

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

# Економіка та підприємництво

**№ 30 / 2013**

**Збірник наукових праць  
молодих учених та аспірантів**

**Заснований 1997 р.**

**Видається двічі на рік**

До збірника ввійшли статті молодих учених, у яких висвітлено сучасний стан і нові погляди на проблеми економічної теорії, економіки та управління, фінансів грошового обігу і кредиту, бухгалтерського обліку, статистики, економіки агропромислового комплексу, економіко-математичного моделювання відповідно до передових напрямів і потреб розвитку науки в Україні.

Розрахований на науковців, спеціалістів народного господарства, викладачів і студентів.

*Редакційна колегія*

**С. І. Дем'яненко**, д-р екон. наук (відп. ред.); **О. М. Мельник**, д-р екон. наук (заст. відп. ред.); **О. С. П'ятецька** (відп. секретар); **М. І. Диба**, д-р екон. наук; **А. М. Колот**, д-р екон. наук; **З. П. Бараник**, д-р екон. наук; **В. В. Вітлінський**, д-р екон. наук; **М. М. Коцупатрий**, канд. екон. наук; **Ю. М. Руденко**, канд. екон. наук; **О. О. Терещенко**, д-р екон. наук.

*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 25.06.07

*Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ  
Протокол від 26.06.2013 р. № 12*

*Відповідальний за випуск В. С. Савчук, д-р екон. наук, проф.*

*Художник обкладинки Т. Зябліцева  
Коректор Л. Гримальська  
Верстка С. Лозова*

Підписано до друку 28.06.13. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.  
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 16,73.  
Обл.-вид. арк. 19,05. Наклад 100 пр. Зам. № 14-4871

*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](mailto:publish@kneu.kiev.ua)*

## ЗМІСТ

<b>ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ</b> .....	5
Джалілов О. О. Інтеграція національної економічної системи як напрям економічного розвитку .....	5
Кудінова А. В. Інтернаціоналізація споживання: історичні передумови, фактори, прояви. ....	17
Чук О. В. Становлення України як постіндустріального суспільства в контексті формування української нації .....	26
Прудь П. В. Досвід пенсійного забезпечення в розвинутих країнах світу .....	35
<b>МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА</b> .....	43
Муталімов В. А. Вплив глобалізації на лібералізацію міжнародних торговельних відносин. ....	43
Фролова Т. О. Концептуальна модель розроблення та реалізації інвестиційної стратегії ТНК .....	52
Столярчук Я. М., Бусарєв Д. В. Новітні тенденції транснаціоналізації світового ринку енергетичних ресурсів .....	65
<b>ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ</b> .....	78
Шевчук Ю. А. Роль позичкового капіталу в стимулюванні інноваційного розвитку економіки України .....	78
Красножон С. В. Стимулювання інноваційного розвитку України .....	87
Федько Я. В. Роль і місце чорної металургії в економіці .....	96
Лисак В. Ю. Формування та розвиток поняття стратегічне управління .....	105
Стець О. В., Скворцова Л. І. Моделювання динаміки поведінки абонентів на ринку телекомунікацій України .....	110
Романюк Д. М. Вплив освітньо-професійної диференціації на можливість людського розвитку населення України .....	121
Герасименко А. В. Ефективність управління персоналом підприємства: концептуальні підходи та практичні інструменти оцінювання .....	131
<b>МАРКЕТИНГ</b> .....	144
Бобрицька Н. Д. Формування адаптивної маркетингової стратегії розвитку туристичного підприємства .....	144
Рега М. Г. Роль і значення маркетингу в організації туризму та відпочинку .....	154

<b>Савич О. П.</b> Маркетингові стратегії світових автовиробників та моделі їх діяльності . . . . .	160
<b>Окландер М. А.</b> Особисті чинники впливу промислових підприємств на поведінку споживачів на ринку В2С . . . . .	170
<b>ЕКОНОМІКА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ</b> . . . . .	178
<b>Очеретяна В. В.</b> Сутність стратегії підприємств агропромислового комплексу України та особливості її формування . . . . .	178
<b>Савицький Е. Е.</b> Формування моделі фінансування впровадження інноваційних технологій у агропромислових формуваннях . . . . .	187
<b>Бутко В. А.</b> Переваги органічного землеробства по забезпеченню сталого розвитку аграрних підприємств України в умовах кліматичних змін . . . . .	195
<b>ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ</b> . . . . .	203
<b>Корольок Т. О.</b> Моніторинг розвитку небанківських фінансових інститутів в системі макропруденційного нагляду . . . . .	203
<b>Цятковська О. В.</b> Облік розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами. . . . .	213
<b>Залетов О. М.</b> Корпоративна соціальна відповідальність страхових компаній . . . . .	223
<b>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК</b> . . . . .	231
<b>Августова О. О.</b> Класифікація витрат, орієнтована на ефективне управління рибопереробними підприємствами . . . . .	231
<b>Гнилицька Л. В.</b> Порядок визнання витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку . . . . .	239
<b>Осмятченко В. О. Комаров К. С.</b> Моделювання бюджетування затрат звичайної діяльності торгівельних підприємств в структурі управлінського обліку . . . . .	252
<b>Строй Т. А.</b> Гармонізація вимог національних і міжнародних стандартів обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів . . . . .	261
<b>Кузмінська О. Е.</b> Вектори аналізу балансу підприємства . . . . .	267
<b>СТАТИСТИКА</b> . . . . .	277
<b>Вдовенко Ю. В.</b> Статистичний аналіз фінансового забезпечення інноваційної діяльності харчової промисловості регіону. . . . .	277
<b>Бараник З. П., Петухова О. А.</b> Статистичний аналіз ринку праці в Україні: гендерний аспект . . . . .	286

# ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 33.012.8-045.45

**Джалілов О. О.**,  
аспірант кафедри політичної економії  
обліково-економічних факультетів,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## ІНТЕГРАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ЯК НАПРЯМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

**Dzhalilov O. O.**  
graduate student of political economy,  
Accounting and Economics Department  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman

## NATIONAL ECONOMIC INTEGRATION AS DIRECTION OF ECONOMIC DEVELOPMENT

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто основні підходи до визначення процесу інтеграції, визначені основні рівні, форми та шляхи інтеграції, а також розглянутий процес інтеграції як напрямок сучасного економічного розвитку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інтеграція, національна економічна система, напрям економічного розвитку.

ANNOTATION. The article gives full coverage to the question of main approaches to the definition of integration process, defines the basic levels, forms and ways of integration, as well as considering the integration process as the direction of modern economic development.

KEYWORDS: integration, the national economic system, the way of economic development.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день на світовій економічній арені посилюється домінування двох тенденцій. З одного боку посилюється цілісність світового господарства та його глобалізація, що викликано розвитком економічних зв'язків між країнами, лібералізацією торгівлі, створенням сучасних систем комунікації та інформації, світових технічних стандартів і норм. З іншого боку, відбувається економічне наближення та вза-

ємодія країн на регіональному рівні, формуються масштабні регіональні інтеграційні структури, що розвиваються у напрямку створення відносно самостійних центрів світового господарства. Відтак, сучасні економічні тенденції зумовлюють необхідність конструювання країнами відповідної економічної та соціальної політики, пошуку ними їх власних соціально-економічних моделей стратегічної суспільно-економічної трансформації та нових шляхів економічного розвитку. Одним з таких напрямів, що набуває все більшої актуальності, виступає інтеграція та участь у міжнародних організаціях і союзах, які надають можливість реорганізувати структуру економіки й економічних інститутів відповідно вимогам сучасних ринкових відносин. Отож, дослідження інтеграції економічної системи як ефективного способу реалізації нового господарського механізму, що спрямований на покращання фінансового стану, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості національної економіки виступає об'єктивною необхідністю.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Зазначеній проблематиці приділялась значна увага як серед закордонних, так і серед вітчизняних науковців. Зокрема значний вклад у розробку питання внесли Солонінко К. С., Лук'яненко Д. Г., Лазебник Л. Л., Герштейн Е. Ф., Поручник А., Максименко С., Овчаренко Н. Е. та багато інших.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У своєму загальному значенні, термін «інтеграція» (від лат. «*integrum*» — ціле) означає з'єднання окремих частин у єдине ціле. У широкому ж розумінні інтеграцію розуміють і як відносини, і як процес. У своєму першому значенні інтеграцію можна тлумачити як відсутність будь-якої форми дискримінації іноземних партнерів у кожній з національних економік. У такому випадку країни зобов'язуються у своїй міжнародній економічній діяльності керуватися перш за все принципами фритредерства та концептуальними заходами відкритої економіки. Таким чином, інтеграція як відносини, покликана створювати належні організаційно-правові та фінансово-кредитні механізми взаємодії суб'єкта інтеграції зі світовим співтовариством, сутністю і метою яких є:

- створення максимально сприятливих умов для господарської взаємодії з зовнішнім економічним середовищем;
- відповідність національних господарських структур світовим;
- наявності могутнього експортоорієнтованого сектору виробництва, націленого на попит світового та регіонального ринків;

— пошук і утримання певної ніші у міжнародному поділі праці, яка відображає її міжнародний виробничий профіль;

— забезпечення високого рівня участі в міжнародній виробничій, науковій і технічній кооперації, обміні капіталами та робочою силою.

Як процес же інтеграція виявляється у стиранні відмінностей між економічними суб'єктами — представниками різних держав. Цей процес відбувається у ході еволюції та становлення інтернаціонального технологічного способу виробництва та створення інтернаціонального капіталу. Разом з інтернаціоналізацією приватного та колективного капіталу відбувається також й інтернаціоналізація державного капіталу. Переплетіння і зрощення цих форм інтернаціоналізації капіталу й зумовлює виникнення змішаних інтернаціональних форм економічної власності, найрозвинутішою з яких є формування бюджетів наднаціональних органів, створення єдиної податкової, кредитної та інших систем [1, с. 336]. Нерозривна єдність процесів інтернаціоналізації технологічного способу виробництва та економічної власності детермінують появу єдиних наднаціональних інститутів, що здійснюють уніфікацію господарських механізмів багатьох країн.

Що ж стосується сучасної наукової спільноти, то вона трактує термін інтеграції дещо неоднозначно. Так, аналіз сучасної наукової літератури дозволяє виділити чотири основних відносно самостійних підходи до розгляду цього поняття, які комплексно доповнюють один одного та дозволяють зрозуміти сутність досліджуваного явища. Серед них: інтеграція з точки зору економічної теорії (Г. Р. Марголит, Ю. Ф. Герштейн, О. М. Коростишевська), інтеграція з точки зору менеджменту (А. Альберт, Х. Грютер, М. Х. Мескон, Ф. Хедоури), інтеграція з точки зору стратегічного менеджменту (Б. Х'юстон, Д. Кэмпбел, Дж. Стоунхаус) та інтеграція з точки зору корпоративного управління (Р. М. Энтов, А. Рачинский, І. Ансофф).

Економічна теорія представлена досить різноплановими поглядами щодо тлумачення поняття «інтеграція». Так, відомий російський науковець Г.Р. Марголит переконаний, що поняттю економічної інтеграції подібний «один з елементів усупільнення — процес концентрації, що реалізовується не шляхом внутрішнього розвитку (накопичення), а шляхом з'єднання вже існуючого виробництва та капіталу (централізації)» [2, с. 156]. Співзвучною Г.Р. Марголиту є думка О. М. Коростишевської, яка вважає, що економічна інтеграція — це особлива складна форма усупільнення праці та виробництва, якісно нова

об'єднуюча структура із загальною цільовою функцією, що виникає на сучасному етапі продуктивних сил, які в умовах нової інформаційної хвилі НТР характеризуються усе активнішим застосуванням науки [3, с. 58].

Питанню взаємозв'язку таких категорій, як концентрація, кооперація, усунування, спеціалізація та інтеграція приділяв значну увагу ще один російський науковець Ю.Ф. Герштейн. Так, автор вважає, що інтеграція в економіці перш за все проявляється в розвитку взаємодій між її елементами при виробництві, розподілі, обміні та споживанні, появі нових форм взаємодій, зростанні цілісних властивостей систем. А сутність інтеграції розкривається поступово: спочатку відбувається встановлення зв'язків між раніше розрізненими підприємствами — елементами системи; потім має місце поглиблення, посилення, надання систематичного характеру існуючим зв'язкам; збільшення кількості зв'язків і встановлення нових; поява нових інтеграційних (цілісних) властивостей у системі, узгодження зв'язків між підприємствами, зміна структури системи [4, с. 259].

Теоретики ж менеджменту заснували свій науково-методичний підхід на ідеї про те, що центральне місце в ринковій економіці займає управління, а менеджмент покликаний пов'язати економічні та усі інші процеси на підприємстві між собою. Але, враховуючи складну технологічну складову виробництва та структуру цілей підприємства, процес інтеграції повинен охоплювати усі структурні елементи системи. Отже, для того щоб користуватися перевагами спеціалізації діяльності в організації, необхідна ефективна внутрішньогосподарська інтеграція організації. Таким чином, менеджмент трактує інтеграцію як процес об'єднання зусиль усіх підсистем організації для досягнення її цілей і завдань. Тобто, інтегрована система має на увазі об'єднання усіх функціональних систем у єдине ціле на загальній інформаційній основі.

Представники стратегічного менеджменту обґрунтували власний підхід, розглядаючи процес інтеграції, спираючись на внутрішній і зовнішній механізми зростання. Внутрішнє зростання представляє собою найпростіший механізм зростання компанії. Переважна більшість компаній використовують зазначений метод як основу власного розвитку. Відмінною рисою внутрішнього зростання є реінвестування прибутків попередніх років в існуючий бізнес. Нарощуючи виробничі потужності, чи то за рахунок збільшення кількості устаткування, чи то за розширення території, перед компанією постає необхідність найму додаткової робо-

чої сили, задля задоволення зростаючого попиту. Таким чином, компанія збільшує балансову вартість свого бізнесу та власний товарообіг. Зростання такого плану характерне для раннього корпоративного розвитку, коли компанії опановують нові ринки та нові товари. Але розвинуті компанії, задля посилення своєї позиції на ринку, можуть комбінувати внутрішнє та зовнішнє зростання. Значною перевагою внутрішнього зростання є зниження ризиків пов'язаних із налагодженням зв'язків з іншими компаніями та побудовою нової структури. Крім того, усередині компанії максимізується використання знань і досвіду персоналу. Але незважаючи на переваги, внутрішнє зростання представляє собою значно повільніший механізм у порівнянні із зовнішнім. Зовнішнє зростання представлено через механізми злиття, поглинання та приєднання. У результаті зазначених типів укрупнення з'являється значно більша та фінансово потужніша структура. Для опису цього механізму зростання використовується загальніший термін «інтеграція», «об'єднання» [5, с. 173—174].

Останній підхід, з точки зору корпоративного управління, трактує інтеграцію як більш розвинений етап розвитку диверсифікації, концентрації, спеціалізації та кооперації виробництва. Процеси диверсифікації, розвиток інформаційної, правової, транспортної та інший інфраструктур, а також потреба у значних фінансових ресурсах обґрунтовують інтеграцію виробництв. Інтеграція виробництва має на увазі тіснішу співпрацю та кооперацію підприємств, поглиблення взаємодії, розвиток зв'язків між підприємствами, що призводить до об'єднання економічних суб'єктів.

Що ж стосується загальних сучасних економічних тенденцій, то економічну інтеграцію нерідко трактують як регульований процес проведення узгодженої міждержавної економічної політики. Основою такої політики виступає розподіл праці, розвиток виробничої та науково-технічної співпраці, кооперація, взаємовигідні торговельно-економічні й валютно-фінансові зв'язки та спрямування на формування сучасної високоефективної структури національних господарств.

По своїй суті, інтеграційні процеси охоплюють усі сфери життєдіяльності людини. Отож, зважаючи на масштаби впливу інтеграційних процесів на розвиток національної економічної системи, процес інтеграції, як напрямок розвитку національної економічної системи, варто структурувати з огляду на рівні та форми інтеграції.

Аналіз наукових праць вітчизняних і зарубіжних економістів свідчить про те, що у питанні визначення рівнів і форм інтеграції немає єдиного підходу. Так, існує думка про існування 2, 3 або 7

рівнів інтеграції. Але, з огляду на те, що на рівні національних економічних систем інтеграція розвивається на основі формування економічних об'єднань країн з тим чи тим ступенем узгодження їх національних політик, а отже мова йде про явище економічного регіоналізму, варто розглядати дворівневу модель процесу інтеграції: мікро- та макроінтеграцію [6]. Саме до такої моделі й схиляється основна частина наукової спільноти рис. 1.

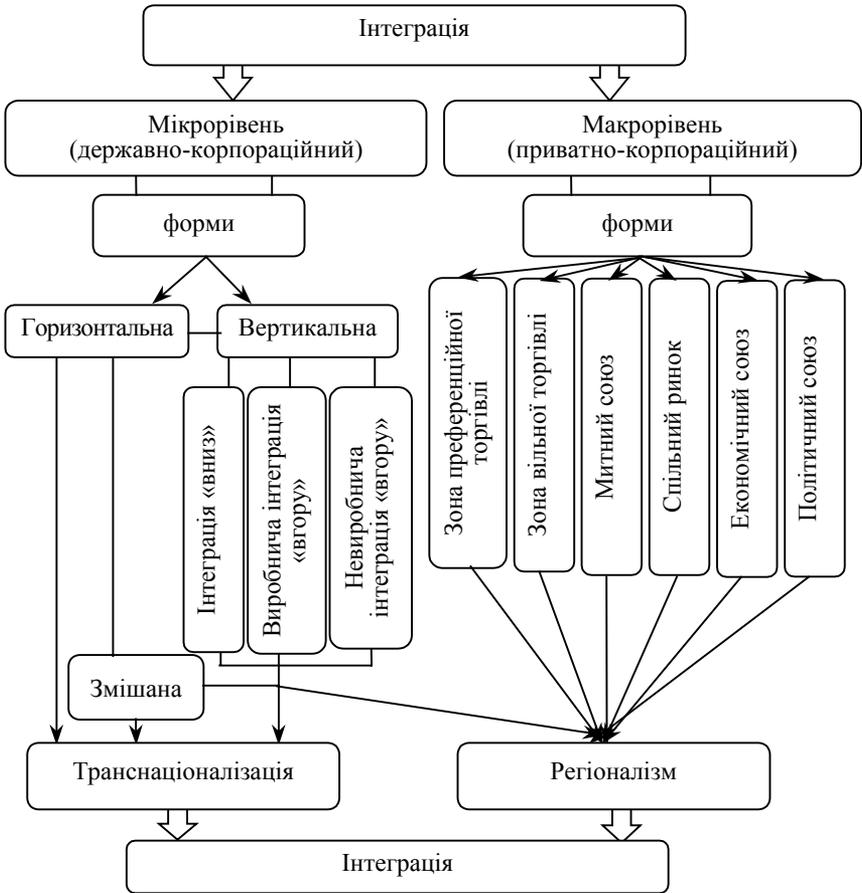


Рис. 1. Рівні та форми інтеграції національних економічних систем

*Примітка.* Складено автором за даними джерел [1—7].

На мікрорівні розрізняють горизонтальну та вертикальну інтеграцію.

Горизонтальна виникає при злитті фірм, що виробляють подібні або однорідні товари з метою їх подальшої реалізації через спільну систему розподілу і отримання при цьому додаткового прибутку. Характерною рисою горизонтальної інтеграції виступає закордонне виробництво товарів аналогічних тим, що виробляються у країні базування. Вертикальне ж передбачає об'єднання фірм, що функціонують у різних виробничих циклах. Вертикальне інтегрування прийнято класифікувати таким чином:

1) інтеграція «вниз» (наприклад, приєднання заводу-виробника сировини або напівфабрикатів до компанії, що реалізує головне виробництво);

2) виробнича інтеграція «вгору» (придбання сталеливарною компанією заводу, що виробляє металоконструкції);

3) невиробнича інтеграція «вгору», що включає сферу розподілу [7, с. 225].

Характерною ознакою мікроінтеграції є поява на певному етапі транснаціональних корпорацій, які й виступають найбільш інтегрованими мікроструктурами.

Макроінтеграція ж являє собою комплекс зв'язків і узгодженостей на міжнародному рівні окремої групи країн. Сучасний етап інтернаціоналізації світового господарства характеризується регіональною інтеграцією, тобто даний процес носить обмежений (локалізований територіально) характер. Дослідженням процесів макроінтеграції займалися як закордонні, так і вітчизняні науковці, а результати їх досліджень представлені у фундаментальних працях на основі чого сьогодні теоретично обґрунтовані та практично апробовані шість основних форм макроінтеграції, які представлені у табл. 1.

Як видно з табл. 1 і 2, форми макроінтеграції поділяються на два типи — на торговельну та виробничу. До першого типу відносять зони преференційної торгівлі, зони вільної торгівлі та митний союз. До другого — спільний ринок, економічний і політичний союзи відповідно. Така класифікація пояснюється тим, що при створенні перших трьох зазначених форм макроінтеграції міжнародні відносини торкаються лише сфери обміну, а при створенні інших трьох — розвивається глибша форма міждержавної координації, яка торкається не лише сфери обміну, а й створює відповідні умови для інтеграції у виробничій сфері.

Варто зауважити, що інтеграція, як напрямок розвитку національної економічної системи, незалежно від її рівня та форми, явище досить складне й практично можливе лише за наявності трьох основних умов.

Таблиця 1

**ФОРМИ, ТИПИ ТА КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
МАКРОІНТЕГРАЦІЇ**

Ключові характеристики	Політична інтеграція						<input checked="" type="checkbox"/>
	Гармонізація економічної політики					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Вільний рух факторів виробництва				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Спільний зовнішній тариф			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Усунення внутрішніх тарифів		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Звуження внутрішніх тарифів	<input checked="" type="checkbox"/>					
Форми макроінтеграції	Зона преференційної торгівлі	Зона вільної торгівлі	Митний союз	Спільний ринок	Економічний союз	Політичний союз	
Типи макроінтеграції	Торгівельна			Виробнича			

*Примітка.* Складено автором за даними джерел [1—7].

Розглянемо детальніше кожен з наведених форм табл. 2.

По-перше, необхідний досить високий рівень розвитку промисловості, що зробить національне господарство взаємодоповнюючим, більш зацікавленим у співпраці один з одним. Інтегрування можливе й необхідне лише між економічними системами, що мають розвинену обробну промисловість, особливо її високотехнологічні галузі. Що ж стосується менш розвинених національних економік, то вони виступають по відношенню одне до одного не як взаємодоповнюючі, а як конкуруючі господарські системи.

## ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФОРМ МАКРОІНТЕГРАЦІЇ

Форма	Ознаки
Зона преференційної торгівлі	1) зниження тарифних та інших бар'єрів у взаємній торгівлі; 2) збереження національних тарифів щодо третіх країн; 3) відсутність міждержавних органів управління
Зона вільної торгівлі	1) зняття митних тарифів і квот по відношенню до країн учасниць, дотримуючись при цьому власної політики щодо третіх сторін; 2) умови зони вільної торгівлі поширюються на усі товари окрім продуктів сільського господарства; 3) координується невеликим міжнаціональним секретаріатом, що знаходиться у одній з країн учасниць (зазвичай обходяться без нього); 4) учасники домовляються про основні параметри свого розвитку на періодичних зборах відповідних відомств
Митний союз	1) зняття внутрішніх митних кордонів між країнами учасницями; 2) перенос митного контролю на зовнішній периметр союзу; 3) зняття митних процедур у взаємній торгівлі товарами національного виробництва; 4) уніфікація форм і методів збору зовнішньоторговельної статистики; 5) домовленість про форми та методи надання пільг учасникам зовнішньоекономічної діяльності; 6) введення загальної для усіх країн учасниць системи тарифного і нетарифного регулювання при торгівлі з третіми країнами; 7) створення загальної системи преференцій
Спільний ринок	1) країни учасники домовляються про вільне переміщення через національні кордони не лише товарів і послуг, але й факторів виробництва — капіталу та робочої сили; 2) відповідна координація реалізується через періодичні збори глав держав та урядів країн-учасниць, значно частіших зустрічах керівників міністерств фінансів, центральних банків та інших економічних відомств, що спираються на постійно діючий секретаріат

Форма	Ознаки
Економічний союз	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) виникає на етапі високого економічного розвитку;</li> <li>2) проводяться узгодження чи навіть впроваджується єдина економічна політика, на основі чого й знімаються усі перепони та бар'єри;</li> <li>3) процес супроводжується створенням міжнаціональних (наднаціональних) органів;</li> <li>4) у країнах учасницях відбуваються масштабні економічні перетворення</li> </ol>
Політичний союз	<p>Єдина економічна політика і, як наслідок, уніфікація законодавчої бази. Умови:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) загальна податкова система;</li> <li>2) наявність уніфікованих стандартів;</li> <li>3) єдине трудове законодавство тощо</li> </ol>

*Примітка.* Складено автором за даними джерел [1—7].

По-друге, навіть досить розвинені, у промисловому відношенні, національні економічні системи здатні до інтеграції одна з одною лише за умови, що їх економіка не є командно-розподільчою і жорстко централізованою, де діють штучні ціни, планові витрати виробництва та державна монополія зовнішньої торгівлі, а ринкова децентралізована економіка, де головними дійовими особами є не чиновники, а приватні підприємці.

По-третє, інтегрування може стати стійким необоротним процесом лише за наявності у країнах-партнерах високорозвиненої закріпленої політичної демократії, яка здатна враховувати та забезпечувати економічні, соціальні та культурні інтереси різних верств населення. У іншому випадку, як зовнішня, так і внутрішня політика такої країни буде значно непередбачуваною, а відтак інші країни-партнери не будуть розглядати її з належною довірою. Відповідно, за таких умов унеможлиблюється як зняття митних кордонів, так і формування та проведення спільної економічної політики, не кажучи вже про створення наднаціональних фондів для фінансування такої політики.

Варто також відзначити, що теоретичне формування інтеграційних угруповань національних економічних систем на макрорівні, який перш за все означає регіональну інтеграцію, можливе трьома основними шляхами (рис. 3).



Рис. 3. Шляхи формування інтеграційних угруповань

*Примітка.* Складено автором за даними джерел [1—7].

Інтегрування «знизу догори» відбувається у процесі поглиблення інтернаціоналізації та транснаціоналізації господарського життя, коли домовленостям між країнами про створення зони вільної торгівлі, митного союзу чи спільного ринку передують досить тривалий період розвитку міжнародних економічних зв'язків на ринні підприємств, фірм і корпорацій. Ці зв'язки активно підтримуються на державному рівні, водночас розробляються й реалізуються широкомасштабні двосторонні проекти поглиблення міжнародного економічного співробітництва.

Інтеграція «згори донизу» реалізується коли з різних політичних і соціально-економічних причин створюється інтеграційне угруповання країн, які ще не повністю відповідають критеріям інтеграційної сумісності, але в процесі подальшого регульованого і скоординованого на наднаціональному рівні співробітництва досягають тієї чи іншої форми міжнародної економічної інтеграції.

Інтеграція через дво- і багатосторонні переговори та асоційовану участь окремих країн у діяльності інтеграційних угруповань передбачає вступ у вже існуюче угруповання на сталих умовах шляхом довгострокових переговорів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Розглянувши теоретичний аспект використання інтеграції як напряму розвитку національної економічної системи варто відзначити значну ступінь розробки цього питання та зауважити, що у реальному житті формування, становлення та розвиток інтеграційного угруповання не відбувається конкретним одним шляхом. Зазвичай для створення або для вступу у вже існуюче об'єднання використовується комбінація із зазначених шляхів вступу. Водночас необхідно прийняти до уваги

факт, що розроблення і реалізація національних інтеграційних стратегій потребує певного «соціального настрою», адже міжнародна інтеграція народжується спочатку як теорія, а вже потім стає реальною політикою і стратегією розвитку економічної системи. Щоб стати актуальною, проблема інтеграції має привернути увагу впливових політичних та економічних груп і значної частини населення. Для послідовного розвитку інтеграційного процесу необхідні певні умови та цілеспрямовані дії на всіх етапах, котрі детермінуються історичними умовами, традиціями і особливостями розвитку країн, що інтегруються, і досягнутим на передінтеграційному етапі рівнем їх взаємодії. Водночас, за сучасних умов господарювання, процес інтеграції представляє собою відповідь сучасним економічним, політичним, науково-технологічним, соціокультурним та іншим потребам й інтересам держави, а також виступає ефективним способом реалізації нового господарського механізму, що спрямований на покращання фінансового стану компаній, підвищення конкурентоспроможності й інвестиційної привабливості національної економічної системи в цілому. З огляду на це, використання інтеграції за сучасних економічних умов, як напрямку розвитку національних економічних систем, виступає об'єктивно аргументованим і теоретично доцільним кроком на шляху до економічного процвітання.

### Література

1. Міжнародна економіка : навч. посібник / [В. Є. Сахаров, В. С. Будкін, С. А. Єрохін та ін.] ; за заг. ред. Сахарова В. Є. — К., 2008. — 432 с.
2. *Марголит Г. Р.* Механизм экономической интеграции основного звена народного хозяйства: дис. д.э.н. : 08.00.05 / Марголит Г.Р. Московский институт управления. — М., 1990. — 364 с.
3. *Коростышевская Е. М.* Научно-производственная интеграция: дис. д. э. н. : 08.00.01 / Елена Михайловна Коростышевская. — СПб., 1999. — 310 с.
4. *Герштейн Е. Ф.* Дифференциация и интеграция в промышленности: теория и практика развития: дис. д.э.н. : 08.00.05 / Ефим Феликсович Герштейн. — Минск, 1993. — 340 с.
5. *Кэмпбел Д.* Стратегический менеджмент / Д. Кэмпбел, Дж.Стоунхаус, Б.Хьюстон; пер. с англ. Н.И. Алмазовой. — М. : ООО «Издательство проспект», 2003. — 336 с.
6. *Поручник А.* Інтеграція України у світове господарство / Поручник А. — К., 1994. — 129 с.
7. Міжнародні стратегії економічного розвитку : підручник / [Ю. В. Макогон, Д. Г. Лук'яненко, Ю. М. Пахомов та ін.] ; під заг. ред. Ю. В. Макогона. — К., 2009. — 417 с.

## Reference

1. Mizhnarodna ekonomika : navch. posibnyk / [V. Ye. Sakharov, V. S. Budkin, S. A. Yerokhin ta in.] ; za zah. red. Sakharova V. Ye. — K., 2008. — 432 s. [in Ukrainian].
2. *Marholyt H. R.* Mekhanyzm ekonomycheskoj yntehratsyy osnovnoho zvena narodnoho khoz'iajstva: dys.d.e.n. : 08.00.05. / Marholyt H. R. Moskovskij ynstitut upravleniya. — M., 1990. — 364 s. [in Russian].
3. *Korostyshevskaia E. M.* Nauchno-proyvodstvennaia yntehratsyia: dys. d. e. n. : 08.00.01 / Elena Mykhajlovna Korostyshevskaia. — SPb., 1999. — 310 c. [in Russian].
4. *Hershtejn E. F.* Dyfferentsyatsyia y yntehratsyia v promyshlennosti: teoryia y praktyka razvytyia: dys.d.e.n. : 08.00.05. / Efym Felyksovych Hershtejn. — Mynsk, 1993. — 340 s. [in Russian].
5. *Kempbel D.* Stratehycheskij menedzhment / D. Kempbel, Dzh.Stounkhaus, B. Kh'iuston; per. s anhl. N.Y. Almazovoj. — M. : OOO «Yzdatel'stvo prospekt», 2003. — 336 s. [in Russian].
6. *Poruchnyk A.* Intehratsiia Ukrainy u svitove hospodarstvo / Poruchnyk A. — K., 1994. — 129 s. [in Ukrainian].
7. Mizhnarodni stratehii ekonomichnoho rozvytku : pidruchnyk / [Yu. V. Makohon, D. H. Luk'ianenko, Yu. M. Pakhomov ta in.] ; pid zah. red. Yu. V. Makohona. — K., 2009. — 417 s. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.03.2013 р.

УДК 330.1; 339.9

**Кудінова А. В.**, к.е.н., доцент,  
кафедра політичної економії факультетів управління  
та управління персоналом і маркетингу,  
ДВНЗ «Київський національний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### **ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СПОЖИВАННЯ: ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ, ФАКТОРИ, ПРОЯВИ**

**Alevtyna Kudinova**,  
Ph. D., Associate Professor,  
political economy department,  
Vadim Getman Kyiv National Economic University

### **INTERNATIONALIZATION OF CONSUMPTION: HISTORICAL BACKGROUND, FACTORS, MANIFESTATIONS**

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено історичні, економічні, соціальні передумови та ключові чинники, що визначили характер і напрям розвит-

ку процесів інтернаціоналізації споживання; охарактеризовано місце в цих процесах культурних і цивілізаційних факторів.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** споживання, інтернаціоналізація споживання, культурна дифузія.

**ABSTRACT:** The article explores historical, economic, social conditions and key factors which defined the trend in internationalization of consumption development; cultural and civilizational factored are described.

**KEY WORDS:** consumption, internationalization of consumption, cultural diffusion.

### **Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями.**

Інтернаціоналізація економіки як процес економічного наближення країн сучасного світу, заснований на поглибленні міжнародного поділу праці, швидкому зростанні міжнародної міграції капіталу та його інтернаціоналізації, розширенні міжнародних зв'язків у банківській і страховій сферах, активній міграції робочої сили тощо, стала одним з чинників, що змінили уявлення людини про своє місце в процесі суспільного виробництва. Традиційно, аналізуючи процеси інтернаціоналізації господарського життя, виділяють інтернаціоналізацію виробництва (встановлення безпосередніх відносно сталих виробничих зв'язків між підприємствами різних країн, унаслідок чого національне виробництво перетворюється на частину виробничого процесу у світовому масштабі) та інтернаціоналізацію капіталу (процес переплетіння та поєднання національних капіталів, проявляється як у створенні окремими компаніями об'єктів в інших країнах, так і в розвитку міжфірмових зв'язків і контактів між капіталами різних країн).

Хоча єдиний відтворювальний процес багатьох національних економік, глобальний характер науково-технічного прогресу сприяли не лише міжнародній економічній інтеграції, але й інтернаціоналізації споживання через уніфікацію — повну чи часткову — національних господарств різних країн, ліквідацію бар'єрів для руху товарів, послуг, капіталу, робочої сили цих країн. Крім того, споживання, як і виробництво є ключовою функцією господарства, а процеси, що відбуваються сьогодні у світовій економіці вимагають вивчення їх впливу, взаємозв'язків, факторів, наслідків дії на всі фази виробничого процесу; крім того, людина, як основна продуктивна сила суспільства, що насам-

перед є органічною єдністю біологічної та соціальної складових, реалізує себе, в тому числі, і в споживанні.

**Аналіз останніх публікацій і виділення невирішеної частини проблеми.** Проблема споживання розглядається переважно, по-перше, в контексті його взаємозв'язку з попитом, інвестиціями (В. Геєць, Дж. Кейнс, А. Маршал, Я. Петренко, П. Самуельсон, Е. Хансен, Д. Шрайбфедер [2; 3; 8; 9; 10; 13; 15]); по-друге, як моделювання споживчої поведінки залежно від різних факторів впливу (Л. Кириленко, А. Коротченко, О. Шафалюк [4; 5; 14]); по-третє, з точки зору впливу науково-технічних інновацій на споживчу сферу (К. Антипов, А. Філіпенко [1; 12]). Проте проблема трансформації відносин споживання в умовах зростаючої інтернаціоналізації, на наш погляд, досліджена недостатньо і потребує змістовного та обґрунтованого вивчення.

### **Постановка завдання**

Метою цієї статті є обґрунтування нових аспектів теоретичного аналізу відносин виробництва і споживання в умовах зростаючої інтернаціоналізації.

### **Викладення основних результатів дослідження**

Сучасне світове господарство — це не лише сукупність і взаємозв'язок національних економік. Іншим його зрізом є взаємовплив культур, традицій, тенденцій впливу економічного розвитку окремих країн на інші країни, регіони, навіть континенти. І в своєму становленні інтернаціоналізація споживання пройшла кілька періодів, послідовність яких обумовлена низкою об'єктивних передумов і факторів.

У свій час Великі географічні відкриття призвели до різкого стрибка в розвитку зовнішньої торгівлі європейських країн. Подібні зміни в організації суспільного життя, домінування Європи у світовій торгівлі, не могли не викликати конфлікту інтересів, що і призвело до початку колоніальних війн, знецінення грошей, виникнення великих капіталістичних підприємств. І окрім явних наслідків у виробничій сфері, змінилась структура не лише індивідуального споживання (наприклад, зміна раціону харчування), але й виробничого (так, в Іспанії та Португалії приток коштовностей з колоніальних країн перетворився на інструмент війни, який відволював від споживання продукції, призначеної для виробництва)

Проте якщо спочатку рушійною силою інтернаціоналізації споживання була інтернаціоналізація економіки, то поступово вони «помінялися ролями» і вже споживання, з його постійно зростаючими потребами, сприяло подальшій інтернаціоналізації економіки.

Друга половина XIX ст. характеризувалась не тільки розвитком національних господарських систем та усупільненням продуктивних сил у міжнародному масштабі, але й виникненням світового ринку, і, відповідно, розвитком міжнародного виробництва, логіка якого передбачає розростання ринків збуту за межі національних кордонів, що не могло не сприяти популяризації єдиних стандартів споживання.

Розвиток міжнародного виробництва був тісно пов'язаний з розповсюдженням колоніального та напівколоніального панування невеликої кількості країн на нові території та підключення їх (іноді всупереч власним бажанням і прагненням) до всеохоплюючого відтворювального процесу. Колоніалізм став однією з умов, що сприяв економічному об'єднанню світу та розвитку процесів інтеграції та інтернаціоналізації, в тому числі інтернаціоналізації споживання. Дешеві промислові товари західних країн нерідко розоряли місцеве ремісничє виробництво, в додаток до цього колонізатори, з метою підвищення рівня споживання товарів з метрополій, впроваджували дискримінаційні (15—17 %) внутрішні податки на виробництво, транспортування та торгівлю товарами місцевого виробництва. Капіталістична колонізація у поєднанні з бурхливим розвитком машинного виробництва у метрополіях сприяла перетворенню колоній на ринки збуту (наприклад, британський експорт бавовни в Індію з 1618 по 1835 рр. збільшився у 65 разів. У результаті колонізації Індія, яка колись була експортером тканин, перетворилася на їх імпортера, споживаючи значну частину британського експорту — в середині XIX ст. майже  $\frac{1}{4}$  тканин, що експортуються) [6].

Сформована економічна структура колоній часто перетворювалася на економічний придаток метрополії. У результаті процес відтворення (і, відповідно, споживання, але в умовах жорсткіших бюджетних обмежень, нижчих стандартів якості життя), став продовженням аналогічного процесу в метрополіях, з яких поступали засоби виробництва, потужність яких висувала вимоги до місткості ринків збуту готової продукції.

Крім того, нагромадження капіталу в XVI ст., викликане підвищенням цін як результату колоніальних завоювань, поява в метрополіях великих обсягів золота та срібла і спровоковане цим зростання прибутків, бурхливий розвиток капіталістичних відносин у XVIII—XIX ст., відкрили механізм нагромадження за складним відсотком, що, звичайно, позначилося на специфіці споживання, особливо у довгостроковій перспективі — недостатня

платоспроможність населення тепер легко долалась, оскільки уможливила фінансувати нинішні витрати за рахунок майбутніх доходів.

Міжнародний поділ праці став ще одним фактором, який визначив процес інтернаціоналізації споживання: буржуазія шляхом експлуатації всесвітнього ринку, зробила виробництво і споживання всіх країн космополітичним і на зміну старій місцевій і національній замкненості та існування за рахунок власного виробництва, приходить всебічний зв'язок і всебічна залежність однієї нації від іншої [7].

Досягнутий рівень МПП уже практично не залишив країни, господарське життя якої було б ізольовано від зовнішнього світу, а економічні процеси обмежувались би кордонами національної держави. Зовнішня торгівля із відносно ізольованого сектора економіки, який компенсує нестачу окремих видів ресурсів і товарів, перетворилась на один з ключових елементів господарського життя.

Незважаючи на позитивний вплив міжнародного поділу праці, можна відмітити і його негативні наслідки, які найчастіше відчують на собі слаборозвинені країни. Наприклад, колонізація взагалі сприяла зміні конфігурації поділу праці в світі, забезпечуючи домінування Європи на світовому ринку. Так, на Сході відбулося руйнування торговельно-промислової діяльності під впливом імпорту товарів. У результаті зросла деурбанізація населення, яке надавало перевагу експортно орієнтованому сільському господарству. Тобто міжнародний поділ праці позбавив залежні країни вищих форм і галузей традиційної економічної структури в обмін на аграрно-сировинні сфери діяльності з низькою доданою вартістю. Спроби подолати цю залежність, вийти за межі сировинно-аграрного стану сприймалися метрополією як порушення дії ринкових сил, а неможливість державного захисту національного виробництва в колоніях від конкуренції з іноземними товарами та капіталом, що мали перевагу завдяки високому рівню нагромадження, концентрації, централізації капіталу, руйнувала традиційні виробництва і створювала високий інвестиційний бар'єр на шляху формування промислового капіталу в колоніальних країнах.

Таким чином, історично склались об'єктивні умови для інтернаціоналізації споживання, які у поєднанні з виробничими, науково-технічними, організаційними, економічними, політичними та соціокультурними факторами завершили формування індустріальної моделі споживання.

Домінування європейців на Сході трансформувало не лише внутрішню економічну структуру цих країн, але й привнесло західні цінності у східні країни, хоча «м'якою імплементацією» цей процес назвати не можна. Скоріше це зіткнення двох принципово різних моделей світогляду, що нагадують паралелі, які майже не мали соціокультурних точок перетину. Модернізація в Європі сприймалась як абсолютно природній процес, а для Сходу традиційні, звичні стандарти організації життя є непорушною основою суспільних відносин, з якою погоджуються всі соціальні верстви — від еліти до найбідніших прошарків населення.

Протириччя між вестернізацією і місцевою культурою розв'язувалось на основі культурного синтезу, що передбачав еволюцію і реінтеграцію традиційних цінностей у сучасні умови. При цьому традиційні цінності зберігають для особистості онтологічне значення, продовжуючи визначати її життєву філософію, ставлення до себе і інших людей, а запозичені норми і стандарти сприймаються як прагматичні, що орієнтують поведінку в рамках певного класу відносин і ситуацій (у господарській діяльності, матеріальне споживання, сфера споживання). Хоча культура не лише глибша економічних і політичних аспектів соціального життя, але й фундаментальніша за них: «тоді як економічні та політичні мапи світу дійсно майже повністю «вестернізовані», культурна мапа і сьогодні залишається такою, якою вона була до початку західної економічної та політичної експансії» [11].

Інтернаціоналізації споживання у свій час сприяли ще ідеї Просвітництва, наполеонівські війни тощо, коли континентальна Європа змушена була сприймати стандарти життя Франції та Англії. Схожий вплив і колоніальних захоплень і бурхливого капіталістичного розвитку: потужний потік індустріальних новацій, починаючи із залізниці, телеграфу та закінчуючи електрикою та великою кількістю інших винаходів, захопили весь світ, у тому числі і Схід, який енергійно вестернізувався. Саме блага вестернізації трансформували величезний світ поза Заходом, більшість суспільств східного типу в результаті цього стали модифікуватися та набувати ознак суспільства змішаного типу, які після деколонізації еволюціонували чи, принаймні, отримали можливість розвитку у бік суспільств західного типу. Проте цей найважливіший для всієї історії людства процес набув, особливо в ХХ ст., трохи несподіваного вектору, зміст якого полягає не стільки в інтенсивному економічному та соціополітичному розвитку, скільки в нестриманому кількісному зростанні.

## **Висновки.**

Отже, сама модель індустріального споживання передбачає його інтернаціоналізацію. «Локомотивом» цього процесу виявились промислові держави, їх протекціоністська політика щодо експорту в країни, що розвиваються.

Світове виробництво, що базується на глобальній конкурентній основі та міжнародній міграції капіталу, призвело до інтенсивної передислокації факторів виробництва, а перенесення за кордон значної частини виробництва і утворення багатьох, інтегрованих у єдину мережу продукування товарів і послуг філіалів, надало міжнародним компаніям можливості використовувати переваги та ресурси багатьох країн. Міжнародний, а потім глобальний рух факторів виробництва, товарів і послуг, як особистого, так і кінцевого призначення, також сприяли інтернаціоналізації споживання, як і політична та економічна фрагментація всередині окремих регіонів і країн, розповсюдження ринкових відносин і зон вільної торгівлі.

Вплив культурних факторів не настільки однозначний, оскільки вестернізація вступила у суперечність з місцевою культурою. Результатом такого протистояння стала синтезована модель економічної поведінки. Базис цієї моделі сформували традиційні цінності суспільства. Саме вони визначають життєву філософію індивідів, ставлення до себе та до інших людей. Прагматизм, орієнтація на матеріальне споживання є результатом впливу запозичених норм і стандартів.

