сферу, напрямів і методів реалізації політики державного сприяння розвитку інноваційної діяльності.

У праці «Технологічні зміни та функція сукупного виробництва» Роберт Соллоу, узагальнивши досвід розвитку промисловості, зауважив, що саме активна інноваційна діяльність підприємств різних форм власності дедалі більше визначає темпи їх економічного зростання. За його підрахунками, валовий національний продукт США в період з 1909 по 1949 рр. збільшився на 87,5 % за рахунок «технологічних змін», тобто інновацій [9, 10].

Окремою новітньою гілкою теорії інноваційного підприємництва є соціально-психологічна модель прискорення інноваційного розвитку, представниками якої є Х. Барнет, Е. Вітте, Е. Денісон [11].

Об'єктом дослідження цієї теорії є інноваційна діяльність, стимули та перешкоди, які виникають у процесі створення і впровадження інновацій. Для активізації інноваційної діяльності, згідно згаданої теорії, необхідно організувати плідну сумісну роботу «владних стимуляторів» (адміністрації) і «кваліфікованих стимуляторів» (інноваторів) — свого роду «творчу групу», де фахівці вирішують проблеми створення інновацій, а адміністрація — їх впровадження і усунення будь-яких перешкод [12].

Важливим напрямом теорії інноваційних процесів є концепції дифузії інновацій, у яких здійснюється спроба дати пояснення процесу розповсюдження інновацій у часі та просторі. Ці концепції розробляються в роботах Е. Менсфілда [13], А. Грублера [14], Е. Роджерса [15], Т. Хегерстранда [16], А. Г. Круглікова [17]. З-поміж найвідоміших концепцій дифузії інновацій, відповідно до предмета нашого дослідження, слід виділити концепцію передачі інформації про технологічні інновації через інформаційні канали. Оскільки саме вона у країнах, що переходять до стадії постіндустріального розвитку, вважається теоретичною основою втручання держави у процеси перерозподілу прибутку, що виникає у результаті виробництва та споживання інноваційних товарів.

До розроблення теорії інновацій і формування на її основі практичних рекомендації щодо реалізації державної економічної

політики з метою стимулювання інноваційної діяльності наприкінці 80-х рр. XX ст. активно підключилися вітчизняні учені. Характерним для досліджень українських учених є приділення значної уваги проблемам гуманізації економічного розвитку, становленню економіки знань, надання переваги людському фактору в розвитку економіки інноваційного типу. Таке розуміння проблем інноваційного розвитку створює основу для формування в Україні нового механізму державного управління інноваційною діяльністю. У наукових працях В. П. Александрової, А. І. Амоші, А. С. Гальчинського, В. М. Гейця, М. С. Герасимчука, Г. М. Добрава, С. І. Дорогунцова, І. І. Лукинова, В. П. Семиноженко, А. А. Чухна та інших закладені підвалини формування в Україні механізму державного управління інноваційною діяльністю. Вплив технологічних змін на розвиток економіки та проблеми економічної оцінки державних пріоритетів технологічного розвитку розглядаються у роботах Ю. М. Бажала [9]. Економічний механізм реалізації інноваційної політики держави досліджується у роботах О. О. Лапко [18]. Механізм розробки та комерціалізації інновацій розкритий у працях В. С. Савчука [19]. Управлінню технологічним розвитком промисловості присвячені праці Л. І. Федулової [20]. Питання довготривалих тенденцій у розвитку науки, техніки та економіки, класифікація інновацій, стратегії інноваційного розвитку економіки та інноваційної діяльності є предметом доволі глибоко дослідження у працях російських учених А. І. Анчишкіна, С. Ю. Глаз'єва, Б. Н. Кузика, Д. С. Львова, А. І. Прігожина, Ю. В. Яковця.

Різноманітність поглядів вітчизняних авторів на поняття інноваційної діяльності зумовило виникнення різних точок зору на трактування її характеру. Так, одна група авторів стверджує, що інноваційна діяльність — це вид діяльності, а інша — що це процес.

На думку Мочерного С. В., інноваційна діяльність — це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт, введений на ринок, у новий чи покращений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до соціальних послуг.

І. В. Войтов інноваційною діяльністю вважає діяльність, спрямовану на створення і практичне використання (доведення до споживача) нових або вдосконалених видів продукції, технологій, послуг або організаційних рішень адміністративного, виробничого, комерційного або іншого характеру, що забезпечують економічний (соціальний, екологічний чи інший) ефект.

На думку П. М. Завліна — це діяльність, що пов'язана з трансформацією результатів наукових досліджень і конструкторських розроблень у новий продукт, удосконалений технологічний процес чи новий підхід до соціальних послуг, спрямована на використання і комерціалізацію цих результатів, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Т. В. Майорова вважає, що інноваційна діяльність — це діяльність, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

О. В. Васильєв розуміє інноваційну діяльність як діяльність, спрямовану на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг як процес.

Т. О. Скрипко вважає, що інноваційна діяльність — процес, спрямований на реалізацію результатів завершених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або вдосконалений продукт, що реалізується на ринку, у новий або вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, а також супутні наукові дослідження і розробки.

О. В. Хмельницька стверджує, що інноваційна діяльність — це процес зі стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічної підготовки виробництва, виробництва і оформлення нововведень, їх впровадження та комерційної реалізації на ринку з метою отримання прибутку, поширення в інші сфери.

Р. А. Фатхутдинов розуміє інноваційну діяльність як процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх впровадження (або перетворення на інновацію) і поширення в інші сфери [21].

На сьогодні з одного боку, інноваційну діяльність розуміють як процес, спрямований на розробку і реалізацію результатів завершених наукових досліджень і розробок або певних науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, який реалізується на ринку, у новий або вдосконалений технологічний процес, що використовується в практичній діяльності, а також пов'язані з цим процесом наукові розробки та дослідження [22—24], з іншого — інноваційна діяльність спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, що сприяє випуску на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [25, 26].

У результаті дослідження генезису та трансформації теоретичної парадигми інноваційної діяльності, констатуємо суперечливість даного поняття, що пов'язано із його комплексністю та залежністю на практиці інноваційної діяльності від зовнішнього середовища її реалізації. Проте, спільним для наведених точок зору є націленість інноваційної діяльності на удосконалення, оновлення, розвиток. Це в свою чергу підтверджує подальшу актуальність таких досліджень в умовах сучасного швидкоплинного суспільства, яке в першу чергу націлено на зміни за посередництвом інноваційної діяльності.

Список літератури

1. Кондорсэ Ж. А. Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума / Ж. А. Кондорсэ. — М.: Соцэкгиз, 1936. — 255 с.
2. Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов: Избранное / М. И. Туган-Барановский. — М.: Наука, 1997. — 573 с.
3. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев. — М.: Экономика, 2002. — 765 с.
4. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. — М.: Экономика, 1989. — 523 с.
5. Шумпетер И. А. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / И. А. Шумпетер. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
6. Mensh G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. — Cambridge, Mass., 1979. — 247 p.
7. Drucker P. F. Our Entrepreneurial Economy // Harvard Business Review. — 1984, Jan.-Feb. — pp. 64 — 68.
8. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / Питер Ф. Друкер; [пер. з англ.]. — К.: Україна, 1994. — 319 с.
9. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. Посібник для вузів / Міжнародний фонд «Відродження». — К.: Заповіт, 1996. — 240 с.
10. Битюкова И. Е. Инновационный подход к использованию информационных технологий с целью повышения эффективности внедрения результатов науки в производство // Наука та наукознавство. — 2000. — №1. — 2. — С. 154—159.
11. Denison E. F. Trends in American Economic Growth (1929 — 1982). — Washington, D.C.: The Brookings Institutional, 1990. — 300 p.
12. Куликов Г. Т. Мотивация труда наёмных работников. Монография / Г.Т. Куликов; [отв. ред. Д. П. Богиня]. — 2-е изд. перераб. — К.: Ин-т демограф. и социаль. исслед. НАН Украины, 2006. — 244 с.

13. Mansfield E. *Industrial Research and Technological Innovation. An Economic Analysis.* — New York: Norton, 1968. — 235 p.
14. *Diffusion of Technologies and Social Behavior* / Eds. Nakicenovic and A. Grubler. — Berlin: Springer, 1991.
15. Rogers E. M. *Diffusion of Innovations* (4th ed.). — New York: The Free Press, 1995.
16. Hagerstrand T. *Innovation diffusion as a spatial process.* — Chicago: University of Chicago Press, 1968.
17. *Кругликов А. Г. Системный анализ научно-технических нововведений* / А. Г. Кругликов. — М.: Наука, 1991. — 118 с.
18. *Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання* / О. О. Лапко. — К.: ІЕП НАНУ, 1999. — 254 с.
19. *Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації* / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. — К.: КНЕУ, 2003. — 394 с.
20. *Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика* / За ред. Л. І. Федулової. — К.: Основа, 2005. — 552 с.
21. *Захаркін О. О. Інноваційна діяльність підприємства: теоретичний аспект.* / О. О. Захаркін // *Проблеми економіки.* — 2013. — № 4. — с. 274—280.
22. *Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник.* — Тернопіль: Економічна думка, 2006. — С. 49-57.
23. *Інноваційний менеджмент: Учебник* / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: Юнити, 1997 г. — 203 с.
24. *Куликова Н. Н. Проблемы формирования единой концепции налогового стимулирования инновационной деятельности организаций // Экономика и эффективность организации производства. Сборник научных трудов.* — Вып. 7. — Брянск: БГИТА, 2007. — С. 36-39.
25. *Соловьев В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций).* — К.: Фенікс, 2004. — 560 с.
26. *Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент.* — СПб.: Издательство «Питер», 2005. — 208 с.

References

1. Kondorsje Zh. A. *Jeskiz istoricheskoy kartiny progressa chelovecheskogo razuma* / Zh. A. Kondorsje. — М.: Socjkegiz, 1936. — 255 s. [in Russian].
2. Tugan-Baranovskij M. I. *Periodicheskie promyshlennye krizisy. Istoriya anglijskih krizisov. Obshhaja teorija krizisov: Izbrannoe* / M. I. Tugan-Baranovskij. — М.: Nauka, 1997. — 573 s. [in Russian].
3. Kondrat'ev N. D. *Bol'shie cikly konjunktury i teorija predvidenija* / N. D. Kondrat'ev. — М.: Jekonomika, 2002. — 765 s. [in Russian].

4. Kondrat'ev N. D. Problemy jekonomicheskoy dinamiki / N. D. Kondrat'ev. — M.: Jekonomika, 1989. — 523s. [in Russian].
5. Shumpeter I. A. Teorija jekonomicheskogo razvitija (Issledovanie predprinimatel'skoj pribyli, kapitala, kredita, procenta i cikla konjunkturny) / I. A. Shumpeter. — M.: Progress, 1982. — 455 s. [in Russian].
6. Mensh G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. — Cambridge, Mass., 1979. — 247 p [in English].
7. Drucker P. F. Our Entrepreneurial Economy // Harvard Business Review. — 1984, Jan.-Feb. — pp. 64 — 68 [in English].
8. Druker P. Jak zabezpečiti uspih u biznesi: novatorstvo i pidpriemnictvo / Piter F.Druker; [per. z angl.]. — K.: Ukraina, 1994. — 319 s [in Ukrainian].
9. Bazhal Ju. M. Ekonomichna teorija tehnologichnih zmin: Navch. Posibnik dlja vuziv / Mizhnarodnij fond «Vidrozhennja». — K.: Zapovit, 1996. — 240s [in Ukrainian].
10. Bitjukova I. E. Innovacionnyj podhod k ispol'zovaniju informacionnyh tehnologij s cel'ju povyshenija jeffektivnosti vnedrenija rezul'tatov nauki v proizvodstvo // Nauka ta naukoznavstvo. — 2000. — №1 — 2. — S. 154 — 159. [in Ukrainian].
11. Denison E. F. Trends in American Economic Growth (1929 — 1982). — Washington, D.C.: The Brookings Institutional, 1990. — 300 p [in English].
12. Kulikov G. T. Motivacija truda najomnyh rabotnikov. Monografija / G.T. Kulikov; [otv. red. D. P. Boginja]. — 2-e izd. pererab. — K.: In-t demograf. i social'. issled. NAN Ukrainy, 2006. — 244 s. [in Russian].
13. Mansfield E. Industrial Research and Technological Innovation. An Economic Analysis. — New York: Norton, 1968. — 235 p [in English].
14. Diffusion of Technologies and Social Behavior / Eds. Nakicenovic and A. Grubler. — Berlin: Springer, 1991 [in English].
15. Rogers E. M. Diffusion of Innovations (4th ed.). — New York: The Free Press, 1995 [in English].
16. Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process. — Chicago: University of Chicago Press, 1968 [in English].
17. Kruglikov A. G. Sistemnyj analiz nauchno-tehnicheskikh novovvedenij / A. G. Kruglikov. — M.: Nauka, 1991. — 118 s. [in Russian].
18. Lapko O. Innovacijna dijəl'nist' v sistemi derzhavnogo reguljuvannja / O. O. Lapko. — K.: IEP NANU, 1999. — 254 s [in Ukrainian].
19. Antonjuk L. L. Innovacii: teorija, mehanizm rozrobki ta komercializacii / L. L. Antonjuk, A. M. Poruchnik, V. S. Savchuk. — K.: KNEU, 2003. — 394 s [in Ukrainian].
20. Innovacijnij rozvitok ekonomiki: model', sistema upravlinnja, derzhavna politika / Za red. L. I. Fedulovoj. — K.: «Osnova», 2005. — 552 s [in Ukrainian].
21. Zaharkin O. O. Innovacijna dijəl'nist' pidpriemstva: teoretichnij aspekt. /O. O. Zaharkin// Problemi ekonomiki. — 2013. — № 4. — s. 274 — 280 [in Ukrainian].

22. Mikitjuk P. P. Innovacijnij menedzhment: Navchal'nij posibnik. — Ternopil': Ekonomichna dumka, 2006. — 49-57 s [in Ukrainian].

23. Innovacionnyj menedzhment. Uchebnik / Pod red. S. D. Il'enkovej, — M.: Juniti, 1997 g. — 203 s. [in Russian].

24. Kulikova N. N. Problemy formirovanija edinoj koncepcii nalogovogo stimulirovanija innovacionnoj dejatel'nosti organizacij // Jekonomika i jeffektivnost' organizacii proizvodstva. Sbornik nauchnyh trudov. — Vypusk 7. — Brjansk: BGITA, 2007. — S. 36-39. [in Russian].

25. Solov'ev V. P. Innovacionnaja dejatel'nost' kak sistemnyj process v konkurentnoj jekonomike (Sinergeticheskie jeffekty innovacij). — K.: Feniks, 2004. — 560 s. [in Russian].

26. Balabanov I. T. Innovacionnyj menedzhment. — SPb.: Izdatel'stvo «Piter», 2005. — 208 s. [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 05.11.2016 р.

УДК 330

A.O. Zariпова, аспірант,
кафедра економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОЦЕС КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ

COMMERCIALIZATION PROCESS OF INNOVATIVE PRODUCT: COMPARATIVE ANALYSIS OF MECHANISMS

Anna Zariпова, graduate student,
Chair of economy of enterprises,
Kyiv national economic university
named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ. У статті зосереджено фокус на процесі здійснення комерціалізації інноваційного продукту. Розглянуто способи комерціалізації через залучення нових технологій і методів із-зовні, а також створення спільних підприємств для здійснення виводу розробки на ринок. Розглянуто основні чинники, які пояснюють недоліки ліцензування як форми комерціалізації продукту. Окрім цього етап комерціалізації розглянуто в контексті інноваційного циклу в цілому, оскільки іноді доцільність або успішність даного процесу залежить саме від попередніх ланок циклу. Механізм, що регламентований даним підходом до розгляду комерціалізації, передбачає три основні аспекти: ідеацію, бізнес-процесінг та аспект участі. Другий механізм здійснен-

ня комерціалізації, що висвітлено у статті, розкриває його більш повно. Тут комерціалізація — це складний ланцюг із багатьма складовими. КЛЮЧОВІ СЛОВА: інновація, комерціалізація, комерціалізація інноваційного продукту, механізм комерціалізації.

ABSTRACT. The article concentrated focus on the process of commercialization of an innovative product. Considered the methods of commercialization by bringing new technologies and methods from outside and the way of creation of joint ventures for the implementation of development output into the market. Also have been considered the main factors that explain the shortcomings of licensing as a form of commercialization of the product. Commercialization stage has been also considered in the context of the whole innovation cycle, because sometimes feasibility or the success of its' process depends precisely on the previous parts of the cycle. The mechanism that regulated this approach to the commercialization involves three main aspects: ideation, business processing and participation aspect. The second mechanism of commercialization, that described in the article, it reveals more fully. Due to this, commercialization — is a complicated chain of many components. KEYWORDS: innovation, commercialization, commercialization of innovation product, commercializing mechanism.

Сьогодні інноваційний розвиток підприємства може гарантувати йому майбутній успіх на ринку, адже в час глобального розвитку технологій це питання постає для сучасних компаній нагальним. Комерціалізація інновацій є одним із етапів іноді складного інноваційного циклу підприємства.

Дослідженням теми комерціалізації технологій й загалом визначення сутності цього процесу займалися такі науковці, як А.Б. Борисов, Т.Ф. Євремова, І.Ю. Євгахова, О.О. Краснікова, Я.Н. Грік, Є.А. Монастирний, Ф. Спенсер, Н. Маклур та ряд інших дослідників, які сформулювали власне бачення комерціалізації інновації. Існує три основні напрямки трактування цього процесу: одні схильні розглядати процес комерціалізації, як безпосередньо продаж інновації, інші ж наголошують на тому, що комерціалізація продукту — це отримання прибутку від продажу інновації. Третя ж група дослідників висвітлює комерціалізацію як глобальний процес, який спрямований зростання кількості комерційних організацій. Але все ж найбільш загальноприйнятою думкою, на якій сходиться більшість науковців, є те, що комерціалізація інноваційного продукту, тобто виведення його на ринок, здійснюється виключно в цілях генерування доходів компанії та забезпечення їй потужніших конкурентних позицій.

Постановка проблеми. Сьогодні підприємство, залежно від зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування, може здійс-

нювати комерціалізацію інновації. Проте питання механізму, алгоритму здійснення цього процесу наразі залишається все ще відкритим, оскільки не існує певною чіткої «формули», яка б регламентувала послідовність кроків. Отже, постає необхідність дослідити дане питання із виокремленням найактуальніших до умов сьогодення механізмів комерціалізації продуктів, послуг, бізнес-процесів.

Виклад основного матеріалу. Процес комерціалізації може здійснюватися залежно від джерела отримання розробки. Комерціалізація інновацій через пряму передачу технологій стала поширенішою, особливо в області високих технологій. Як правило, це відбувається у формі надання ліцензії на технологію. Комерціалізація інновації, яка відбувається шляхом залучення із-зовні вже існуючої розробки, є оптимальною для підприємств, які не мають можливості проводити власні розробки через відсутність або необхідного рівня кваліфікації спеціалістів, або через брак коштів на дослідно-розробницьку діяльність, проте націлених на інноваційний характер свого розвитку.

Ще одним доволі ефективним способом комерціалізації інноваційних продуктів є формування спільних підприємств або створення нових підприємств способом кооперації. Такі спін-офф підприємства найчастіше функціонують у високотехнологічних сферах: виробництві вакцин, біо-діагностиці, виробництві лазерної техніки, спеціалізованого обладнання та сфері генетичного покращення тварин.

Комерціалізація технологій за допомогою прямих продажів і ліцензування потребує багато зусиль у просуванні. Така форма комерціалізації матиме мінімальне залучення науково-дослідних інститутів та інших наукових установ з моменту передачі об'єкту продажу чи ліцензування іншій компанії. Проте, з точки зору компанії, існують причини, за яких ліцензування технологій як форма комерціалізації, є менш привабливою. Серед таких причин наступні:

1. Статус результатів досліджень або технологій є дуже важливим у прямих продажах чи ліцензуванні технологій. Якщо технологія незавершена, компанії буде набагато важче, а в свою чергу завершеність розробки великою мірою залежить від таких факторів, як фінансування, масштабів діяльності, макетування, пілотних проектів. Тобто, якщо інновація знаходиться все ще на стадії розробки, не є завершеною, то здійснити її прямий продаж чи продаж ліцензії на неї набагато важче. А завершення інновації потребує залучення багатьох ресурсів, що не завжди під силу компанії-розробнику.

2. Ступінь забезпечення технологією вирішення потреб промисловості та необхідність залучення ресурсів з інших джерел. Стаються випадки, коли технології, що комерціалізуються на ринку, не є привабливими для галузі, тож залучити покупця ліцензії або знайти необхідну ліцензію для купівлі, яка б дозволила отримати прибутки, подекуди буває важко. Дана проблема пов'язана із подекуди великим відривом рівня інновації від фактичного рівня існування виробництва чи бізнес-процесів на підприємствах чи у галузі в цілому. Може бути й обернена ситуація, коли галузь вже зазнала значного розвитку, а ринок розробок не презентує нових інноваційних технологічних рішень. Проте такі випадки є набагато рідшими.

3. Компанії на ринку можуть не мати належного технічного досвіду й кваліфікованого персоналу для успішного освоєння нових технологій та використання їх у поточних операційних процесах. Якщо інновація призначення для заміни існуючих продуктів та/або процесів компанії, поглинання такої інновації стане для компанії складною процедурою, оскільки багато факторів, які впливатимуть на життєздатність такої технології, підлягатимуть подальшому дослідженню й вивченню.

4. Як правило, ліцензії стають об'єктом купівлі у приватному секторі. Проте багато підприємств цього сектору мало знайомі з високотехнологічними рішеннями. Тож є випадки, коли інновація не може бути комерціалізована через відсутність платформи для здійснення цього процесу. Наприклад, інноваційні розробки у сферах діагностування, генетичного покращення порід тварин та сортів рослин, лазерні технології часто роками чекають свого виходу на ринок, допоки компанії не матимуть можливості вивести на ринок та інтегрувати ці інновації у свою діяльність.

Процес комерціалізації може розглядатися у двох розрізах: з одного боку — комерціалізація є одним із етапів інноваційного циклу; з іншого — комерціалізації не обов'язково має передувати всі етапи інноваційного процесу (розробка, дослідження тощо), тобто цей процес може відбуватися окремо, наприклад, у випадку залучення вже готової інновації зі сторони, при кооперації з компаніями, які займаються розробками, а друга організація на умовах співпраці проводить комерціалізацію.

Тож, необхідно дослідити процес комерціалізації як ланку ланцюга інноваційного процесу. Ніл Маклур визначає етап комерціалізації інновації як процес або цикл представлення на ринку нового продукту або методу виробництва. Згідно із думкою даного дослідника, інноваційний процес виглядає таким чином [4]:



Рис. 1. Інноваційний процес згідно з Н. Маклура

Слід зауважити, таке відображення етапу комерціалізації є цілком вірним серед ряду інших етапів, оскільки перш ніж комерціалізувати інновацію та «представити» її широкому загалу на ринку, необхідно здійснити пробний «пілотний» продаж за розробленим прототипом. У свою чергу, прототип може також потребувати доопрацювання, вдосконалення та внесення деяких змін. Тож, етап комерціалізації є «чистовим» варіантом виробництва та продажу інноваційного продукту, а все, що передує даному процесу, можна назвати своєрідною «чернеткою».