Уперше висловлена А. Абдель-Малеком думка, що суспільство трансформується, а не розвивається, дозволила по-новому оцінити рушійні сили цього процесу: розвиток завжди асоціювався із західним впливом, трансформація передбачає внутрішню перебудову суспільства у відповідності з іманентно притаманними йому законами, оскільки духовні передумови, необхідні для руху традиційного суспільства до індустріалізації, не здатні охопити всього масиву західної культури як певного ідеального типу. Отже, модель соціально-економічного розвитку має поєднувати, синтезувати ендогенні та екзогенні, економічні та соціокультурні фактори, традиційні та сучасні цінності та інститути. Новинки завжди цікавили різні цивілізації, але вони ніколи не змінювали базової культури тієї країни, яка приймала ці новинки від інших цивілізацій як екзотику для цивілізації-реципієнта, або нав'язане благо. Проте проблема в тому, що сьогодні імплементуються не окремі предмети споживання, а сама модель споживання зі всіма притаманними західній тра-

диції атрибутами. Зауважимо, що йдеться про цивілізацію, а не культуру: індустрія розваг не означає культурного перетворення, тобто це не означає наближення точок зору та переконань представників різних культур, але парадоксальним чином сприяє інтернаціоналізації споживання.

## Література

1. *Антипов К. В.* Глобальная виртуализация сферы потребления системы общественного воспроизводства / К. В. Антипов // Экономические науки. — 2009. — № 2. — С. 62—65.
2. *Геєць В. М.* Політика економічного зростання на основі розширення внутрішнього споживання та її наслідки / В. М. Геєць // Фінанси України. — 2007. — № 9. — С. 14—33.
3. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег. Избранное; [под науч. ред. П. Н. Ключкина]. — М. : ЭКСМО, 2009. — 959 с.
4. *Кириленко Л. М.* Структура потреб та її вплив на систему і форми особистого споживання / Л.М.Кириленко // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; [відп. ред. А. В. Шегда]. — К. : ВПЦ «Київський ун-т», 2010. — Вип. 22.
5. *Коротченко А. Л.* Капитал: Теоретические основы капитала: [монография] / А. Л. Коротченко. — К. : НТУУ КПИ, 2008. — 96 с.
6. *Ломакин В. К.* Мировая экономика: Учебник для вузов. — 2-е изд. перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 735 с.
7. *Маркс К., Энгельс Ф.* Манифест Коммунистической партии. — М.: Политиздат, 1971. — 64 с.
8. *Маршалл А.* Основы экономической науки [Текст]; [предисл. Дж. М. Кейнса; под науч. ред. П. Н. Ключкина]. — М. : ЭКСМО, 2008. — 832 с.
9. *Петренко Я. В.* Парадокс потребления как результат действия эффекта потребительского лага / Я. В. Петренко // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 8. — С. 206—213.
10. *Самуэльсон П.* Экономика / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского ; под ред. А. А. Старостиной, В. А. Кравченко] / 18-е изд. — М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2008. — 1360 с.
11. *Тойнби А.Дж.* Постижение истории: Пер. с англ. / Сост. Огурцов А. П. — М.: Прогресс, 1996. — 608 с.
12. *Філіпенко А.С.* Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність : [монографія]. / А.С. Філіпенко. — К. : Знання, 2007. — 670 с.
13. *Хансен Э.* Денежная теория и финансовая политика : Пер. с англ. / Э. Хансен. — М. : Дело, 2006. — 312 с
14. *Шафалюк О. К.* Гуманістична концепція споживача в маркетингу : монографія / О.К.Шафалюк. — К. : КНЕУ, 2008. — 200 с.

15. Шрайбфедер Д. Эффективное управление запасами / Д. Шрайбфедер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 304 с.

### Reference

1. Antipov K. V. Global'naiа virtualizatsiia sfery potrebleniia sistemy obshchestvennogo vosproizvodstva / K. V. Antipov // Ekonomicheskie nauki. — 2009. — № 2. — S. 62—65 [in Russian]

2. Geets' V. M. Politika ekonomichnogo zrostannia na osnovi rozshirennia vnutrishn'ogo spozhivannia ta ii naslidki / V. M. Geets' // Finansi Ukraïni. — 2007. — № 9. — S. 14—33 [in Ukrainian]

3. Keins Dzh.M. Obshchaia teoriia zaniatosti, protsenta i deneg. Izbrannoe; [pod nauch. red. P. N. Kliukina]. — M. : EKSMO, 2009. — 959 s. [in Russian]

4. Kirilenko L. M. Struktura potreb ta ii vpliv na sistemu i formi osobistogo spozhivannia /L.M. Kirilenko // Teoretichni ta prikladni pitannia ekonomiki : zb. nauk. prats' / M-vo osviti i nauki Ukraïni, Kiïvs'kii nats. un-t im. Tarasa Shevchenka ; [vidp. red. A. V. Shegda]. — K. : VPTs «Kiïvs'kii un-t». — Vip. 22. — 2010 [in Ukrainian]

5. Korotchenko A. L. Kapital: Teoreticheskie osnovy kapitala: [monografiia] / A. L. Korotchenko. — K. : NTUU KPI, 2008. — 96 s. [in Russian]

6. Lomakin V. K. Mirovaia ekonomika: Uchebnik dlia vuzov. — 2-e izd. Pererab. I dop. — M.: IuNITI-DANA, 2002. — 735 s. [in Russian]

7. Marks K., Engel's F. Manifest Kommunisticheskoi partii. — M.: Politizdat, 1971. — 64 s. [in Russian]

8. Marshall A. Osnovy ekonomicheskoi nauki [Tekst]; [predisl. Dzh. M. Keinsa; pod nauch. red. P. N. Kliukina]. — M. : EKSMO, 2008. — 832 s. [in Russian]

9. Petrenko Ia. V. Paradoks potrebleniia kak rezul'tat deistvii efekta potrebitel'skogo laga / Ia. V. Petrenko // Aktual'ni problemi ekonomiki. — 2006. — N 8. — S. 206—213 [in Russian]

10. Samuel'son P. Ekonomika / Pol E. Samuel'son, Vil'iam D. Nordkhaus ; [per. s angl. O. L. Peliavskogo ; pod red. A. A. Starostinoi, V. A. Kravchenko]. / 18-e izd. — M. ; SPb. ; K. : Vil'iams, 2008. — 1360 s. [in Russian]

11. Toinbi A.Dzh. Postizhenie istorii: Per. s angl. / Sost. Ogurtsov A.P. — M.: Progress, 1996. — 608 s. [in Russian]

12. Filipenko A. S. Global'ni formi ekonomichnogo rozvitku: istoriia i suchasnist' : [monografiia] / A.S. Filipenko. — K. : Znannia, 2007. — 670 s. [in Ukrainian]

13. Khansen E. Denezhnaia teoriia i finansovaia politika : Per. s angl. / E. Khansen. — M. : Delo, 2006. — 312 s. [in Russian]

14. Shafaliuk O. K. Gumanistichna kontseptsiiа spozhivacha v marketingu : monografiia / O. K. Shafaliuk. — K. : KNEU, 2008. — 200 s. [in Ukrainian]

15. *Shraibfeder D.* Effektivnoe upravlenie zapasami / D.Shraibfeder. — М.: Al'pina Biznes Buks, 2006. — 304 s. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 14.04.2013 г.

УДК: 316.324.8/342.1(477)

**Чук О. В.**, к.е.н., доцент  
кафедри бухгалтерського обліку,  
ДВНЗ «Київський національний  
економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **СТАНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ЯК ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ**

**Chuk O. V.**,  
Ph. D. in Economic, Assistant Professor of  
Department of Accounting,  
SHEE «Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman»

## **BECOMING OF UKRAINE AS POSTINDUSTRIAL SOCIETY IN CONTEXT OF FORMING OF UKRAINIAN NATION**

**АНОТАЦІЯ.** У статті розглянуто шляхи встановлення України як постіндустріального суспільства. Ці шляхи залежать від різних факторів і формують майбутнє нашого народу. Чи варто робити радикальні кроки до утворення нового прогресивного виду суспільства? Варто, адже це новітнє економічне суспільство, яке відповідає на більшість проблемних питань нашого часу, досягнути рівня розвитку якого прагнуть майже всі країни світу.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** Постіндустріальне суспільство, індустріальна економіка, новітнє економічне суспільство, науково-технічний потенціал, інвестиційна діяльність.

**ANNOTATION.** The article deals with the ways of Ukraine as a post-industrial society. Those ways depending on different factors and shaping the future of our nation. Should make radical moves to a new kind of progressive society? It should, because this latest economic society which answers the most problematic issues of our time, to achieve the level of development sought by almost all countries of the world.

**KEY WORDS:** Postindustrial society, industrial economy, modern economic society, scientific and technical potential, investment activities.

## **Вступ**

Актуальність дослідження в статті визначається комплексною проблемою трансформації України до утворення нового прогресивного виду постіндустріального суспільства, досягти розвитку якого прагнуть всі країни. Головний чинник, який впливає на ці процеси і є невід'ємною частиною постіндустріального руху, людський капітал.

Сьогодні людство обирає певний шлях свого розвитку. Формується майбутнє української нації, яке буде залежати як від масових тенденцій, так і від окремих виборів. Чи варто робити радикальні кроки до утворення нового прогресивного виду суспільства? Адже новітнє економічне суспільство, яке відповідає на проблемні питання нашого часу — це постіндустріальне суспільство, досягти рівня розвитку якого прагнуть всі країни.

Науковці Гудзонівського інституту Т. Кан, У. Браун і Л. Мартел розробили оригінальний сценарій для Америки і всього світу на наступні 200 років. На їхню думку, історична ера постіндустріалізму — ера загального достатку, широких контрастів і взаєморозуміння між народами.

Класики світової економіки Д. Бел, А. де Сен-Сімон, О. Конт, Дж. Ст. Міль, К. Кларк, Ж. Фурастьє, Є. Тофлер визнавали це суспільство як провідну ланку розвитку майбутнього світу.

## **Постановка завдання**

Мета статті полягає у визначенні реального стану та перспектив розвитку України, успіх становлення якої, як постіндустріального суспільства залежить саме від людського капіталу.

## **Виклад основного матеріалу дослідження**

Що ж таке постіндустріальне суспільство? Це суспільство, в економіці якого внаслідок науково-технічної революції та зростання прибутків населення пріоритет виробництва перейшов із сфери товарів до сфери послуг. Виробничими ресурсами стали знання та інформація, головною силою економіки — наукові розробки, якостями працівника — рівень освіти, креативність, професіоналізм. Це суспільство, в якому більше 60 % працездатного населення зайняте у сфері нематеріального виробництва.

Перш ніж розпочати розгляд перспектив України, необхідно встановити основні фактори, які впливають на трансформаційні процеси економіки, та є невід'ємною частиною постіндустріального руху це:

- людський капітал;
- інновації;
- інвестиції;
- інтеграційні процеси та глобальний капітал.

Під економікою знань розуміється такий щабель розвитку економіки суспільства, коли відбувається зміщення зайнятості населення зі сфери виробництва матеріальних благ до розробки та впровадження інформації, нематеріальних послуг і нових наукових технологій. Однією із функцій економіки знань є підтримка та творення економіки інновацій, у той час як економіка інновацій створює умови для існування економіки знань, вимагаючи високої кваліфікованості та креативності від людини.

Характерною ознакою інноваційного суспільства та створення економіки знань є те, що генерація нових знань та інформації набуває статусу пріоритетної стратегічної діяльності, в ході якої виробляється конкурентоздатний продукт у вигляді не лише нових технологій, відкриттів, винаходів, товарів, послуг і тому подібне, але і оригінальних підходів (парадигм, концепцій, ноу-хау) у підприємстві, політиці, культурі, мистецтві, медицині, духовній сфері. Виходячи з цього збільшується актуальність духовно-морального забезпечення національного шляху розвитку в цілому, який обумовлюється комплексністю ефективного функціонування всіх сфер діяльності людини: економічної, фінансової, науково-технічної, соціальної, виробничої, культурно-духовної і т. д.

Тобто задля підтримки ефективності та креативності працівників, особливо пов'язаних з різноманітним науково-технологічним або інноваційним устаткуванням, необхідно вкладати кошти до саме тієї частини сфер послуг, яка пов'язана із задоволенням нагальних потреб людини, а саме освіти, охорони здоров'я, медицини, соціального захисту і т. п. Таким чином, акцент інвестицій у постіндустріальному суспільстві зміщується не лише в бік інновацій, але й у бік розвитку людського капіталу, його захисту, заохочення, продуктивності та в першу чергу освіти.

Глобальний капітал — це капітал, який уже не можна однозначно віднести до жодного національно-державного утворення. Він певною мірою є наддержавним, наднаціональним і керується, передусім, виходячи зі своїх власних корпоративних інтересів і стратегій розвитку, які можуть і не збігатися з інтересами та стратегіями національних держав, на території яких він оперує. Розвиток економіки, територіальна експансія й функціональна диверсифікація наднаціонального капіталу є однією з найважливіших передумов подолання національного економічного відокремлення й зростання цілісності світового господарства. Він утворюється внаслідок посилення процесів глобалізації та міжнародного поділу праці. Основним позитивним ефектом посилення фактору глобального капіталу у постіндустріальному сус-

пільстві є обмін досвідом і технологіями між державами, необхідний для подальшого розвитку людства у умовах економіки знань. Поряд з реально функціонуючими ринками прискорено розвиваються віртуальні світові ринки капіталу, які використовують новітні інформаційно-комунікаційні технології та породжені ними новітні фінансові інструменти. Це призводить до випереджальних темпів розвитку світових грошових ринків і ринків короткострокового капіталу, а також до темпів зростання обсягів світової торгівлі та прямих інвестицій.

Усі ці фактори взаємопов'язані і напряму залежать один від одного. Розвинутий людський капітал сприяє стрімкому розвитку та якості інноваційних процесів. Інновації покращують умови розвитку людського капіталу, підтримують економіку, забезпечують притік інвестицій. Інвестиції сприяють розвитку людського й глобального капіталу та інноваційної діяльності. А стрімкий розвиток глобального капіталу сприяє інтеграційним процесам, які, внаслідок включення країни у взаємовигідні економічні зв'язки, здатні стрімко покращити економічну ситуацію в країні.

Ці фактори є ключовими, але слід зазначити, що їхній поступовий розвиток можливий лише в тому випадку, якщо всі інші ланки економічної діяльності починаючи від нормативно-правової бази і закінчуючи формуванням раціонального бюджету країни будуть працювати максимально ефективно.

Розглянемо Україну через призму уже зазначених факторів, які формують будь-яку постіндустріальну державу:

Людський капітал України можна розглядати з двох точок зору: як позитивної, так і негативної. Позитивною характеристикою людського капіталу України є надзвичайно велика відсоткова кількість людей, які мають вищу освіту, високий науковий і творчий потенціал нації. Негативні ж риси формуються в першу чергу у зв'язку з несприятливою екологічною ситуацією, відносно низькому рівні життя, нездатності держави втримати наукову еліту молоді, яка шукає кращого життя за кордоном. Як результат людський капітал України руйнується низькою тривалістю життя, відсутністю достатньої кількості фахових місць, бідністю, демографічними проблемами, «відтоком мізків» і т. д. Але незважаючи на це, слід зазначити, що все таки України має потужний людський капітал, хоч і не може ним вдало розпоряджатися.

Розвиток інноваційного капіталу України, на жаль, не є пріоритетною ланкою державної економіки і нерідко фінансується за залишковим принципом, хоча і має надзвичайно високий потенціал, тому що Україна має потужний людський капітал, який мо-

жна і потрібно залучати до науково-дослідницької діяльності та впровадження її результатів у виробництві. Міф про невідповідність і нераціональність фінансування інновацій дуже легко розпадається. Якщо ви фінансуєте кілька інновацій, то хоча б одна із них, яка приживеться на ринку, може не лише окупити затрати на всі інші, а й надати великий прибуток і сприяти стрибку економічного розвитку країни та створення все більшої кількості підприємств нової економіки. Так, наприклад, Yahoo-пошукову інтернет-систему, яка налічує близько 1000 співробітників, на біржі оцінили дорожче таких підприємств, як Boeing чи Daimler-Chrysler, що мають чисельність зайнятих відповідно у 200 і 500 разів більше.

Головною метою інвестиційного капіталу є підтримка економіки та інноваційної діяльності. За рівнем залучення інновацій спрямованих на трансформаційні перетворення економіки країни можна чітко визначити її занепокоєність цими питаннями. На жаль, проблеми інвестицій в Україну є найбільш болючими на сьогоднішній день, тому що Україна на даний момент не в змозі запевнити інвесторів, що їхні кошти будуть у безпеці і приносять їм стабільний прибуток, тому недостатній розвиток цієї сфери економіки гальмує постіндустріальні процеси в Україні.

Якщо ж говорити про наших західних сусідів, яких можна сміливо віднести до постіндустріальних держав, то їхня позиція також не є однозначною. Для них у першу чергу вигідно мати на сході від себе економічно розвинену країну та вести з нею взаємовигідну співпрацю, але вони аж ніяк не поспішають приймати нас до складу своєї європейської моделі постіндустріального суспільства. Указом Президента України від 28 квітня 2004 року № 493/2004 введена в дію програма під назвою «Про стратегію економічного та соціального розвитку України шляхом європейської інтеграції на 2004—2015 роки». Для того, щоб увійти в ЄС, Україна має в першу чергу довести усьому світові, що вона є перспективна, розвинена та конкурентоспроможна країна. Країни Заходу безумовно підтримуватимуть Україну у її становленні та розвитку, але можна бути впевненим, що на 95 % успіх становлення України як постіндустріального суспільства залежить саме від народу України.

Україні потрібні ринкові механізми, що роблять розвиток науки, впровадження її досягнень економічно вигідними, такими, що приносять зиск і науковцю-розробнику і підприємцю. На жаль, у нашому господарстві такі механізми ще відсутні, а натомість іс-

нує низка обмежень для подальшого інноваційного розвитку української економіки це:

- **Фінансові обмеження.** Останнім часом відбувається природне зниження рентабельності конкретних проектів, що вимагає збільшення інвестицій в основний капітал, оскільки строк окупності нового проекту став значно довший, ніж раніше. В цей час ситуація на ринку капіталу принципово не змінилася: терміни кредитування не збільшилися, ставки кредитування знижуються дуже повільно. Це спричиняє нижчу рентабельність українського бізнесу. Також, треба враховувати глобальне уповільнення темпів економічного зростання, яке призвело до перерозподілу світових потоків прямих іноземних інвестицій. Так, скоротилися інвестиції до США і Європи, їх місце поступово займає Китай. На тлі таких подій у світі та внутрішньої політичної й економічної нестабільності інвестиційні потоки до України демонструють стійку тенденцію до зниження.

- **Нерозвиненість індустріальної бази,** що проявляється у вкрай високій залежності економіки від кон'юнктури ринків сировини і енергоносіїв. Це, відповідно, призводить до інфляції витрат. Найбільш явно ця ситуація проявилась останнім часом на ринку нафти, бензину та газу, коли підвищення цін на енергоносії призвели до стрімкого зростання виробничих витрат усіх галузей української економіки, що спричинило і продовжує спричиняти величезні збитки та втрату ринків.

- **Відсутність продуманої довгострокової стратегії** постіндустріального розвитку України, що проявляється у номінальних гаслах напередодні виборів і в реальній бездіяльності програм протягом останніх років.

- **У державній економічній політиці переваги** здебільшого надаються прямим адміністративним важелям, тоді як фактично відсутніми є непрямі стимули інвестиційно-інноваційного розвитку як на макрорівні, так і на мікрорівні.

- **Нерівномірність територіального розподілу.** Нагальною є проблема нерівномірного економічного розвитку регіонів і галузеві дисбаланси. Так, схід України і частково північ є більш розвиненими у напрямку базових промислових галузей, більш наукомісткими, тоді як захід тяжіє до сільськогосподарського напрямку. Це теж певним чином відбивається на показниках інвестування та конкурентоспроможності української економіки.

Сукупність цих обмежень призводить до того, що рівень загальних інвестицій у національну економіку виявляється нижче необхідного для забезпечення швидкого розвитку господарства.

Також не сприяють економічному зростанню країни такі технічні фактори, як: нерозвиненість національного фінансового сектора економіки, практична втрата енергетичної незалежності, недосконалість і зношеність енергетичної інфраструктури, недостатній рівень комп'ютеризації національної економіки, нерозвиненість зовнішньоторговельної інфраструктури і нестабільна національна експортна політика, неврегульованість питань інтелектуальної власності та ін. Також останніми роками спостерігається падіння якості шкільної та вузівської освіти у порівнянні з попереднім періодом і все більше відчувається послаблення зв'язку вузівської освіти з конкретними проблемами економіки.

Переглянувши усі ці фактори, можна визначити, що ситуація надзвичайно складна і перед Україною є непочатий край роботи над власним самовдосконаленням, але ця ситуація далеко небезвихідна.

Перед Україною стоять три можливі типи постіндустріального розвитку:

- 1) поступовий розвиток економіки;
- 2) шокова терапія економіки;
- 3) постіндустріальний стрибок.

Найпасивнішим і найнеперспективнішим видом розвитку України є поступовий розвиток, який характеризується незначними, але постійними трансформаційними змінами економіки та перебудовою України на післяіндустріальний, а пізніше й постіндустріальний лад. Він може зумовити лише поліпшення життя населення, але поглибить відставання економічного розвитку від інших розвинутих країн, які теж не стоять на місці.

Шоковою терапією української економіки можна вважати стрімке становлення в Україні післяіндустріального суспільства шляхом тимчасового зниження рівня життя населення, його доходів і форсування коштів для якісної перебудови сфер економіки, які є першочерговими для розвитку постіндустріального суспільства. Головним недоліком цього шляху розвитку є надзвичайно великий ризик, тому що в Україні налічується лише 13—18 % середнього класу населення, а більшість належить до нижчого, який унаслідок ще більшого погіршення рівня життя може не витримати тиску.