Комерціалізація, як етап інноваційного циклу, передбачає три ключові аспекти:

- 1) ідеяція: комерціалізації обов'язково повинен передувати пошук і перегляд великої кількості ідей для виокремлення одного або кількох продуктів чи бізнесів, які зможуть довго існувати [3];
- 2) бізнес-процесінг: це поетапний процес, в якому кожен з етапів має свої ключові цілі та віхи;
- 3) аспект участі: важливо залучати ключових зацікавлених сторін якомога раніше, включаючи й споживачів.

Ці три ключові аспекти безпосередньо пов'язані із комерціалізацією. Ідеяція є невід'ємним процесом інноваційного циклу, оскільки невдалий вибір продукту або процесу на ранніх етапах може призвести до того, що процес комерціалізації може або взагалі не відбутися, або ж результати даного процесу будуть невтішними для компанії. Бізнес-процесінг — важлива складова інноваційного циклу, в тому числі й комерціалізації, оскільки він

регламентує процес у розрізі його організації, таймінгу, порядку виконання тощо. Участь ключових стейкхолдерів на ранніх етапах дозволить знайти необхідне фінансування, швидко здійснити пілотні продажі, у прискорених темпах здійснити коригування тих чи інших недоліків, знайти ринки та канали збуту. Ніл Маклур вважає, що комерціалізація інноваційного продукту можлива лише у тих випадках, коли можна відповісти на такі три питання:

1) Коли? Дане питання пов'язане із термінами, які визначила компанія для введення інновації на ринок;

2) Де? Це питання висвітлює місце, аудиторію, ринки, для яких компанія планує представляти свій інноваційний продукт;

3) Кому? Відповідь на це питання окреслює первинну мішень — групу споживачів, які будуть попередньо обрані для дослідження та тестування продукту, тобто, фокус-група [4].

Такий підхід справді дає змогу визначити, чи доцільно на даний момент для компанії проводити комерціалізацію, адже необхідно чітко розуміти коли, де та кому інновація буде представлена, після чого можна переходити безпосередньо до комерціалізації об'єктів розробницької діяльності. Узагальнюючи підхід Маклура до визначення процесу комерціалізації, його можна зобразити схематично таким чином:

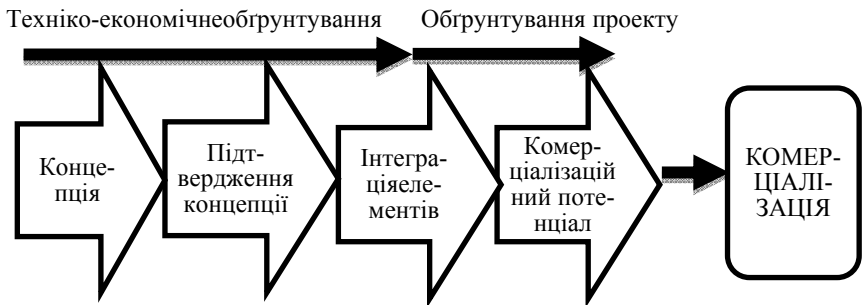


Рис. 2. Схема комерціалізації інноваційного продукту за Н. Маклуром

Дана схема відображає такий процес: спочатку формується концепція продукту, після чого вона пропрацьовується та обґрунтовується, далі відбувається інтеграція елементів, які задіяні у розробці та проектуванні. Всі ці елементи можна об'єднати у техніко-економічне обґрунтування процесу розробки. Далі оцінюється комерціалізаційний потенціал на основі тестування та пілотування розроблюваного продукту. Кінцевою точкою цього про-

цесу і стає безпосередньо комерціалізація продукту. Проте даний підхід до визначення процесу комерціалізації не повністю відображає всі етапи та елементи, що властиві йому.

Ще один підхід до процесу комерціалізації сформулювали експерти Центру трансферу і комерціалізації технологій [2]. Тож, слід розглянути кожен з елементів схеми детальніше. Схематично даний підхід зображено на рис. 3.

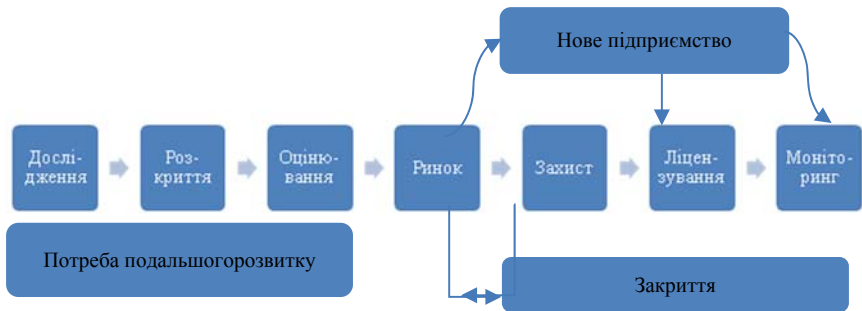


Рис. 3. Механізм комерціалізації інновацій згідно ЦТіКТ

Перший елемент, дослідження, провокують виникнення нових відкриттів, технологій, винаходів, які захищаються формально, зазвичай за допомогою патентування. Патентний захист може бути запитаний на нові та вже існуючі процеси, машини, промислові вироби або на технології щодо їх покращення. Дослідження можуть бути стартом і для інших розробок, права на які можуть бути захищеними.

Велика кількість корисних процесів і методів, які розробляються в ході дослідницького процесу, можуть бути передані в промисловість, навіть якщо вони не підлягають захисту патентом або авторським правом. Багато з того, що розробляється в ході дослідницьких проектів, публікується у вигляді статей протягом усього ходу розробки, таким шляхом набуваючи поширення та знижуючи шанси на патентування в подальшому.

Тому варто на початку дослідження поставити цілі щодо подальшого застосування розробки: планується її захист формально чи неформально, чи все ж інновація призначена для широкого загалу і після комерціалізації результатів розробницької діяльності не передбачається захист прав на інновацію.

Розкриття, згідно з поглядом Центру ТіКТ, означає розкриття змісту розробки та всього, що стосується її фінансування. Так,

необхідно створити своєрідну «форму», в якій описується інформація щодо джерел фінансування, опис інновації, а саме яке її призначення, як вона впливає на існуючий стан підприємства/галузі, інформацію щодо потенційних користувачів винаходу, відомості про авторів або організації, що проводять інноваційно-розробницьку діяльність. Така форма може стати підставою для партнерства з компаніями, які можуть бути інвесторами при комерціалізації, або ж бізнес-ангелам, які, в свою чергу, також можуть стати джерелами фінансових вливань для старту процесу комерціалізації в подальшому.

Варто зазначити, що процес «розкриття» слід забезпечувати комерційною таємницею або ж іншим способом захисту прав на інформацію, адже потенційно така «форма» щодо інновації може набути розголосу і в подальшому запатентувати винахід не буде можливим.

Процес оцінювання передбачає дослідження ринкового потенціалу, патентоспроможності, можливості подальшого розвитку, а також інших важливих факторів, які тим чи іншим чином можуть вплинути на процес комерціалізації. Оцінювання дає розуміння вартості інноваційного продукту, вартості володіння ним, висвітлює його технічні й комерційні аспекти, а також потенціал винаходу. Оцінювання може бути розбите на 2 етапи: поверхневий і глибокий аналіз. Як правило, ці два етапи тривають кілька місяців, оскільки оцінювання часто тягне за собою численні дискусії для оптимізації результату, що уповільнює процес.

До процесу поверхневого аналізу можна залучати фахівців, які займаються вивченням інноваційних розробок на предмет їх сутності, можливостей та обмежень щодо застосування, план розвитку інновації, можливостей випробовування розробки в дії на момент аналізу (якщо це можливо), дослідження перспектив інноваційного продукту та самих розробників щодо переваг їх винаходу в порівнянні з сучасним станом техніки, технологій, ринку та перспектив застосування винаходу щодо них. Окрім технічних аспектів аналізу, необхідно чітко розмежувати питання щодо прав власності: наприклад, якщо винахід створено спільно з іншою установою або створювався за рахунок фінансування зовнішнього джерела, то необхідно врахувати та чітко висвітлити права кожної зі сторін на інновацію.

Під час глибокого аналізу винахід оцінюється на предмет охороноздатності (тобто як може бути захищена розробка) та товарності. Це здійснюється для того, аби визначити найкращий курс для полегшення процесу комерціалізації. На цьому етапі досліджується існування аналогічних і схожих продуктів чи процесів.

Таке оцінювання визначає, чи є необхідність у винаході, яким чином він співвідноситься з поточними продуктами та існуючими технологіями. Після здійснення такого оцінювання відбувається пошук способів захисту прав інтелектуальної власності на інноваційний продукт. Фахівець, що проводить оцінювання, визначає найоптимальніший спосіб захисту та шляхи його встановлення.

У разі, коли встановлено, що найкращим методом захисту інновації буде її патентування, здійснюється оцінювання патентоспроможності. Воно передбачає пошуки на предмет схожості у базах даних самої держави, а також Всесвітньої організації інтелектуальної власності. Часто потребується конкретизація розробки зі сторони винахідників для виокремлення відмінних властивостей їх розробки від вже існуючих товарів чи процесів.

Після проведення оцінювання патенто- та конкурентоспроможності інноваційного продукту, відбуваються консультації усіх сторін, пов'язаних із винаходом, щодо доцільності виведення продукту на ринок. Винаходи, які не мають ринкового потенціалу, або ступінь захисту яких занадто вузький, аби забезпечити адекватну вартість на ринку, не будуть прийняті до комерціалізації. Іноді інноваційні розробки потребують доопрацювання, перш ніж отримати патент, тож питання комерціалізації у таких випадках тримається на утриманні.

У ході аналізу ринку необхідно здійснити комплексне його дослідження, який є цільовим для інноваційного продукту. Варто зауважити, що ринкові можливості оцінюються на попередньому етапі загалом. У цьому ж випадку, аналіз ринку включає оцінку похідних: продуктів, появу яких передбачає інноваційна розробка, виокремлення переваг і недоліків таких продуктів, а також аналіз можливостей проникнення на їх ринок. Окрім того, в ході аналізу ідентифікуються можливі партнери, а також аналізуються такі фактори, як доступність патентування, можливості для подальшої розробки, виробництва, можливості продажу, доступ до ресурсів, фінансові джерела, сумісність з існуючими лініями продукції, процесами, здатність задовольняти потреби споживачів, досвід роботи розробника з регуляторними бар'єрами та досвід роботи в області впровадження інновації, оцінюється потенційна частка ринку після комерціалізації продукту. Така інформація дозволяє сформулювати маркетингову стратегію та визначити методи досягнення цілей, передбачених цією стратегією.

Другий етап — активного маркетингу — передбачається після того, як сформована маркетингова стратегія та здійснена заявка

на встановлення прав власності на інноваційний продукт. Формується неконфіденційне резюме по інновації, яке визначає конкретні ринкові можливості для компаній, що використовуватимуть інновацію, та пояснює переваги розробки порівняно із поточним рівнем техніки й технологій, не висвітлюючи ніяких подробиць щодо того, як інноваційний продукт виробляється чи використовується. Розкриття деталей може негативно вплинути на отримання патентного захисту. Далі здійснюється окреме цільове контактування з групою компаній, якщо інновація призначена для використання іншими сторонніми організаціями. Метою такого контакту є виклик інтересу щодо інноваційного продукту, і, якщо такий виникає, відбуваються детальні обговорення зацікавлених сторін. На даному етапі презентується резюме по інновації та надається особам, що приймають рішення. У ході рекламної кампанії збирається вся інформація, яка отримується в якості зворотного зв'язку. Така інформація включає у себе рівень зацікавленості фірм і галузі в інноваційному продукті, позитивні і негативні коментарі, пропозиції щодо ключових експериментів або інших заходів щодо вдосконалення, покращення та розвитку винаходу, що підвищують інтерес та потребу в отриманні такої інновації іншими організаціями. Якщо зацікавлені сторони прагнуть отримати більше інформації щодо інноваційної розробки, то між винахідниками й компаніями, що запитують додаткові дані, укладається угода про конфіденційність чи про нерозголошення [1].

Якщо одна або кілька компаній виявили зацікавленість в інноваційному продукті, починається процес ліцензування. У випадку, коли маркетингова команда не в змозі знайти партнерів і зацікавлені компанії, може бути прийняте рішення про закриття та утримання впровадження інновації на паузі для подальших досліджень і розробок. Відсутність інтересу до інноваційного продукту, технології чи процесу може бути пов'язана із високим ступенем ризику для вкладання інвестицій.

Нове підприємство. Автори даної концепції процесу комерціалізації виокремлюють етап створення нового підприємства. Такий етап має місце бути, оскільки іноді для того, аби поставити на комерційну основу новий продукт, технологію чи послугу, якщо така інновація справді масштабна та радикально відмінна від всього існуючого в галузі та на ринку в цілому, створюються окремі організації. Вони можуть бути створені самостійно компаніями-розробниками, на основі партнерських відносин або ж за участі інвесторів. Якщо приймається рішення про необхідність створення компанії, яка буде реалізовувати конкретно інновацій-

ну розробку, то одразу ж досліджується низка факторів, яку варто піддати оцінюванню: розвиток капіталу та технології, регулятивні бар'єри та відшкодування витрат, час виходу на ринок, конкуруючі продукти та компанії.

Така перевірка включає внутрішній аналіз потенційних можливостей компанії, а також зовнішню оцінку підприємцями, інвесторами, провідними експертами та іншими ключовими для прийняття рішень особами. Проте створення нового підприємства під інновацію буде доцільним лише у тому випадку, коли розробка є масштабною та невідомою для ринку. В інших же випадках, це потребуватиме набагато більших інвестицій, ніж компанія самостійно здійснювала використання та продаж ліцензій на користування інновацією.

Питання захисту інноваційного продукту є одним із ключових у процесі комерціалізації. Оскільки кінцевою ціллю комерціалізації продукту є отримання прибутку, то використання інновації без ліцензії сторонніми організаціями позбавить розробника отримання максимально можливого прибутку. Патентний захист інновації забезпечить компанії-розробнику не лише отримання прибутку від використання інноваційного продукту, а й надасть їй право розпоряджатися інновацією на власний розсуд [5].

Ліцензування. Кожна ліцензія є унікальною, вона включає в себе надання прав користування інновацією іншим компаніям в обмін на фінансову винагороду або інші умови, що передбачає для себе власник інноваційного продукту. Ліцензія є, по суті, гарантією, що організація-розробник не матиме претензій до користувача інновацією за порушення прав компанії на інтелектуальну власність.

Моніторинг пов'язаний із контролем виконання ліцензіатом своїх договірних відносин щодо інновації. Крім того, цей процес висвітлює своєчасність фінансових виплат згідно ліцензії, а також досліджує те, як саме ліцензіат використовує інновацію. Окрім того, моніторинг включає в себе аналіз ринку на предмет існування схожих ліцензій, чи користуються компанії, які не є ліцензіатами, інновацією або схожими технологіями. Тож даний процес дає розуміння стану ринку та діяльності компаній-ліцензіатів щодо об'єкту ліцензій.

Закриття. Інновації, які не мають ринкового потенціалу, не виправдовують витрат на встановлення захисту прав на них, або потенціал яких щодо патентування є недостатнім, не комерціалізуються та на ринок не виводяться. Провести комерціалізацію усіх розробок неможливо, адже людські та фінансові ресурси обмежені, тож необхідно приймати рішення щодо тих продуктів,

які варто комерціалізувати, та тих, від яких варто відмовитися. Оскільки часто для того, аби комерціалізувати інновацію, залучаються фінансові ресурси із-зовні, а потенційно зацікавлені сторони не зголошуються надати інвестиції для впровадження інновації, рішення про продовження комерціалізації повністю покладається на розробника з усіма похідними від цього питаннями щодо термінів, фінансування та інших ресурсів.

Потреба подальшого розвитку. Результати проведених оцінювань можуть свідчити про те, що інновація потребує подальшого розвитку, прототипування, або розпрацювання концепції, перш ніж вона готова до комерціалізації. У таких випадках, винахід буде поставлений на утримання, поки такі дані не будуть отримані.

Висновки. Отже, комерціалізація інновації може відбуватися шляхом самостійного здійснення цього процесу розробником, шляхом купівлі ліцензії на інноваційний продукт у розробника. Також інновацію можливо комерціалізувати на умовах партнерства, наприклад, коли компанія-розробник залучає партнерську організацію для підтримки інновації і різних аспектах: у просуванні, маркетингу, захисті тощо.

Окрім того, було розглянуто один із варіантів концепції процесу здійснення комерціалізації, згідно якого спочатку формується концепція продукту, після чого вона пропрацьовується та обґрунтовується, далі відбувається інтеграція елементів, які задіяні у розробці та проектуванні. Всі ці елементи можна об'єднати у техніко-економічне обґрунтування процесу розробки. Далі оцінюється комерціалізаційний потенціал на основі тестування та пілотування розроблюваного продукту. Кінцевою точкою цього процесу і стає безпосередньо комерціалізація продукту. Проте даний підхід до визначення процесу комерціалізації не повністю відображає всі етапи та елементи, що властиві йому. Друга розглянута концепція є складнішою і ширшою. Вона враховує важливість таких елементів комерціалізації, як захист, ліцензування, моніторинг, потребу подальшого розвитку, розглядає створення нових підприємств для комерціалізації інновації, допускає «закриття» розробки, якщо в процесі оцінювання продукту було встановлено недостатній його ринковий потенціал. Тож, саме другий механізм комерціалізації повно розкриває процес здійснення цього процесу та висвітлює взаємозв'язок складових елементів цього процесу.

Список літератури

1. Center for technology transfer & commercialization. Commercialization process [Electronic resource] // Vanderbilt university — Tennessy — 2014. Retrieved from:http://cttc.co/sites/default/files/Commercialization Process_PDF.pdf
2. Gene Quinn. The benefits of a provisional patent application [Electronic resource] // — September, 2013/ — Retrieved from:<http://www.ipwatchdog.com/2013/09/14/the-benefits-of-a-provisional-patent-application/id=45156/>
3. Katie Christensen. The 4 Phases of Creative Ideation [Electronic resource] // Loyola University Chicago — Chicago — 2016. Retrieved from:<http://under30ceo.com/the-4-phases-of-creative-ideation/>
4. Neil Maclure. Product Commercialization [Electronic resource] — Australia, Sidney — 2011. Retrieved from:<http://www.slideshare.net/nmaclure/product-commercialization>
5. Что такое интеллектуальная собственность [Электронный ресурс] / Всемирная организация интеллектуальной собственности // Публикация ВОИС — 2014. — №450 — 28 с. — Режим доступа: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf

References

1. Center for technology transfer & commercialization. Commercialization process [Electronic resource] // Vanderbilt university — Tennessy — 2014. Retrieved from:http://cttc.co/sites/default/files/Commercialization Process_PDF.pdf
2. Gene Quinn. The benefits of a provisional patent application [Electronic resource] // — September, 2013/ — Retrieved from:<http://www.ipwatchdog.com/2013/09/14/the-benefits-of-a-provisional-patent-application/id=45156/>
3. Katie Christensen. The 4 Phases of Creative Ideation [Electronic resource] // Loyola University Chicago — Chicago — 2016. Retrieved from:<http://under30ceo.com/the-4-phases-of-creative-ideation/>
4. Neil Maclure. Product Commercialization [Electronic resource] — Australia, Sidney — 2011. Retrieved from:<http://www.slideshare.net/nmaclure/product-commercialization>
5. What intellectual property is [Electronic resource] / World intellectual property organization // WIPO publication — 2014. — №450 — 28 p. — Retrieved from: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf

Стаття надійшла до редакції 21.11.2016 р.

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 65.012.2

Царьов В.М., к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ НОВІТНЬОЇ ПАРАДИГМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ

SOME ASPECTS OF THE MODERN PARADIGM OF EVALUATING THE FIXED CAPITAL PERFORMANCE FORMATION

Tsarev V.M., PhD, As.
Professor Enterprise Economics
Department Kyiv National Economic University
Named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ: Статтю присвячено пошуку нових підходів до оцінки ефективності використання основного капіталу та засобів виробництва з метою підвищення прибутковості ведення бізнесу. Автором досліджуються існуючі підходи до оцінки ефективності основного капіталу та проблеми, що виникли при переході до сучасної економічної системи. Зазначено, що жоден з існуючих підходів не розглядає оцінювання використання засобів виробництва з позиції кількості спожитого капіталу. При цьому автором пропонується кілька можливих напрямів розвитку запропонованою ним філософії оцінки ефективності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Основний капітал, оцінка ефективності капіталу, амортизація, ефективність, споживання, знос, накопичення.

ABSTRACT: The article is dedicated to finding new approaches evaluating the efficiency of capital and means of production to improve the profitability of the business. The author examines the existing approaches of the performance of capital evaluation and problems encountered in the transition to modern economic system. It is noted that none of the existing approaches to capital performance does not consider the amount of consumed capital. Thus author offers several possible directions of its modern capital performance philosophy.

KEYWORDS: Capital, capital performance, capital consumption, depreciation, fixed capital.

Вступ. Проблеми ефективності використання засобів виробництва та основного капіталу завжди була приділена особлива увага з боку науковців і практиків. Причиною такої уваги є те, що засоби виробництва розглядаються класичною теорією як домінантні у створенні доданої вартості. У той же час нагромадження основного капіталу вважалося і досі вважається ключовим фактором розвитку світової економіки, а також прогресу людства. Національна економічна школа успадкувала підходи та погляди на проблему ефективності використання засобів виробництва з радянських командно-адміністративних джерел.

Мета дослідження. Перехід до ринкової економіки та адаптація економічної думки до світової парадигми стосовно даної проблематики, призвів до появи нових підходів щодо оцінки ефективності використання основного капіталу. Таким чином відбулося поєднання двох світоглядів і підходів щодо означеної проблеми. Дуже часто таке поєднання має сумбурний і, навіть, дещо ірраціональний характер. Звідси і витікає необхідність побудова нової доктрини та філософії оцінки використання засобів виробництва та основного капіталу.

Результат. Як приклад тотальної неузгодженості та відсутності єдиного підходу можна назвати ситуацію з термінологією стосовно визначенні засобів виробництва. У підручниках, статтях, монографіях з даної тематики одночасно використовують терміни «основний капітал», «основні засоби», «основні фонди». Наукову новизну ж в основному збудовано не на пошуках новітніх систем ефективного управління засобами виробництва, а на визначенні відмінностей, або навпаки спільних рис термінів. У підручниках доволі часто можна побачити показники «фондорентабельності» поруч з показником «рентабельність основного капіталу».

Такий же подвійний підхід можна побачити і у поглядах щодо питання визначення ефективності використання засобів виробництва. Традиційний підхід, що використовують вітчизнянні економісти та науковці дістався нам у спадок ще від радянської наукової школи та характеризується гегемонією такого показника як «фондовіддача». Все подальше дослідження ефективності використання засобів виробництва зводиться до пошуку факторів, що вплинули на рівень фондовіддачі. Для цього використовуються такі проміжні показники, як активна-пасивна частина основних фондів, час використання та час простоїв обладнання, фондомісткість та інші.

Особливістю західної школи економіки є те, що головним інструментом аналізу є не ефективність використання засобів ви-

робництва та капіталу, а прибутковість інвестування. Такий підхід зумовив певні відмінності, які коротко можна охарактеризувати таким чином:

1. Управління відтворенням основного капіталу здійснюється на основі проектного підходу. Тобто, кожне вкладення у засоби виробництва, технічне переозброєння, або у інший вид розширеного відтворення розглядається як проект, що має свій початок і кінець, а також специфічні показники ефективності.

2. Ефективність використання основного капіталу розглядається з позиції корисності для кінцевих бенефіціарів, або стейкхолдерів — топ-менеджменту, або власників. Такий підхід зумовлює використання таких показників, як ROI (рентабельність інвестицій), CAPEX (витрати на придбання капіталу).

Необхідно відмітити, що логіка розрахунку ефективності використання основного капіталу є однаковою, як для пострадянської (постадміністративної), так і для загальносвітової економічних шкіл. За цією логікою ефективність може бути розрахована відношенням отриманого ефекту (виходу з виробничої системи, *output*) до затрачених ресурсів (входу у виробничу систему, *input*):

$$CP = \frac{Output}{Input}, \quad (1)$$

де *CP* — ефективність використання капіталу (*capital productivity*); *Output* — результат, отриманий від використання капіталу; *Input* — обсяг затраченого ресурсу (у нашому випадку — капіталу).

Порівняння показників, які використовуються пострадянською та загальносвітовою школою, надано в табл. 1.

Як бачимо з табл. 1, не дивлячись на різні підходи до оцінки ефективності використання основного капіталу та засобів виробництва, у двох наукових шкіл все ж таки більше спільного у трактуванні даної категорії, ніж відмінного. Якщо ж зауважити, що показник додатного грошового потоку (*Cashflow*) за своєю економічною сутністю та природою розрахунку є близьким до загальновідомого показника «валового», або «сукупного» доходу, то можна констатувати ідентичність підходів з тією лише різницею, що ефективність використання основного капіталу аналізується лише на рівні оперативного управління підприємством. Входи у систему, за якими відбувається розрахунок

ефективності використання основного капіталу, теж мають майже однакову економічну сутність.

Таблиця 1

**ПОКАЗНИКИ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ЕФЕКТИВНОСТІ
ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ**

	Виходи з системи (output)	Входи у систему (input)
По-стадміністративна економічна школа	Товарна продукція; Валовий дохід; Натуральний обсяг виробництва;	Вартість основних фондів; Вартість основних засобів; Вартість основного капіталу; Кількість відпрацьованих годин обладнанням;
Загально-світова економічна школа	ЕВІТ; ЕВІТДА; Cashflow (додатний грошовий потік); Натуральний обсяг виробництва;	Вартість основного капіталу; Вартість активів; Кількість відпрацьованих годин обладнанням

Єдиним недоліком такого підходу до визначення ефективності використання основного капіталу, або засобів виробництва на нашу думку є те, що під входом (input) у виробничу систему слід розуміти не просто обсяги наявного основного капіталу, або основних фондів (засобів), а обсяги споживання виробничою системою цього ресурсу (основного капіталу, або основних фондів). У такому випадку більш логічнішим було б використання кількості відпрацьованих обладнанням годин у якості показника, що показує вход у виробничу систему. На нашу думку, більш науковим та обґрунтованим у цьому випадку буде грошовий показник, що показує обсяг споживання основного капіталу виробничою системою, тобто — амортизація. Адже згідно із загальноприйнятою економічною теорією амортизація є не що інше, як обсяг спожитого основного капіталу (основних фондів). В такому випадку логіка розрахунку ефективності використання капіталу набуває довершеного вигляду — відношення отриманого продукту до спожитого у його виробництві основного капіталу.

Отже, з метою розрахунку показника використання основного капіталу (основних засобів), який буде найадекватніше відображати стан виробничої системи підприємства, можна запропонувати такі показники: відношення обсягу сукупного доходу

протягом періоду до суми амортизаційних нарахувань протягом цього періоду; відношення обсягу чистого прибутку, отриманого протягом періоду до суми амортизаційних нарахувань за цей період; відношення обсягу валової продукції, виробленої протягом періоду до суми амортизаційних нарахувань за період. Крім того, цікавим буде також розрахунок та аналіз такого показника, як відношення обсягів виробництва у натуральному вимірі до обсягу амортизаційних нарахувань, а також відношення обсягів виробництва (як у вартісному, так і натуральному) не до суми амортизаційних нарахувань за обраний період, а до кількості годин, що відпрацювали засоби виробництва, або обсягів реального фізичного зношення експертами, шляхом технічного огляду машин і приладдя.

Звичайно, в процесі розрахунку запропонованих показників є багато складностей. Зрозумілим є той факт, що для розрахунку ефективності використання основного капіталу за допомогою натуральних показників необхідно, щоб підприємство випускало обмежену номенклатуру продукції, і навпаки — для розрахунку ефективності використання засобів виробництва за допомогою відпрацьованих годин необхідним є те, щоб продукція вироблялася тільки за допомогою одного типу обладнання.

Виходячи з багатогранності проблеми дослідження ефективності використання основного капіталу та конкретних елементів засобів виробництва, доцільним було б розподілити такі показники за рівнями агрегації та за аудиторією призначення. На нашу думку, слід виділити три стандартних рівня (за рівнями керівництва організацією): рівень топ-менеджменту, який ще можна назвати стратегічним; середньо-управлінський рівень (тактичний); інженерний рівень (оперативний).

На рівні власників компанії приймаються глобальні рішення, такі як: рішення про вихід на ринки капіталу, про злиття та поглинання, стратегічне інвестування та ін. Основними показниками, які впливають на задоволеність власників і ключових інвесторів є вартість компанії і дохід (частий грошовий потік), приріст вартості компанії.

На тактичному рівні приймаються рішення на основі аналізу діяльності компанії за певний проміжок часу, тому основними показниками для цього рівня можна вважати показник чистого, або маржинального прибутку.

На оперативному рівні поряд із грошовими, доцільно використовувати натуральні показники діяльності підприємства у порівнянні з обсягами спожитого капіталу. Такими показниками мож-

на вважати обсяг виробництва, виробничу собівартість, або прямі виробничі витрати, трудомісткість виробництва, або окремих технологічних процесів.

Іншим підходом, що може використовуватися в новій парадигмі оцінки ефективності використання основного капіталу та засобів виробництва, можна запропонувати підхід, що заснований на відношенні рівнів приростів основних показників діяльності до рівня приросту використання основного капіталу, тобто до рівня приросту амортизаційних відрахувань. У даному випадку, логіка такого підходу матиме такий вигляд:

$$CP = \frac{\Delta Output}{\Delta Input},$$

Як уже було зазначено, під входом (Input) ми розуміємо обсяг нарахованої амортизації, як еквівалент спожитого основного капіталу, а під виходами (Output) всі можливі показники економічного ефекту, прийнятні для розрахунку на конкретному рівні. Таким чином, група показників розрахована за подібною схемою за своєю змістовною сутністю схожа з показниками еластичності.

Цікавим є поєднання новітнього підходу до оцінки ефективності використання основного капіталу та засобів виробництва з проектним підходом до діяльності підприємства або організації. Згідно з проектним підходом, логічно було б уявити, що основний капітал, або засоби виробництва, задіяні у проекті, повністю споживаються разом із закінченням самого проекту. Таким чином, річний обсяг амортизаційних відрахувань, який ми вважаємо еквівалентом спожитого капіталу дорівнюватиме відношенню обсягу основного капіталу до тривалості проекту:

$$A = \frac{OK}{T_{пр}},$$

де A — щорічні амортизаційні відрахування; OK — вартість основного капіталу, або засобів виробництва, задіяних у проекті; $T_{пр}$ — тривалість проекту.

Підставимо у такому вигляді показник амортизації до розрахунку ефективності основного капіталу, наприклад, за чистим доходом, він набуде такого вигляду:

$$CP = \frac{NI}{OK} = \frac{NI \cdot T_{np}}{OK \cdot T_{pp}}$$

де NI (net income) — чистий дохід; CP — ефективність використання капіталу. Якщо подивитися на чисельник цього рівняння, то стає зрозумілим, що це є обсяг чистого доходу, який буде отриманий за весь період реалізації проекту.

Висновки. Наведені підходи та формули розрахунків ефективності використання основного капіталу та засобів виробництва, звичайно, ж не є догмою, або радикально новим способом мислення. Такий підхід, безумовно, містить низку недоліків і проблем, з якими муситимуть стикнутися науковці та практики. Найслабкішим місцем запропонованої методики є методи нарахування амортизації, які на даний момент в основному залежать від строків експлуатації обладнання. Цю проблему можна було б вирішити, шляхом застосування виробничих методів нарахування зносу, що теж ставить дослідників перед рядом певних складностей, пов'язаних з технологічною різноманітністю засобів виробництва, їх призначенням і функціональністю. Разом з тим, запропонована філософія оцінки ефективності повинна привернути увагу до існування даної проблеми та пошуків шляхів її вирішення.

Список літератури

1. Гонтарева И. В. Соотношение экономических эффектов и эффективности / И. В. Гонтарева, А. В. Дорохов // Economics & Economy. — 2013. — Vol. 1, № 1. — С. 197—205.
2. Гонтарева И. В. Консолидация показателей эффективности развития предприятия / И. В. Гонтарева // Современный экономический рост: теория и моделирование : материалы Двенадцатых Друкеровских чтений. — М. : ИД «Экономическая газета», 2012. — С. 230—240.
3. Пономаренко В. С. Структуризация показателей системной эффективности розвитку підприємств / В. С. Пономаренко, І. В. Гонтарева // Економіка розвитку. — 2011. — № 2 (58). — С. 71—75.
4. Пономаренко В. С. Структура визначення інтегрального показника системної ефективності розвитку підприємства / В. С. Пономаренко, І. В. Гонтарева // Економіка розвитку. — 2012. — № 1 (61). — С. 86—94.
5. Capital Returns: Investing through the Capital Cycle: A Money Manager's Reports 2002—15. 2015. Edward Chancellor, ed.
6. Kaplan R. S. The future of the balanced scorecard. / R. S. Kaplan, D. P. Norton // CGMA Magazine, 2012. — Inaugural issue — P. 32—34.

References

1. Gontareva I. V. Sootnoshenie jekonomicheskikh jeffektov i jeffektivnosti / I. V. Gontareva, A. V. Dorohov // Economics & Economy. — 2013. — Vol. 1, № 1. — S. 197—205.
2. Gontareva I. V. Konsolidacija pokazatelej jeffektivnosti razvitija predprijatija / I. V. Gontareva // Sovremennyj jekonomicheskij rost: teorija i modelirovanie : materialy Dvenadcatyh Drukerovskih chtenij. — M. : ID «Jekonomicheskaja gazeta», 2012. — S. 230—240.
3. Ponomarenko V. S. Strukturizacija pokaznikov sistemoj efektivnosti rozvitku pidpriemstv / V. S. Ponomarenko, I. V. Gontareva // Ekonomika rozvitku. — 2011. — № 2 (58). — S. 71—75.
4. Ponomarenko V. S. Struktura viznachennja integral'nogo pokaznika sistemoj efektivnosti rozvitku pidpriemstva / V. S. Ponomarenko, I. V. Gontareva // Ekonomika rozvitku. — 2012. — № 1 (61). — S. 86—94.
5. Capital Returns: Investing through the Capital Cycle: A Money Manager's Reports 2002–15. 2015. Edward Chancellor, ed.
6. Kaplan R. S. The future of the balanced scorecard. / R. S. Kaplan, D. P. Norton // CGMA Magazine, 2012. — Inaugural issue — P. 32–34.

Стаття надійшла до редакції 02.11.2016 р.

УДК 65.018

Ю.С. Цемашко, аспірантка
кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

TARGETED APPROACH TO DETERMINING THE ECONOMIC RESULTS OF ENTERPRISES

Tsemashko J., PhD student,
department of economics of enterprise,
«Kyiv national economic
university named after V. Hetman»

АНОТАЦІЯ. У рамках дослідження наукової проблематики визначення економічних результатів діяльності підприємства обрано цільовий підхід, як такий, що в найбільшому ступені розкриває економічну логіку функціонування та розвитку сучасних підприємств з урахуванням специфіки бізнес-середовища. Досліджено взаємозв'язок категорій

«цілі» та «результати» в теорії прийняття рішень, що відбувається в контексті трьох основаній і формує основу для розвитку концепцій управління за цілями, відхиленнями та результатами. Розвиток теорії синергетики, стратегічного та фінансового менеджменту зумовили розширення спектру теоретичних конструкт, які пояснюють взаємозв'язок цілей і результатів. Узагальнення наукових джерел дозволило автору дійти висновку, що цілі представляють собою єдність мотивів, інтересів, засобів, поведінки та результатів. При цьому, контекстуально економічні результати є наслідком не лише реалізації цілей, а й підсумком функціонування та розвитку підприємства з урахуванням неконтрольованих впливів бізнес-середовища. Доведено, що економічний результат діяльності підприємства можна визначити як приведення до загального знаменника досягнення цілей підприємства, що означає, перш за все, урахування протилежних інтересів. На прикладі факторної інтерпретації показника EVA в рамках вартісної цільової моделі підприємства продемонстрована логіка нейтралізації «конфлікту» цілей у процесі їх конкретизації та формалізації на основі економічного оцінювання результатів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: цілі, економічні результати, концепції управління за цілями (результатами); *VBМ*-моделі, цільова модель.

ABSTRACT: In the process of studying scientific problems of determining the economic results of the company chosen target approach as being in the greatest degree reveals the economic logic of functioning and development of modern enterprises with specific business environment. The interrelation between the categories of «objectives» and «results» in decision theory, which is based in the context of three and forms the basis for the development of concepts of management by objectives, deviations and results. The development of the theory of synergy, strategic and financial management led to expansion of theoretical constructs that explain the relationship of goals and results. Summary of scientific sources allowed the author to conclude that the objectives are the unity of motives, interests, assets, behavior and results. Thus, contextually economic result is the result of not only achieving the goals, but also the result of the operation and development of the company in view of uncontrollable influences the business environment. It is proved that the economic results of a company can be defined as a reduction to a common denominator achieve the objectives of the company, which means, above all, considering the conflicting interests. For example, factorial interpretation EVA index as part of the value of the target company demonstrated logic models neutralize 'the conflict' goals in their specificity and formalization based economic evaluation results.

KEYWORDS: objectives, economic results, the concept of management by objectives, *VBМ*-model, the target model.

Вступ. Наукова проблематика формування та оцінювання економічних результатів завжди була актуальною для вчених і практиків, так як саме результати діяльності підприємства є основою визначення його продуктивності, ефективності, конкурен-

тоспроможності, тощо. Економічна логіка вимірювання економічних результатів безпосередньо пов'язана з домінуючою управлінською концепцією на підприємстві, так як саме в її межах визначаються відповідні аналітичні критерії.

Дослідженню питань, що пов'язані з визначенням економічних результатів, присвячені наукові публікації П. Друкера, Ф. Хайека, К. Куросави, Д. Скотт Сінка, Д. Нортон, М. Ішенка, В. Нусінова, С. Покропивного, О. Олексюка, Т. Хачатурова, Л. Буркової, Н. Низовкіної та ін. Неоднозначність наукових поглядів на змістовну інтерпретацію «економічних результатів» зумовлює необхідність упорядкування та узагальнення визначення даного терміну, що в подальшому дозволить чіткіше та однозначніше здійснювати відповідні економічні вимірювання та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Мета статті. Одним з найбільш популяризованих підходів до визначення економічних результатів є цільовий, у рамках якого цілі визначаються через результати діяльності підприємства. Метою даної наукової статті є уточнення понятійного апарату в контексті взаємозумовленості та взаємозв'язку понять «ціль» — «результат» і визначення економічних результатів відповідно до цільової моделі, якої дотримується підприємство в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Традиційно в наукових економічних публікаціях термін «результат» не визначається, а проблематика різноматематичних досліджень, що безпосередньо пов'язана з результатами діяльності підприємства, як правило, передбачає словникове розуміння терміну як кінцевого підсумку, наслідку, що завершує дію (або сукупність дій), явище, розвиток будь-чого. Змістовні інтерпретації економічних результатів у дослідженнях різних наукових проблем визначаються специфікою контексту. Значна кількість публікацій економічні результати розглядає у взаємозв'язку категорій «ефект», «ефективність», «результативність». Досить поширеним у сучасних дослідженнях є підхід до розкриття змісту економічних результатів з точки зору фінансових показників, основним з яких учені визначають прибуток. Високим змістовним потенціалом характеризується цільовий підхід до визначення економічних результатів, який буде розвинено та використано в якості базового для обґрунтування авторської позиції щодо поставлених завдань даної наукової статті.

Основна змістовна ідея цільового підходу до визначення економічних результатів полягає в тому, що мета визначає конкретну форму вираження економічного результату діяльності підпри-

емства [6, с. 35]. У такій логічній постановці доцільним є узагальнення основних положень теорій економічних систем, фінансового та стратегічного менеджменту, в рамках яких визначаються основні характеристики цілей ф можливим стає дослідження їх взаємозв'язку, впливу на формування та оцінювання економічних результатів діяльності підприємств.

Узагальнення наукових підходів до визначення цілей (рис. 1) дозволяє говорити про те, що їх інтерпретація ц термінології результатів є однією з найпопулярнізованиших наукових позицій.

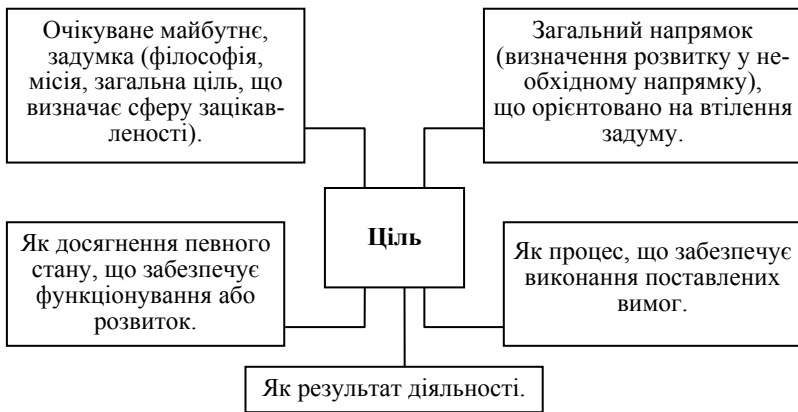


Рис. 1. Інтерпретація цілей у теорії управління

[Узагальнено на основі 5, 7]

У Великому радянському енциклопедичному словнику ціль визначається як «результат свідомої діяльності людини (втілення задумів)», а в теорії систем управління «як кінцевий результат, який необхідно отримати на основі вибору та реалізації тих чи тих впливів на систему» [7, с. 84]. У сучасній теорії управління підприємствами досить відомими є концепції управління по цілям і по результатам, назви яких у науково-практичних публікаціях досить часто використовують синонімічно. Однак терміни «ціль» і «результат» не є тотожними, кожен з них має свої змістовні особливості, які визначають не тільки сутнісну специфіку, а й подальшу логіку наукового дослідження та практичного використання.

Взаємозв'язок категорій «цілі» та «результати» є базисним у теорії прийняття рішень, основи якої були закладені Аристотелем, який у якості фундаментального її принципу визначав ціле-

полягання. Сучасна теорія прийняття рішень представляється на рівні логічного синтезу трьох основаній: «цілі — засоби — результати», які можуть бути представлені такими ситуаціями:

1) задані цілі та засоби їх досягнення. Задача прийняття рішень полягає в тому, щоб визначити конкретний результат дій;

2) задана ціль. Задача прийняття рішень полягає у пошуку шляхів її досягнення та конкретизації результатів дій;

3) дані відсутні. Необхідним є визначення цілі, пошук шляхів її досягнення і визначення конкретних результатів.

Логіка взаємозв'язку «цілей — засобів — результатів» формує підходи до визначення типу управлінського мислення:

— одномірне управлінське мислення представляється в категоріях раціональної теорії прийняття рішень: «ціль» — «засіб» — «результат»;

— двомірне управлінське мислення представляється продуктивною («ціль — засіб — результат») і відтворювальною рефлексією. У першому випадку — нормативна теорія прийняття рішень, у другому — дескриптивна;

— трьохмірне управлінське мислення в категоріях «ціль» — «засіб» — «результат» визначає три концептуальні підходи до управління:

■ вихідним і кінцевим пунктом рефлексії є ціль: «Ціль — Засіб — Результат — Ціль¹». Даний підхід є основою управління по цілям (цільового управління);

■ вихідним і кінцевим пунктом рефлексії є засіб: «Засіб — Результат — Ціль — Засіб¹». Даний підхід є основою управління за відхиленнями;

■ вихідним і кінцевим пунктом рефлексії є результат: «Результат — Ціль — Засіб — Результат¹». Даний підхід є основою управління за результатами.

Дані підходи, відповідно, конкретизуються у функціональному, системному та ситуаційному підходах до управління, а їх концептуальний синтез у синергетичному.

З розвитком теорії стратегічного менеджменту контекстуальний взаємозв'язок цілей і результатів значно розширюється. Логічна конструкція «цілі — засоби — результати» трансформується на «цілі — {мотиви, інтереси, поведінка, засоби} — результати», що значно розширює межі досліджуваних категорій. У теорії стратегії дослідження проблематики управління через цілі та результати здійснюється на основі цільової моделі, в рамках якої відбувається конкретизація та ієрархізація цілей за певними критеріями, які в подальшому визначають рівень вимірю-

вання їх досяжності та, відповідно, формується основа для ідентифікації та оцінки економічних результатів. У такій логічній постановці економічний результат діяльності підприємства можна визначити як приведення до загального знаменника досягнення цілей підприємства, що означає, перш за все, урахування протилежних інтересів. Результат завжди виступає наслідком синтезу заходів у рамках різних аспектів (елементів) системи управління, тому цілком логічно, що виникають протиріччя інтересів, мотивів, влади тощо. Взагалі, дотримання усіх вимог, що пред'являються до цілей (такі вимоги узагальнено на рис. 2) є в принципі неможливим.



Рис. 2. Вимоги до формулювання цілей підприємства

[Узагальнено на основі 4, 7]

Зазвичай, з точки зору практики цілі можуть бути неповно сформульовані, мати неточності та бути не зовсім зрозумілими та незадокументованими, можуть бути відомими не всім учасникам процесу реалізації тощо. Найактуальнішою проблемою, як з точки зору теорії, так і практики, є несумісність цілей. Прикладом конфлікту між різними категоріями цілей можуть бути: доходність і ризик; прибутковість — ліквідність; ліквідність — надійність; організованість — обмеженість; конфлікт економічних і соціальних, екологічних та економічних аспектів тощо. Розв'язання конфлікту цілей має носити не оптимізаційний характер, а вирішувати проблему їх взаємодії. Проблематика усунення конфліктів і «парадоксів економіки підприємства» переміщується в площину оцінки економічної величини результатів діяльності підприємства, тобто економічний принцип стає основним методом балансування у форматі «інтереси — мотиви — засоби — поведінка».

Змістовний аналіз цільових моделей підприємства (їх перелік систематизовано на рис. 3) дозволяє говорити про те, що в рамках кожної з моделей формується критерій або їх сукупність, які виступають основою вимірювання економічної величини результату.