Останній тип перспективного розвитку України, який можна визначити як найрізкіший і найефективніший, називається постіндустріальним стрибком. Необхідно розуміти, що розвинуті постіндустріальні країни також не стоять на місці і навіть розвиваються набагато швидше ніж Україна. Тобто, навіть якщо Україна розкриє

свій потенціал, дистанція між їхнім економічним розвитком буде навпаки збільшуватися. Як же наздогнати західних партнерів? Перестрибнувши через цю дистанцію якомога швидше. Трампліном для такого стрибку є саме інновації в тій сфері, де Україна має всі шанси стати конкурентоспроможною. Тому, найбільшою перспективою є поглиблення української праці у сфері міжнародного обміну та створення інформації, так як інформація поступово стала найважливішим товаром світу. Навіть один прорив у цій сфері зможе надати Україні достатньо коштів для розвитку економіки країни і навіть перевершити показники шокової терапії.

### **Висновки**

Отже, якщо говорити про становлення України як постіндустріального суспільства в контексті формування української нації, то не слід бачити її як слабку чи безперспективну. Є проблеми, але є і великі перспективи. Для цього необхідно розвивати в першу чергу інноваційну, соціальну та інвестиційну діяльність, удосконалювати освіту населення, самовіддано працювати та реалізовувати перспективи розвитку нашої держави. Тому саме ці питання мають бути стратегічними цілями України.

### **Література**

1. *Архієв С.* Створення економіки знань — національний соціальний проект // Економічна теорія. — 2004 — № 4. — С. 88—92.
2. *Верхоглядова Н. І., Кисла В. І.* Сучасні підходи до інвестування в людський капітал // Економічний простір. — 2008. — № 9. — С. 205—212.
3. *Вовканич С. Й.* Генерирование ценной информации: путь построения конкурентоспособного инновационного общества // Экономика Украины — 2005. — № 3. — С. 42—48.
4. *Гесць В. М., Семиноженко В. П.* Інноваційні перспективи України. — Харків: Константа, 2006. — 272 с.
5. *Губернський Л. В., Камінський Є. Є., Макаренко Є. А., Ожеван М. А., Шнирков О. І., Яковець А. В.* Інформаційна політика України. Науковий контекст. — К.: Либідь, 2007.
6. *Єрохін С. А.* Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічні аспекти): Науково монографія. — К.: Видавництво «Світ Знань», 2002. — 518 с.
7. *Иноземцев В. Л.* Модели постиндустриализма: сходство и различия // Общество и экономика. — 2003. — № 4/5 — С. 51—96.
8. *Иноземцев В. Л.* За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. — М.: «Academia» — «Наука», 1998.
9. *Лебедько С.* Постіндустріалізм вже на порозі... Ось вона наша дилема: прокат чи супутники? // Персонал-Плюс. — 2007. — № 40 (243).

10. *Макаренко І. П., Копка П. М., Рогожин О. Г., Кузьменко В. П.* Національна інноваційна система України і принципи побудови: за наук. ред. Макаренко І. П. — К.: Інститут проблем національної безпеки. — 2007. — 520 с.

11. *Мерніков Г. І., Шевцов А. І.* Україна в постіндустріальному світі. Реалії та перспективи. — Дніпропетровськ, 2007. — 482 с.

12. *Савельєв Є. В.* Європейська інтеграція і маркетинг. Наукові нариси. — Тернопіль: Карт-бланш, 2003. — 482 с.

### Reference

1. *Arkhiiev S.* Creation economies of knowledges- a national social project of // Economic theory — 2004 — № 4. — P. 88—92. [in Ukrainian]

2. *Verkhoglyadova N. I., Kisla V. I.* the Modern going near investing in the human capital // Economic space. — 2008. — № 9. — P. 205—212 [in Ukrainian]

3. *Vovkanich S. Y.* Generuting of valuable information: way of construction of competitive innovative society // Economy Ukraine. — 2005. — № 3. — P. 42 — 48 [in Russian]

4. Gaec V.M., Seminozhenko v.p. Innovative prospects of Ukraine. — Kharkiv: Constanta, 2006. — 272 p. [in Ukrainian]

5. *Gubernskiy I. V., Kaminskiy E. E., Makarenko E. A., Ozhevan M. A., Shnirkov O. I., Yakovec' A. V.* Informative policy of Ukraine. Scientific context. Libid. — 2007 [in Ukrainian]

6. *Erokhin S. A.* Structural transformation of national economy (teoretiko-methodological aspects): Scientifically monograph. — K.: Publishing House «The World of Knowledges». — 2002. — 518 p. [in Ukrainian]

7. *Inozemcev V. L.* Models of postindustrial likeness and distinctions // Society and economy. — 2003. — № 4/5 — P. 51—96. [in Russian]

8. *Inozemcev V. L.* Outside economic society. Postindustrial theories and post-modernism-economic tendencies in the modern world. — M.: «Academia» -»Science», 1998. [in Russian]

9. *Lebed'ko S.* Postindustrial is already on a threshold... Here it is our dilemma: rental or accompany? // Personnel-plus. — 2007. — № 40 (243). [in Ukrainian]

10. *Makarenko I. P., Kopka P. M., Rogozhin O. G., Kuz'menko V. P.* National innovative system of Ukraine and principles of construction: at sciences. editor. Makarenko I.P. — K.: Institute of problems of national safety. — 2007. — 520 p. [in Ukrainian]

11. *Mernikov G. I., Shevcov A. I.* Ukraine in the postindustrial world. Realities and prospects. — Dnipropetrovsk, 2007. — 482 p. [in Ukrainian]

12. *Savel'ev E. V.* European integration and marketing. Scientific essays. Ternopil: Carte blanche. — 2003. — 482 p. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 27.03.2013 р.

**Прудь П. В.**, аспірант  
кафедри управління персоналом  
та економіки праці,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **ДОСВІД ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ СВІТУ**

**Prud' P. V.**,  
Post-graduate student of Department of Personnel  
Management and Labor Economics  
SHEE «Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman»

## **EXPERIENCE OF PENSION PROVIDING IN THE DEVELOPED COUNTRIES OF THE WORLD**

**АНОТАЦІЯ.** У статті розглянуто особливості пенсійного забезпечення у розвинутих країнах світу та можливості використання зарубіжного досвіду у розбудові вітчизняної пенсійної системи

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** пенсійне забезпечення, моделі пенсійних систем, світовий досвід, державна та приватна пенсії, недержавні пенсійні фонди, державне стимулювання

**ANNOTATION.** In the article the features of the pension providing are considered in the developed countries of the world and possibility of the use of foreign experience in reformation of the pension system of Ukraine  
**KEY WORDS:** pension providing, models of the pension systems, world experience, state and private pensions, non-state pension funds, state stimulation

**Постановка проблеми.** Пенсійне забезпечення є одним із механізмів соціального захисту населення. Як показує світовий досвід, сьогодні у багатьох країнах світу відбувається пенсійне реформування, що пов'язано із неможливістю розподільчої системи забезпечити достатній рівень пенсії. Починаючи із 2004 року, імплементація зарубіжної практики пенсійного захисту населення не знайшла належної підтримки у суспільстві, що пов'язано із низьким рівнем суспільної довіри та платоспроможності громадян, недостатністю гарантій щодо майбутніх пенсійних виплат, непоінформованістю населення, низьким рівнем мотивації підприємств щодо участі у пенсійних схемах. У зв'язку з цим актуалізується потреба у дослідженні зарубіжного досвіду пенсійного забезпечення.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженням особливостей функціонування пенсійних систем у зарубіжних країнах займаються такі відомі вчені, як Глущенко В. В., Коваль О. П., Лібанова Е. М., Левченко І. А., Мовчун С. В., Ткач О. Й. та ін. Відзначаючи вагомий внесок зазначених учених у вивченні світової практики пенсійного захисту, сьогодні й досі залишається необхідним дослідження особливостей надання пенсійних послуг у зарубіжних країнах з метою удосконалення вітчизняної пенсійної системи.

**Постановка задачі.** Розкрити особливості пенсійного забезпечення у зарубіжних країнах і сформулювати напрямки його удосконалення в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У науковій літературі розрізняють види пенсійних систем залежно від способу фінансування; типів здійснення внесків і розрахунку виплат, обов'язкової або добровільної участі в них працівників. Відповідно в основі пенсійного забезпечення може бути покладена розподільча (солідарна), накопичувальна (капіталізована) або змішана (розподільчо-накопичувальна) модель пенсійної системи на основі поєднання двох уже зазначених (державної і недержавної) (рис. 1). Запровадження змішаної систем має на меті підвищення якості соціального захисту населення; забезпечення додаткової пенсії та гарантування високого рівня життя пенсіонерів.

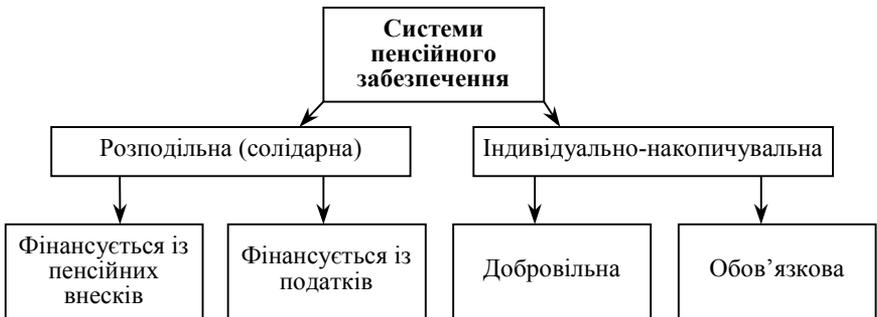


Рис. 1. Види пенсійних систем

*Джерело:* складено на підставі даних [5, с. 20].

Взагалі, у розвинутих країнах розрізняють класичну, соціально-орієнтовану та ліберально-демократичну моделі пенсійного забезпечення [8, с. 42, 47, 50]. Згідно класичної «моделі Бісмарка» (Німеччина, Іспанія, Франція) пенсійне забезпечення здійс-

нюється шляхом перерозподілу пенсійних внесків працюючих громадян на користь пенсіонерів залежно від обсягу сплачених внесків учасника до пенсійної системи.

Особливістю ліберально-демократичної «моделі Беверіджа» (Великобританія, США, Японія) є перерозподіл коштів від багатих до менш заможних громадян, зокрема, шляхом відрахування на загальні податки забезпечується мінімальна пенсія. Характеризуючи соціально-орієнтовану модель (Швеція, Норвегія, Данія), слід відзначити, що вона гармонійно поєднує в собі ознаки солідарної та накопичувальної пенсійної системи.

Варто зауважити, що абсолютно ідентичних пенсійних систем у світі не існує, всі вони мають свої специфічні особливості залежно від рівня економічного розвитку країни, структурної побудови пенсійної системи, формування та централізації фінансових ресурсів тощо. Залежно від умов виконання актуарних розрахунків розрізняють такі моделі пенсійних систем: *DB (Defined Benefit)* — схеми із встановленим розміром пенсійних виплат, який розраховується виходячи з обсягу пенсійних внесків і тривалості трудового стажу; *DC (Defined Contribution)* — схеми з встановленими пенсійними внесками, згідно яких пенсійні виплати залежать від обсягу внесків та ефективності управління пенсійними активами; змішана пенсійна система, яка поєднує ознаки пенсійних схем *DB* і *DC* [6, с. 76]. Відмінностями між пенсійними схемами *DB* і *DC* є те, що в останній держава не гарантує розмір пенсії, натомість у пенсійній схемі *DB* у випадку державної пенсійної системи держава гарантує пенсійні виплати. Більшість країн світу використовують саме змішану модель пенсійного забезпечення. Розглянемо досвід пенсійного захисту в таких провідних країнах світу, як Великобританія, Швеція, Німеччина.

Пенсійна модель Великобританії характеризується трьома рівнями і вважається найдосконалішою у світі [4]. Перший рівень представлений державною пенсією, яка виплачується при настанні пенсійного віку і розмір якої не залежить від стажу роботи та одержуваної зарплати. До другого рівня відноситься державна пенсія за вислугою років, розмір якої залежить від стажу роботи та суми внесків, які сплачувалися із заробітної плати працівника. У разі небажання бути учасником державної пенсійної програми працівник зобов'язаний взяти участь у будь-якій із схем додаткового пенсійного забезпечення. Третій рівень представляє популярна у Великій Британії недержавна пенсія, у забезпеченні якої значну роль відіграють страхові компанії. Одним із способів на-

копичення приватної пенсії є укладання колективного договору між працівниками та роботодавцем, на підставі якого відраховуються внески на пенсійне забезпечення і формуються пенсійні виплати. Слід відзначити, що участь у приватних пенсійних схемах дає змогу отримувати високий рівень пенсії та самостійно визначати обсяг пенсійних внесків.

В основу пенсійного забезпечення Швеції покладена соціально-орієнтована модель, яка поєднує солідарну та накопичувальну пенсійні системи. Як і в більшості розвинутих країн, пенсійна система Швеції охоплює три рівні [9]. Особливостями першого рівня — обов'язкової розподільної системи — є те, що внески у розмірі 16 % заробітної плати здійснюють як роботодавці, так і працівники. Надалі пенсійні накопичення на умовних пенсійних рахунках індексуються з урахуванням темпів зростання заробітної плати та демографічної ситуації в країні. Варто відзначити, що пенсійний вік у Швеції як для чоловіків, так і для жінок становить 65 років, однак можна отримати часткову пенсію, починаючи з 60 років, і її розмір у такому випадку буде в межах 70 % пенсії 65-річного пенсіонера.

Пенсійне забезпечення відповідно до другого рівня — обов'язкової накопичувальної системи — здійснюється шляхом відрахувань із заробітної плати працівника у розмірі 2,5 % на **індивідуальний пенсійний рахунок** у приватному пенсійному фонді. Водночас працівник має можливість самостійно вибрати приватний пенсійний фонд, або навіть кілька таких фондів. Аналіз досвіду Швеції засвідчує, що з метою гарантування пенсії держава здійснює моніторинг і контроль за діяльністю таких пенсійних фондів шляхом встановлення обмежень на інвестиційну діяльність фондів, проведення щорічних фінансових перевірок Міністерством фінансів і подання звіту про роботу фондів у національний парламент.

До третього рівня у Швеції відносяться індивідуальні добровільні накопичувальні пенсійні схеми, які охоплюють близько 90 % працівників і регулюються колективними договорами між працівником і роботодавцем [4].

Однією із найрозвинутіших і найдосконаліших є пенсійна система Німеччини, що характерна для Австрії, Італії, Франції та багатьох інших країн Західної Європи. На сьогодні населення Німеччини складає 82,5 млн осіб, з яких 23,5 млн — пенсіонери. Пенсійний вік чоловіків і жінок складає 65 років, проте особи, що мають 35 років трудового стажу, можуть вийти на пенсію у 63 роки. При цьому варто зауважити, що очікувана тривалість

життя при народженні для чоловіків складає 76 років, для жінок — 83 роки [2, с. 89].

Пенсійна система Німеччини традиційно складається з трьох рівнів. Перший рівень — обов'язкове пенсійне страхування — охоплює працівників і службовців, а також деякі категорії самозайнятого населення; пенсійне забезпечення чиновників; допомогу по старості для фермерів і членів їхніх родин; пенсійне забезпечення за професійними групами. Розмір державної розподільчої пенсії залежить від стажу роботи та заробітної плати, і забезпечується шляхом відрахувань як роботодавців, так і працівників в обсязі 19,4 % фонду оплати праці до державного пенсійного фонду [2, с. 89].

Пенсії від підприємств є другим рівнем пенсійного забезпечення, які охоплюють договорами майже 50 % працюючих у Німеччині. Вони є добровільною формою пенсійного захисту населення, яка передбачає самостійне вирішення підприємством питання щодо надання пенсій своїм співробітникам шляхом створення самоврядного структурного підрозділу, який пропонує працівникам взяти участь у одній із програм професійних пенсій. Зокрема, підприємство доручає банкові, страховому або фондovому товариству накопичувати внески, що перераховуються ним у розмірі обговореної з працівником частини заробітної плати. Розмір пенсії залежить не лише від стажу та рівня зарплати працівника, але й прибутку підприємства.

З одного боку, така форма пенсійного забезпечення є досить привабливою як для підприємств, так як кошти, накопичені на позабалансовому рахунку, не оподатковуються і можуть інвестуватись у розвиток підприємницької діяльності, так і для держави, адже зменшується необхідність здійснювати додаткове пенсійне забезпечення. З іншого, зростають ризики пенсіонерів, пов'язані із можливою втратою пенсійних накопичень у разі банкрутства підприємства. Однак у такому випадку відповідальність перекладається на спеціальний орган, який виступає гарантом та фінансується підприємствами.

Звичайно, підприємство повинне обрати власний і найраціональніший варіант участі в пенсійній програмі залежно від умов його функціонування та поставлених завдань [7, с. 12].

Третій рівень у Німеччині представлений добровільним приватним пенсійним забезпеченням, яке здійснюється шляхом укладання договору страхування життя, договору про довготермінові ощадні внески, індивідуальних договорів пенсійного страхування та ін. Водночас на 100 одиниць добровільного внеску

працівниками передбачена надбавка держави у розмірі 15 одиниць [1]. Виплата накопиченої суми здійснюються частинами протягом усього життя.

Аналіз досвіду пенсійного забезпечення Німеччини засвідчує, що перший рівень представлений державною пенсією та базується на обов'язковості відрахувань працюючих, натомість другий і третій рівні представлені приватною пенсією, в основі якої добровільна участь роботодавців і працівників.

Порівняно із Україною у Великобританії, Швеції і Німеччині приватна пенсія займає досить чільне місце у пенсійному захисті громадян. Наприклад, якщо в Україні частка активів недержавних пенсійних фондів як найбільш розвинутих представників серед інститутів недержавного пенсійного забезпечення по відношенню до ВВП країни складає 0,1 %, то у деяких розвинутих країнах даний показник сягає понад 90 % ВВП (табл. 1).

Таблиця 1

**СПІВВІДНОШЕННЯ АКТИВІВ НПФ  
І ВВП У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА УКРАЇНІ, %**

Країна	Рік								
	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Велико-британія	70,8	76,8	81,6	77,4	64,4	80,2	87,9	95,3	95,7
Швеція	8,0	9,0	9,1	8,5	7,3	8,2	9,5	9,2	10,5
Німеччина	3,5	4,1	4,2	4,6	4,8	5,3	5,4	5,7	6,3
<b>Україна</b>	—	0,01	0,02	0,04	0,06	0,09	0,1	0,1	0,1

*Джерело:* складено на підставі даних: [10; 3].

Як і в більшості країн світу, вітчизняна пенсійна система також представлена трьома рівнями, кожен із яких відрізняється суб'єктами, характером і джерелом сплати внесків, кінцевим одержувачем внесків, інвестиційною політикою, можливістю успадкування пенсійних накопичень тощо. На відміну від німецької пенсійної системи перший і другий рівні вітчизняної моделі представляє державна пенсія, третій — приватна. Водночас недержавне пенсійне забезпечення в Україні розвивається досить повільно, що пов'язано як із загальними тенденціями розвитку економіки, так і низькою платоспроможністю населення, низьким ступенем суспільної довіри до фінансових інститутів, нерозвине-

ністю фондового ринку, низьким рівнем державного стимулювання.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аналіз зарубіжного досвіду пенсійного забезпечення населення дозволяє зробити такі висновки. Національна пенсійна система кожної країни характеризується своїми, притаманними лише їй, специфічними особливостями. Водночас спільними рисами є багаторівневність, поєднання державного та приватного механізмів пенсійного захисту, участь роботодавців у системі недержавного пенсійного забезпечення, активна позиція держави щодо стимулювання розвитку приватних пенсійних схем. На сьогодні у розвинутих країнах роботодавці широко використовують можливості приватного пенсійного забезпечення своїх співробітників, що пов'язано із низькою перевагою: зростанням мотивації до праці працівників, можливістю формування довгострокових джерел інвестицій, оптимізацією витрат і зменшенням податкового тиску шляхом надання державою податкових пільг. А тому, на наш погляд, одним із механізмів розвитку недержавного пенсійного захисту населення в Україні повинна стати чітка активна політика держави у його стимулюванні шляхом використання таких інструментів, як податкові пільги, надання гарантій, моніторинг діяльності інститутів приватного пенсійного забезпечення.

### **Література**

1. Гутник В. Пенсиянная система в Германии / В. Гутник, А. Зимаков. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ieras.ru/journal/journal2.2001/8.htm>
2. Мовчун С. В. Світовий досвід розбудови системи пенсійного забезпечення / С. В. Мовчун, К.І. Швабій // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). — 2012. — № 3 (58). — С. 87—93.
3. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://nfp.gov.ua>
4. Офіційний сайт НПФ «Відкритий пенсійний фонд «ФРІФЛАЙТ» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.npf-ff.com.ua/uk/pensionnoeobespechenieinukraine/worldexperience2.html>
5. Пенсійна реформа в Україні: напрями реалізації [Текст] (колективна монографія) / за ред. Е. М. Лібанової. — К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2010. — 270 с.
6. Перспективи впровадження загальнообов'язкової накопичувальної пенсійної системи в Україні: вплив на економічну безпеку : монографія / О. П. Коваль. — К. : НІСД, 2012. — 240 с.

7. Пенсійна програма підприємства: досвід і технологія / О. Й. Ткач. — К.: КОРВІН ПРЕСС, 2007. — 280 с.
8. Формування та використання недержавних пенсійних фондів в Україні [Текст] : [монографія] / В. В. Глущенко, І. А. Левченко. — Харків : Вировець А. П., 2012. — 220 с.
9. *Palmer Edward*. The Swedish Pension Reform Model: Framework and Issues [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.oecd.org/finance/financial-markets/2638200.pdf>
10. The Organisation for Economic Co-operation and Development [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://stats.oecd.org/Index.aspx?QueryId=9611> [in English]

### **Reference**

1. *Hutnyk V.* Pensyonnaya sistema v Hermanyy / V. Hutnyk, A. Zymakov. [Elektronnyy resurs] — Rezhym dostupu: <http://www.ieras.ru/journal/journal2.2001/8.htm> [in Russian]
2. *Movchun S. V.* Svitovyy dosvid rozbudovy systemy pensiynoho zabezpechennya / S. V. Movchun, K. I. Shvabiy // Naukovyy visnyk Natsional'noho universytetu DPS Ukrayiny (ekonomika, pravo). — 2012. — # 3 (58). — S. 87–93. [in Ukrainian]
3. Ofitsiyyny sayt Natsional'noyi komisii, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi rynkiv finansovykh posluh [Elektronnyy resurs] — Rezhym dostupu: <http://nfp.gov.ua> [in Ukrainian]
4. Ofitsiyyny sayt NPF «Vidkrytyy pensiynyy fond «FRIFLAYT» [Elektronnyy resurs] — Rezhym dostupu: <http://www.npf-ff.tsom.ua/uk/pensionnoeobespechenieinukraine/worldexperientse2.html> [in Ukrainian]
5. Pensiyna reforma v Ukrayini: napryamy realizatsiyi [Текст] (kolektyvna monohrafiya) / za red. E. M. Libanovoyi. — К.: In-t demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' imeni M. V. Ptukhy NAN Ukrayiny, 2010. — 270 s. [in Ukrainian]
6. Perspektyvy vprovadzhennya zahal'noobov'yazkovoyi nakopychuval'noyi pensiynoyi systemy v Ukrayini: vplyv na ekonomichnu bezpeku : monohrafiya / O. P. Koval'. — К.: NISD, 2012. — 240 s. [in Ukrainian]
7. Pensiyna prohrama pidpryemstva: dosvid i tekhnolohiya / O. Y. Tkach. — К.: KORVIN PRESS, 2007. — 280 s. [in Ukrainian]
8. Formuvannya ta vykorystannya nederzhavnykh pensiynykh fondiv v Ukrayini [Текст] : [monohrafiya] / V. V. Hlushchenko, I. A. Levchenko. — Kharkiv : Vyrovets' A. P., 2012. — 220 s. [in Ukrainian]
9. *Palmer Edward*. The Swedish Pension Reform Model: Framework and Issues [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.oetsd.org/finantse/finantsial-markets/2638200.pdf>
10. The Organisation for Etsonomits Tso-operation and Development [Elektronnyy resurs] — Rezhym dostupu: <http://stats.oetsd.org/Index.aspx?Queryid=9611>

Стаття надійшла до редакції 25.03.2013 р.

# МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

УДК 336.228:330.3

**Муталімов В. А.**,

к.е.н., здобувач кафедри політекономії факультетів управління і управління персоналом та маркетингу ДВНЗ Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

## **ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЛІБЕРАЛІЗАЦІЮ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН**

**Mutalimov V. A.**,

candidate of economic sciences, the applicant of the Department of political economy faculties of management and personnel management and marketing of the Kyiv national economic University named Vadim Hetman

## **THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE LIBERALIZATION OF INTERNATIONAL TRADE RELATIONS**

**АНОТАЦІЯ.** Розкрито роль і місце глобалізації та лібералізації міжнародних торговельних відносин. Проведено аналіз економічних свобод в Україні і Росії як факторів лібералізації міжнародних торговельних відносин.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** глобалізація, економічні свободи, лібералізація, міжнародні торговельні відносини.

**ABSTRACT.** Disclosed the role and place of globalization in the liberalization of international trade relations. The analysis of economic freedoms in Ukraine and Russia as the factor of liberalization of international trade relations.

**KEY WORDS:** globalization, economic freedom, liberalization of international trade relations.

**Постановка проблеми.** Проблематика забезпечення макроекономічної стабільності, у зв'язку з активізацією глобалізаційних процесів, і обумовлена цим лібералізація відносин на світовому ринку, набуває, на сучасному етапі, дедалі більшого значення.

Міжнародна торгівля в багатьох країнах є привілейованою сферою діяльності. У теж час, торговельні відносини на світовому рівні підпадають у поле міжнародних юрисдикцій, а саме, правил, норм і принципів Світової організації торгівлі (СОТ).

Усе це надзвичайно актуалізує необхідність визначення та аналізу глобальних невизначеностей, ризиків і загроз макроекономічній стабільності та економічній безпеці країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика глобалізації та поширення її впливу на суб'єктів світової економіки на сьогодні є актуальною темою, проблематики якої присвячено багато робіт зарубіжних і вітчизняних учених і практиків. Зокрема, роботи А. Тоффлера, А. Моррісона, А. Гальчинського, О. Білоруса, Д. Лук'яненко, В. Іноземцева, В. Василенко, С. Варналія та ін.

Теоретичні аспекти лібералізації економіки досить широко висвітлені в роботах Ф. Хайека, М. Фрідмана, Дж. Саллівана, Про. Пасхавера, В. Дубровського, І. Бураковського та ін.

**Мета статті.** Розкрити суть глобалізації та її вплив на процес лібералізації основних міжнародних відносин.

**Виклад сучасного матеріалу дослідження.** Глобалізаційні процеси спричинили глибокі трансформаційні перетворення в світовій економіці і привели до зростання взаємозалежності її елементів. Глобалізація поряд із створенням сприятливих можливостей для сталого ефективного розвитку системи світогосподарських зв'язків одночасно висуває все жорсткіші вимоги до бізнесу, стандартів підприємницької діяльності, виробничо-технічним рівням і якості продукції. Однак, крім переваг і додаткових можливостей розвитку, зумовлені глобалізаційними процесами, слід враховувати і потенційні загрози процесу глобалізації.

Як зазначає фінансист Дж. Сорос, однією з основних причин поширення негативних наслідків процесу глобалізації є, по-перше, те, що політичною елітою багатьох країн на озброєння взято ідею ринкового фундаменталізму або вільного підприємництва, по-друге, має місце недооцінки регулювання економічного розвитку в планетарному масштабі, тобто, «ринкові сили, якщо їм надати повну владу, навіть у чисто економічних і фінансових питаннях, викликають хаос, і зрештою можуть привести до падіння світової системи капіталізму» [3, с. 23].

Таким чином, першочерговим завданням держави є вирішення існуючих проблем підприємництва шляхом створення нових підходів щодо його розвитку та ефективного функціонування і забезпечення піднесення його ролі і значущості в національній економіці до загальносвітового рівня, а саме забезпечити зростання кількості зайнятих до рівня 25—30 % працездатного населення і частки виробництва до рівня 25 % від ВВП.

Саме тому, починаючи з 2010 р. в Україні відбувається відповідне реформування, спрямоване на лібералізацію та дерегуляцію

бізнесу, з метою нарощування його підприємницького потенціалу та загальноекономічної громадського вкладу.

Лібералізація — розширення свободи економічних дій суб'єктів підприємницької діяльності, зняття обмежень на фінансово-економічну діяльність, розкріпачення підприємництва.

Так, російський економіст А. Ілларіонов трактує лібералізацію економіки як розширення економічних свобод, свободи економічної діяльності всіх суб'єктів господарювання будь-якої форми власності, зняття або зменшення політичних, юридичних та адміністративних обмежень приватної ініціативи [1].

На сьогодні лібералізаційні процеси у світовій економіці набули ознаки глобальної тенденції, що обумовлює підвищений увагу до них з боку держави [2, с. 17]. Саме лібералізація світових ринків має забезпечити зростання ділової активності бізнесу.

Особливої уваги питання лібералізації світових ринків потребують в умовах глобальних економічних криз.

Так, зокрема, уряди провідних країн на зустрічі G20 у листопаді 2008 р. відзначили, що реформи і кроки по виходу з кризи будуть успішними тільки в тому випадку, якщо вони будуть базуватися на збереженні ринкових принципів, зокрема принципу верховенства права, поваги до приватної власності, відкритості торговельних та інвестиційних ринків і ефективного регулювання фінансових систем.

У меморандумі G20 відзначено, що найістотнішим є збереження принципу відмови від протекціонізму і застосування заходів, що стимулюють експорт [4]. Така думка була підтверджена на черговому саміті G20, де зазначалося: «єдино впевнена основа для життєздатного глобального процвітання для всіх — це відкрита світова економіка, заснована на ринкових принципах, ефективному регулюванні та сильних глобальних установах» [5].

Однак, у питанні лібералізації зовнішньоекономічної діяльності необхідно знайти відповідний баланс інтересів національних і глобальних, оскільки рівень економічного розвитку держави не дозволяє в повному обсязі ігнорувати протекціоністські заходи.

Особливо ця проблема актуалізується у зв'язку з розвитком СОТ — головного інституту лібералізації світової торгівлі з 1995 року. Підтримка експортерів і захист товаровиробника для внутрішнього ринку повинні бути врівноважені із загальносвітовими лібералізаційними процесами в інтересах вітчизняної економіки.

При цьому важливими показниками оцінки лібералізації внутрішнього і зовнішнього ринків, на думку укладачів рейтингу Index of Economic Freedom, є рейтинг економічних свобод [6], що демон-

струють рівень лібералізації внутрішньої економіки. Дані рейтинги економічних свобод (Index of Economic Freedom) щорічно надаються американським дослідницьким центром «Фонд спадщини» (The Heritage Foundation) і публікуються в газеті The Wall Street Journal.

Дійсно, вільна економіка успішніша в своєму розвитку, однак для оцінки успішності розвитку тієї чи іншої економіки об'єктивніше використовувати реальні макроекономічні індикатори — темпи економічного зростання, рівень інфляції, продуктивність праці, ступінь модернізації, інвестиційна активність, рівень розвитку інфраструктури і т. д., більш характеризують ступінь економічного лібералізму.

Очевидно, цим і пояснюються низькі показники України і Росії, тоді як менш розвинені країни (Уганда, Мозамбік, Танзанія, Замбія, Гана), зайняли в рейтингу економічних свобод досить міцні середні позиції.

Таблиця 1

РЕЙТИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ СВОБОДИ РОСІЇ [9]

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Місце в світовому рейтингу	134	146	143	143	144	139
Індекс економічної свободи	49,9	50,8	50,3	50,5	50,5	51,1
<b>Категорії економічної свободи</b>						
Права власності	30,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Свобода від корупції	25,0	23,0	21,0	22,0	21,0	24,0
Фіскальна свобода	79,2	78,9	82,3	82,7	82,5	86,9
Участь уряду	69,5	70,6	66,5	65,1	48,6	54,4
Свобода підприємництва	52,8	54,0	52,2	50,7	65,1	69,2
Свобода праці	62,2	60,0	59,6	62,9	63,5	52,6
Монетарна свобода	64,4	65,5	62,2	63,1	66,3	66,7
Свобода торгівлі	44,2	60,8	68,4	68,2	68,2	77,4
Свобода інвестицій	30,0	30,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Фінансова свобода	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	30,0
Тип країни	невільна	переважно невільна				
<i>Примітка:</i> дані наведено у відсотках, що показують, наскільки вільною є країна, наприклад, Росія в 2012 р. економічно вільна на 50,5 %, а в 2013 р. — на 51,1 %						

*Джерело:* составлено автором за даними The Heritage Foundation.

Економічні свободи, як основа лібералізації, експертами The Heritage Foundation визначається як «відсутність урядового втручання або перешкоджання виробництву, розподілу і споживання товарів і послуг, за винятком необхідної громадянам захисту і підтримки свободи як такої» [7].

У 2013 році економічних свобод у світі не додалося. Хоча середньо світовий Індекс економічної свободи зросли лише на 0,1 пункту і склав 59,6 бали. Основною причиною незначної динаміки зростання економічних свобод виступає посилення державного втручання в економічну діяльність [8], обумовлене, по-перше, глобальною рецесією у світовій економіці, по-друге, посиленням протекціонізму, у зв'язку з необхідністю захисту вітчизняних ринків в системі СОТ, по-третє, необхідністю відстоювання національних інтересів.

Таблиця 2

**РЕЙТИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ СВОБОДИ УКРАЇНИ [9]**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Місце в світовому рейтингу	133	152	162	164	163	161
Індекс економічної свободи	55,3	48,8	46,4	45,8	46,1	46,3
<b>Категорії економічної свободи</b>						
Права власності	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Свобода від корупції	28,0	27,0	25,0	22,0	24,0	23,0
Фіскальна свобода	79,0	77,0	77,9	77,3	78,2	78,2
Участь уряду	43,0	39,0	41,1	32,9	29,4	29,4
Свобода підприємництва	44,3	40,5	38,7	47,1	46,2	47,6
Свобода праці	54,3	52,4	57,7	50,0	51,2	49,9
Монетарна свобода	69,9	68,1	61,2	63,2	67,7	71,0
Свобода торгівлі	82,2	84,0	82,6	85,2	84,4	84,4
Свобода інвестицій	30,0	30,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Фінансова свобода	50,0	40,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Тип країни	переважно невільна	невільна	невільна	невільна	невільна	невільна

*Джерело:* составлено автором за даними The Heritage Foundation.

Таким чином, у всьому світі спостерігається тенденція зниження економічних свобод.

Не радують показники економічних свобод і в Росії. Російська Федерація у цьому рейтингу в 2013 році піднялася на п'ять позицій і посіла 139 місце у загальному рейтингу, отримавши 51,1 бал за Індексом економічної свободи (див. табл. 1), але тим не менш, замикає список «переважно невольних» країн, і сусидить у рейтингу з Гвінея-Бісау та В'єтнамом. Серед 43 європейських країн Росія займає 41 місце.

Росія покращила показники в таких сферах, як свобода торгівлі, урядові витрати і фіскальна свобода (податкове навантаження на бізнес у Росії є одним із найнижчих у світі). Однак, за такою важливою позицією, як права власності, ситуація не змінилася, а в сфері трудових і фінансових свобод помітні погіршення.

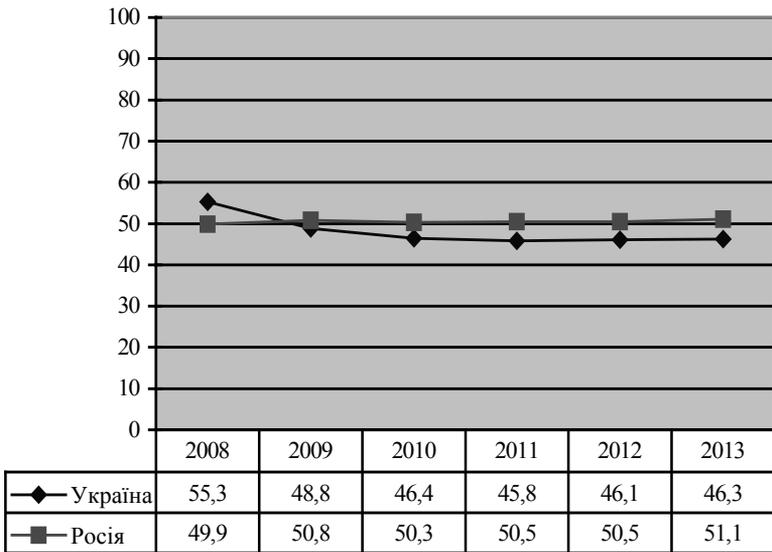


Рис. 1. Індеси економічної свободи України і Росії [9]

За даними рейтингу Україна в 2013 році зайняла в ньому 161 місце серед 177 країн світу і віднесена до групи країн з «невільною економікою» (див. табл. 2). Як наголошується в рейтингу, оцінка економічної свободи в Україні становить 46,3. Дана оцінка є на 0,2 пункту нижче, ніж у минулому році, в першу чергу зниження індексів державних витрат і свободи від корупції. Україна займає останнє місце в списку 43 країн Європи, і її загальний бал (46,3) нижче, ніж середньосвітовий показник (59,6) [9].

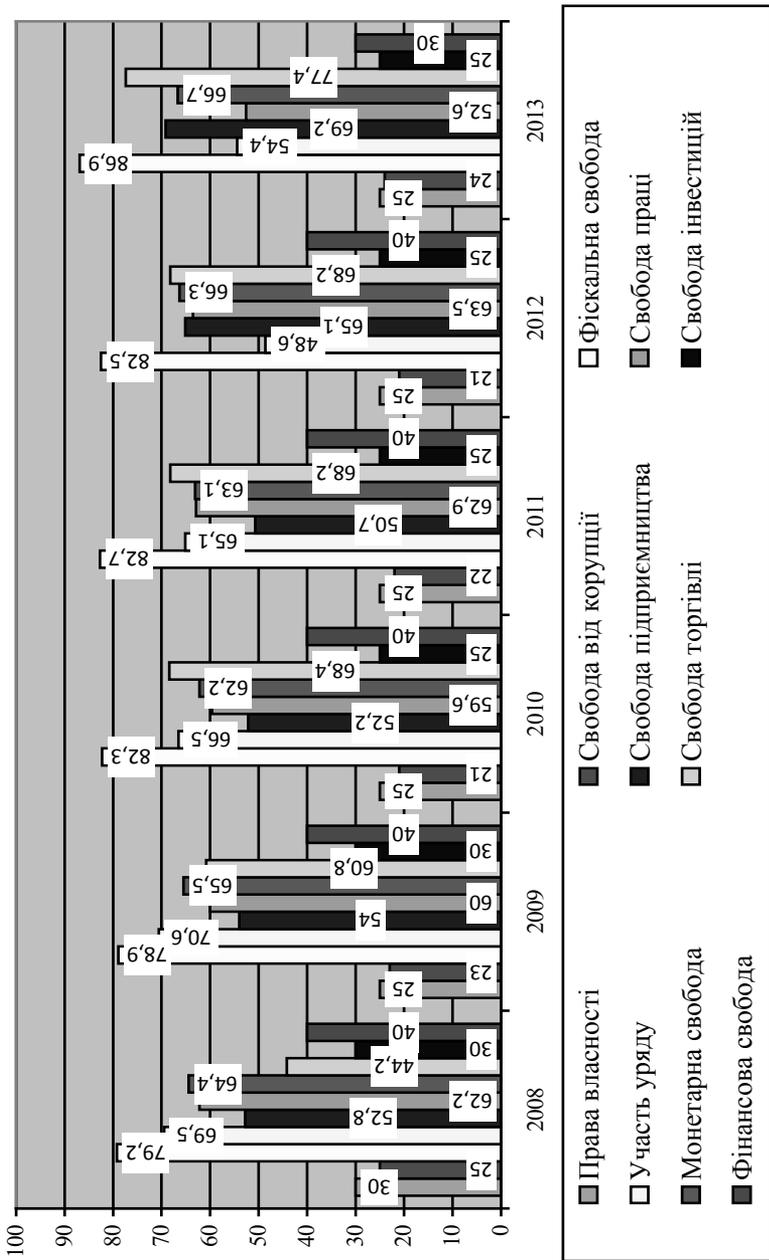


Рис. 2. Динаміка свобод в економіці Росії

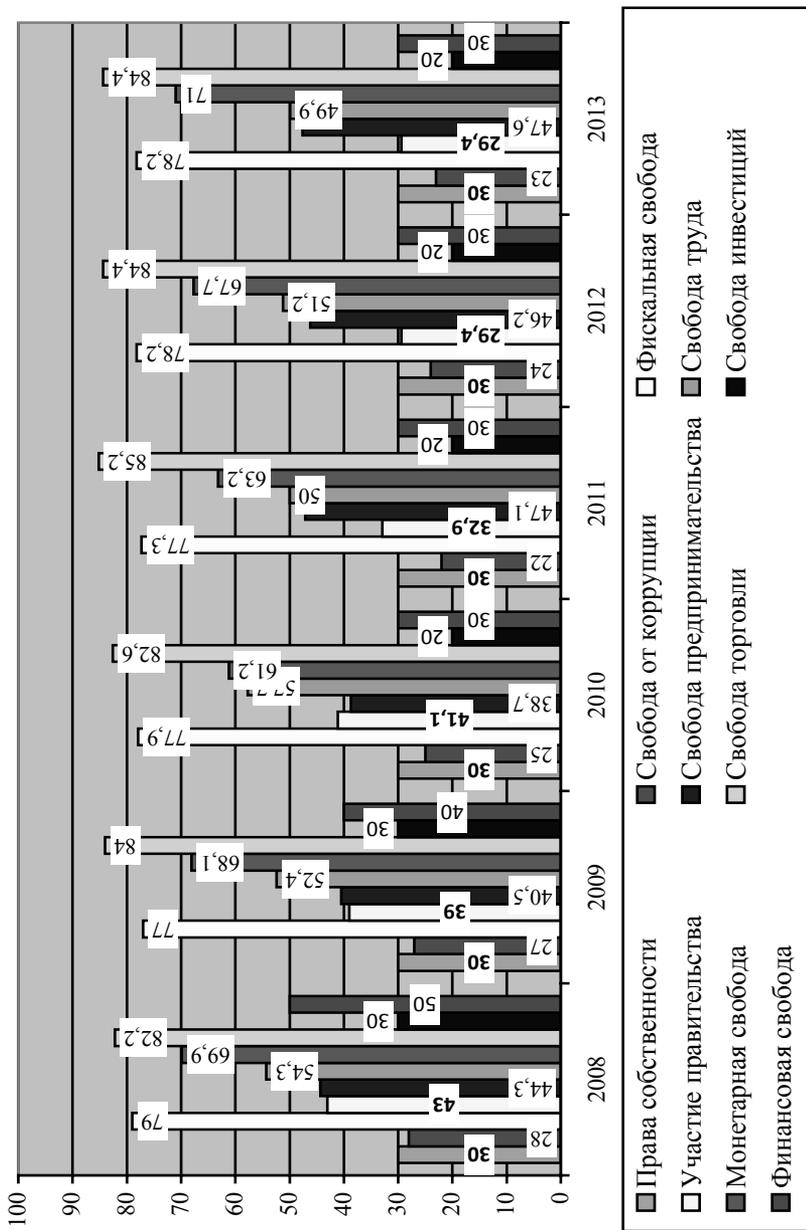


Рис. 3. Динаміка свобод в економіці України

**Висновки.** Як свідчать наведені показники, в Україні і в Росії є серйозні проблеми з станом економічних свобод, тобто лібералізацією підприємницької діяльності та місцем державного управління в сфері підприємництва. Все це вимагає проведення подальшої адміністративної реформи, спрямованої на формування ефективної системи державного управління та регулювання сфери бізнесу, що забезпечить відповідний її розвитку ступені свободи та лібералізації підприємницької діяльності.