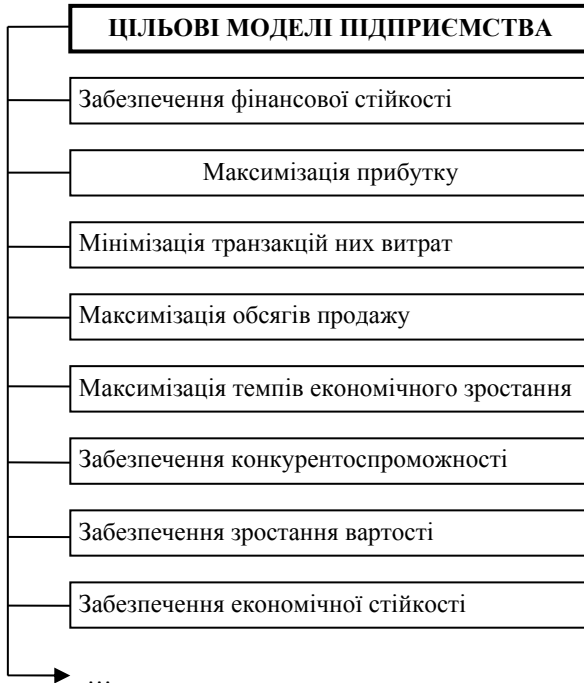


Рис. 3. Систематизація цільових моделей підприємства

Узагальнено на основі [1, с. 68–70; 8, с. 20–21]

Так, у рамках вартісної цільової моделі [2, 3] конкретизація величини економічного результату здійснюється в рамках витратного, доходного, ринкового, змішаного підходів до оцінювання вартості на основі сукупності *IBM*-показників, вибір яких обґрунтовується аналітиком залежно від цілей і задач конкретної ситуації. Візуалізація процесу нейтралізації конфлікту інтересів цілей може бути продемонстрована в процесі вимірювання економіч-

ного результату на основі трьохфакторної інтерпретації спреду продуктивності капіталу на основі *EVA*-моделі (формула (1)):

$$EVA = Cap \times [ROE \times (1 - r_{debt}) - WACC]$$

де *EVA* — величина економічної доданої вартості;

Cap — величина інвестованого капіталу;

ROE — прибутковість власного капіталу за чистим операційним прибутком (*EBI*, *Earnings Before Interest*);

r_{debt} — коефіцієнт, що характеризує частку боргів у загальному обсязі інвестованого капіталу;

WACC — середньозважені витрати на капітал.

Так, відповідно до пропонованої логіки відбувається раціоналізація співвідношення ризику, що проявляється у рівні залежності підприємства від зовнішніх інвесторів та кредиторів, та доходності, у вигляді прибутковості власного капіталу. Якщо надалі здійснити факторну інтерпретацію рентабельності власного капіталу та продуктивності функціонування активів (формула 2), то простежується логічна ієрархія як цілей, так і результатів, а також взаємозв'язок різноспрямованих цілей та їх приведення до єдиного узагальнюючого критерію, як міри результату реалізації цільової моделі підприємства.

$$EVA = Cap \times (r_{sale} \times K_{curr.ass} \times r_{solv} \times r_{str.cap} - WACC)$$

r_{sale} — рентабельність реалізації за чистим операційним прибутком;

$K_{curr.ass}$ — швидкість обороту оборотних активів, оборотів;

r_{solv} — коефіцієнт платоспроможності;

$r_{str.cap}$ — коефіцієнт структури капіталу.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження можна зробити низку висновків і визначити напрямки перспективних досліджень у рамках заявленої наукової проблематики:

1) економічний зміст категорії «результат» має багато напрямків наукових досліджень, серед яких цільовий підхід характеризується високим пояснювальним рівнем з точки зору урахування тенденцій розвитку зовнішнього бізнес-середовища та специфіки внутрішнього устрою підприємства;

2) розвиток сучасних теорій синергетики, стратегічного та фінансового менеджменту значно розширює коло логічних конструкт, що пояснюють взаємозумовленість і взаємозв'язок категорій «ціль» і «результат». Так, узагальнення наукових напрацювань, дозволяє говорити про цілі як єдність мотивів, інтересів, засобів, поведінки та результатів. При цьому, контекстуально економічні результати є наслідком не лише реалізації цілей, а й підсумком функціонування та розвитку підприємства з урахуванням неконтрольованих впливів бізнес-середовища;

3) постіндустріальні умови функціонування змінюють філософію існування підприємств, систему ціннісних установок та механізмів їх реалізації. Відповідно, змінюється змістовне наповнення та економічна логіка вимірювання результатів діяльності підприємств, що потребує адекватних змін принципів дослідження, методів та аналітичного інструментарію. Актуалізація зазначеного кола питань зумовлює подальшу тематичну спрямованість досліджень автора.

Список літератури

1. *Бланк И. А.* Управление формированием капитала: научное издание / И. А. Бланк. — К.: Ника-Центр, 2000. — 508 с.
2. *Волков Д. Л.* Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты : Монография / Д.Л. Волков. — СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. — 320 с.
3. *Ивашковская И.В.* Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход / И.В. Ивашковская. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 319 с.
4. *Низовкина Н.Г.* Экономическое измерение результата / Н.Г. Низовкина // Вестник НГУ. Серия «Социально-экономические науки». — 2010. — Том 10. Выпуск 4. — С. 81—93
5. *Низовкина Н.Г.* Экономическое измерение результата: экономическая метрология [Электронный ресурс] / Н.Г. Низовкина. — М.: LAP

LAMBERT Academic Publishing, 2011. — Режим доступа: <https://www.lap-publishing.com>

6. Турило А.М. Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства / А.М. Турило, О.А. Зінченко // Фінанси України. — 2008. — № 8. — С. 35—44.

7. Фрейдина Е.В. Исследование систем управления: учебно-методический комплекс /Е.В. Фрейдина. — Новосибирск: НГУЭ, 2007. — 184 с.

8. Фролова Л.В. Управління вартістю підприємства : монографія / Л.В. Фролова, Л.О. Ліснiченко. — Кривий Ріг: Видавець ФО-П Чернявський Д.О., 2015. — 290 с.

References

1. Blank, I. A. (2000) Upravlenie formirovaniem kapitala. — Kiev: Nika-Centr (in Russ)

2. Volkov, D. L. (2008) Teoriya cennostno-orientirovannogo menedzhmenta: finansovyy i buhgalterskiy aspekty Sankt-Peterburg: Vysshaya shkola menedzhmenta (in Russ)

3. Ivashkovskaya, I.V. (2013) Finansovye izmereniya korporativnykh strategiy. Stejkholderskiy podhod. — Moscow: INFRA-M (in Russ)

4. Nizovkina, N.G. «Jekonomicheskoe izmerenie rezul'tata» Vestnik NGU. Seriya «Social'no-jekonomicheskie nauki», no 10. Vypusk 4 (2010): 81—93 (in Russ)

5. Nizovkina, N.G. (2011) Jekonomicheskoe izmerenie rezul'tata: jekonomicheskaja metrologija Moscow: LAP LAMBERT Academic Publishing (in Russ)

6. Turilo, A.M. «Finansovo-ekonomichni aspekti ocinki rezul'tativ i efekтивности dijal'nosti pidpriemstva» // Finansi Ukraїni, no 8 (2008): 35—44 (in Russ)

7. Frejdina, E.V. (2007) Issledovanie sistem upravlenija: uchebno-metodicheskij kompleks Novosibirsk: NGUJe (in Russ)

8. Frolova, L.V. (2015) Upravlinnja vartistju pidpriemstva : monografija. — Krivij Rig: Vidavec' FO-P Chernjavs'kij D.O (in Ukr)

Стаття надійшла до редакції 05.12.2016 р.

ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ ПРАВО ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ

УДК 336.27

Ю.Б. Мальковська, студент,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

В.І. Усик, к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ ЯК ПЕРЕДУМОВА МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

NATIONAL DEBT MANAGEMENT AS A PRESONDITION OF MACROECONOMIC STABILITY

Y. Malkovska, student,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

V. Usyk, PhD in Economics,
Associate Professor, Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена оцінці процесу управління державним боргом з точки зору відомих макроекономічних теорій представників різних наукових шкіл. Здійснено аналіз макроекономічних тенденцій і залежностей, які породжені дисбалансами, викликаними недосконалим менеджментом у сфері здійснення управління боргом в Україні. Основна взаємозалежність, що досліджується, — це залежність між методами здійснення процесу управління борговими зобов'язаннями та забезпеченням економічного зростання економіки, подолання основних макроекономічних дисбалансів розвитку та пропозиції щодо оптимізації процесу управління боргом задля досягнення макроекономічної стабільності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: державний борг, управління боргом, дефіцит бюджету, бюджетне сальдо, рівень боргу, економічне зростання.

ABSTRACT: The article is devoted to evaluation of national debt management from points of view of popular macroeconomic theories by representatives of different scientific schools. We analyzed macroeconomic

tendencies and dependences evoked by disbalances from imperfect debt management in Ukraine. The main interdependence, which is being investigated, is between methods of acting upon the process of debt obligation management and providing economy's growth, overcoming main macroeconomic growth disbalances and suggestions as for debt management process optimization in order to achieve macroeconomic stability. KEYWORDS: national debt, debt management, budget deficit, budget balance, debt level, economic growth.

Вступ. Проблемі управління боргом приділено багато уваги, оскільки нагромаджують невпинно борг не лише країни, що розвиваються, а й розвинуті країни із економіками-флагманами. Протягом розвитку та становлення науки макроекономіки було досягнуто висновків, що дефіцит бюджету в розумних пропорціях не впливає загрозово на стан національної економіки та не збільшує боргових зобов'язань. Але такі твердження можна зарахувати скоріше до числа виключень із загального правила: боргові зобов'язання різних видів (внутрішні чи зовнішні) як спосіб фінансування дефіциту бюджету застосовується завжди, а залучений борг зростає швидшими темпами, аніж здійснюється погашення попередніх зобов'язань, що викликає збільшення боргового навантаження на національну економіку. Причинно-наслідкові зв'язки демонструють, що таке боргове навантаження впливає на економічне зростання, грошовий обіг, рівень інфляції, обсяги інвестицій, стан платіжного балансу та ще на ряд макроекономічних показників.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку України та нарощення обсягів боргових зобов'язань збільшуються проблеми у сфері оптимізації процесу управління, структуризації заходів із управління, конкретизація відповідальних інституцій і функціональних обов'язків, наданні характеристик причинно-наслідковим процесам. Наявність зазначених проблем позначається на стані національної економіки, а отже, метою є розробка рекомендацій для державного менеджменту щодо здійснення управління борговими зобов'язаннями в Україні.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі державні боргові зобов'язання можна цілковито вважати природним явищем для будь-якої економіки на рівні із тезою про нерівність розподілу та перерозподілу доходів суб'єктів економіки як явище, що також цілком природне. Борг як такий виникає за наявної потреби фінансування дисбалансів економічної системи, наприклад, такий як незбалансований державний бюджет країни, тобто бюджетний дефіцит або незбалансований платіжний баланс, тобто

дефіцит рахунку поточних операцій, який не покривається автономним фінансуванням. Боргове фінансування є заходом, що заміщує потребу в емісійному фінансуванні, тобто вважається, що негативні наслідки від боргового фінансування значно легше скеровуються, аніж наслідки емісійного фінансування, що цілком підтверджує загальна практика фінансування й одним й іншим методом іншими країнами світу. Це пояснюється тим, що монетизація дефіциту бюджету збільшує грошову базу, а отже й грошову масу, яка не поглинається достатнім попитом на гроші, що провокує інфляцію, методи боротьби з якою або привносять шоккові коливання в економіку, або розтягуються на довготривалий період, що виснажує економіку. Накопичення боргу є не менш виснажливим, але як демонструє приклад США, за умов стабільного зростання економіки вплив боргового навантаження невілюється.

Аналітична форма вищезазначеного має вигляд такої рівності:

$$BS = T - G \quad (1)$$

Бюджетне сальдо як аналітичний показник не несе інформативної загрузки, тому доцільніше використовувати показник рівня боргу, як співвідношення боргу до валового внутрішнього продукту, оскільки кінцевим джерелом погашення боргу є саме ВВП, а отже, це перший та основний макроекономічний показник, на який впливає збільшення або ж зменшення боргового тиску:

$$d = Dg / (Y * P) \quad (2)$$

Саме цей показник є індикатором стійкості фіскальної політики. При зростанні боргових навантажень на національну економіку зростає тиск на реальні відсоткові ставки, а отже, звертаючись до формули (1) зростає частка видатків на обслуговування боргу, що провокує ще більшу дестабілізацію бюджету. Такі платежі погашення зменшують гнучкість бюджетної політики, яка є складовою фіскальної політики та примушують концентруватись виключно на засобах і заходах отримання валютних коштів для здійснення виплат або зміни умов кредитування, що дозволило б полегшувати наростаючі темпи боргу. В Україні динамічні зміни відбувались у такому порядку (рис. 1).

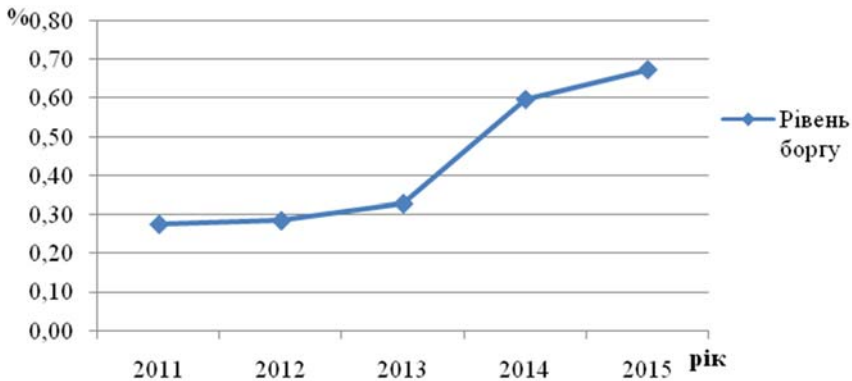


Рис. 1. Індикатор ефективності управління боргом¹

Зазначений індикатор використовується за рекомендаціями Міжнародного валютного фонду, який до того ж визначає раціональні межі співвідношення боргу із ВВП, а саме, він стверджує, що основним принципом у оцінці ефективності бюджетної політики щодо управління державним боргом має бути принцип збереження платоспроможності країни. Доцільним вважається збільшення значення зазначеного індикатора нижчими темпами, аніж відбувається приріст реальної відсоткової ставки в економіці за мінусом темпів приросту реального зростання, тобто ВВП у цінах базового періоду. Простіше можна пояснити цей принцип так: щоб темпи приросту номінальної вартості боргу зростали повільніше за номінальні відсоткові ставки. Таким чином, аналізуючи індикатор в Україні можна стверджувати про недотримання принципу збереження платоспроможності останні два роки, а також збереження тенденції поступового наближення до подолання критичної межі у 55 % (яка визначена МВФ) протягом усього аналізованого періоду. Отже, вплив між боргом і ВВП пояснюється тим, що ВВП є базою повернення боргових зобов'язань, тобто, податковою базою, яка забезпечує більшу частку доходів і формують власне видатки, в тому числі на обслуговування та погашення боргу.

Як уже зазначалось, боргові залучення здійснюються за видами: зовнішні та внутрішні. Внутрішній борг (табл. 1) створюється через внутрішнє небанківське фінансування, тобто емісію ОВДП. Розміщення та обслуговування внутрішнього боргу не вимагає

¹ побудовано автором за даними [2].

здійснювати впливу на грошову базу в момент випуску додаткових боргових паперів і не провокує інфляцію. В Україні структура внутрішніх запозичень говорить про розгалужену базу ОВДП, які складають у середньому 99 % від усього обсягу внутрішніх запозичень. Після значного зростання заборгованості по ОВДП у 2014 році по відношенню до 2013 на 80 % до кінця жовтня 2016 року спостерігається спад у темпам зростання, таким чином, у по відношенню до 2015 року такий вид заборгованості збільшився на 8 %. Щодо заборгованостей перед банківськими та фінансовими установами, то протягом досліджуваного періоду спостерігається стійка тенденція до спаду обсягів на 5–4 % щороку. Щодо зовнішнього боргу (табл. 2), то він накопичується завдяки емісії довгострокових боргових паперів, які продаються не зовнішньому ринку нерезидентам. У момент додаткового розміщення такого характеру боргових паперів відбувається зростання курсу національної валюти, що підриває конкурентоспроможність продукції національного виробництва закордоном. Також, зовнішній борг є менш гнучким за способами внесення змін впродовж терміну обслуговування та погашення. Він створює потребу у стабільному залученні валютних надходжень до країни, тобто профіциту рахунку поточних операцій, яке в Україні не досягається. В Україні структура зовнішніх запозичень складається з ОЗДП на 52,3 % станом на 2016 рік, а також з запозичень від міжнародних фінансових організацій на 38,1 %. За аналізований період із 2013 до 2014 рр., обсяги запозичень по всіх категоріях зросли переважно у двічі. Деяких категорія така тенденція торкнулась і з 2014 на 2015 роки.

Таблиця 1

СТРУКТУРА ВНУТРІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ, млрд грн²

	2011	2012	2013	2014	2015	10.2016
Внутрішній борг	161,47	190,30	256,96	461,00	508,00	549,36
Заборгованість за цінними паперами на внут. ринку	158,29	187,26	254,05	458,23	505,36	546,82
Заборгованість перед фінансовими установами	3,17	3,04	2,91	2,78	2,65	2,55
НБУ	3,17	3,04	2,91	2,78	2,65	2,55

² побудовано автором за даними [2].

Таблиця 2

СТРУКТУРА ЗОВНІШНЬОГО БОРГУ УКРАЇНИ, млрд грн³

	2011	2012	2013	2014	2015	10.2016
Зовнішній борг	195,81	208,92	223,26	486,03	826,27	927,25
Заборгованість за позиками від між. фін. організацій	84,34	80,10	61,90	169,09	337,45	354,02
Заборгованість за позиками від органів упр. іноз. держав	10,72	9,10	7,28	16,37	32,71	44,69
Заборгованість за позиками від іноз. комерційних банків, іноз. фін. установ	15,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Заборгованість за випущеними ЦП на зовн.ринку	69,70	104,64	138,91	272,51	415,27	485,53
Заборгованість, не віднесена до інших категорій	15,06	15,09	15,17	28,05	40,84	43,01

Такі висновки наводять на думку, що оптимізація управління боргом має відбуватись за рахунок зміни структури боргу шляхом зменшення частки зовнішніх запозичень на користь внутрішніх, але й одний вид боргу й інший у довгостроковому періоді створюють негативні наслідки, а отже у короткостроковому вони різняться незначно.

Сам процес управління боргом виступає умовним «штурвалом» скеровування наслідків такого природного явища, як борг згідно із напрямом розвитку країни. Управління як діяльність має відповідні функції, симбіоз який дозволяє будувати довгострокові стратегії розвитку економічної системи з точки зору мінімізації наслідків боргового навантаження. Проблема управління боргом полягає у збалансуванні співвідношення між інвестиціями, економічним зростанням та внутрішніми і зовнішніми запозиченнями, забезпеченні платоспроможності держави та пошуку реальних джерел фінансування.

Торкаючись питання цілей управління боргом, варто виділити такі: макроекономічні — заохочення ощадності; розвиток ринку

³ побудовано автором за даними [2].

цінних паперів; поєднання боргової політики із цілями монетарної; забезпечення фінансування урядових програм; збалансування бюджету; мінімізація вартості обслуговування боргу; утримання безпечного рівня боргу.

Як правило, заходи уряду спрямовані на зменшення боргового тягаря для бюджету через проведення масштабних реструктуризаційних операцій, вдосконалення бюджетного процесу, розширення діапазону курсових коливань, що дає змогу зменшити потребу в зовнішньому фінансуванні для підтримання платіжного балансу та знизити відсоткові ставки з метою стимулювання інвестиційної активності. У довгостроковому періоді ж виникає замкнене коло «дефіцит-борг», яке не підлягає розірванню, бо навіть за умови профіциту бюджету сума боргу, якщо запозичення взяті на довгий термін, все ж таки буде тягарем сплати на тривалій термін.

У макроекономічній теорії виділяють основні концепції управління державним боргом у короткостроковому та довгостроковому періодах, які відрізняються за основними шляхами стабілізації [4, с. 9]:

- представники кейнсіанського напрямку вважали, що в процесі управління боргом, дефіцитне фінансування має використовуватись для стабілізації економіки протягом короткострокового періоду часу;
- вчені неокласичного напрямку вважали, що найбільша увага уряду в процесі управління державним боргом має приділятися виключно довгостроковим проблемам і наслідкам державного боргу та розподілу його тягаря між поколіннями;
- науковці рикардіанського напрямку вважали, що здійснення дефіцитного фінансування у короткостроковому періоді за своїм впливом на поведінку економічних суб'єктів є еквівалентним фінансуванню за рахунок надходження додаткових податкових доходів до державного бюджету.

Виходячи з даних концепцій, можна сформулювати довгострокові методи боргової стабілізації (табл. 3), які присвячені висвітленню основних механізмів стабілізаційних заходів державного менеджменту у сфері управління боргом.

Перший варіант можливий за умови відсутності економічного зростання та інфляції, за відсутності фінансування шляхом емісії та у такому випадку уряд має брати в позику і випускати нові боргові зобов'язання (ΔBg). Якщо бюджет має надлишок, то уряд погашає певну частину своїх боргів або нагромаджує активи.

МЕТОДИ БОРГОВОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ [1, с. 179]

Умови	Розрахунок рівня державного боргу
1. За відсутності економічного зростання та інфляції	$\Delta Bg = G - T + r * Bg$
2. За економічного зростання та відсутності інфляції	$\Delta(Bg/Y) = (G - T)/Y + (r * \Delta Y) * Bg/Y$
3. За економічного зростання та інфляції	$\Delta(Bg/Y) + \Delta Mo / (P * Y) - \\ = (G - T)/Y + (r * \Delta Y) * Bg/Y$

Інший варіант складається за умов економічного зростання та відсутності інфляції. Якщо валовий внутрішній продукт (ВВП) номінальний зростає стабільно, то відношення боргу до ВВП (Δ) залишається сталим за умови зростання самого боргу, а із часом наближається до нуля. Таким чином, за умовами цієї моделі із певним часом повинні відбуватись перегони між зростаючим ВВП і боргом або між трендовим зростанням економіки ($\Delta \frac{Bg}{Y}$) і реальною відсотковою ставкою (r). Коли темп економічного зростання перевищує реальну відсоткову ставку, то збалансований первинний бюджет відповідає спадному відношенню боргу до ВВП, а коли реальна відсоткова ставка перевищує темпи зростання, процес нагромадження боргу є вибуховим (навіть за збалансованості первинного бюджету борг все одно зростає), але первинний надлишок, потрібний для боргової стабілізації, значно менший, ніж той, що потрібен для стабілізації абсолютного рівня боргу.

Третій варіант пояснює, що за наведених умов дефіцит може фінансуватися випуском нових боргових зобов'язань або додатковою емісією готівкових знаків, тобто відбудеться зростання пропозиції грошей швидшим темпом, аніж економічне зростання. Стабілізація співвідношення боргу із ВВП за цих умов потребує навіть меншого первинного бюджетного надлишку. Описані вище варіанти боргової стабілізації повністю характеризують основну ідею управління боргом — кошти повинні використовуватись для фінансування зростання виробничих потужностей. При

цьому повинно збільшуватися виробництво товарів не лише для внутрішніх потреб, а й експорт продукції, конче необхідний для одержання іноземної валюти. Якщо цього не буде, то платежі з обслуговування боргу досягнуть неприпустимо високої частки експорту та вітчизняного виробництва. В результаті комерційні кредитори, побоюючись імовірних неплатежів, скорочуватимуть кредитування [1, с. 179].

Описаний вище механізм управління боргом з урахування питань економічного зростання є актуальним для будь-якої країни, оскільки основна стратегічна мета здійснення впливу на національну економіку є зростання економічної системи. В Україні питання довгострокового управління боргом за умови економічного зростання стоїть гостро, адже боргове навантаження зростає щороку, але визначаються лише середньострокові стратегії управління боргом, які переважно акцентують увагу на: задоволені потреб держави у фінансуванні за мінімізації вартості обслуговування запозичених ресурсів з урахуванням ризиків; утримання боргу на економічно безпечному рівні; забезпечення функціонування внутрішнього ринку цінних паперів і забезпечення доступу міжнародного капіталу.

Такі короткострокові та середньострокові орієнтири лише збільшують обсяги заборгованості «із сьогодні на завтра», що не дає можливості економіці нарощувати обсяги виробництва. Проблемою управління боргом є відсутність ґрунтовних заходів довгострокових стратегій, що дозволило б знизити боргове навантаження та оптимізувати структуру обслуговування боргів.

Висновки. Зважаючи на специфіку природного економічного явища — боргу — та методики здійснення управління боргом в Україні вважаємо за потрібне надати такі рекомендації:

- розробити дієві заходи із формування стійкого підґрунтя задля забезпечення балансу державного бюджету, що дозволило б зменшити негативні наслідки фінансування дефіциту бюджету. Особливим заходом має стати детінізація економіки України, що має у наслідку збільшити доходи бюджету та здійснити балансуєчу функцію. Вимагає реструктуризації державне споживання, включаючи перегляд достатніх і необхідних розмірів державного сектору України;

- запровадити заходи щодо поліпшення платоспроможності внутрішньої економіки та збільшення довіри населення до держави як до позичальника;

- створити довгострокову стратегію управління борговими зобов'язаннями, підтримуючи мету зменшення тіла боргу та реструк-

туризуючи його на користь залучення внутрішніх коштів, щоб вони працювали на внутрішньому ринку. Загальна орієнтація повинна бути спрямована на довгострокові боргові зобов'язання. Переформатування короткострокових позик у довгострокові дозволить розподілити боргове навантаження. У довгостроковій перспективі у разі грамотного управління така стратегія дозволить зменшувати обсяги як тіла боргу, так і вартості обслуговування;

- розмежувати права та обов'язки державних інституцій щодо здійснення управління боргом, поклавши в основу принцип недопущення суперечності між кінцевими або проміжними цілями та заходами реалізації.

Список літератури

1. Макроекономічна політика: навч. посіб. для студентів [Електронний ресурс] / І.Й. Малий, А.Г. Савченко, В.С. Волощенко, Л.М. Ємельянченко та ін. — Режим доступу: http://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/2014/12-4545.pdf

2. Статистичні дані Міністерства фінансів України. — [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства фінансів України. — Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>

3. Сич Н.О. Світовий досвід як векторний орієнтир в управлінні зовнішнім державним боргом / Н.О. Сич // Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України. — 2013. — №37. — С. 350—358.

4. Юрій С.І. Управління зростанням на основі боргу і Україна / С.І. Юрій // Журнал Європейської економіки. — 2007. — Том 6. — № 1. — С. 6—27.

References

1. Makroekonomichna polityka: navch. posib. dlya studentiv [Elektronnyj resurs] / I.J. Malyj, A.G. Savchenko, V.S. Voloshhenko, L.M. Yemel'yanchenko ta inshi. — Rezhym dostupu: http://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/2014/12-4545.pdf [in Ukrainian]

2. Staty'stychni dani Ministerstva finansiv Ukrainy'. — [Elektronnyj resurs] / Oficijnyj sajт Ministerstva finansiv Ukrainy'. — Rezhym dostupu: <http://www.minfin.gov.ua/> [in Ukrainian]

3. Sy'ch N.O. Svitovyj dosvid yak vektornyj oriyenty'r v upravlinnya zovnishnim derzhavny'm borgom / N.O. Sy'ch // Problemy ta perspektyvy rozvy'tku bankivs'koyi sy'stemy` Ukrainy`. — 2013. — #37. — S. 350—358. [in Ukrainian]

4. Yuriy S.I. Upravlinnya zrostanniam na osnovi borгу i Ukraїna / S.I. Yuriy // Zhurnal Yevropejs'koyi ekonomiky`. — 2007. — tom 6 #1. — S. 6—27. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 16.11.2016 р.

Чайковська М.А. к.е.н.,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»
Глуценко Г.Ю., студентка факультету менеджменту і маркетингу
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

**«ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» ЯК СКЛАДОВА
ДОСЯГНЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ В ДЕРЖАВІ**

**«GREEN ECONOMY» AS A COMPONENT
TO ACHIEVE STABILITY OF THE STATE**

Chaykovska M.A., PhD, Associate Professor,
Department of International economics
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Gluschenko A., Student,
Faculty of Management and Marketing
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто сутність економічної категорії «зелена економіка». Проаналізовано глобальні проблеми людства, що призвели до виникнення концепції «зеленої економіки». Досліджено місце України серед інших держав світу в екологічному та економічному аспектах. Обґрунтовано вагомість впровадження «зеленої економіки» у провідні галузі господарства. Виявлено стратегічні пріоритети розвитку «зеленої економіки» в Україні. Запропоновано інноваційні напрями розвитку держави в контексті «зеленої економіки» задля забезпечення сталого розвитку суспільства у майбутньому.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: «зелена економіка», економічна безпека, стратегічні пріоритети, навколишнє середовище, сталий розвиток.

ABSTRACT: The article describes the essence of economic category of «green economy». Analyzed global problems of humanity, which led to the emergence of the concept of «green economics». Studied Ukraine's place among the other nations of the world in environmental and economic aspects. Grounded importance in the implementation of green economics major industries. There are given the strategic priorities of the «green economy» in Ukraine. Offer innovative directions of development of the state in the context of the «green economy» for the sustainable development of society in the future.

KEYWORDS: «green economy», economic security, strategic priorities, the environment, sustainable development.

Вступ. Сучасними глобальними проблемами людства є кліматичні зміни, вичерпання ресурсів, малозабезпеченість, перенаселення, брак продуктів харчування. Задля їх вирішення експерти ООН пропонують звернутися до концепції «зеленої економіки» — створити умови для розвитку бізнесу на основі нових «зелених» технологій та екологізувати індустріальні галузі господарства, адже «зелений підхід» в економіці приносить нові перспективи та відіграє важливу роль для прогресивного розвитку держави.

Теоретичними та практичними аспектами концепції «зеленої економіки» займалися вітчизняні вчені В.Є. Реутов, С.К. Харічков, М.А. Хвесик, Б.М. Данилишин, Т.П. Галушкіна та інші. Серед зарубіжних вчених варто виділити Р.В. Кейтса, А.А. Лейзеровича, Т.М. Перріса, Дж.Ю. Стиглиця, які займалися методологією дослідження сталого розвитку та розробкою шляхів впровадження «зеленої» економіки в державі. У той же час дана проблема вимагає подальшого вивчення.

Постановка задачі. Проаналізувати показники, які характеризують «зелену економіку» та запропонувати напрями розвитку «зеленої економіки» для забезпечення сталого розвитку держави.

Методологія. Дослідження проведені шляхом вивчення монографічних праць, статистики, використання методів аналізу і синтезу, системності, порівняння, індукції та дедукції.

Основні результати дослідження. В сучасному світі існує багато наукових досліджень, що присвячені розробці напрямів задля забезпечення сталого розвитку держави шляхом впровадження концепції «зеленої економіки». Аналітики Програми ООН з навколишнього середовища [1] зазначають, що «зеленою» є така економіка, яка призводить до підвищення добробуту людей і зміцненню соціальної справедливості при одночасному істотному зниженні ризиків для довкілля та дефіциту екологічних ресурсів.

В умовах глобалізації світової економіки, зростання населення, масової урбанізації спостерігається суттєве виснаження природних ресурсів, що призводить до дефіциту ресурсів, забруднення води та повітря, нестачі прісної води, зміни клімату, втрати біорізноманіття та інших серйозних проблем. Саме це, на думку вчених конференції «Rio+20» [2], зумовило виникнення концепції «зеленої економіки». У 2012 році на Всесвітньому саміті в Ріо-де-Жанейро обговорюванню цієї концепції приділялася значна увага. Міжнародні експерти прогнозують, що до 2050 року людей на Землі стане на третину більше [2]. Оскільки збільшення

населення чинить згубний вплив на екологію, то світ повинен зрозуміти необхідність переходу від «коричневої» економіки, яка характеризується високими викидами вуглецю, високою ресурсомісткістю, відсутністю орієнтації на вирішення соціальних проблем до «зеленої», яка дозволить подолати глобальну економічну рецесію та скоротить її негативні наслідки.

Наразі людство переживає наслідки багатьох криз: кліматичної, кризи біорізноманіття, продовольчої, водної, паливної, останнім часом — кризу фінансової системи та економіки в цілому. Населення Землі опинилося під загрозою різкої зміни клімату через неконтрольовану кількість викидів у навколишнє середовище, що тягне за собою величезний ризик для життя майбутніх поколінь землян. Стрімке підвищення цін на паливо в 2008 році і пов'язане з ним зростання цін на продуктивні та сировинні товари вказують на структурні недоліки і ризики, що підтримують зростання добробуту людства та подолання соціально-економічних проблем. Міжнародне енергетичне агентство [4] прогнозує збереження залежності від нафти та інших видів викопного палива і значне зростання цін на енергію через постійно зростаючий попит, що стає перешкодою для розвитку світової економіки, яка прагне відновлення та ефективного зростання.

Спостерігається відсутність розуміння суспільством проблеми продовольчої безпеки і, як результат, гальмування процесу розробки глобальних рішень для забезпечення 9 млрд населення Землі у 2050 році продуктами харчування. Нестача питної води є проблемою для 2,6 млрд людей на планеті, 884 млн з яких взагалі не мають доступу до чистої питної води. Прогнозується, що до 2030 року буде спостерігатися все більший розрив між річною потребою у прісній воді і її постачанням з поновлюваних джерел [5]. У сукупності ці кризи створюють значні соціальні проблеми, а саме підвищення рівня безробіття, соціально-економічної незахищеності і малозабезпеченості, що загрожує соціальній стабільності. Можна виділити багато причин виникнення цих криз, але спільною і найважливішою є нераціональний розподіл капіталу. Великі кошти вкладалися в нерухомість, видобуток викопних видів палива і структуровані фінансові активи, в той час як нестачу коштів відчували галузі поновлюваної енергетики. Тому існує нагальна потреба у вдосконаленні державної політики, включаючи заходи в галузі ціноутворення і регулювання. Вирішенням вищезазначених проблем є належне фінансування «зелених» галузей і підвищення значимості даної сфери на всіх рівнях державного розвитку.

Країни ЄС застосовують такі заходи економічного стимулювання розвитку «зеленої» політики, як податки на енергію, пільгові податки на відновлювану енергетику, інвестиції в чисті технології та інші. Стратегія ЄС до 2020 року передбачає інтеграцію елементів «зеленої економіки» в стратегії з економіки та зайнятості населення. Концепція «зеленої економіки» ув'язується євроінститутами з реалізацією Дорожньої карти щодо переходу до низьковуглецевої економіки ЄС до 2050 року [7].

Великобританія – третій за величиною ринок екологічно чистих продуктів у Європі після Німеччини та Італії. Ця країна запровадила податок на захоронення та складування відходів, за рахунок чого знизила ставку відрахувань до фондів обов'язкового соціального страхування, задекларувала розвиток економіки з низьким рівнем викиду CO₂ та «зеленими» технологіями.

У Німеччині впроваджено екоподаткову реформу, яка приносить у бюджет Німеччини щорічно більше 20 млрд євро «зелених» податків. Прийнято Національну програму з ефективності використання ресурсів, національно-дослідницьку стратегію з біоекономіки. Уряд Німеччини користується механізмом торгівлі квотами на викиди парникових газів, що призводить до їх зменшення. Протягом 2008—2012 рр. виробництва, які викидають парникові гази, скоротили обсяги таких викидів на 57 млн т на рік порівняно з 2005—2007 рр., що складає 7 % [5].

Франція займає гідне місце у сфері екоекономіки. Діє програма «Grenelle Environnement», метою якої є вироблення нового національного підходу до сталого розвитку та створення національної дорожньої карти в галузі навколишнього середовища в інтересах екології, сталого розвитку та регулювання землекористування. «Зелені» інвестиції становлять 18,3 % від загальної вартості плану пожвавлення економіки. Стимулюючими засобами у Франції є інвестиції в енергетику, а саме в оновлення існуючих електростанцій, інфраструктуру електромереж і відновлювальну енергетику.

Японія, азіатська країна, є єдиною державою з середнім індексом «зелених» інновацій більше 1. «Зелені» галузі складають дві третини промислового виробництва в Японії, у порівнянні з 20–40 % в інших країнах. Японія також має найглибший рівень «зелених» інновацій у 15 найбільших галузях обробної промисловості. Лідуючі позиції Японії у «зеленому» виробництві мають тривалий характер і спостерігаються давно з 1990-х років. Деякі експерти пов'язують це з патентної культурою Японії, яка чинить великий вплив на показники ефективності компаній.

Україна є однією з найзабрудненіших країн у сфері екології, рівень навантаження на природне середовище є більшим у 4—5 разів у порівнянні з країнами світу. Україна займає одне із перших місць по забрудненню середовища у післярадянські часи — при питомій вазі території держави серед країн СНД 2,7 %, викиди шкідливих речовин до атмосфери досягають — 18 %, скидання стічних вод у поверхневі водойми — 12 %, щорічне складування відходів — 19 % від показників у радянські часи [8].

Економічна система України енерго- і матеріалозатратна, залежна від зовнішніх поставок і неконкурентоспроможна. Застаріла технологічна база створює додаткове навантаження на навколишнє природне середовище та призводить до нераціонального використання ресурсів. Однак Україна входить у раду керівників ЮНЕП, співпраця ведеться також у рамках ініціативи «Навколишнє середовище та безпека» [1] з 2003 року, що вказує на фундаментальну діяльність у даному напрямку. Дослідимо показники енергоємності ВВП у деяких країнах світу для оцінки становища України в даному напрямку (рис. 1).

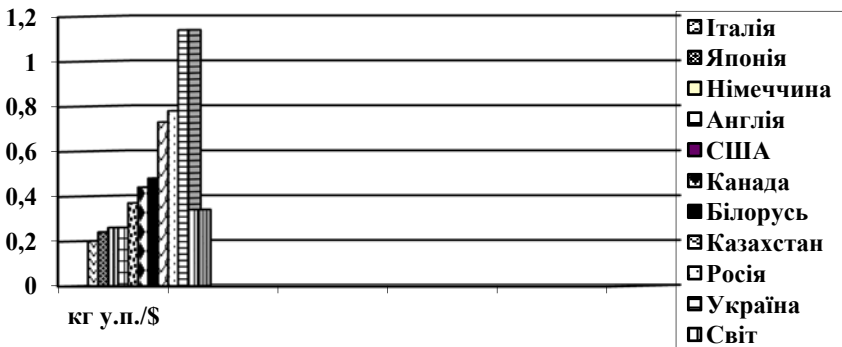


Рис. 1. Енергоємності ВВП країн світу кг у. п. /\$ США

Джерело: систематизовано авторами на основі [9]

Україна знаходиться на 87 місці серед країн світу за Індексом якості навколишнього середовища. Цей показник обумовлює знаходження 1,2 млн т відходів на її території, 75 % яких відносять до третього класу небезпеки. Україна посідає 95 місце серед 122 країн світу за рівнем раціонального використання водних ресурсів, згідно звіту ЮНЕСКО [1]. Міжнародна Фінансова Корпорація (ІFC) інвестувала в українські проекти з наявністю «зеле-

ної» складової \$ 645 млн протягом 2005–2010 рр. Експерти IFC відзначають, що альтернативна енергетика в Україні останні півтора року розвивається інтенсивніше, ніж традиційна. Виходячи з цього, складемо прогноз структури енергогенерації в Україні до 2030 року в табл. 1.

Таблиця 1

ПРОГНОЗ СТРУКТУРИ ЕНЕРГОГЕНЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ У %

Технологія	2005*	2009*	2015*	2018	2024	2027	2030
ТЕС усього, в т.ч.:	43,4	42,2	40,7	41,8	39,4	36,9	37,1
На вуглі	33,0	32,4	33,0	34,2	31,1	29,3	29,6
На природному газі	10,4	9,8	7,7	7,6	8,2	7,7	7,5
Блок-станції	2,0	1,6	2,5	2,5	2,2	1,8	0,9
ГЕС і ГАЕС	6,7	8,3	11,0	11,3	13,0	14,0	14,3
АЕС	47,8	47,8	44,9	43,1	42,6	43,4	42,5
Відновлювальні джерела, в т.ч.:	0,1	0,2	1,3	2,1	4,1	5,3	6,7
Малі ГЕС	0,12	0,13	0,6	0,8	1,23	1,44	1,6
СЕС	0	0	0,04	0,1	0,2	0,2	0,28
ВЕС	0	0,1	0,68	1,0	1,3	1,5	1,58
Геотермальні установки	0	0	0,03	0,24	0,96	1,31	1,57

Джерело: систематизовано авторами на основі [10], * — фактично

З кожним роком показники енергогенерації змінюватимуться в позитивний бік, що обумовлено участю в програмі «Екологізація економіки в країнах Східного партнерства», за доповіддю Міністра екології України Остапа Семерака на 8-й Конференції міністрів «Навколишнє середовище для Європи» в Батумі (2016 р.) [11]. Дана програма є регіональною, реалізується Європейською економічною комісією Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН), ОЕСР, ЮНЕП та ЮНІДО, спрямована на сприяння шести країн Східного партнерства Європейського Союзу: Вірменії, Азербайджану, Білорусі, Грузії, Республіці Молдова і Україні — до переходу на «зелену» економіку. Програму фінансує Європейська комісія, чотири організації-виконавці та інші донори [12]. Через участь в програмі Україна досягне:

- ✓ започаткування субсидіарних реформ;
- ✓ розширення фінансування через заохочення інвесторів;

- ✓ створення нової, досконалішої нормативно-правової бази;
- ✓ постійного контролю за станом навколишнього середовища;
- ✓ впровадження технологій і систем ресурсоефективного і більш чистого виробництва (РЕЧВ)
- ✓ доступу до екологічних інновацій.

Висновки. Проаналізувавши сучасний стан «зеленої» економіки в деяких країнах світу з різним рівнем економічного розвитку, можливості та шляхи впровадження й розвитку даного напрямку, розробимо сценарій переходу до «зеленої» економіки в Україні.

Перш за все, керівництву країни необхідно подолати бар'єри, що стримують запровадження стратегії «зеленої» економіки, а саме:

- заборонити видачу екологічно шкідливих субсидій;
- знизити суперечність економічної та екологічної політики;
- провести соціальні акції, направлені на пробудження свідомості споживачів і виробників проти використання елементів «коричневої» економіки.

Подолавши вищезазначені перешкоди на шляху впровадження «зеленої» економіки, Україні слід:

- 1) _ використати досвід розвинених європейських країн, які вже досягли значних успіхів у застосуванні принципів екологічної економіки;
- 2) поєднати екологічну та економічну складові на усіх рівнях — місцевому, регіональному, національному;
- 3) перейти на енергозберігаючі технології;
- 4) стимулювати втілення інноваційних розробок на підприємствах для зниження ресурсо- та енергоємності виробництва;
- 5) провести технічний контроль, регламентувати обсяги викидів шкідливих речовин, запровадити нові технології утилізації та переробки відходів;
- 6) розширити використання альтернативних джерел енергії, таких як мала гідроенергетика, вітрова, сонячна, біоенергетика;
- 7) впровадити екомаркування, розвивати органічне сільське господарство;
- 8) започаткувати зелене будівництво, розвиток зеленого транспорту — тролейбусів, трамваїв, велосипедів, електромобілів, зелені тарифи на електроенергію.

Перспективи подальших досліджень полягають у розгляді напрямів розвитку «зеленої економіки» у контексті формування політики неоіндустріального типу у розвинених країнах світу, поширенню концепції «зеленої економіки» на законодавчому рівні, пошуку найбільш плідного партнерства в галузі «зеленої» економіки.

Список літератури

1. Назустріч «зеленій економіці». Шляхи до стійкого розвитку та викоринення бідності. [Текст] / Програма ООН з навколишнього середовища. Доклад ЮНЕП, 2011. — 52 с.
2. Остаточний звіт Конференція Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку Ріо+20 [Текст], 2012. — 126 с.
3. Декларація про зелене зростання. [Текст] // Організація економічного співробітництва і розвитку, 2009. — С. 1-2.
4. Перспективи енергетичних технологій, [Текст] / Міжнародне енергетичне агентство, 2014.
5. Перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні до 2030 року [Текст] / Програма GIZ. Федеральне міністерство екології, охорони природи і безпеки ядерних реакторів Німеччини, 2015 — 57 с
6. Рожко А.О. Сталій розвиток України в контексті використання відновлювальних та нетрадиційних джерел енергії [Текст] / Міжнародна науково-практична конференція «Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти», 2007.
7. Розроблення Концепції державної політики розвитку зеленої економіки [Текст] / Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку України. — 2013.
8. Галушкіна Т.П. Теоретико-методологічні засади природо-ресурсного менеджменту в Україні [Текст] / Т.П. Галушкіна, А.Й. Жемба // Вісник національного університету водного господарства та природокористування: зб. наук. праць. — Рівне, 2010. — Ч. 2. — С. 24—34.
9. Міжнародна конференція «Нафтогазовий комплекс України на шляху реформування, модернізації та розвитку» / Національна акціонерна компанія «Нафтогаз України». — 2012.
10. Сонячні перспективи енергогенерації [Електронний ресурс] / — 2013 Інформаційний ресурс енергетики. — Режим доступу: http://ukrelektrik.com/news/solnechnye_perspektivy_energogeneracii/2011-05-21-56
11. VIII Міністерська Конференція Європейської економічної комісії ООН «Навколишнє середовище для Європи», 2016.
12. EaP GREEN [Electronic resource] — Mode of access: <http://www.eap-green.org/>

References

1. Nazustrich «zeleniy ekonomitsi». Shlyahi do stiykogo rozvitku ta vikorinennya bidnosti. (2011). [Towards a green economy. The path to sustainable development and poverty eradication]. Programa OON z navkolishnogo seredovischa. Doklad YuNEP, 52 [in English].
2. Ostatochniy zvit Konferentsiya Organizatsiyi Ob'ednanih Natsiy zi stalogo rozvitku Rio 20. (2012). [The final report of the Conference of United Nations on sustainable development Rio+20], 126 [in English].