### **Література**

1. *Илларионов А. Н.* Формула процветания [Электронный ресурс] / А. Илларионов; Ин-т Катона; Ин-т экономического анализа : Доклад на конференции «Свобода, торговля и мир: региональная повестка дня», Тбилиси, 26 окт. 2006 г. — Режим доступа : <http://www.cato.org>.
2. *Королевська Н. Ю.* Вплив глобалізаційних та лібералізаційних процесів на розвиток малого підприємництва в Україні // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — 2012. — № 15(186). — Ч. 1. — С. 113—119.
3. *Сорос Дж.* Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности / Пер. с англ. С. К. Умрихиной, М. З. Штернгарца. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 262 с.
4. Офіційний сайт Heritage Foundation. URL: <http://www.heritage.org/>
5. Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/01/10/5277>
6. Doing business 2009. Country profile for Ukraine [Електронний ресурс]. — Way of access : <http://www.doingbusiness.org/documents/countryprofiles/ukr.pdf>. [in English]
7. The global plan for recovery and reform / G20, London, 2 April 2009 [Електронний ресурс].—Way of access: <http://g20.org/documents/finalcommunique.pdf>. [in English]
8. The Heritage Foundation: рейтинг экономической свободы стран мира на 2008 год. URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2008/01/15/1573> [in English]
9. Index of Economic Freedom 2013. URL: <http://www.heritage.org/index/explore> [in English]

### **Reference**

1. *Illarionov A. N.* The formula for prosperity [Electronic resource] / A. Illarionov; in-t Cato; Inst. of economic analysis : a Report at the conference «Freedom, trade and the world: a regional agenda», Tbilisi, 26 Oct. 2006 — Mode of access : <http://www.cato.org>. [in Ukrainian]
2. *Corolevsca N. Y.* Influence of globalization and liberalization processes in the development of small entrepreneurship in Ukraine // Bulletin of the East-Ukrainian national University named after Volodymyr Dahl. — 2012. — № 15(186) part.1. — P. 113—119. [in Ukrainian]

3. *Soros J.* The crisis of world capitalism. Open society in danger. Lane. from English. С. К. Умрихиной, М З. Штернгарца. — М: INFRA-M, 1999. — 262 с. [in Russian]

4. Official site Heritage Foundation. URL: <http://www.heritage.org/> [in Ukrainian]

5. Centre of humanitarian technologies URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/01/10/5277> [in Russian]

6. Doing business 2009. Country profile for Ukraine [Electronic resource]. — Way of access : <http://www.doingbusiness.org/documents/countryprofiles/ukr.pdf>.

7. The global plan for recovery and reform / G20, London, 2 April 2009 [Electronic resource].—Way of access: <http://g20.org/documents/finalcomunique.pdf>.

8. The Heritage Foundation: the rating of economic freedom of the world countries for 2008. URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2008/01/15/1573>

9. Index of Economic Freedom 2013. URL: <http://www.heritage.org/index/explore>

Стаття надійшла до редакції 20.06.2013 р.

УДК: 339.92:330.322.01

**Фролова Т. О.**, д.е.н., доцент  
кафедри міжнародних фінансів  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ РОЗРОБЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТНК**

**Frolova T. O.**, PhD, Associate Professor  
Department of International Finance  
SHEE «Kyiv National Economic  
University named after Vadym Hetman»

## **CONCEPTUAL MODEL DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION INVESTMENT STRATEGIES OF TNC**

АНОТАЦІЯ: Розглянуто актуальні проблеми розробки інвестиційних стратегій корпорацій. Проаналізовано принципи формування та реалізації корпоративної інвестиційної стратегії, запропоновано її концептуальну модель.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегії, стратегічний менеджмент, стратегії корпорацій, корпоративні інвестиційні стратегії.

ANNOTATION: There were considered actual problems of develop investment strategies of corporations. Also analyzed principles of corporate development and implementation of investment strategies and offered its conceptual model.

KEYWORDS: strategy, strategic management, corporate strategy, corporate investment strategies.

**Постановка проблеми.** Стратегічний менеджмент — це галузь теорії і практики управління, яка швидко розвивається та виникла у відповідь на зростання динамізму зовнішнього середовища бізнесу. Теорія стратегічного планування і управління була розвинена американськими дослідниками бізнесу і консультативними фірмами. У подальшому цей апарат увійшов до арсеналу методів внутрішньофірмового планування всіх розвинених країн. Різні формулювання цього терміна об'єднує поняття: стратегія є усвідомленою і продуманою системою сукупності норм і правил, що покладені в основу розробки та ухвалення стратегічних рішень. Стратегія може бути розглянута як поєднання мети діяльності організації та її обраної лінії поведінки для досягнення цієї мети. Стратегія, як прогноз, повинна означати не тільки «нитку, що пов'язує минуле з майбутнім», а й усвідомлення своїх дій, що здатні підвищити конкурентні переваги компанії [1, с. 169].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблемою.** Вагомим внеском у сучасне наукове бачення стратегічного управління та інвестиційної стратегії корпорацій стали роботи: І. Ансоффа, Р. Коха, С. Монтгомері, М. Портера, А. Томпсона та А. Дж. Стрікланда, та ін. Серед українських вчених проблемами корпоративного управління займаються В. Герасимчук, Л. Довгань, Я. Жаліло, Л. Федулова та ін.

**Виклад основного матеріалу.** Заснована на сучасній концепції стратегічного менеджменту, інвестиційна стратегія повинна враховувати, поряд з тенденціями, систему можливостей і небезпек розвитку компанії, виникнення ситуацій, здатних змінити тенденції, що склалися, в перспективі. Перш ніж перейти до питань формування інвестиційної стратегії, необхідно визначити основні правила — принципи, за якими вона буде формуватися. Проаналізуємо ці принципи і перенесемо їх у практичну сферу формування та реалізації інвестиційної стратегії:

– *системності*. Цей принцип вимагає, щоб при розробці інвестиційної стратегії підтримувався системний характер: слід планувати досягнення не тільки стратегічних цілей, а й вирішення поточних та оперативних завдань інвестиційної діяльності. Крім того, необхідно пам'ятати, що інвестиційна стратегія є частиною

загальної стратегії підприємства і підпорядковується їй, в цьому також є прояв системності;

– *оптимальності*. Цей принцип полягає в тому, що при розробці інвестиційної стратегії необхідно враховувати відносну обмеженість і взаємозамінність ресурсів, що потребує розробки альтернативних варіантів інвестиційних проектів, вибору з них оптимального та визначення можливих джерел фінансування інвестиційних проектів, які в даному випадку будуть найефективнішими;

– *безперервності*. Відповідно до цього принципу процес розробки та реалізації стратегії повинен здійснюватися безперервно, тобто цілі та заходи з їх реалізації повинні здійснюватися циклічно. Обравши цілі та шляхи їх реалізації, досягнувши їх, ставляться нові інвестиційні цілі та обираються шляхи їх реалізації тощо;

– *варіативність*. Реалізація цього принципу припускає, що підготовка кожного інвестиційного рішення повинна враховувати альтернативні можливості дій. При наявності альтернативних проектів їхній вибір для реалізації повинний бути заснований на системі критеріїв, що визначають фінансову ідеологію, інвестиційну стратегію або конкретну інвестиційну політику корпорації;

– *адаптивність* передбачає оперативно і адекватно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому інвестиційному середовищі (зміни інвестиційного клімату, кон'юнктури інвестиційного ринку і т. д.). Це означає, що всі майбутні стратегічні зміни в інвестиційній діяльності корпорації — її напрямках, формах, методах планування і контролю, організаційній структурі управління, інвестиційній культурі тощо є прогнозованою або оперативною його реакцією на відповідні зміни різноманітних чинників зовнішнього інвестиційного середовища. Крім того, відповідно до цього принципу, один з факторів, який обов'язково слід враховувати в процесі прийняття стратегічних інвестиційних рішень, — це рівень інвестиційного ризику. Інвестиційна стратегія також повинна вирішувати питання його мінімізації.

Розглядаючи перераховані принципи з точки зору їх практичної значущості, можна стверджувати, що керуючись цими принципами, корпораціям зручно буде організовувати інвестиційну діяльність, оскільки вони є чітко вираженими. Визначившись з правилами (принципами) формування інвестиційної стратегії, перейдемо до процесу формування інвестиційної стратегії. Слід зазначити, що в наукових джерелах автори наводять різний склад процесу розробки та реалізації інвестиційної стратегії. Таке різноманіття підходів до процесу формування стратегії потребує детальнішого аналізу. Для цього складемо аналітичну таблицю

(табл. 1), аналіз якої показує, що лише етап «Визначення стратегічних цілей інвестиційної діяльності» викликає у авторів відмінні думки. Усі інші етапи оцінюються авторами неоднаково. На підставі проведеного дослідження автором розроблена концептуальна модель прийняття та реалізації інвестиційних рішень у процесі розробки, реалізації, експлуатації та удосконалення інвестиційної корпоративної стратегії, що представлена на рис. 1.

Таблиця 1

**ПОГЛЯДИ АВТОРІВ НА ЕТАПИ РОЗРОБКИ  
ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ**

Етап розробки стратегії	Автор									
	Бланк І.А. [1]	Більський І.Б., Дудяк Р.П. [2]	Пересада А.А. [3]	Свобода Т.І. [4]	Штанько Л.О. [5]	Фіщенко О.М. [6]	Удалих О.О. [7]	Непогодіна Н.І. [8]	Бясов К.Т. [9]	Кравцова Н.И., Чараєва М.В. [10]
Визначення періоду реалізації інвестиційної стратегії	+		+	+		+				+
Аналіз інвестиційної діяльності за результатами звітного періоду										+
Аналіз сьогоденної загальної, функціональної та інвестиційної стратегії організації, вивчення інвестиційних намірів та очікувань на відповідність організаційної місії									+	
Дослідження факторів зовнішнього інвестиційного середовища і кон'юнктури інвестиційного ринку	+	+			+	+	+	+	+	

Етап розробки стратегії	Автор									
	Бланк І.А. [1]	Більський І.Б., Дудяк Р.П. [2]	Пересада А.А. [3]	Свобода Т.І. [4]	Штанько Л.О. [5]	Фіщенко О.М. [6]	Удалих О.О. [7]	Непогодіна Н. І. [8]	Бясов К.Т. [9]	Кравцова, Н.И., Чаравва М.В. [10]
Оцінка сильних і слабких сторін підприємства, що визначають особливості його інвестиційної діяльності	+	+			+	+	+	+	+	
Визначення інвестиційної позиції організації					+			+		
Визначення стратегічних цілей інвестиційної діяльності	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Побудова дерева цілей					+					
Визначення інвестиційних потреб та інвестиційних можливостей підприємства		+					+	+		
Визначення загального обсягу інвестування в періоді, що планується										+
Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегічних напрямів та форм інвестиційної діяльності	+					+			+	

Етап розробки стратегії	Автор									
	Бланк І.А. [1]	Більський І.Б., Дудяк Р.П. [2]	Пересада А.А. [3]	Свобода Т.І. [4]	Шганько Л.О. [5]	Фіщенко О.М. [6]	Удалих О.О. [7]	Непогодіна Н. І. [8]	Бясов К.Т. [9]	Кравцова, Н.И., Чараева М.В. [10]
Формування стратегічних альтернатив та вибір інвестиційної стратегії		+			+		+	+		
Розробка найдоцільніших шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності			+							
Визначення напрямів та джерел фінансування	+			+		+			+	
Вибір способів фінансування інвестиційних проектів										+
Підбір інвестиційних проектів з урахуванням стратегічних напрямів й додаткових фінансових ресурсів та їх джерел						+		+		
Відбір інвестиційних проектів, що відповідають термінам та обсягу інвестування в періоді, що планується										+
Формування інвестиційної політики по основних аспектах інвестиційної діяльності	+								+	

Продовження табл. 1

Етап розробки стратегії	Автор									
	Бланк І.А. [1]	Більський І.Б., Дудяк Р.П. [2]	Пересада А.А. [3]	Свобода Т.І. [4]	Штанько Л.О. [5]	Фіщенко О.М. [6]	Удалих О.О. [7]	Непогодіна Н. І. [8]	Бясов К.Т. [9]	Кравцова, Н.И., Чаравва М.В. [10]
Розробка системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення реалізації інвестиційної стратегії	+								+	
Оцінка ефективності якості фінансових інструментів										+
Визначення типу і складу інвестиційного портфеля								+		
Формування інвестиційного портфеля										+
Забезпечення реалізації інвестиційних проєктів та оперативного управління портфелем фінансових інвестицій										+
Конкретизація інвестиційної стратегії за періодами її впровадження			+	+	+					
Формування інвестиційної стратегії для забезпечення збалансованого розвитку підприємства								+		

Етап розробки стратегії	Автор									
	Бланк І.А. [1]	Більський І.Б., Дудяк Р.П. [2]	Пересада А.А. [3]	Свобода Т.І. [4]	Шганько Л.О. [5]	Фіщенко О.М. [6]	Удалих О.О.[7]	Непогодіна Н. І. [8]	Бясов К.Т. [9]	Кравцова, Н.И., Чарасва М.В. [10]
Підготовка кінцевого стратегічного плану інвестиційної діяльності		+					+			
Реалізація інвестиційної стратегії		+			+		+			
Розробка стратегічного проекту					+					
Розробка плану реалізації проекту					+					
Організація стратегічного контролю процесу реалізації проекту					+					
Оцінка ефективності процесу реалізації та проведення необхідних коригувань проекту, стратегій, цілей					+					
Оцінка результативності розробленої інвестиційної стратегії	+		+			+			+	+
Перегляд стратегії залежно від зміни зовнішніх умов та становища підприємства				+						

Рис. 1. Концептуальна модель розроблення та реалізації інвестиційної стратегії ТНК

На першій стадії формування інвестиційної корпоративної стратегії передбачено аналіз (аудит) загальної та інвестиційної діяльності корпорації, вивчення інвестиційних намірів і визначення періоду формування інвестиційної стратегії. Основними напрямками об'єктного аналізу є: аналіз і оцінка фінансового стану, аналіз і оцінка виробничого та інвестиційного потенціалу, аналіз і оцінка ринкових позицій, а також інтегральна оцінка компанії. Цей етап залежить від таких умов: тривалості періоду формування загальної корпоративної стратегії корпорації, передбачуваності розвитку економіки в цілому й глобального інвестиційного ринку зокрема, розміру та галузевої приналежності корпорації.

Важливе значення відводиться маркетинговим дослідженням зовнішнього середовища компанії та кон'юнктурі інвестиційного ринку. При цьому визначається, на якій зі стадій перебуває кон'юнктура інвестиційного ринку в даний момент (стадія зростання, кон'юнктурний бум, ослаблення кон'юнктури або кон'юнктурний спад), та розробляють його прогноз.

Розробка інвестиційної стратегії корпорації здійснюється на підставі стратегічних цілей інвестиційної діяльності, які виходять із системи цілей загальної корпоративної стратегії розвитку. Такими стратегічними цілями компанії можуть бути: забезпечення приросту капіталу, зміна пропорцій у реальному і фінансовому інвестуванні, зміна галузевої і регіональної спрямованості інвестиційних програм тощо. Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності залежить та пов'язано зі стадією інвестиційного циклу компанії.

Значна увага приділяється аналізу стратегічних альтернатив і вибору стратегічних напрямів, форм і методів реалізації інвестиційної стратегії корпорації, що сприятиме ефективному відбору інвестиційних пропозицій. Розробка інвестиційних проектів та їх обґрунтування відбувається на підставі сучасних методів оцінки ефективності реальних інвестицій і ґрунтуються на принципах, що широко застосовуються у світовій практиці.

Корпоративна інвестиційна програма — це сукупність інвестиційних проектів, що відповідають пріоритетам розвитку корпорації в цілому, передбачених її інвестиційною стратегією. Її формування передбачає: регламентацію основних принципів розробки корпоративних інвестиційних програм; технологічні процедури (управлінські роботи) щодо створення і реалізації даних програм; визначення раціональних механізмів взаємодії корпоративних центрів (штаб-квартир, материнських компаній) і стратегічних бізнес-одиниць у процесі розробки і реалізації інвестицій-

них програм корпорацій; обґрунтування механізмів ресурсного забезпечення реалізації програм з урахуванням фактора наявності внутрішньокорпоративного інвестиційного ринку; розробку методики оцінки впливу реалізації інвестиційної програми на показники економічної ефективності функціонування корпорації.

Характеризуючи систему мотивацій інвестування акціонерних компаній, слід зазначити, що перспективним методом стимулювання працівників є навчання персоналу. У разі матеріального стимулювання працівників особливу увагу слід приділяти участі персоналу в прибутках компанії, оскільки працівник буде ефективніше працювати, знаючи, що його доходи залежать від прибутку компанії. Враховуючи різноманітні методи морального стимулювання працівників, нами були обрані наступні: просування по службі, моральне задоволення від роботи, гордість за свою компанію, культивування корпоративного духу шляхом залучення працівника до справ компанії тощо.

Визначення стратегічних напрямів формування інвестиційних ресурсів компанії здійснюється залежно від об'єкта інвестування. Якщо інвестиційна стратегія корпорації зосереджена на реальних об'єктах інвестування, то інвестиційні ресурси будуть спрямовані на впровадження інновацій (у техніці та технологіях, нових конструкційних матеріалах, нових товарах), на підтримку та підвищення технічного рівня виробництва, на розширення виробництва тощо. Якщо інвестиційна стратегія компанії зосереджена на фінансових об'єктах інвестування, то інвестиційні ресурси будуть спрямовані на формування портфеля цінних паперів. Цей етап передбачає визначення методів фінансування окремих інвестиційних програм і проектів, розраховуються пропорції у структурі джерел інвестиційних ресурсів. Слід зазначити, що значна частина капіталу генерується самим підприємством за рахунок амортизаційних відрахувань, решта надходить за рахунок емісії цінних паперів під конкретні інвестиційні програми й проекти, залучення ресурсів інвестиційних фондів, страхових компаній, комерційних банків, нестандартних методів фінансування інвестиційної діяльності. При визначенні оптимальної структури формування джерел інвестування слід ураховувати вимоги платоспроможності та фінансової стійкості корпорації. У міжнародній практиці оптимальним вважається, що за рахунок позикових коштів може бути профінансовано близько 50 % загальних потреб компанії у фінансових ресурсах.

Один із найважливіших напрямів дій менеджерів у процесі розробки та реалізації інвестиційної корпоративної стратегії є

моніторинг. Тому вважаємо за доцільне виділити як самостійний етап розробки та реалізації стратегії моніторингу, який передбачає два напрями дій: моніторинг передінвестиційної стадії та стадії реалізації стратегії.

Моніторинг передінвестиційної стадії, впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища покликаний забезпечити безперервне протягом усього періоду реалізації стратегії спостереження за негативним впливом на процес реалізації стратегії. Здійснюючи моніторинг, необхідно формувати базу даних на основі проведеного спостереження та системного аналізу, яка буде використовуватися для порівняння результатів за різні періоди, що дозволить виявити тенденції і закономірності негативного впливу чинників. Це дасть можливість прогнозувати, які саме чинники в майбутньому здійснюватимуть негативний вплив, та на основі цих прогнозів розробляти заходи щодо його зменшення.

На другій стадії відбувається реалізація інвестиційної корпоративної стратегії, що включає реалізацію стратегії фінансування інвестиційних програм і проєктів, створення (придбання) інвестиційних та інфраструктурних активів корпорації, введення та передача в експлуатацію об'єктів підприємницької діяльності. Формування інвестиційного портфеля здійснюється на підставі оцінки якості інвестиційних інструментів за критеріями прибутковості, ризику і ліквідності. При оцінці інвестиційних якостей цінних паперів, окрім загальних розрахунків показників ефективності для всіх об'єктів інвестування, проводять дослідження методами фундаментального і технічного аналізу, прийнятими у фінансовій практиці. Портфельне інвестування спрямоване на поліпшення можливостей інвестування шляхом надання певної комбінації об'єктів інвестування заданих інвестиційних якостей, які не можуть бути досягнуті з позицій окремих інвестиційних об'єктів. Основною метою формування інвестиційного портфеля є забезпечення реалізації розробленої інвестиційної стратегії шляхом підбору найбільш ефективних і надійних інвестиційних вкладень, а специфічними цілями — максимізація зростання капіталу, максимізація зростання доходу, мінімізація інвестиційних ризиків, забезпечення необхідної ліквідності інвестиційного портфеля. У зв'язку з альтернативністю специфічних цілей при формуванні інвестиційного портфеля визначаються пріоритети або передбачається його збалансованість.

На етапі розробки системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення процесу реалізації інвестиційної стратегії корпорації здійснюється конкретизація інвестиційної стратегії за

періодами її реалізації, яка передбачає встановлення послідовності і термінів досягнення окремих цілей і стратегічних завдань. У процесі цієї конкретизації забезпечується зовнішня і внутрішня синхронізація за часом. Зовнішня синхронізація передбачає узгодження в часі реалізації інвестиційної стратегії із загальною стратегією корпорації, а також із прогнозованими змінами кон'юнктури інвестиційного ринку. Внутрішня — узгодження в часі реалізації окремих напрямів інвестування між собою, а також із формуванням необхідних для цього інвестиційних ресурсів.

Моніторинг реалізації інвестиційної корпоративної стратегії — це безперервний процес збору, обробки й аналізу інформації про перебіг реалізації стратегії, аналіз відхилень у реалізації стратегії та їх причин, розробка програм дій на нівелювання ризиків реалізації стратегії, оскільки реалізація інвестиційної корпоративної стратегії здійснюється за умови невизначеності та високого рівня ризику, що створює перешкоди ефективному втіленню цього процесу.

**Висновки.** Розробка та вибір стратегії — складний, творчий процес, який не можна втиснути в рамки готових шаблонів і наборів рекомендацій. Головною стратегією корпорацій є корпоративна стратегія, яка розглядається як найважливіший інструмент підвищення фінансової ефективності діяльності ТНК. Тільки зважені рішення та нестандартні підходи до розробки стратегії, вибору способів її реалізації, можуть дозволити компанії домогтися лідерства на ринку.

## Література

1. Бланк *И. А.* Инвестиционный менеджмент: учебный курс / И. А. Бланк — К.: Эльга, Ника-Центр, 2001. — 448 с.
2. Більський *І. Д.* Особливості процесу розроблення інвестиційної стратегії аграрного виробництва / І. Д. Більський, Р. П. Дудяк // Науковий вісник нац. лісотехнічного ун-ту України: зб. наук. праць. — Львів, НЛТУУ. — 2008. — Вип. 18.3. — С. 192—197.
3. Пересада *А. А.* Управління інвестиційним процесом: Моногр. / А. А. Пересада — К.: Лібра, 2002. — 472 с.
4. Свобода *Т. І.* Обґрунтування інвестиційної стратегії підприємства / Т. І. Свобода. — Науково-практична інтернет-конференція// <http://intkonf.org/svoboda-t-i-obgruntuvannya-investitsiynoyi-strategiyupidpriemstva/>
5. Штанько *Л. О.* Процес планування ефективної інвестиційної стратегії підприємства / Л. О. Штанько // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. — К. — 2009. — С. 65—67.
6. Фіщенко *О. М.* Формування інвестиційної стратегії на промислових підприємствах / О. М. Фіщенко // Активізація та підвищення ефек-

тивності інвестиційних процесів в Україні: Всеукраїнська наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених. Донецьк, 1–2 квітня 2010 р. — Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ». — 2010. — С. 74—79.

7. *Удалих О. О.* Управління інвестиційною діяльністю підприємства: Навч. посіб. / О. О. Удалих. — К.: Центр навч. літ-ри, 2006. — 292 с.