3. Deklaratsiya pro zelene zrostannya. (2009) [Declaration on green growth]. Organizatsiya ekonomichnogo spivrobitnitstva i rozvitku, 1-2 [in English].
4. Perspektivi energetichnih tehnologiy. (2014). [Prospects for energy technologies]. Mizhnarodne energetichne agentstvo [in Russian].
5. Perspektivi rozvitku vidnovlyuvanoyi energetiki v Ukraini do 2030 roku. (2015) [The prospects of renewable energy in Ukraine until 2030]. Programa GIZ. Federalne ministerstvo ekologiyi, ohoroni prirodi i bezpeki yadernih reaktoriv Nimechchini, 57 [in Russian].
6. Rozhko, A.O. Staliy rozvitok Ukraini v konteksti vikoristannya vidnovlyuvalnih ta netraditsiy nih dzherel energiyi. (2007). [Sustainable development of Ukraine in the context of renewable and non-conventional energy sources]. Mizhnarodna naukovopraktichna konferentsiya «Yakist ekonomichnogo rozvitku: globalni ta lokalni aspekti» [in Russian].
7. Rozroblennya Kontseptsiyi derzhavnoyi politiki rozvitku zelenoyi ekonomiki. (2013). [The development of the Concept of state policy of the development of the green economy]. Naukovodoslidniy ekonomichniy Institut Ministerstva ekonomichnogo rozvitku Ukraini [in Ukrainian].
8. Galushkina, T.P., & Zhemba, A.Y. (2010). Teoretiko-metodologichni zasadi prirodoresursnogo menedzhmentu v Ukraini [Theoretical and methodological bases of natural-resource management in Ukraine]. Visnik natsionalnogo universitetu vodnogo gospodarstva ta priroдокористuvannya, 2, 24- 34 [in Ukrainian].
9. Mizhnarodna konferentsiya «Naftagazoviy kompleks Ukraini na shlyahu reformuvannya, modernizatsiyi ta rozvitku». (2012). Natsionalna aktsionerna kompaniya «Naftogaz Ukraini» [in Ukrainian].
10. Sonyachni perspektivi energogeneratsiyi [The prospects for solar power generation] (n.d.). ukrelektrik.com Retrieved from http://ukrelektrik.com/news/solnechnye_perspektivy_energogeneratsiyi/2011-05-21-56 [in Russian].
11. VIII Ministerska Konferentsiya Evropeyskoyi ekonomichnoyi komisiyi OON «Navkolishne seredovische dlya Evropi» (2016) [in English].
12. EaP GREEN (n.d.) www.eap-green.org/ Retrieved from <http://www.eap-green.org/> [in English]

Стаття надійшла до редакції 10.12.2016 р.

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА ГЛОБАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 331.91.

Сікорський Ю.М., здобувач
кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ПЕРЕВАГИ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПРАЦІ В ЗАЛУЧЕНІ ПП В КОНТЕКСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

ADVANTAGES OF UKRAINE AND THE UKRAINIAN LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF FDI IN TRANSNATIONALIZATION OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Sikorskyi Y., aspirant
Department Global Economy and
International Economic Relations
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

АНОТАЦІЯ. У даній статті проаналізовано і систематизовано сильні та слабкі сторони України, української економіки і українського ринку праці в залученні прямих іноземних інвестицій. Також наведено дані реального обсягу таких інвестицій з подальшим порівнянням з іншими країнами. Оцінено вплив ТНК на економіку України і на український ринок праці. Окремо досліджено питання аутсорсингу українського ринку праці та визначено перспективи розвитку країни в даному напрямку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: транснаціональні корпорації, український ринок праці, прями іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, офшоринг, аутсорсинг.

ABSTRACT. This article analyzed and systematized the strengths and weaknesses of Ukraine, the Ukrainian economy and Ukrainian labor market attracted foreign direct investment. There are data of the real volume of investments, followed by comparison with other countries. Influence of

TNCs in the economy of Ukraine and the Ukrainian labor market. Moreover there are investigated the issue of outsourcing of Ukrainian labor market and identified prospects of development of this issue.

KEYWORDS: multinational corporations, Ukrainian labor market, foreign direct investment, investment climate, offshoring, outsourcing.

Вступ. На сучасному етапі розвитку економіки України ТНК відіграють важливу роль у формуванні стратегії розвитку національної економічної системи. Для сучасної України транснаціоналізація підприємств може виступити економічним механізмом, який визначить нові пріоритети суспільного відтворення, цілі зовнішньоекономічної політики, особливості та умови участі країни в міжнародному поділі праці. Прямі іноземні інвестиції ТНК відіграють більшу роль, ніж державні позики і кредити. Приплив ПІІ в країну засвідчує надходження не просто додаткового капіталу, а отримання унікального поєднання капіталу, досвіду управління, прогресивних технологій, нових стандартів, вдосконалення якостей і навичок української робочої сили, доступу до ринків капіталу, збуту, сировини, що вже має ТНК як інвестор.

Мета. Визначити, проаналізувати і систематизувати сильні та слабкі сторони України, української економіки і українського ринку праці в залученні прямих іноземних інвестицій. Також проілюструвати дані реального обсягу таких інвестицій з подальшим порівнянням з іншими країнами. Оцінити вплив ТНК на економіку України і на український ринок праці. Окремо дослідити питання аутсорсингу українського ринку праці та визначити перспективи розвитку країни в даному напрямку.

Результати. Приплив прямих іноземних інвестицій в Україну значно поступається іншим країнам Східної Європи та СНД [4]. Насиченість економіки України ПІІ є доволі незначною. Тому актуальним є формування інвестиційної привабливості України для іноземних ТНК. Прикладом для України, як і країн СНД загалом, може слугувати Грузія, яка після 2005 р. пішла на радикальні реформи, внаслідок чого докорінно поліпилися її міжнародні рейтинги з оцінки регулювання інвестиційних процесів. У 2012 р. за Індексом сприятливості ведення бізнесу серед 189 обстежених країн Грузія посіла 15 місце, а Україна — 96 [4].

Проаналізуємо динаміку прямих іноземних інвестицій в Україну, розглянувши інформацію табл. 1. До 2013 року обсяг іноземних надходжень до України постійно зростав, покращенню інвестиційного клімату сприяло залучення іноземного капіталу під час бурхливого розвитку процесів приватизації.

Таблиця 1

ДИНАМІКА НАДХОДЖЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
В УКРАЇНУ 2005–2015

Роки	Обсяг ПІІ, млрд	Темп приросту ПІІ, %
2005	9,0	32,4
2006	16,9	87,8
2007	21,6	27,8
2008	29,5	36,6
2009	35,6	20,7
2010	39,2	10,1
2011	43,8	11,7
2012	49,4	12,8
2013	53,7	8,7
2014	57,0	6,1
2015	45,9	-19,5

Джерело: складено автором на основі [4]

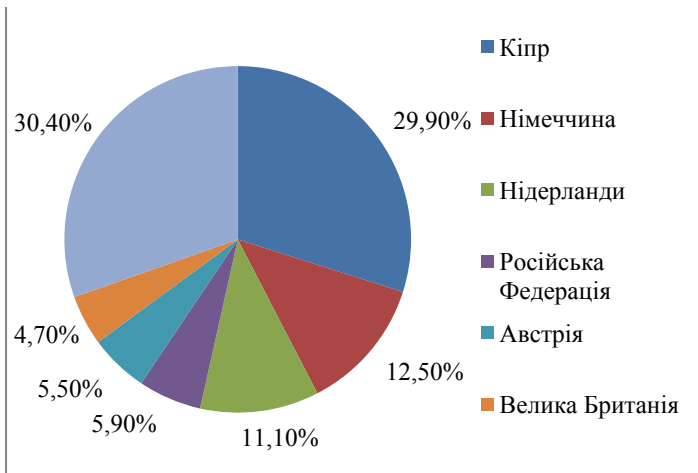


Рис. 1. Структура ПІІ в економіку України за країнами, %.

Джерело: *складено автором на основі [4].

Статистичні дані щодо динаміки припливу іноземних інвестицій у 2014 році в економіку України, на жаль, не дають підстав для оптимізму. За даними Державного комітету статистики України, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну на 1 січня 2015 р. становив 45 млрд 916 млн дол., що на 19,5 % менше за обсягу інвестицій на початок 2014 р., і в розрахунку на одну особу становив 1072 дол. (на початок 2014 р. — 1328 дол.).

ПІІ надходили зі 125 країн світу. До п'ятірки основних країн-інвесторів, на які припадає понад 65 % загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр — 29,9 %, Німеччина — 12,5 %, Нідерланди 11,1 %, Російська Федерація — 5,9 %, Австрія — 5,5 % (рис. 1). Отже, через високі політичні ризики в Україні обсяг прямих іноземних інвестицій за рік скоротився на 19,5 %. Однією з причин стало виведення інвесторами низки активів, особливо з банківського сектора. Проте, як відзначають науковці, Україна має значний потенціал для іноземних інвесторів і є перспективним ринком [8].

Нині вплив ТНК на економіку України і на український ринок праці є досить значним і вагомим. Так, практично визначені глобальними компаніями такі сектори економіки регіонів України:

- виробництво тютюнових виробів: ТНК «Japan Tobacco International», «Imperial Tobacco Group», «Philip Morris», «B.A.T.»;

- пивобезалкогольна галузь: пиво, безалкогольні напої ТНК — «Coca-Cola», «Pepsi» (викуп «Сандори»), «Orangina Group» (викуп «Росинки»);

- переробка олійних та зернових культур: компанії «Bunge» (викуп елеваторів, контроль над експортом зерна; ТМ «Олейна», «Щедрий Дар» тощо);

- переробка молока: ТНК «Groupe Lactalis», «Bel Group», «Danone» (Франція), «Юнімілк» (Росія);

- виробництво кондитерських виробів (шоколаду) і концентрованих харчових продуктів: ТНК «Nestle» (ТМ «Світоч», «Торчин-продукт», «Крафт Фудз» (ТМ «Корона») та ін.;

- виробництво продуктів побутової хімії та парфумерії: ТНК Procter&Gamble (США) [5].

Перелічені компанії викупили або побудували виробничі потужності в регіонах України, стаючи фактично елементом регіональних господарств. Враховуючи специфіку діяльності цих компаній, маємо чітко виражену ставку на внутрішній ринок України, обмежені зв'язки з місцевими компаніями — потенційними постачальниками сировини, агресивну рекламну компанію і тактику знищення «внутрішніх» конкурентів [5].

Проте варто звернути увагу на те, що такі ТНК у цілому не несуть прямої загрози економічній безпеці, оскільки не складають конкуренції товаровиробнику. Негативним є момент перетворення країни, яка має величезний інтелектуальний і науково-технічний потенціал, здатний забезпечити власний технологічний прорив на полігон для виконання механічних операцій, які, проте, можуть бути розцінені як «розміщення на території регіону підприємств з інноваційними технологіями». Можна назвати позитивні приклади (хоча поодинокі) дій ТНК. Викуп Луцького підшипникового заводу ТНК Aktiebolaget SKF (Швеція), яке має 80 підприємств у 25 країнах світу показав достатню позитивну роль, адже відбулася реанімація вітчизняного підприємства (що є одним із структуроутворюючих для міста), враховуючи сучасні потреби внутрішнього ринку [3, с. 62].

Однією з умов привабливості діяльності ТНК є наявність в Україні важливих факторів зростання виробництва. Серед них можна виділити такі.

По-перше, це природно-ресурсний потенціал — Україна володіє значними запасами багатьох видів мінерало-сировинних ресурсів (вугілля, залізна та марганцева руди, сірка, ртуть, титан, уран, граніт, мінеральні солі тощо) і належну транспортну і добувну інфраструктуру.

Сировинну спрямованість мають насамперед регіони — індустріальні лідери. У 2006 р. у структурі промислового виробництва Дніпропетровської області лише на металургійну промисловість припадало 44,2 %, у Донецькій області частка металургійної промисловості дорівнювала 48,9 %. У тому ж році у Полтавській області 55 % промислового виробництва склали видобуток паливно-енергетичних корисних копалин і виробництво коксу і продуктів нафтопереробки. Структура виробництва та експорту регіонів — лідерів України здебільшого не відповідає загальносвітовим тенденціям, зокрема — структурі виробництва та експорту в країнах, що є світовими економічними лідерами. Так, ще в середині ХХ ст. розвиток чорної металургії справді визначав загальний рівень соціально-економічного розвитку країни. Однак, якщо в 1950 р. 78 % світового експорту сталі припадало на промислово розвинені країни, з яких лише на США — 46 %, то в 2000 р. у структурі світового експорту сталі промислово розвинуті країни склали вже менше половини (47 %), зокрема США — 12 %, тоді як частка країн менш розвинених зросла. Наприклад, у 2000 р. у світовому експорті сталі частка Китаю збільшилась з 0,3 % у 1950 р. до 15 % [3]. У 2007 р. Китай посідав перше місце

серед країн світу за обсягами виробництва сталі, на другому місці перебувала Японія, на третьому — США, Україна — на восьмому [1]. При цьому в Україні, на відміну від інших країн — найкрупніших виробників сталі, у 2007 р. 44,8 % сталі вироблялося морально застарілим мартенівським способом [1]. Оскільки мартенівський спосіб є енергоємним, висока частка металопродукції в структурі товарного експорту України робить її економіку та особливо економіку індустріальних лідерів особливо вразливою до коливань цін на світовому ринку енергоресурсів.

Також варто зазначити, що, по-перше, економічний потенціал регіону є вагомим фактором, що стимулює або стримує трудову міграцію, як зовнішню, так і внутрішню. Регіональні розбіжності соціально-економічного розвитку країни, низький рівень мотивації, високий рівень безробіття окремих областей у країні породжують складні проблеми у забезпеченні відповідного рівня життя населення певних регіонів, у ефективному використанні трудових ресурсів. Зазначені проблеми не аби як впливають на внутрішні та зовнішні міграційні процеси, що формує невідлагоджену структуру зайнятості в окремих містах. Отже, така ситуація породила низку проблем, які позначаються не тільки на «заробітчанах», «гостербайтерах», але й на суспільстві в цілому.

По-друге, це наявність достатньо розвинутої регіональної транспортної інфраструктури — трубопроводів, транзитних терміналів, залізниць і автомобільних доріг, мереж електропередач, морських портів — визначає певні переваги України. Згідно з оцінками ЖАА, Україна належить до перших 16 % країн світу за довжиною асфальтованих доріг, перших 37 % — за використанням електроенергії та перших 43 % — за рівнем телефонізації [1, с. 140]. Щоправда, швидке зношення асфальту і неналежна якість його ремонту та швидке старіння інфраструктури підриває деякі із зазначених переваг України.

По-третє, відносно дешевою є кваліфікована робоча сила, що також зумовлює переваги для діяльності ТНК в Україні. Незважаючи на те, що в Україні частка офіційної зарплати у структурі доходів населення зростає, розрив у вартості робочої сили з розвинутими країнами є досить значним.

Комп'ютерні технології і програмне забезпечення дають Україні та ТНК надзвичайно великі можливості, оскільки не потребують жодного обладнання чи устаткування окрім комп'ютера, а переважна більшість витрат виробничих припадає на робочу силу. За рахунок різниці ставок заробітної плати виготовлення того ж програмного продукту в Україні обходиться на кілька порядків

дешевше, ніж у США. Тобто український науково-дослідний інститут, весь бюджет якого не перевищує кількох мільйонів гривень, може створювати реальну конкуренцію західним ТНК з їх багатомільярдними оборотами. Ще більше можливостей надає глобальна комп'ютерна мережа Інтернет — закріплення на цьому ринку не потребує жодних капіталовкладень, крім витрат на мінімальне комп'ютерне забезпечення [5].

Також варта уваги тема офшорингових послуг в Україні. Обсяг ринку офшорингових послуг в Україні сьогодні досить важко визначити, адже він не є чітко вираженим і лише починає набирати обертів, показуючи щорічне зростання; більш того останні роки зростання відбувається в геометричній прогресії.

Умовно ринок офшорингових послуг в Україні можна поділити на ринок програмного забезпечення, ринок ІТ послуг і ринок надання бізнес послуг. В Україні існує досить стабільний попит на окремі види офшорингу. Здебільшого це стосується інтелектуальних послуг (консалтинг, маркетинг, юридична практика) і транспортних перевезень.

Розглянемо основні передумови та перспективи створення офшорних підрозділів ТНК в Україні в порівнянні з іншими країнами регіону і світу:

1. Зрілість ринку ІТ-технологій. В Україні ринок інформаційних технологій є достатньо зрілим. Його обсяг сьогодні оцінюється в майже 1 млрд дол. США. На внутрішньому ринку інформаційних технологій України існує стійкий попит наприкладні програми управління підприємством (у тому числі їх ліцензування та впровадження), а також на уніфіковані програмні рішення — готові системи бухгалтерського обліку та готові бізнес-пропозиції.

2. Високий рівень розробки та технічної підтримки ПЗ. Структура української галузі розробки програмного забезпечення є такою: ПЗ на замовлення — 40 %, торгування на іншу платформу — 30 %, програмні продукти для підтримки бізнесу — 30 %. Якщо розглядати структуру розробки ПЗ з перспективи внутрішнього і зовнішнього ринків, то близько 40 % українського ПЗ виробляється для власних потреб, а решта 60 % — для потреб зовнішнього ринку. За цих умов щорічні обсяги замовлень на розробку ПЗ зростають на 30 % [10].

Серед українських програмних продуктів найбільшим попитом на міжнародному ринку інформаційних технологій користуються розробки в галузі забезпечення інформаційної безпеки, корпоративні системи обліку та планування, системи управління

ресурсами підприємств, взаємодії з постачальниками і покупцями (ERP, SCM, CRM), фінансові й економічні рішення (білінг, біржові інструменти).

3. Порівняно низький рівень заробітної плати. Наприклад, стартова заробітна плата оператора в Україні складає близько 4000–6000 дол. на рік (для порівняння, у США вона складає 20 600 дол. на рік).

Низький рівень заробітної плати може компенсуватися відсутністю досвіду в наданні послуг, аналогічних тим, що їх надають «віртуальні підрозділи» ТНК. Це може призвести до зростання витрат на підготовку персоналу (тренінг, більш тривалий випробувальний термін тощо) та позначитися на якості таких послуг.

4. Висока кваліфікація робочої сили. У країні традиційно сильною є підготовка програмістів і спеціалістів з інформаційних технологій, що ще частково збереглася з радянських часів. Окрім того, нині в країні є велика кількість випускників навчальних закладів, які мають бізнес-спеціальності і непогано орієнтуються в бізнес-процесах компаній. Проте недоліком української робочої сили з погляду її кваліфікації є недостатня кількість професійних менеджерів у країні.

5. Володіння іноземними мовами та близькість до західної культури. Західні культурні цінності більш зрозумілі для українців, ніж східні, тому західним компаніям досить легко знайти порозуміння зі своїми працівниками, а дотримання корпоративної етики допомагає працювати більш ефективно. Крім того, рівень володіння іноземними мовами українських фахівців є високим.

Щоб протистояти ризикам від застосування різних моделей здійснення офшорингу, компанії застосовують аутсорсинг бізнес процесів і програм. Розглянемо кілька найпоширеніших форм аутсорсингу бізнес процесів, що застосовуються Україні:

Onsite Subcontracting with Offshoring. Ця модель також називається «Приріст персоналу» і передбачає розміщення фірмою своїх кваліфікованих співробітників безпосередньо поряд з клієнтом. Ця модель аутсорсингу найпристосованіша до маленьких фірм, що мають відношення із замовником.

Pure Offshore Projects. Ця модель включає завдання, рамки яких чітко визначені, і робота достатньо роздільна, щоб виконуватися віддаленими один від одного невеликими підрозділами. Ця модель офшорингу менш поширена і зазвичай використовується при невисокому рівні розвитку програмних компонентів або модулів. Модель також адаптується для інноваційних організацій, що прагнуть капіталізувати іноземні переваги, які не є мобільними.

Offshoring Individual Projects. Організації, які мають добре поставлену програму використання аутсорсингу, зменшують ризики від його використання за допомогою розділення роботи на менш великі і легше керовані проекти, які вони передають організаціям-виконавцям. Менеджери в організаціях-клієнтах, які мають чітко визначені певні модулі і програми, що підлягають розвитку, передають їх аутсорсерам розробки програм.

Global Delivery Onsite/Offshore Model. Це класичний офшоринг, здійснюваний більшістю провайдерів розробки програмного забезпечення, де за проекти беруться модулі або програми клієнта, створюють невелику команду на місці, яка працює з менеджерами і командою замовника і координує роботу з офшорною командою, яка виконує основну частину роботи. Це найзріліший ступінь «офшорингу індивідуальних проектів».

Multi-vendor Offshoring (Multisourcing). Обговорюючи моделі офшорингу, ми припускали, що це відносини між замовником і одним виконавцем. Проте, насправді, клієнт може мати безліч аутсорсерів, що працюють над розробкою програмного продукту. Організації намагаються мінімізувати рівень ризиків від застосування стратегії аутсорсинга за допомогою створення списку найбільш переважних виконавців, з якого менеджери вважають за краще вибирати і отримувати той чи інший проект.

Щодо конкретних цифр, які дають більш чітку інформацію щодо об'єму офшорних послуг в Україні, можна зазначити те, що Україна в рейтингу 2016 р. Top 100 Outsourcing Destinations Rankings (THOLONS) є двічі: на 55 місці Київ (у 2012 р. 56 місце) і на 89 місці Львів (у 2012 р. 91 місце) як центри розвитку офшорного програмування в Україні [11]. У доповіді «Дослідження України. Галузь ІТ-аутсорсингу», опублікованої KyivPost, Україна посідає четверте місце у світі за кількістю сертифікованих ІТ-спеціалістів після США, Індії і Росії [12]. За даними дослідження ринку ІТ-аутсорсингу компанії Central and Eastern European Outsourcing Association, Україна посіла перше місце серед країн Центральної і Східної Європи у категоріях «Найкраща ринкова вартість у сфері ІТ-аутсорсингу» та «найбільша кількість працівників, зайнятих у сфері ІТ».

На нашу думку, низька ціна робочої сили залишається однією з конкурентних переваг України, оскільки і українська економіка в цілому переважно характеризується моделлю дешевої людини. Робочій силі в Україні притаманна відносно слабка схильність до самоорганізації (з певними регіональними відмінностями), що є додатковим чинником відносно низького рівня заробітної плати і

незадовільних умов праці. Це також є однією з причин гальмування інноваційних процесів в економіці країни, оскільки високий рівень заробітної плати є додатковим стимулом для підприємців замінювати працю людей технікою (для тих видів економічної діяльності, де це технологічно можливо), що в довгостроковій перспективі є вигіднішим з точки зору зниження витрат. Орієнтація на дешеву робочу силу в Україні як чинник, що може компенсувати низький рівень ефективності виробництва та технологічну відсталість, є безперспективним з точки зору загроз для національної безпеки України. Одним з факторів неможливості розбудови економічної моделі дешевої людини на зразок китайської в Україні пов'язаний з демографічною кризою. Окрім того, зростання відкритості української економіки спричиняє виїзд частини робочої сили з України в інші країни, де ситуація на ринках праці є відносно кращою. Внаслідок застарілої технологічної бази спостерігається низький рівень продуктивності праці, що об'єктивно загострює проблему забезпечення робочою силою. Відповідно ця проблема поряд із впливом глобалізаційних процесів сприятиме припливу дешевої робочої сили з менш розвинених, відносно перенаселених країн в Україну. Зростаюча проблема забезпечення робочою силою на тлі консервації технологічної відсталості та низької продуктивності праці посилюватиме тенденцію до зростання частки зайнятих (нелегальних) іноземних мігрантів, що в цілому створюватиме додаткові чинники соціальної та криміногенної нестабільності, послаблюючи національну безпеку Української держави.

Ще однією вагомою перевагою для діяльності ТНК є геополітичне розташування України, а також традиційні економічні зв'язки управлінських компаній із компаніями країн СНД, Балтії, що склалися в попередні роки і зберігають своє значення на сучасному етапі, — це робить Україну привабливим плацдармом для освоєння ринків зарубіжними країнами.

Висновок. Плани розвитку у майбутньому діяльності ТНК на території України тісно пов'язані з процесом зростання української економіки та перспективами України реалізувати дійові макроекономічні реформи в країні. Власне, саме від здатності до реалізації макроекономічних реформ в Україні залежить міжнародне сприйняття її, що у свою чергу є значним аргументом для стимулювання діяльності ТНК в Україні. Програма діяльності уряду має передбачати розроблені та закріплені механізми регуляції, які повинні містити в собі як систему стимулів для залу-

чення іноземних ТНК, так і систему, що запобігає можливим негативним впливам транснаціоналізації.

Список літератури

1. Забезпечення розвитку іноземного інвестування в Україні: теоретичний аспект [Текст] / Бала В.В. // Сборник научных трудов «Вестник НТУ «ХПИ»: Технічний прогрес та ефективність виробництва № 51. — Вестник НТУ «ХПИ», 2012. — С. 138-145.
2. *Кочетков В.М.* Розвиток українських ТНК як фактор росту економіки країни [Текст] / В.М. Кочетков // Ефективна економіка. — 2013. — № 10. — С. 55-60.
3. *Овчарук М.П.* Особливості поширення та впливу ТНК на економіку України / М.П. Овчарук, М.В. Мотриченко // Фінансовий простір. — 2013. — № 3(11). — С. 61-67.
4. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
5. *Прохорова М.Е., Левицька Н.М.* Особливості формування впливу зарубіжних ТНК на Україну в XXI ст. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/3261>.
6. *Товкус О.І.* Аналіз діяльності транснаціональних корпорацій на території України [Текст] / О.І. Товкус; наук. кер. Н.О. Вернидуб // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3-5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О.В. Прокопенко. — Суми: СумДУ, 2012. — Т. 8. — С. 41-43.
7. Україна піднялась в рейтингу Doing Business-2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://icps.com.ua/ukrayina-pidnyalas-v-reyutynhu-doing-business-2015/>.
8. *Яворський О.А.* Залучення іноземних інвестицій як один з пріоритетних напрямів державної економічної політики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Table/Sto115/006.htm>.
9. *Якубовський С.О.* Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності: навч. посіб. / С.О. Якубовський, Ю.Г. Козак. — К.: ЦУЛ. — 2011. — 472 с.
10. MacKinsey Global Insitute [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.mckinseyquarterly.com
11. THOLONS. 2013 Top 100 Outsourcing Destinations. Ranking and Report Overview. [Electronic resource]. — Mode of access http://www.tholons.com/TholonsTop100/pdf/Tholons_Top_100_2013_Rankings_and_Report_Overview.pdf.
12. Ukrainian IT Specialists: Competence Proven Globally. [Electronic resource]. — Mode of access <http://intersog.com/news/ukrainian-it-specialists--competence-proven-globally>.

References

1. Zabezpechennja rozvitku inozemnogo investuvannja v Ukraïni: teoretichnij aspekt [Tekst] / Bala V.V. // Sbornik nauchnyh trudov «Vestnik NTU «HPI»: Tehnichnij progres ta efek- tivnist' virobnictva № 51 — Vestnik NTU «HPI», 2012. — S. 138-145 [in Ukrainian].
2. Kochetkov V.M. Rozvitok ukraïns'kih TNK jak faktor rostu ekonomiki kraïni [Tekst] / V.M. Kochetkov // Efektivna ekonomika. — 2013. — № 10. — S. 55-60 [in Ukrainian].
3. Ovcharuk M.P. Osoblivosti poshirennja ta vplivu TNK na ekonomiku Ukraïni / M.P. Ovcharuk, M.V. Motrichenko // Finansovij prostir. — 2013. — № 3(11). — S. 61-67 [in Ukrainian].
4. Oficijnij sajt derzhavnogo komitetu statistiki Ukraïni [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
5. Prohorova M.E., Levic'ka N.M. Osoblivosti formuvannja vplivu zarubizhnih TNK na Ukraïnu v HHI st. [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/3261> [in Ukrainian].
6. Tovkus O.I. Analiz dijal'nosti transnacional'nih korporacij na teritorii Ukraïni [Tekst] / O.I. Tovkus; nauk. ker. N.O. Vernidub // Ekonomichni problemi stalogo rozvitku: materiali dopovidej Mizhnarodnoi naukovopraktichnoi konferencii, prisyvjachenoï 20-richehju naukovoi dijal'nosti f-tu ekonomiki ta menedzhmentu SumDU, m. Sumi, 3-5 kvitnja 2012 r. / Vidp. za vip. O.V. Prokopenko. — Sumi: SumDU, 2012. — T. 8. — S. 41-43 [in Ukrainian].
7. Ukraïna pidnyalas' v rejtingu Doing Business-2015 [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: <http://icps.com.ua/ukrayina-pidnyalas-v-reytnynhu-doing-business-2015/> [in Ukrainian].
8. Javors'kij O.A. Zaluchennja inozemnih investicij jak odin z prioritetnih naprjamiv derzhavnoi ekonomichnoi politiki [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: <http://old.niss.gov.ua/Table/Stol15/006.htm> [in Ukrainian].
9. Jakubovs'kij S.O. Transnacional'ni korporacii: osoblivosti investicijnoi dijal'nosti: navch. posib. / S.O. Jakubovs'kij, Ju.G. Kozak. — K.: CUL. — 2011. — 472 s [in Ukrainian].
10. MacKinsey Global Insitute [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : www.mckinseyquarterly.com [in English].
11. THOLONS. 2013 Top 100 Outsourcing Destinations. Ranking and Report Overview. [Electronic resource]. — Mode of access [http://www.tholons.com/TholonsTop100/pdf/Tholons Top 100 2013_Rankings and Report Overview.pdf](http://www.tholons.com/TholonsTop100/pdf/Tholons%20Top%20100%202013_Rankings%20and%20Report%20Overview.pdf). [in English].
12. Ukrainian IT Specialists: Competence Proven Globally. [Electronic resource]. — Mode of access <http://intersog.com/news/ukrainian-it-specialists--competence-proven-globally> [in English].

Стаття надійшла до редакції 02.12.2016 р.

Стрельник С.О., к.е.н., докторант, доцент
кафедри міжнародної економіки,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РЕСУРС ГЛОБАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: МЕТОДОЛОГІЧНА ОЦІНКА

INNOVATION-TECHNOLOGICAL RESOURCE OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP: METHODOLOGICAL ASSESMENT

Strelnyk S. O., PhD, D.Sc. Student, Associate Professor
of International Economics Department,
Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто моделі інноваційного розвитку підприємств, вивчено їх переваги та недоліки. Проаналізовано міжнародні звіти за показниками інноваційності та підприємництва. На основі проведеного аналізу визначено напрямки розвитку інноваційно-технологічного ресурсу глобального підприємництва.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інноваційно-технологічний ресурс, інноваційна діяльність, глобальне підприємництво, моделі інноваційного розвитку.

ANNOTATION. The paper considers innovation models of enterprises development, their advantages and disadvantages were addressed. Different international reports with innovation and entrepreneurship indexes were analyzed. Based on the analysis the development areas of innovation-technological resource of global entrepreneurship were defined.

KEY WORDS: innovation-technological resource, innovation activity, global entrepreneurship, innovation models of development.

Постановка проблеми. Розвиток світової економіки наприкінці ХХ — початку ХХІ ст. знаходиться під всеохоплюючим впливом техноглобалізму, що характеризується визначальною роллю інноваційних технологій у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності компаній і країн. Такі умови змушують підприємства докорінно переглядати всю систему господарювання, приділяючи особливу увагу інноваційній складовій, у першу чергу високому рівню впровадження у виробництво нових розробок і технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науці створено певний фундамент теоретичного визначення інноваційних ресурсів підприємств, їх структуризації та методів оцінки інноваційного потенціалу (С.М. Ілляшенко, І.В. Новікова, Ю.М. Мо-

гилов, Н.І. Чухрай). В останні роки у світовій науці наводилися принципово нові підходи до дослідження питань інноваційно-технологічного розвитку: інноваційно-технологічна система (М. Хеккерт, А. Бергек), модель «дифузії нововведень» (Е. Роджерс), мережева модель інноваційного процесу (Р. Росвелл). Проте в сучасній науковій літературі недостатньо повно розкриті теоретико-методологічні засади інноваційно-технологічного ресурсу та його ролі у розвитку глобального підприємництва.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Інноваційно-проривний характер сучасного глобального економічного розвитку зумовлює необхідність визначення ступеню відповідальності різних суб'єктів економічної діяльності – від національних держав до багатонаціональних підприємств – у розвитку інноваційних процесів. Необхідним вбачається аналіз інноваційно-технологічного ресурсу суб'єктів, які беруть на себе завдання глобальної реалізації технологічних нововведень і, як наслідок, підвищення продуктивності праці та ефективності економіки.

Мета статті. Метою даної статті є дослідження моделей інноваційного розвитку підприємств та аналіз методологічних підходів до оцінки інноваційно-технологічного ресурсу глобального підприємництва.

Основні результати дослідження. Прискорення темпів інноваційно-технологічного розвитку набуло стратегічного значення у глобальній конкурентній боротьбі для всіх суб'єктів ринку. У сучасних умовах виграють ті підприємства, які забезпечують сприятливі умови для розвитку інноваційно-технологічного ресурсу. Ефективна інноваційна діяльність перетворюється на вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності глобальних підприємств і відіграє провідну роль у досягненні вагомих змін у виробничих процесах. Для ефективної інноваційної діяльності велике значення має вибір її моделі. Проаналізувавши найзначиміші на наш погляд моделі інноваційного процесу, ми дійшли до висновку, що найоптимальнішими є Рамки вимірювання інновацій, представлені у Керівництві Осло. Дана модель являє собою інтеграцію різних теорій, базуючись на розгляді інновацій як системи, що забезпечує ефективний взаємозв'язок між інноваціями та економічним розвитком (рис. 1).

Інші моделі інноваційного процесу, такі як лінійні моделі, забезпечують корисний теоретичний огляд інноваційних процесів, хоча й не відображують усі можливі зв'язки між етапами інноваційного розвитку підприємства (рис. 2).

За Шумпетером, нововведення, оголошене пізніше аналогічного, характеризувалося як «імітація». Однак експертами Євростат дана продукція трактується як інноваційна, якщо набула значного технологічного удосконалення. У такий спосіб ступінь новизни продукту або процесу дозволяє швидко визначити технологічні, нетехнологічні інновації та не інновації (табл. 1). З цим підходом погоджуються й інші вчені. Так, як зазначають С. Клайн і Н. Розенберг, багато значущих для економіки інноваційних процесів, були розвинуті вже після стадії виробництва та розповсюдження [2]. У цьому контексті, провадження нових продуктів у діючі процеси значно спрощує процес адаптації додаткових інновацій, сприяє підвищенню продуктивності та підтримці конкурентоспроможності. Варто зауважити, що технологічні інновації, як правило, більшою мірою пов'язані з виробництвом, нетехнологічні, у свою чергу, однаково важливі і для сервісу, і для виробництва.

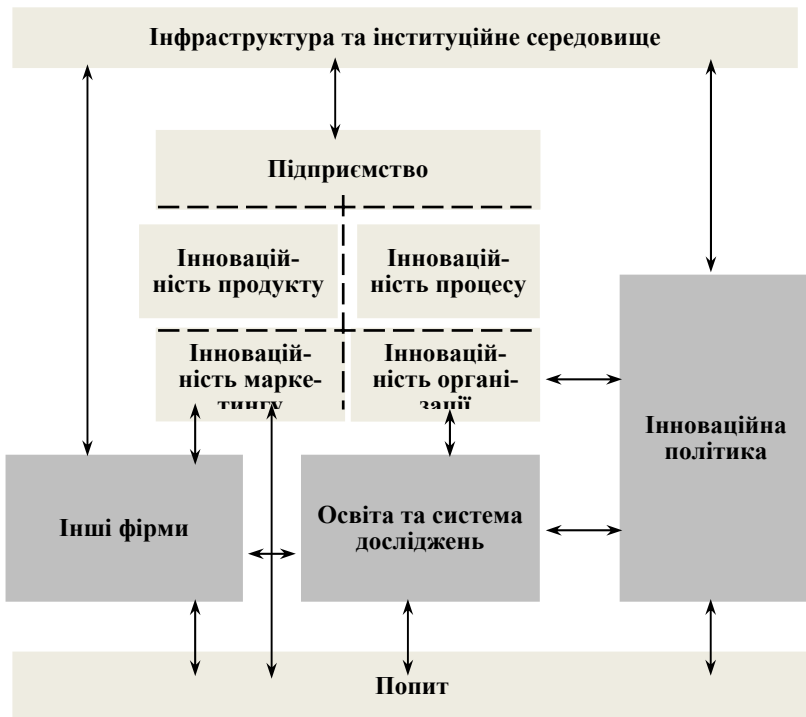


Рис. 1. Рамки вимірювання інновацій

Джерело: [1]

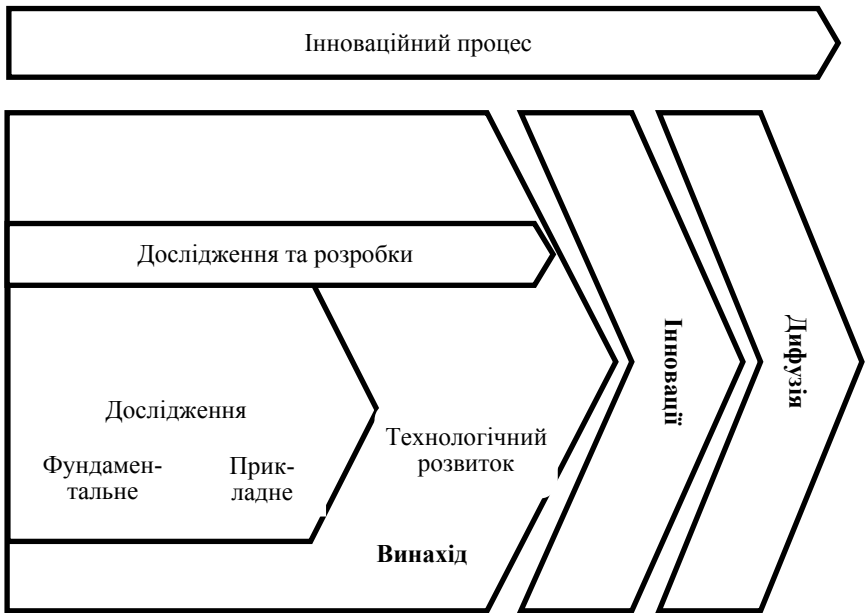


Рис. 2. «Лінійна модель» інноваційного процесу

Джерело: [2]

Як відомо, технологічна конкурентоспроможність, отримана в результаті інноваційної діяльності на основі регулярних досліджень та розробок усередині компанії, виступає рушійною силою економічного розвитку. Проте не всі компанії розвивають інноваційно-технологічний ресурс на базі наукових досліджень. Дослідження та розробки є лише верхівкою інноваційно-технологічного процесу, який також вимагає інтеграції на практиці, використання технологічних навичок високих рівнів складності, продуктивності та якості, проектування, інженерних та управлінських здібностей для придбання технологій і забезпечення безперервного процесу удосконалень і генерування інновацій. Відповідно до теорії нововведень Шумпетера дифузія нововведень є процесом кумулятивного збільшення числа імітаторів, що впроваджують нововведення слідом за новатором, очікуючи вищих прибутків [3].

Таблиця 1

СТУПІНЬ НОВИЗНИ ТА ТИПОЛОГІЯ ІННОВАЦІЙ

		ІННОВАЦІЇ			Не інновації
		Максимум Новий для світу	Середній Новий для країни/регіону	Мінімум Новий для фірми	
ТЕХНО-ЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС	Технологічно новий	Продукт			
		Процес виробництва			
		Процес реалізації			
ІННОВАЦІЇ	Значно технологічно удосконалений	Продукт			
		Процес виробництва			
		Процес реалізації			
Інші інновації	Нові або удосконалені	Організація			
		Продукт			
Не інновації	Немає значної зміни, зміна без нововведень, та інші креативні поліпшення	Продукт			
		Процес виробництва			
		Процес реалізації			
		Організація			

 Технологічні інновації

 Інші інновації

 Не інновації

Джерело: складено автором за [1]

У цьому контексті стає очевидним, що придбання технології не може просто асоціюватися з покупкою у постачальників. Компанії повинні мати здатність вчасно ідентифікувати необхідні технології, щоб оцінити технологічні можливості щодо їх використання або модифікації для успішної інтеграції у виробничі процеси. Так, дослідження та розробки є актуальнішими для технологічних підприємств або близьких до них. З іншого боку, придбання технологій підходить фірмам, які асимілюють технології для створення досконаліших.

У сучасних країнах постіндустріальної моделі зростає сегмент структури економіки підприємств малого та середнього бізнесу, діяльність яких набуває транснаціонального характеру, що наукою кваліфікується як глобальне підприємство. Ми трактуємо глобальне підприємництво як принципово новий тип господарювання, який обумовлено дією економічних законів капіталізму, що спонукає індивідуума-власника знаходити та використовувати ідеї, втілювати їх у конкретні підприємницькі проекти з метою розробки, впровадження та комерційного використання різного роду інновацій у глобальному масштабі.

Рівень підприємництва та інновацій у глобальному масштабі відображується у багатьох міжнародних базах даних. Проведений аналіз надав змогу згрупувати інформацію по найбільш актуальним міжнародним індексам (табл. 2).

Порівняльна таблиця побудована відповідно до вибірки, основних показників, методів, рівня дослідження та об'єкту. Кожен з п'яти індексів відрізняється методом розрахунку, індикаторами та методикою проведених опитувань, що створює певні труднощі при аналізі.

По-перше, до неоднозначних висновків може призвести різний об'єкт дослідження та методики розрахунку у подібних індексах. Так, згідно з оцінками експертів ОЕСР, Євростат фокусується на підприємствах-роботодавцях, виключаючи самозайнятих. Глобальний моніторинг підприємництва (GEM) — на відносно невеликих підприємствах та індивідах, виключаючи інноваційні фірми з наявністю високих технологій.

По-друге, для проведення міжнародних порівнянь і прийняття ефективних управлінських рішень, усі міжнародні бази мають бути вчасно оновлені. На жаль, у проаналізованих звітах спостерігаються певні неточності представленої інформації саме в часовому просторі (наприклад, неможливість побачити дані за попередній рік, Євростат 2011–2012).

Таблиця 2

ПОРІВНЯННЯ МІЖНАРОДНИХ ІНДЕКСІВ

Назва індексу	Організація	Вибірка	Основні показники	Рівень дослідження	Метод	Об'єкт
IUS (The Innovation Union Scoreboard)	Європейська комісія	Європейські країни та інші	3 основні фактори: засоби забезпечення (людські ресурси, відкрита дослідницька система, фінанси та підтримка); діяльність фірми (інвестиції, підприємництво, інтелектуальні активи); віддача (інноватори, економічні ефекти).	Фірма	25 індикаторів, данні з Євростату, ОЕСР, з 2001 року	Інновації
GI (Global Innovation Index)	Бізнес-школа ISEAD та Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO)	128 країн (92,8 % світового населення)	Інноваційний вклад; людський ресурс та дослідження, інфраструктура, розвиток ринку та бізнесу.	Фірма	82 індикатори: вхідні (інститути, людський капітал та ресурс, інфраструктура, бізнес), вихідні (знання та технології, креативність), з 2007 року	Інновації

WCY (World Competitive- ness Year- book)	Міжнародний інститут управлінсько- го менеджме- нту (IMD), Швейцарія	62 країни, вибрка пропорційна ВВП кожної країни	4 фактора конкурен- тоспроможності, поділені на 20 суб- факторів: економічні показники, ефектив- ність уряду, ефектив- ність бізнесу, інфра- структура	Країна та інди- від	329 індикаторів (4 основні фактори), 20 суб-факторів з однаковою вагою, опитування експертів кожного року, з 1989 року	Інновації
GEM (Global Entrepre- neurship Monitor)	Лондонська бізнес-школа (Великобри- танія) та Беб- сон коледж (США)	60 країн, 2000 чоловік (для кожної країни), 36 експертів (для кожної країни)	Відношення до підп- риємництва, підпри- ємницька активність, підприємницькі очікування	Підпри- ємство, індивід	20 індикаторів, 2 різні випуски на рік, з 1999 року	Підприє- мництво
GEDI (Global Entrepre- neurship & Development Index)	Інститут гло- бального під- приємстві та розвитку (Університет Джорджа Мейсона, США)	137 країн	Фокус на відношенні до підприємництва, підприємницькій дія- льності, підприємни- цькому намірі	Індивід, фірма	31 змінна, 14 суб- критеріїв, верхній індекс, опитування не проводиться, з 2008 року	Підприє- мництво

Джерело: складено на базі [4; 5; 6; 7; 8]

По-третє, певні труднощі являють собою розбіжності національних норм і міжнародних визначень і класифікацій, що негативно відображаються на результатах національних опитувань. Як розглядалося вище, експерти Євростату згідно «Керівництва Осло» виділяють інноваційність продукту, процесу, маркетингу та організації. Якщо терміни «інноваційність продукту» та «інноваційність процесу» більш-менш відомі у бізнес-середовищі, то «інноваційність маркетингу» та «інноваційність організації» не можуть бути чітко визначені й використовуються лише деякими підприємствами в деяких країнах.

По-четверте, при аналізі виникають проблеми з оцінюванням даних досліджень та розробок, як складових інновацій. Відмінності у традиціях ведення досліджень у різних країнах спричиняють складнощі у порівнянні їхніх показників технологічності.

По-п'яте, більшість нетехнологічних інновацій є так званими «побутовими» або «інтуїтивними», що здійснюються кожного дня. Це спричиняє проблему щодо їхнього відстеження в рамках традиційної науки та їхньої невідповідності стандартам науково-дослідної діяльності. Тому, як правило, компанії з високими темпами росту присутні у високотехнологічному секторі, а розмір інновацій малих підприємств значно програє великим. Очевидно, що система вимірювання цієї сфери повинна бути поліпшена з метою належного інформування.

Як відомо, починаючи з 1993 року в країнах Європи здійснюється дослідження інноваційної активності підприємств на основі проведення вибіркового державного вивчення інноваційної діяльності (Community Innovation Survey, CIS) [9]. Основу дослідження складають методологічні рекомендації, запропоновані ОЕСР та прописані у «Керівництві Осло». Крім того, незалежними експертами розроблена анкета, що містить 80 питань, згрупованих у 12 розділів. На наш погляд CIS можна вважати одним із найуспішніших методів моніторингу стану інноваційної активності в європейських країнах. Його основною перевагою є єдина узгоджена методика, що дає можливість проведення міжнародних порівнянь даних. Крім того, агреговані дані за країнами у різних розрізах представлені на сайті Євростату, що активно використовується аналітиками, а також при побудові рейтингів інноваційного розвитку, таких як Табло інноваційного союзу (IUS), розглянуте в табл. 2.

Проте дана методика не позбавлена ряду недоліків:

- 1) представники компанії не завжди можуть чітко відповісти, чи є їхня діяльність інноваційна, особливо, якщо крім технологічних інновацій, ще досліджуються організаційні та маркетингові інновації;

2) труднощі при заповненні анкет підприємствами сфери послуг, тому що більшість питань розрахована на підприємства виробничої сфери;

3) плутанина у відповідях, пов'язана зі складністю розуміння інноваційної концепції.

Проведений огляд приводить до логічного підсумку, що теоретико-методичні підходи до аналізу інноваційно-технологічного ресурсу вимагають удосконалення та стандартизації для уникнення неточностей та покращення інтерпретації. Що стосується управління інноваційно-технологічним ресурсом глобальних підприємств, воно має бути зорієнтоване на створення умов для активного пошуку перспективних технологічних розробок та забезпечення їхньої фінансової підтримки у процесі комерціалізації. Це передбачає здійснення досліджень з метою встановлення доцільності освоєння нововведень, а також визначення ефективної ринкової стратегії. В цьому контексті напрямки інноваційного розвитку глобальних підприємств будуть такі: розроблення і реалізація нового інноваційного продукту або нових модифікацій існуючого; розробка нових товарів, що задовольняють існуючі потреби іншим способом; виявлення нових можливостей діючої технології; створення і впровадження нової технології; диверсифікація виробництва і збуту (пропозиція на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства, та товарів, не пов'язаних із попередніми видами діяльності, з орієнтацією на ніші ринку).