8. *Непогодіна Н. І.* Інвестиційна стратегія в управлінні розвитком промислового підприємства (на прикладі машинобудівної галузі): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (машинобудування)» / Н. І. Непогодіна — Хмельницький, 2009. — 19 с.

9. *Бясов К. Т.* Основные аспекты разработки инвестиционной стратегии и организации / К. Т. Бясов // Финансовый менеджмент. — 2003. — № 4. — С. 65—75.

10. *Кравцова Н. И.* Инвестиционная стратегия и инвестиционное проектирование : учеб. пособие / Н. И. Кравцова, М. В. Чараева. — Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ «РИНХ», 2008. — 216 с.

## Reference

1. Form IA Investment Management: учебный курс / I. A. Blank — К.: Elga, Nick Center, 2001. — 448 p., [in Russian]

2. Bilskyi of ID Features elaboration of the investment strategy of agriculture / I. D. Bilskyi, RP Dudyak // Scientific Bulletin th. Forestry Univ Ukraine : Coll. sciences. works. — Lviv, National Forestry University. — 2008. — Vol. 18.3. — S. 192 — 197., [in Ukrainian]

3. Peresada AA Management of the investment process: Monograms. / AA Peresada — К.: Libra, 2002. — 472 p. — [in Russian]

4. Freedom of TI Justification of the investment strategy of the enterprise / TI Freedom. — Scientific and Practical Internet Conference // <http://intkonf.org/svoboda-ti-obgruntuvannya-investitsiynoyi-strategiyipidpriemstva/>, [in Ukrainian]

5. Shtanko LO Planning effective investment strategy of the company / LO Shtanko // Problems of a systematic approach to the economy : Coll. sciences. works. — С. — 2009. — P. 65—67., [in Ukrainian]

6. Fishchenko A. Formation of investment strategies in industrial / OM Fishchenko // Activating and improving the efficiency of the investment process in Ukraine : Ukrainian scientific-practical. conf. students and young scientists. Donetsk, 1-2 April 2010 — Donetsk: SHEE « Donetsk National Technical University.» — 2010. — P. 74—79. [in Ukrainian]

7. Remove OO Office investment by firms : Teach. guidances. / AA Remove. — Kyiv: Center studies. lit-ry, 2006. — 292 p. — [in Ukrainian]

8. Nepohodina NI Investment strategy in the management of industrial development of an enterprise (for example, machine-building industry) : Abstract. Thesis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. sciences specials. 08.00.04 «Economics and management (of machine-building)» / N.I.Nepohodina — Khmelnytsky, 2009. — 19 p. [in Ukrainian]

9. Byasov KT Main aspects ynvestytsyonnoy Creative strategy and organization / KT Byasov // Fynansovy management. — 2003. — № 4. — P. 65—75. [in Russian]

10. Kravtsov, NI Investment Strategy and ynvestytsyonnoe Designing : Textbook. Textbook / N. Y. Kravtsova, M. V. Charaeva — Rostov n / D: Izd RНЭУ «RYNH», 2008. — 216 p. — [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 26.03.2013 р.

УДК 339.923:061.1:332.012.2

**Столярчук Я. М.**, д.е.н., професор,  
професор кафедри  
міжнародної економіки КНЕУ імені Вадима Гетьмана

**Бусарєв Д. В.**,  
молодший науковий співробітник  
ДННУ Академії фінансового управління (м. Київ)

## **НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ**

**Stoliarchuk I. M.**,  
Doctor of Sciences, Professor,  
Professor of International Economy Department of KNEU,

**Busariev D. V.**,  
Junior Research Employee  
of Academy of Financial Management (Kyiv)

## **THE NEWEST TENDENCIES OF THE TRANSNATIONALIZATION OF THE WORLD ENERGY MARKET**

АНОТАЦІЯ. У статті на основі комплексного аналізу діяльності нафтогазових ТНК досліджуються новітні тенденції транснаціоналізації світового енергетичного ринку. Розкрито ключові напрями модернізації корпоративних стратегій ТНК у контексті формування ними високоінтегрованих глобальних виробничих мереж, передачі частини виробничих функцій в аутсорсинг, а також концентрації капіталів на основі злиттів і поглинань. Обґрунтовано, що загострення конкурентної боротьби між енергетичними ТНК вимагає від них реалізації комплексних стратегій організації міжнародного виробництва з відповідними глобальними формами монополізації світового енергетичного ринку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: транснаціоналізація, нафтогазові компанії, глобальні виробничі мережі, конвергенція національних енергетичних ринків, корпоративні стратегії, злиття і поглинання, деконцентрація капіталу.

ANNOTATION. In the article on the basis of the complex analysis of the activity of oil and gas transnational corporations the newest tendencies of the transnationalization of the world energy market have been investigated. The key trends of the modernization of the corporate strategies have been exposed in the direction of forming of highly-integrated industrial networks, transfer of the part of the production functions in outsourcing, as well as the capital concentrations on the basis of mergers and acquisitions. It was grounded, that sharpening of the competition between energy companies requires the realization of the complex strategies of the organization of international production with the proper global forms of the world energy market monopolization.

KEYWORDS: transnationalization, oil and gas companies, global production networks, convergence of national energy markets, corporate strategies, mergers and acquisitions, capital deconcentration.

**Постановка проблеми.** Провідною тенденцією світогосподарського розвитку на початку ХХІ ст. є етапне завершення фундаментальних трансформацій міжнародної економічної системи, що знаменує собою формування глобальної моделі економічного розвитку. Вона відкриває якісно нові можливості та ресурси господарського прогресу країн і регіонів світу завдяки поглибленню інтернаціоналізації виробничо-інвестиційної та комерційної діяльності, диверсифікації джерел зовнішнього фінансування національних економік, модернізації технологічної основи виробництва, а також поглиблення транснаціоналізації суспільного відтворення. Це набуває свого концентрованого вираження у діяльності сучасних ТНК, котрі формують глобальні виробничі мережі, усталені канали інвестиційної, фінансової, науково-технологічної та інноваційної взаємодії країн, а також визначають основні пропорції глобального ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Найповніше теоретичні основи еволюції світового енергетичного ринку, специфіку його структури та тенденції розвитку, процеси формування глобального конкурентного середовища, механізми диверсифікації методів конкурентної боротьби країн і ТНК розкрито у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як А. Альберт, П. Баклі, В. Білошапка, В. Данніков, Дж. Даннінг, П. Друкер, Д. Єргін, В. Миловидов, Т. Морт, І. Прокоф'єв, Дж. Фіннерті та ін. Разом з тим, ряд аспектів цієї багатогранної наукової проблеми залишається недостатньо розкритою. Метою даного дослідження є розкриття новітніх тенденцій транснаціоналізації світового енергетичного ринку та ключових напрямів модернізації корпоративних

стратегій нафтогазових ТНК за умов загострення конкурентної боротьби між ними за світовий енергетичний ресурс.

**Виклад основного матеріалу.** Одним з найбільш транснаціоналізованих сегментів глобального ринку є енергетичний ринок, на якому «схрестились» корпоративні інтереси найбільших нафтогазових компаній світу, що монополізували розвідування, видобуток, переробку, транспортування та реалізацію енергетичних продуктів. Достатньо сказати, що середнє значення індексу транснаціоналізації світових енергетичних компаній становить нині близько 70 %, тобто майже 3/4 вартості їх активів, продажів і чисельності персоналу припадає не на країни базування цих ТНК, а на держави, де вони розвивають свою зарубіжну діяльність.

Якісно новою тенденцією, яка яскраво виявилась в останні роки і засвідчує вагомий вплив ТНК на світовий енергетичний ринок, є суттєве посилення позицій енергетичних компаній, які функціонують у сфері електро-, газо- і водопостачання. Так, до Топ-100 найбільших нефінансових ТНК світу належать компанії «Enel SpA», «BG Group», «Vattenfall AB» та «Schneider Electric» з середнім індексом транснаціоналізації 66 % [6]. «Новизна» такої тенденції виявляється в тому, що раніше такі компанії могли оперувати лише на вітчизняних ринках з огляду на стратегічну важливість даних сфер у забезпеченні національної економічної безпеки країн, а відтак — вони перебували під жорстким державним контролем і в переважно державній формі власності. Однак на сьогодні гостра потреба в технологічній модернізації цих сфер, залученні ними інноваційних технологій, розвитку передових бізнес-моделей, а також їх висока привабливість для іноземних інвесторів стають причиною суттєвої лібералізації процесів іноземного інвестування навіть у сфері електро-, газо- і водопостачання.

Критичний аналіз сучасної діяльності нафтогазових ТНК провідних країн світу дозволяє виокремити і таку новітню тенденцію транснаціоналізації світового енергетичного ринку, як загострення конкурентної боротьби між ними за світову ресурсну базу під впливом структурних асиметрій світового енергоринку. При цьому гостра конкурентна боротьба за енергетичний ресурс розгорнулася нині не тільки між ТНК розвинутих країн світу, але й між нафтогазовими компаніями з країн БРІКС. Наприклад, російські ТНК, володіючи потужною вітчизняною ресурсною базою, поки що не зацікавлені в її диверсифікації за рахунок зовнішніх джерел, тоді як китайські, індійські, бразильські і південноафри-

канські ТНК агресивно захоплюють нові перспективні родовища, «схрещуючи» свої економічні інтереси в запеклій конкурентній боротьбі. Зокрема, географія зарубіжної діяльності китайської компанії «CNPC» набагато ширша, ніж російської компанії «Лукойл». При цьому «CNPC» активно просувається на ринки Алжиру, Мавританії, Гвінеї, Нігеру, Чаду, Судану, а також Лівії. Крім того, ця компанія має розгалужену філіальну мережу в Канаді, Венесуелі, Перу, Омані, Сирії, Іраку, Ірані, Таїланді та Індонезії.

Стрімко нарощує закордонну експансію й підконтрольна державі індійська нафтогазова компанія «ONGC», яка активно суперничає з російськими ТНК к таких країнах, як В'єтнам, Ірак, Венесуела, Лівія, Казахстан та ін., не говорячи вже про її прихід на російський ринок за проектом Сахалін-1 [2, с. 10].

Досягнуті на сьогодні колосальні масштаби глобальної монополізації світового енергетичного ринку стали закономірним результатом суттєвої модернізації упродовж останніх десятиліть корпоративних стратегій нафтогазових ТНК. Так, на доглобалізаційній стадії розвитку світового господарства їх функціонування характеризувалось реалізацією стратегій простої інтеграції з орієнтацією на диверсифікацію діяльності, нарощування масштабів виробництва, запровадження у світовому масштабі загальнокорпоративних правил, а також самостійне виконання усього технологічного ланцюжка виробничих операцій.

Однак в епоху глобалізації корпоративні стратегії дедалі більшою мірою сконцентровані на купівлі активів, здатних приносити додану вартість, реалізації механізмів щодо задоволення потреб окремих виробничих підрозділів, активному використанні зовнішніх підрядчиків, передачі частини виробничих функцій в аутсорсинг і максимальній економії трансакційних витрат. Подібних змін зазнали також корпоративна культура нафтогазових ТНК, їх організаційна структура та вимоги до професійних навичок персоналу.

Інакше кажучи, сучасне глобальне конкурентне середовище дедалі більшою мірою вимагає від енергетичних ТНК реалізації комплексних стратегій організації міжнародного виробництва з відповідними їм глобальними формами монополізації світового енергетичного ринку. При цьому ядром таких стратегій є об'єднання в єдине ціле географічно та технологічно «розпорошених» підрозділів з формуванням у корпоративних рамках високоінтегрованих на глобальному рівні виробничих мереж.

Характеризуючи такі мережі, слід відзначити, що ключовими мотиваційними стимулами їх формування є, насамперед, стремління нафтогазових компаній до встановлення всебічного контролю над ринками збуту кінцевої продукції, необхідність організації ефективної системи виробництва та збуту, забезпечення в рамках вертикально інтегрованих структур контрольованих джерел сировинного забезпечення, а також розширення можливостей економії на масштабах виробництва на основі концентрації капіталу і виробництва, розбудові єдиної інфраструктури та можливостей щодо маневрування капіталом, виробничими потужностями, потоками сировини і продукції.

Формування енергетичними транснаціональними структурами глобальних виробничих мереж має своїм закономірним наслідком певну конвергенцію національних енергетичних ринків, коли виробництво ТНК дедалі більшою орієнтується на середнього міжнародного споживача та параметри глобального попиту. Яскравим прикладом цього є діяльність російських нафтогазових ТНК, зокрема «Лукойлу» та «Газпрому», стратегії яких зорієнтовані на масову купівлю активів зарубіжних компаній, насамперед, європейських.

Так, для «Лукойла» це дозволяє забезпечити глибоку переробку добутої в інших регіонах світу нафти і доступ до продажу нафтопродуктів кінцевим споживачам. Зокрема, у 2008 р. ця компанія успішно завершила угоду з «ERG S.p.A» (загальною вартістю 1,3 млрд євро за 49 % участі в проекті) щодо створення СП з управління нафтопереробними комплексом ISAB на Сицилії, до якого належить два, об'єднаних системою трубопроводів, НПЗ, що становлять єдиний технологічний комплекс з переробки 16 млн тон нафти в рік, а також три морських причали, резервуарний парк, електростанція та інша інфраструктура [5, с. 15]. Більше того, дана компанія всі зарубіжні проекти з геологорозвідки та добування сировини реалізує через ТОВ «Лукойл Оверсіз Холдінг», зареєстроване на Віргінських островах, що дозволяє здійснювати офшоризацію свого бізнесу та утримувати стійкі конкурентні переваги на світовому енергетичному ринку.

Водночас, зарубіжні інвестиції «Газпрому» в європейські країни пов'язані з отриманням доступу компанії до їх транспортної інфраструктури, а також потужностей зі зберігання газу та маркетингово-логістичних систем його збуту. Так, у 2007 р. «Газпром» підписав угоду з Державним комітетом майна Білорусі щодо купівлі 50 % акцій компанії «Белтранс», яка здійснює постачання російського газу в Європу.

Активну інвестиційну експансію на європейський ринок здійснює також російська компанія «Сургутнафтогаз», яка у 2009 р. купила 21,2% акцій найбільшої нафтогазової компанії Угорщини — «MOЛ», що займається розвідкою, добуванням та транспортуванням вуглеводнів, а також експлуатацією мережі магістральних газопроводів [5, с. 15].

В контексті впливу ТНК на конвергенцію національних енергетичних ринків окремо слід сказати про електроенергетичні ринки, які, як відомо, характеризуються найвищим рівнем лібералізації. Тут подібна конвергенція призводить навіть до формування регіональних і субрегіональних електроенергетичних ринків (пулів) країн, що формуються на основі саме мікроінтеграції енергетичних ТНК.

Що ж стосується механізмів і напрямків формування енергетичними ТНК глобальних виробничих мереж, то нині вони набувають доволі диверсифікованих форм. Зокрема, вони можуть формуватись на основі технологічної горизонтальної і вертикальної інтеграції, купівлі ліцензій або укладення контрактних угод з державою, оренди в зарубіжних компаній виробничих об'єктів в обмін на певну частку участі, купівлі «пакету» виробничих площ із зобов'язаннями державної участі, купівлі портфеля активів у зарубіжних компаній, які прагнуть змінити структуру своїх активів та ін.

Однак, як свідчить світовий досвід, найефективнішим механізмом глобальної монополізації світового енергетичного ринку є концентрація капіталів компаній на основі злиттів і поглинань. Їх мотивація обумовлена як виробничою діяльністю компаній, так і необхідністю максимізації прибутку, реалізації ефекту масштабу, консолідації економічної сили для тиску на національні уряди, а також розширення ринкового середовища діяльності. На нашу думку, в сукупності названі мотиваційні стимули власне й визначають умови та ключові параметри глобальної конкуренції у світовій енергетичній сфері.

Так, останні 15 років стали періодом мегазлиттів з формуванням світових нафтогазових гігантів, наступним продажем і закриттям нафтопереробних заводів у країнах ОЕСР, а також пошуку можливостей щодо виходу на ринки з високим рівнем зростання та державного регулювання. Як свідчать дані, представлені на рис. 1, навіть за незначний чотирирічний період з 2008 по 2012 рр. їх поквартальна динаміка носила хвилеподібний характер, що пов'язано, головним чином, з технологічними інноваціями галузі, дерегулюванням або ціновими шоками.

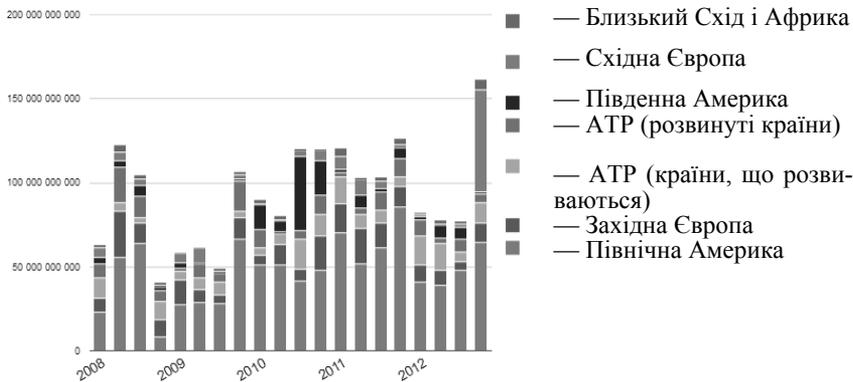


Рис. 1. Динаміка вартості угод ЗіП в нафтогазовому секторі протягом 2008—2012 рр. [3]

При цьому лівова частка укладених угод ЗіП стабільно припадає на Північноамериканський регіон, що обумовлено високим рівнем фрагментованості нафтогазового сектору США, в якому велику представницьку групу становлять незалежні компанії, що не входять у структуру крупних монополістичних структур. Крім того, саме неінтегровані нафтогазові компанії США, які в останні роки найбільшою мірою були залучені до видобутку сланцевого газу, стали об'єктами інвестиційної експансії висококапіталізованих ТНК. У даному контексті доречно згадати, зокрема, купівлю у 2009 р. корпорацією «Еххон Мобіл» компанії «ХТО Енерджі» загальною вартістю 31 млрд дол.

У загальній же своїй масі за показниками видобутку сланцевого газу американські незалежні компанії все ще залишаються значно дрібними. Так, у 2011 р. на найбільшого виробника сланцевого газу в США — компанію «Chesapeake Energy» — припадало менше 28,4 млрд куб. м., обсяги видобутку переважної більшості компаній перебувають у межах від 1 до 5 млрд куб. м. на рік, а більшість з них ведуть операційну діяльність на одному-двох великих родовищах.

Характеризуючи причини привабливості Північноамериканського регіону для реалізації крупномасштабних угод ЗіП у нафтогазовому секторі, не слід скидати з рахунків і низьку вартість енергоносіїв у даному регіоні<sup>1</sup>, що робить активи американських

<sup>1</sup> Наприклад, оптові ціни на природний газ на Henry Hub становили на початок 2013 р. близько 150 дол. за куб. м, тоді як європейському ринку — 350—400 дол.

нафтогазових компаній значно «дешевшими» порівняно з європейськими ТНК, з точки зору генерування грошових потоків і сукупної доданої вартості.

Що ж стосується конкретних угод ЗіП нафтогазових ТНК, то, як свідчать дані табл. 1, найвизначнішими з них стали злиття Exxon-Mobil у 1998 р. (що призвело до створення гігантської компанії з капіталізацією 250 млрд дол.), British Petroleum — Amoco вартістю 48,2 млрд дол. (які з часом об'єднались з компанією «Агсо»).

Таблиця 1

**НАЙБІЛЬШІ УГОДИ ЗЛИТТІВ І ПОГЛИНАНЬ У СВІТОВІЙ  
НАФТОГАЗОВІЙ ГАЛУЗІ ПРОТЯГОМ 1998—2013 рр. [1, с. 21]**

Дата	Покупець	Ціль	Вартість угоди, млн. дол. США	Цільовий синергетичний ефект, млн дол. / рік		Синергія, дол. / бар н. с.	Синергія щодо виручки, %
				початковий	уточнений		
Березень 2013 р.	Роснафта	NYR-BP	56000	3000—5000	н/д	1,7 — 2,9	2,0 — 3,3
Червень 2010 р.	ExxonMobil	XTO Energy	30298	н/д	н/д	н/д	н/д
Грудень 2006 р.	Statoil	Norsk Hydro	30000	625	1050	1,7	1,3
Квітень 2006 р.	ConocoPhilips	Burlington Resources	35195	350		0,4	0,2
Лютий 2001 р.	Philips Petroleum Co.	Conoco	15600	750	1250	3,3	2,2
Жовтень 2000 р.	Chevron	Texaco	35873	1200	2200	2,2	2,1
Серпень 1999 р.	Total Fina	Elf Aquitaine	53541	1500	1750	2,6	1,6
Квітень 1999 р.	BP Amoco	Atlantic Richfield Co.	26800	1000	1200	1,0	0,7
Грудень 1998 р.	Total	Petrofina	12900	370	600	1,5	1,4
Грудень 1998 р.	Exxon	Mobil	78946	2800	4600	3,0	2,5
Серпень 1998 р.	British Petroleum Co.	Amoco	48174	2000	3800	3,5	4,5

До процесів ЗіП в останні роки були також залучені «Total Fina», яка у 1999 р. купила «Elf Aquitaine» за 53,5 млрд дол., «ConocoPhillips» (купівля у 2006 р. «Burlington Resources» за 32,5 млрд дол.), «ExxonMobil» (купівля у 2010 р. «XTO Energy» за 30,3 млрд дол.). Подібні приклади можна продовжувати.

У 2012 р. загальна вартість угод ЗіП у нафтогазовому секторі становила майже 300 млрд дол. Ключовою угодою 2013 р. стала купівля російською державною компанією «Роснефть» російської компанії «ТНК-ВР» у міжнародній компанії British Petroleum за 56 млрд дол. Доречно відзначити, що дана угода стала другою за обсягами не тільки на нафтогазовому, але й на світовому ринку загалом після злиття Exxon-Mobil. На третьому місці за вартістю угоди стало злиття «Total Fina» та «Elf Aquitaine» вартістю 53,5 млрд дол.

Світовий досвід засвідчив, що практично за усіма проведеними угодами ЗіП в енергетичній сфері було досягнуто поліпшення операційної ефективності компаній і суттєвого зниження фінансових витрат. Зокрема, аналіз, проведений російськими експертами [1, с. 21], засвідчив, що найбільша результативність ЗіП лежить в площині скорочення витрат на нафтопереробку. Крім того, компанії після злиттів в ході реструктуризації діяльності зазвичай вдавались до перегляду цільових параметрів щодо синергійного ефекту в бік підвищення.