Висновки. Інноваційний розвиток світової економіки ХХІ століття докорінно відрізняється від попереднього етапу. Його найважливішою відмінністю є виняткове значення так званого інноваційно-технологічного ресурсу, що поступово закладає основи інноваційної діяльності всіх суб'єктів економічного розвитку. Сучасні інновації, мають тенденцію до конкуперації між державою, університетами, науково-дослідними установами, підприємствами, клієнтами, постачальниками та конкурентами. Збільшується важливість крос-культурного співробітництва в інноваціях: як на вході (ідеї, фінанси, навички, технології), так і на виході (продукти та послуги, патенти, ліцензії). У цьому процесі важливого стратегічного значення набуває діяльність глобальних підприємств через їхню здатність розпізнавати та використовувати комерційні можливості в умовах технологічних, конкурентних та ринкових змін. У свою чергу виробництво продукції на базі інтелектуального капіталу вимагає від глобальних підприємств систематичного моніторингу інноваційно-

технологічного ресурсу як потенційної можливості майбутнього розвитку. Аналіз ускладнюється безперервним оновленням продуктового портфелю підприємства, а також так званими «побутовими» інноваціями. Хоча велика кількість спеціалізованих міжнародних звітів відкриває доступ до широкого спектру актуальних статистичних показників, методика аналізу інноваційної діяльності вимагає удосконалення та стандартизації з метою уникнення існуючих неточностей.

Список літератури

1. Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, OECD and Eurostat, 2015, p. 37.
2. Kline S.J., Rosenberg N. An overview of innovation// The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth/ edited by Landau R. & Rosenberg N. — Washington: National Academy Press, 1986.
3. Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development, Harvard University Press.
4. European Innovation Scoreboard [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu>
5. GII, Global Innovation Index [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org>
6. World Competitiveness Yearbook, IMD [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.imd.org>
7. GEM, Global Entrepreneurship Monitor [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.gemconsortium.org>
8. The Global Entrepreneurship and Development Index [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://thegedi.org>
9. Eurostat: Innovation statistics [Електронний ресурс]. — Режим доступу — <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained>.
10. Ресурси та моделі глобального економічного розвитку : монографія / за заг. ред. докторів екон. наук, професорів Д. Г. Лук'яненка та А. М. Поручника. — К. : КНЕУ, 2011. — 703.

References

1. Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, OECD and Eurostat, 2015, p. 37.
2. European Commission (2007), «Towards a European Strategy in Support of Innovation in Services: Challenges and Key Issues for Future Actions», Brussels.
3. Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development, Harvard University Press.

4. European Innovation Scoreboard [Electronic resource]. — Available from: <http://ec.europa.eu>
5. GII, Global Innovation Index [Electronic resource]. — Available from: <https://www.globalinnovationindex.org>
6. World Competitiveness Yearbook, IMD [Electronic resource]. — Available from: <http://www.imd.org>
7. GEM, Global Entrepreneurship Monitor [Electronic resource]. — Available from: <http://www.gemconsortium.org>
8. The Global Entrepreneurship and Development Index [Electronic resource]. — Available from: <https://thegedi.org>
9. Eurostat: Innovation statistics [Electronic resource]. — Available from: <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained>.
10. Resources and models of global economic development: Monograph / Ed. D.G. Lukyanenko and A.M. Poruchnik — Kyiv: Kyiv National Economic University, 2011. — 703.

Стаття надійшла до редакції 15.12.2016 р.

УДК 339.1(4)+631.11

М.В. Кузьмінов, аспірант
кафедри міжнародного менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КОМПАНІЙ

DEVELOPMENT OF SUPPORT OF EXPORT OF AGRICULTURE COMPANIES

M.V. Kuzminov, graduate student
of International Management of
SHEE "Kyiv National Economic University"

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено розвиток системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній. Проаналізовано динаміку індексів обсягу виробництва та експорту сільськогосподарської продукції та продуктивності праці на сільськогосподарських підприємствах в Україні. Розглянуто систему підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній, яка включає такі підсистеми: суб'єктів управління — органи державної влади всіх рівнів; об'єктів управління — сільськогосподарські компанії різних органі-

заційно-правових форм та власності, яка забезпечить взаємозв'язки між всіма підсистемами та уникнення конфлікту інтересів суб'єктів управління при прийнятті рішень та визначення заходів з їх реалізації.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: євроінтеграція, економічний потенціал, сільськогосподарська продукція, компліментарність, ЄС, експорт.

ABSTRACT. This article explores the development system to support exports of agricultural companies. The dynamics of the indices of production and export of agricultural production and productivity in agricultural enterprises in Ukraine. The system of support to exports of agricultural companies, which includes the following subsystems: business administration — public authorities at all levels; facilities management — agricultural companies of different legal forms and ownership that will ensure all interactions between subsystems and to avoid conflict of interests of management in making decisions and determining measures for their implementation.

Improvement of support exports of agricultural companies is a way out of the crisis Ukraine's economy, increased productivity of agricultural companies of different legal forms that will promote food security and international competitiveness of products; improve Ukraine's balance of payments; structural changes and modernization of domestic agricultural production, production safety and product quality in the agricultural sector, increasing income of agricultural companies of different legal forms. System support exports of agricultural companies should consider appropriate structural changes in the domestic production; creating demand in EU trade partners; compliance with Ukrainian agricultural products of sanitary and phytosanitary requirements of the EU.

KEYWORDS: European integration, economic potential, agricultural products, complementarity, exports, EU.

Вступ. Сільськогосподарське виробництво є провідним видом економічної діяльності України та має значний експортний потенціал. Удосконалення системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній має надзвичайно важливу роль для виходу з кризи економіки України, наповнення бюджету, врівноваження платіжного балансу, зростання рівня життя працівників АПК та розвитку сільських територій. Особливої актуальності ця тема набуває у зв'язку з підписанням у 2014 р. Угоди про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [1] (далі — Угода про асоціацію) та імплементації з 1 січня 2016 р глибокої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ГВЗВТ) між Україною та ЄС. Важливим чинником удосконалення системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній є втрата

ринків Росії та інших країн СНД, а також країн Близького Сход, територія яких потерпає від військових конфліктів.

Проблематика вітчизняного експорту сільськогосподарської продукції та система його підтримки широко представлена в наукових публікаціях. Зокрема відмітимо роботи таких вчених, як О.В. Березін та О.Д. Плотник [2], А.Г. Бидик [3], О. Бородина [4], Л.П. Гальперіна [5–7], Л.І. Лук'яненко [6–7], Т.О. Осташко [8], С. Щербина [9] та ін. Разом з тим, окреслена тематика потребує актуальних досліджень з огляду на процес імплементації ГВЗВТ України з ЄС та соціально-економічними реформами в Україні, які в сукупності змінюють зовнішнє середовище експортної діяльності сільськогосподарських компаній України.

Метою статті є дослідження розвитку системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній.

Результати. Питома вага сільськогосподарського виробництва становила у 2015 р. 14% від ВВП України (за даними Світового Банку [1]) та 40,9%, а у 2016 р. вже 45,4% в загальній вартості експорту неухильно зростає з 2006 р. та становила у 2015 р. (за даними Державної служби статистики України — далі Держстат [10]). Однак, тенденція пониження цін на сировинних ринках, бар'єри для української сільськогосподарської продукції з боку Росії та інших країн СНД, створення ГВЗВТ України з ЄС, зміни оподаткування сільськогосподарських виробників та засад державного регулювання сектору, зубожіння населення України та, відповідно, зниження внутрішнього попиту потребують нестандартних рішень з боку сільськогосподарських компаній.

Як видно з рис. 1 індекси обсягу виробництва продукції рослинництва (у % до попереднього року) значно коливались протягом всього досліджуваного періоду.

Разом з тим, простежується два періоди: перший – з 1991 по 2003 р. в основному індекси обсягу виробництва продукції рослинництва у господарствах населення були вище ніж у сільськогосподарських підприємствах, другий – з 2004 по 2015 р., коли індекси обсягу виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах перевищують аналогічні показники у господарствах населення.

Натомість індекси обсягу виробництва продукції тваринництва мали порівняно з відповідним індексом у рослинництві меншу амплітуду коливання загалом протягом 1991–2015 рр. та сталу тенденцію перевищення індексів обсягу виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах над індексами у господарствах населення (див. рис. 2).

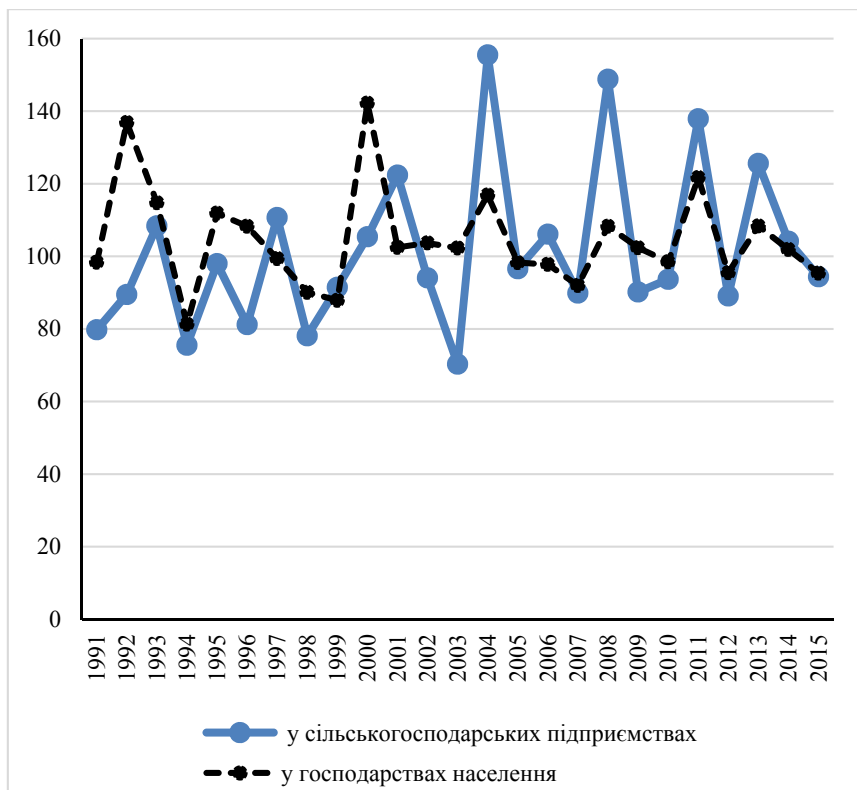


Рис. 1. Індекси обсягу виробництва продукції рослинництва (1991–2015 рр.), % до попереднього року

Джерело: побудовано за даними Держстату [10].

Порівняння індексів обсягу виробництва та експорту продукції та продуктивності праці % до попереднього року в сільськогосподарських підприємствах (1991–2015 рр.) свідчить про синхронізацію динаміки цих показників та позитивний факт перевищення індексу продуктивності праці (див. рис. 3).

Разом з тим, індекс експорту сільськогосподарської продукції, який на рис. 3 представлений за період 2010-2015 рр. для співставності даних у перерахунку без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, не контрольованої частини Донецької та Луганської областей, має більш різку понижувальну динаміку ніж інші показники.

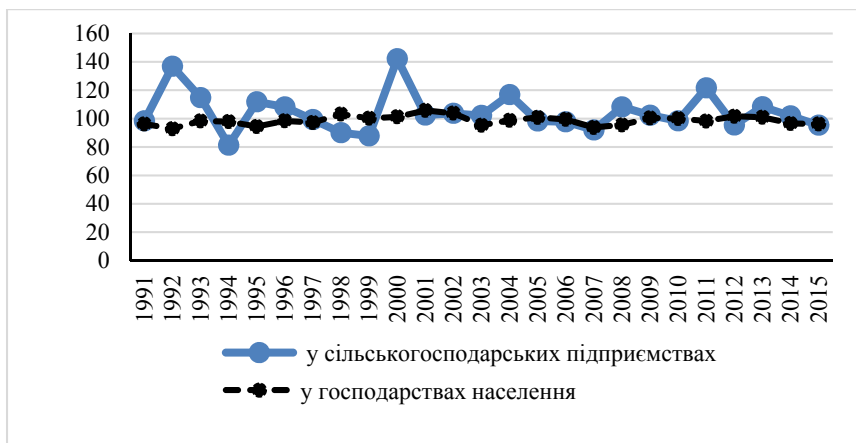


Рис. 2. Індекси обсягу виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах (1991–2015 рр.), % до попереднього року.

Джерело: побудовано за даними Держстату [10].



Рис. 3. Індекси обсягу виробництва та експорту продукції та продуктивності праці у сільськогосподарських підприємствах (1991–2015 рр.), % до попереднього року.

Джерело: побудовано за даними Держстату [10].

Розширення експорту української сільськогосподарської продукції з більш високою доданою вартістю потребує вирішення низки питань впровадження технічних регламентів, систем стандартизації, метрології, акредитації, маркування та етикетування товарів, захисту прав споживачів та інтелектуальної власності робіт з оцінки відповідності та ринкового нагляду ЄС, з одного боку, та спрямовані зусилля України в особі всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності щодо формування попиту на вітчизняну сільськогосподарську продукцію в ЄС.

Угода про Асоціацію між Україною та ЄС [1], з одного боку, сприяла активізації українського експорту сільськогосподарської продукції до ЄС, а з іншого, виявила вади у системі підтримки експортної діяльності сільськогосподарських виробників. Зокрема, суттєво впливає на потенціал експорту вітчизняної сільськогосподарської продукції до ЄС впровадження технічних регламентів, систем стандартизації, метрології, акредитації, маркування та етикетування товарів, захисту прав споживачів та інтелектуальної власності робіт з оцінки відповідності та ринкового нагляду ЄС [12, с. 89]. Одним з кроків виправлення ситуації є прийняття Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» [13] у 2015 р. Однак процес адаптації вітчизняної нормативно-правової бази та регулювання потребує часу і скоординованих зусиль уряду, асоціацій сільськогосподарських виробників, асоціацій експортерів сільськогосподарської продукції.

Україна має значний потенціал експорту не продовольчої сільськогосподарської продукції, наприклад, агропелет з сировини, що є відходами для сільськогосподарського виробництва (лушпиння соняшника, солома зернових) та агропелети з енергетичних рослин. Агропелети можуть використовуватись як паливо, в якості корму тварин та підстилки для догляду за великою рогатою худобою. Як зазначають Л.П. Гальперіна та Л.І. Лук'яненко «на основі аналізу умов ціноутворення на внутрішньому та експортному ринку агропеллет з урахуванням якісних характеристик палива, ринкових, внутрішньогосподарських, природних і інституційно-регулятивних чинників визначено переваги використання агропеллет для споживачів» [7, с. 770]. При цьому стимулом експортної діяльності для вітчизняних виробників є трикратна девальвація національної валюти у період з 2013 по 2016 рр., та зниження попиту на внутрішньому ринку, внаслідок зниження купівельної спроможності населення та бізнесу (це стосується і пелет, і твердопаливних котлів). Тому ми погоджуємось з висновком, що «потенціал експортного ринку залишається високим, але є тенденція до його

скорочення, внаслідок розвитку виробництва біопаливних пелет в основних країнах-споживачах українського експорту» [8].

З огляду на великі перспективи експорту до ЄС непродовольчої сільськогосподарської продукції, зокрема, біоетанолу та біодизелю, паливних та кормових агропелет варто окремо розглянути систему відповідних стимулюючих заходів. При цьому, адаптація законодавства України у сфері санітарних та фітосанітарних правил та запровадження відповідної до вимог ЄС системи управління санітарними та фітосанітарними заходами сприятиме підвищенню якості вітчизняної продукції та оптимальному використанню наявних ресурсів для реструктуризації експорту агропродовольчих товарів, напоїв та непродовольчої сільськогосподарської продукції [12, с. 89].

Зазначимо, що удосконалення системи підтримки експорту сільськогосподарської продукції передбачає диференціацію у підходах до стимулювання експортної діяльності різних організаційно-правових форм сільськогосподарського виробництва.

На основі аналізу досліджень найбільш значущих проблем в сільському господарстві України визначено ті, які є пріоритетними з точки зору підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній: поліпшення регулювання ринку;

— скорочення бюрократичних бар'єрів для розвитку сільськогосподарських підприємств (завершення земельної реформи, дерегулювання, вдосконалення законодавства про сільськогосподарських кооперативах);

— заохочення фермерства і великомасштабного виробництва;

— поліпшення безпеки та підвищення якості продукції відповідно до вимог міжнародних стандартів;

— адаптація правових актів України до вимог ЄС, запровадження комплексу заходів зі створення нових робочих місць і розвитку соціальної інфраструктури в сільській місцевості;

— вдосконалення інституційних рамок природокористування і охорони навколишнього середовища [2–9].

Система підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній повинна включати такі підсистеми:

➤ підсистему суб'єктів управління — органи державної влади всіх рівнів;

➤ підсистему об'єктів управління — сільськогосподарські компанії різних організаційно-правових форм та власності, яка забезпечить взаємозв'язки між обома підсистемами та уникнення конфлікту інтересів суб'єктів управління при прийнятті рішень та визначення заходів з їх реалізації.

На нашу думку, у запропонованій С. Щербиною системі державного регулювання аграрним та сільським розвитком виокремлено штучно управлінську діяльність (процеси), оскільки власне ці процеси і формують систему як цілісність, тому їх відокремлення в окремий блок видається зайвим [9, с. 127–128]. Створення дієвої системи забезпечить реалізацію стратегічних цілей економічного розвитку економіки України

Висновки. Таким чином, не викликає сумніву потреба удосконалення системи підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній, як шлях виходу з кризи економіки України, підвищення продуктивності праці сільськогосподарських компаній різних організаційно-правових форм, що сприятиме забезпеченню продовольчої безпеки та міжнародної конкурентоспроможності продукції; покращення платіжного балансу України; структурним змінам та модернізації вітчизняного сільськогосподарського виробництва, безпеки виробництва та якості продукції у агропромисловому комплексі, зростанню доходів сільськогосподарських компаній різних організаційно-правових форм. Система підтримки експортної діяльності сільськогосподарських компаній має враховувати відповідні структурні зрушення у вітчизняному виробництві; формування попиту в країнах-зовнішньоторговельних партнерах; відповідність української сільськогосподарської продукції санітарним та фітосанітарним вимогам ЄС.

Список літератури

1. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=248387631
2. Березін О.В. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / О.В. Березін, О.Д. Плотник. — Полтава: Інтер Графіка, 2012. — 221 с.
3. Бидик А.Г. Новітня для України практика технічного, санітарного та фітосанітарного регулювання як можливість зростання національного експорту продукції АПК / А.Г. Бидик // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2016. — №11. — С. 100–104.
4. Бородіна О. М. Науково-прикладні засади реконструктивного розвитку сільського господарства та села в Україні // Економіка і прогнозування. — 2016. — №. 4. — С. 70–80.
5. Гальперіна Л.П. Структура експорту біопаливних пелет українськими виробниками [Електронне видання] / Л.П. Гальперіна, Л.І. Лу-

к'яненко // Міжнародні відносини Серія "Економічні науки". — № 5 (2015). — Режим доступу до журналу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2639.

6. Galperina L.P. Main challenges of agriculture of Ukraine in globalization / L.P. Galperina // European Researcher. — 2014. — Vol.(87). — № 11–2 (Eng). —pp. 1996–2004.

7. Galperina L. P. Pricing in the Market of fuel Agri-pellet in the System of the Sustainable Development / / L.P. Galperina, L.I. Lukianenko. — 2015. — С. 762–774.

8. Осташко Т.О. Можливості та обмеження експорту сільськогосподарських товарів у зоні тарифних квот ЄС / Т.О. Осташко // Стратегічні пріоритети. — № 1 (38). — 2016. — С. 99–105.

9. Щербина С. Інституційна трансформація механізму державного регулювання аграрного та сільського розвитку України / С. Щербина // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. — 2016. — № 2. — С. 126–133. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2016_2_24.

10. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Agriculture, value added (% of GDP) World Bank. World Development Indicators. 01.02.2017. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?view=chart>.

12. Кузьмінов М. В. Свроінтеграційний потенціал реструктуризації експорту сільськогосподарської продукції України / М. В. Кузьмінов // Стратегія розвитку України. — 2017. — №. 1. — С. 88–92.

13. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» Верховна Рада України; від 15.01.2015 № 124-VIII. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.

References

1. Association Agreement between the European Union and the European Atomic Energy Community and their member states, of the one part, and Ukraine, of the other part. — Access mode : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=248387631

2. Berezin O.V. Ekonomichniy potentsial ahrarnykh pidpriemstv: mekhanizmu formuvannya ta rozvytku / O.V. Berezin, O.D. Plotnyk. — Poltava: Inter Hrafika, 2012. — 221 s.

3. Bydyk A.H. Novitnia dlia Ukrainy praktyka tekhnichnoho, sanitarnoho ta fitosanitarnoho rehuliuвання yak mozhlyvist zrostannya natsionalnoho eksportu produktsii APK / A.H. Bydyk // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. — 2016. — №11. — С. 100–104.

4. Borodina O. M. Naukovo-prykladni zasady rekonstruktyvnoho rozvytku silskoho hospodarstva ta sela v Ukraini // Ekonomika i prohnozuвання. — 2016. — №. 4. — S. 70–80.

5. Galperina L.P. Struktura eksportu biopalyvnykh pelet ukrainskymy vyrobnykamy [Elektronne vydannia] / L.P. Galperina, L.I. Luk'ianenko //

Mizhnarodni vidnosyny Serii "Ekonomichni nauky". – № 5 (2015). – Access mode : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2639.

6. Galperina L.P. Main challenges of agriculture of Ukraine in globalization / L.P. Galperina // European Researcher. — 2014. — Vol.(87). — № 11–2 (Eng). —pp. 1996–2004.

7. Galperina L.P. Pricing in the Market of fuel Agri-pellet in the System of the Sustainable Development / / L.P. Galperina, L.I. Lukianenko. — 2015. — С. 762–774.

8. Ostashko T.O. Mozhyvosti ta obmezhenia eksportu silskohospodarskykh tovariv u zoni taryfnykh kvot YeS / T.O. Ostashko // Stratehichni priorityety. — № 1 (38). — 2016. — С. 99–105.

9. Shcherbyna S. Instytutsiina transformatsiia mekhanizmu derzhavnoho rehuliuвання ahrarnoho ta silskoho rozvytku Ukrainy / S. Shcherbyna // Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy. — 2016. — № 2. — С. 126–133. — Access mode : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2016_2_24.

10. State Statistics Service of Ukraine. Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Agriculture, value added (% of GDP) World Bank. World Development Indicators. 01.02.2017. Access mode : <http://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?view=chart>.

12. Kuzminov M.V. European Integration Potential of Restructuring of Agricultural Exports of Ukraine / M.V. Kuzminov // Stratehiia rozvytku Ukrainy. — 2017. — №. 1. — С. 88–92.

13. Zakon Ukrainy «Pro tekhnichni rehlementy ta otsinku vidpovidnosti» Verkhovna Rada Ukrainy; 15.01.2015 № 124-VIII. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.

Стаття надійшла до редакції 25.11.2016 р.