Особливе місце з-поміж угод ЗіП в нафтогазовому секторі посідають угоди в сегменті нафтопереробки і збуту. Протягом 2001—2011 рр. середня оголошена їх вартість становила щорічно 22 млрд дол. США (рис. 2). При цьому на підприємства нафтопереробки припадало близько 50 % сукупних обсягів ЗіП за середньої кількості щорічних угод на рівні 150. Разом з тим, велика концентрація капіталу і виробництва, якої досягнули нафтогазові гіганти ще у 1990-х роках, а також випереджальне зростання їх нафтопереробних потужностей порівняно з обсягами добування нафти у світовому масштабі потребувала проведення радикальної організаційної перебудови їхньої промисловості.

Тож характерними тенденціями у цій сфері стали їх деконцентрація та дезінтеграція. На рис. 3 представлено динаміку відношення обсягів нафтопереробки до обсягів добування нафти та обсягів продажів нафтопродуктів 11 найбільших нафтогазових компаній світу («ExxonMobil», «Shell», «BP», «Chevron», «ConocoPhillips», «Total SA», «Marathon», «Hess», «Eni», «Repsol», «Statoil»). Як відзначають експерти консалтингової компанії «Ernst and Young», в останнє десятиліття намітилась чітка тенденція щодо зниження ролі в сучасних процесах консолі-

дації нафтогазових ТНК таких показників, як «коефіцієнт переробки» та «коефіцієнт продажів» [4, с. 4].

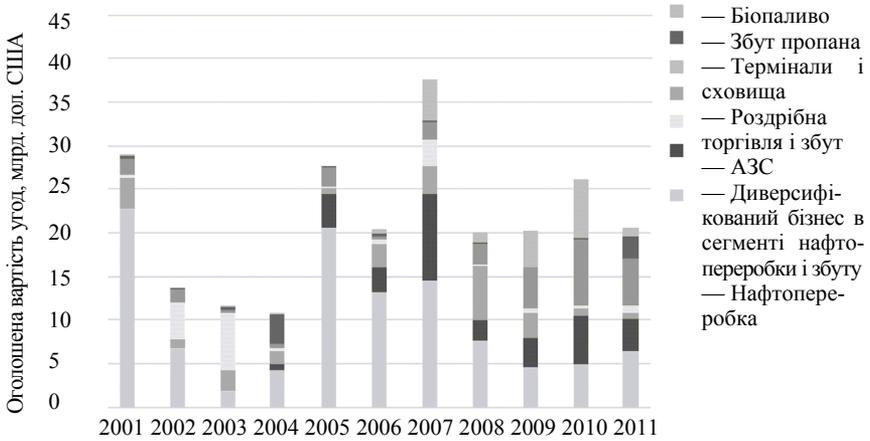


Рис. 2. Угоди ЗіП у сегменті нафтопереробки і збуту протягом 2001—2011 рр. [4, с. 7]

Однак заради справедливості слід відзначити, що перша дезинтеграційна хвиля нафтогазових ТНК відбулась ще в кінці 1980-х років, коли такі компанії, як «Sun» і «Diamond Shamrock» здійснили виділення своїх операцій у сегментах розвідки/добування та нафтопереробки/збуту в окремі, самостійні компанії. Зокрема, на базі корпорації «Sun» були створені компанії «Огук Energy» (сфери розвідування та видобутку) і «Sunoco» (нафтопереробка і збут).



Рис. 3. Динаміка рівня інтеграції великих нафтових компаній протягом 1994—2010 рр. [4, с. 4]

Водночас, корпорація «Diamond Shamrock» створила компанію «Maxus Energy» у сфері розвідування та видобутку, а також структуру, яка певний період часу працювала під брендом «Diamond Shamrock» до її злиття з «Ultrasmar Petroleum» і купівлі компанією «Valero».

Що ж стосується другої хвилі дезінтеграції нафтогазових ТНК, то вона припала на початок 2000-х років і була пов'язана з періодом кризового стану світової економіки. Зокрема, у 2002 р. «Royal Dutch Shell» майже на третину скоротила свої виробничі потужності у сфері нафтопереробки шляхом продажу або закриття підприємств. У свою чергу, «BP» вдалась до перенесення основної частини свого бізнесу в сегменті нафтопереробки і збуту у швидкозростаючі регіони Азії та Близького Сходу і практично втратила інтерес до нафтопереробки на території США. Корпорації «Total SA» та «Chevron» поступово розпродають ряд активів і повністю виводять свій бізнес з Європи, а компанія «Murphy Oil» після продажу нафтопереробних заводів у США та Великобританії планує перепрофілюватись у незалежну компанію, яка займатиметься виключно розвідуванням і добуванням енергетичної сировини. У 2011 р. дезінтегрувалась корпорація «Marathon» з її розділом на окремі компанії з розвідування та добування ресурсів, а також переробки і збуту. Крім того, в 2012 р. розділився і такий гігант, як «ConocoPhillips».

Як свідчить світовий досвід, тривалий час інституційні фінансові посередники, насамперед, інвестиційні банки та фонди прямих іноземних інвестицій лише опосередковано були залучені до світового енергетичного ринку. Однак якісно новою тенденцією в його диверсифікації останніх років після глобальної економічної кризи стала активна купівля фінансовими компаніями підприємств «реального сектору» з нафтопереробки та збуту, тобто безпосереднє їх включення у виробничу, інвестиційну та комерційну діяльність підприємств даного сектору. Достатньо сказати, що, наприклад, «Goldman Sachs» через свою дочірню структуру «J.Agon» вже тривалий час володіє долями участі в реальних активах сегменту нафтопереробки, які були куплені для забезпечення операцій компанії у сфері торгівлі сировинними товарами.

Ще один приклад — консорціум на чолі з інвестиційними фірмами «Riverstone» та «Carlyle», які нещодавно купили три нафтопереробні заводи у європейської незалежної нафтопереробної компанії «Petroplus». Водночас, фінансові компанії «Blackstone» та «First Reserve» вклали масштабні інвестиції у створення американської нафтопереробної компанії «PBF Energy» [4, с. 8].

Характеристика процесів глобальної монополізації енергетичного ринку буде неповним без дослідження екологічної компоненти діяльності світових енергетичних ТНК. І це цілком закономірно, оскільки реакцією на загострення світової екологічної кризи у провідних країнах світу стала активна діяльність їх національних урядів у царині посилення екологізації діяльності бізнес-структур. Це досягається як на основі впровадження доволі жорстких стандартів екологічного управління (ISO 14000, ISO 50000, ISO 26000), так і ухвалення низки законів, які стимулювали нафтогазові монополії переорієнтовувати свої капіталовкладення зі сфери виробничого нагромадження на захист навколишнього середовища.

Особливо слід відзначити в цьому плані діяльність організації ЮНІДО, яка висуває розбудову зеленої економіки в число пріоритетних завдань діяльності сучасного глобального бізнесу. Останній, на переконання експертів цієї організації, повинен реалізовувати так званий принцип «виробляти більше, використовуючи менше ресурсів і створюючи менший негативний вплив на навколишнє середовище» (produce more value while using less).

**Висновки.** Резюмуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що новітні тенденції транснаціоналізації світового енергоринок визначаються пануванням невеликої групи нафтогазових ТНК, які на основі нарощування капіталізації, системної диверсифікації своєї діяльності, модернізації корпоративних стратегій, а також масштабних злиттів і поглинань сконцентрували у своїх руках колосальні активи, матеріально-сировинний ресурс, передові інноваційні технології, а також посідають домінуючі позиції на глобальному фондовому ринку. Це забезпечує нафтогазовим гігантам провідні позиції у структурі глобального енергетичного ринку. Протягом останнього десятиліття великі енергетичні компанії дедалі більшою мірою переорієнтовують свою бізнес-діяльність у напрямку зменшення впливу на довкілля та оптимізації використання ресурсів, оскільки зміцнення їх конкурентних позицій на глобальному ринку напряму залежить від рівня їх соціальної відповідальності та її усвідомлення світовими споживачами.

### **Література**

1. Бушев А. Роснефть + ТНК-ВР: \$ 3 млрд пишем, \$ 5 млрд — в уме // Нефтегазовая вертикаль. — 2012. — № 23—24. — С. 20—23.
2. Кузнецов А. Транснациональные корпорации стран БРИКС // МЭиМО. — 2012. — №3. — С. 3—11.

3. Салихов М. Не только «Роснефть» и «ТНК-ВР». Вспоминаем суперсделки на рынке нефти и газа. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://slon.ru/economics/ne\\_tolko\\_rosneft\\_i\\_tnk\\_bp\\_vspominaem\\_super\\_sdelki\\_na\\_rynke\\_nefti\\_i\\_gaza-877156.html](http://slon.ru/economics/ne_tolko_rosneft_i_tnk_bp_vspominaem_super_sdelki_na_rynke_nefti_i_gaza-877156.html)

4. Сегмент нефтепереработки и сбыта: модель вертикальной интеграции под вопросом? — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Downstream-brochure-RUS/\\$FILE/Downstream-brochure-RUS.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Downstream-brochure-RUS/$FILE/Downstream-brochure-RUS.pdf)

5. Хейфец Б. ЭнергодIALOG Россия-ЕС: корпоративный срез // МЭиМО. — 2009. — №8. — С. 12—21.

6. Web table 28. The world's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2012. — [Electronic Resource]. — Available from: [http://unctad.org/Sections/dite\\_dir/docs/WIR2013/WIR13\\_webtab28.xls](http://unctad.org/Sections/dite_dir/docs/WIR2013/WIR13_webtab28.xls) [in English]

### Reference

1. Bushev A. Бушев А. Rosneft + TNK-BP: \$ 3 billions write, \$ 5 billions — in the mind // Oil and Gas Vertical. — 2012. — № 23—24. — P. 20—23, [In Russian].

2. Kuznetsov A. Transnational corporations of BRICS-countries // World Economy and International Relations. — 2012. — №3. — P. 3—11, [In Russian].

3. Salykhov M. Not only the «Rosneft» and «TNK-BP». Remembering supereransactioni on oil and gas market. — [Electronic Resource]. — Available from: [http://slon.ru/economics/ne\\_tolko\\_rosneft\\_i\\_tnk\\_bp\\_vspominaem\\_super\\_sdelki\\_na\\_rynke\\_nefti\\_i\\_gaza-877156.html](http://slon.ru/economics/ne_tolko_rosneft_i_tnk_bp_vspominaem_super_sdelki_na_rynke_nefti_i_gaza-877156.html) [In Russian].

4. Segment of Oil refining and marketing: a model of vertical integration is under question? — [Electronic Resource]. — Available from: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Downstream-brochure-RUS/\\$FILE/Downstream-brochure-RUS.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Downstream-brochure-RUS/$FILE/Downstream-brochure-RUS.pdf) [In Russian].

5. Heifetz B. Energy Dialogue EU-Russia: Corporate slice // World Economy and International Relations. — 2009. — №8. — P. 12—21, [In Russian].

6. Web table 28. The world's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2012. — [Electronic Resource]. — Available from: [http://unctad.org/Sections/dite\\_dir/docs/WIR2013/WIR13\\_webtab28.xls](http://unctad.org/Sections/dite_dir/docs/WIR2013/WIR13_webtab28.xls)

Стаття надійшла до редакції 26.03.2013 р.

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

УДК 330.341.1

**Шевчук Ю. А.**, аспірант  
кафедри політичної економії  
обліково-економічних факультетів,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## РОЛЬ ПОЗИЧКОВОГО КАПІТАЛУ В СТИМУЛЮВАННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

**Shevchuk U. A.**, graduate student of  
accounting and economics faculties  
political economy department  
SU «KNEU named after Vadym Hetman»

### THE ROLE OF LOAN CAPITAL TO STIMULATE INNOVATION DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UKRAINE

**АНОТАЦІЯ.** У статті проаналізовано роль і фактичний стан проникнення важелів позичкового фінансування в інноваційну складову економіки України. На основі проведеного дослідження автор дає свої висновки та рекомендації щодо стимулювання інноваційного розвитку в Україні за допомогою інструментів позичкового фінансування.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інноваційний розвиток, кредит, позичкове фінансування, кредитна спілка, факторинг, форфейтинг, лізинг, венчурне фінансування, проектне фінансування.

**ANNOTATION.** This article analyzes the role and the actual penetration of the loan financing tools at the innovative component of the economy of Ukraine. Based on the research author gives his conclusions and recommendations on the promotion of innovative development in Ukraine using the tools of the loan financing.

**KEYWORDS:** innovative development, credit, loan financing, credit union, factoring, forfeiting, leasing, venture financing, project financing.

**Постановка проблеми.** Ще Йозеф Шумпетер стверджував, що банкір стоїть між тими, хто бажає здійснити «нові комбінації», та тими, хто має засоби виробництва [7, с. 169]. Позичковий капітал передбачає існування інституціонального середовища та правового захисту в рамках ринкових відносин. Процес

фінансування інноваційних проєктів позиковими коштами в Україні недостатньо досліджений і реалізований на практиці здебільшого у вигляді надто ризикованих кампаній, що не мають під собою ознак системної роботи державних органів влади, націленої на підвищення конкурентоспроможності національного виробника.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль позичкового капіталу у стимулюванні інноваційного розвитку певною мірою висвітлена в економічній літературі. Значний інтерес у дослідженні цієї тематики викликають праці вітчизняних і зарубіжних учених: Шумпетера Й., Шпітгофа А., Васильєвої Т. А., Гальчинського А. С., Варналія З. С., Майстришина В. Я., Бандурки І. В., Владайцева С. В., Захарченкова С. П., Кузнєцової А.Я., Молчанова Н. Н., Мотивилова О. В., Пересади А. А., Стадника В. В. та інших. Вартим дослідження є роль проєктного фінансування, що знайшло відображення у роботах Зелль А., Бурдюгова А. Ф., Гринева В. П., Пересади А. А., Роуза Г., Щукіна Б. А. та ін.

**Ціллю статті** є дослідження ролі позичкового капіталу у фінансово-кредитному механізмі стимулювання інноваційного розвитку української економіки, слабких і сильних сторін цього важелю, а також передумов ефективного застосування коштів фінансового сектору на потреби суспільного розвитку на інноваційній основі в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективне співробітництво фінансових установ і суб'єктів інноваційної діяльності характеризується зменшенням обсягу витрат пов'язаних з інформацією та можливістю оперативно отримувати довгострокові ресурси. Позичковий капітал передається в тимчасове користування і повертається після закінчення терміну позички, тобто це капітал-власність на противагу капіталу-функції. З точки зору політичної економії позичковий капітал має особливу форму руху для продавця (Г-Г'). На рис. 1 наведено основні форми функціонування позичкового капіталу, коли справа йде про фінансування інноваційного підприємництва.

Перевагами кредитної спілки перед банківською установою при фінансуванні інноваційного розвитку є: відкритість кредитної спілки, метою функціонування якої не є прибуток; позичку на інноваційне підприємництво можливо отримати під відсоткову ставку, нижчу за банківську; лояльний підхід до пролонгації та рефінансування кредиту. Сектор небанківських фінансових послуг недостатньо розвинений. У світі наразі функціонує близько

650 кредитних спілок, результати їх діяльності за 2011 рік наведено в табл. 1.



Рис. 1. Позичкове фінансування інноваційного розвитку

Таблиця 1

**ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КРЕДИТНИХ СПІЛОК  
на 1 січня 2012 року**

Країна	Кількість кредитних спілок	Кількість членів спілок	Депозити, млн дол. США	Кредити, млн дол. США	Кредитів на 1 члена, дол. США
<b>Україна</b>	610	1 121 500	151	286	255
<b>США</b>	15	101 638	2 125	1 483	14 586
<b>Канада</b>	7	68 390	1 434	1 394	20 377

Джерело 1: Всесвітній фестиваль українських кредитних спілок [www.wfuc.org.ua](http://www.wfuc.org.ua)

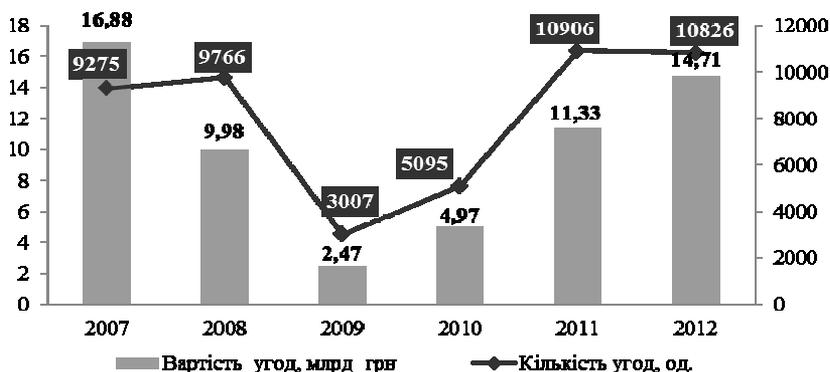
Джерело 2: Ukrainian credit unions in Canada, 2011 [www.canadiancreditunion.ca](http://www.canadiancreditunion.ca)

В Україні на одного члена кредитної спілки в 2011 році припадало 255 доларів США виданих кредитних коштів, у той час як у США — 14 586 доларів США, а в Канаді — 20 377 доларів США. Загалом об'єми діяльності українських кредитних спілок у Північній Америці в 24 рази перевищують домашні об'єми. На нашу думку, українська модель кредитної кооперації повинна піти шляхом об'єднання не тільки людей у спілках, а й самих спілок, концентрація коштів у кількох десятках кредитних спілок і надання інформаційної прозорості ринку дасть змогу протистояти комерційним банкам, залучаючи значні фінансові ресурси. Національна асоціація кредитних спілок України нара-

зі об'єднує 136 членів і цілком може стати платформою ділової та організаційної кооперації. Наприклад, у сусідній Польщі функціонує всього 60 кредитних спілок, а середній розмір фінансування одного члена складає більше ніж 1 500 доларів США.

З діаграми 1 можна побачити, що загальний рівень проникнення лізингу у структурі капітальних вкладень суттєво зріс і склав близько 3,3 % (у 2009 році цей показник був на рівні 1 %). Проте найпопулярнішими видами обладнання для лізингодавців і їх клієнтів лишаються транспортні засоби та сільськогосподарська техніка, їхня частка зросла до 59 % і 15 % відповідно.

**Діаграма 1. Кількість і вартість укладених договорів фінансового лізингу за 2007-2012 рр.**



На українському ринку фінансового лізингу намілилось три основних тенденції зростання:

- частки позичкових коштів, зокрема банківських кредитів, у структурі фінансування лізингових операцій (90 % засобів);
- середньої вартості лізингової угоди;
- строків фінансування (89 % угод укладено на 2 і більше років) [1].

Ці явища дозволяють стверджувати, що українські лізингові компанії з часом накопичають достатньо ресурсів і досвіду, щоб кредитувати закупівлю обладнання і технологій під інноваційні проекти.

Факторинг дозволяє підприємствам нарощувати обсяги виробництва без залучення власних коштів, зберігаючи заставну цінність активів. Економічна ефективність факторингових операцій полягає в істотному підвищенні ліквідності активів і рентабель-

ності інноваційного підприємства. Наприкінці 2011 року у Державному реєстрі фінансових установ [4] містилася інформація про 110 фінансових компаній, які мають право надавати послуги факторингу. Проте, всього 10 найбільших компаній на ринку проводять 90 % усіх факторингових операцій, і здебільшого це дочірні компанії великих банків (Укрексімбанк, Укрсоцбанк, Райффайзен Банк Аваль, ОТП Банк). У 2011 році фінансові компанії уклали 12 105 договорів на 6 845 млн грн загального розміру активу, що є предметом договору факторингу. Цей ринок фінансових послуг показує досить швидкі темпи зростання, а через гнучкі умови укладення договорів і можливості страхування ризиків, факторинг повинен бути в арсеналі інноваційного підприємця, особливо на останніх етапах комерціалізації.

За механізму форфейтингу фінансова установа купує векселі чи облигації та бере на себе весь ризик неплатежу, а в обмін на придбані цінні папери виплачує постачальнику еквівалент їх вартості готівкою з вирахуванням фіксованої облікової ставки, премії за ризик і разового збору. Поява форфейтингу була зумовлена швидким зростанням експорту дорогого устаткування, та на відміну від короткострокового факторингу, терміни фінансування за договором форфейтингу складають від 3 місяців до 7 років, але розповсюдженню цього фінансового важеля в Україні перешкоджає відсутність досвіду і довгострокових фінансових засобів.

Існуючий набір фінансових інструментів ринку цінних паперів є занадто обмеженим. Структура обсягу біржових контрактів за 2012 рік вказує на те, що 68 % або більш ніж 179 млрд грн складають операції з державними облигаціями, а на похідні цінні папери — всього 9,4 % обсягів підписаних контрактів [4]. Для довгострокових інноваційних проектів зійде фінансування за рахунок облигацій з плаваючою ставкою, яка змінюється залежно від доходності, або облигацій «міні-макс» — що вигідні як для інвестора, так і емітента за рахунок обмеженості купонного доходу.

Питома вага кредитних ресурсів у структурі фінансування інноваційної діяльності у 2005—2012 роках коливалась у рамках від 7,1 % до 38,3 % [5, с. 195]. Кредитування освіти, охорони здоров'я, соціальної допомоги, діяльності у сфері культури та спорту відбувається у невідповідних до планів інноваційного розвитку обсягах.

Окрім безпосередньо кредитування і приватні, і державні банки можуть здійснювати і інші види діяльності на інноваційному ринку, як-то: придбання авторських прав на нововведення;

лізингові операції; факторингові операції; проведення досліджень та експертизи нововведень; надавати інформаційні, посередницькі, консультаційні, управлінські послуги; спонсорство; брати участь у венчурному фінансуванні. Банками може здійснюватись пряме фінансування через участь у статутному чи пайовому капіталі.

Роль банку в інноваційному середовищі потрібно розглядати з двох позицій: по-перше, банк як і будь-яке підприємство є суб'єктом господарської діяльності та здатне генерувати інновації у вигляді нових депозитних і кредитних продуктів, операційних процесів, платіжних засобів тощо; по-друге, функції банку, як депозитно-кредитного інституту, можуть бути розвернені до фінансування інноваційної діяльності.

Дуже глибокою і доречною є думка Й. Шумпетера, що кредит відкриває підприємцю доступ до народного господарського потоку благ ще до того, як він отримає на це законне право; протягом певного часу видимість права замінює йому реальне право [7, с. 217]. Варто погодитись з Й. Шумпетером, що кредит є вагомим інструментом у ринковій економіці.

Піонером комерційного фінансування інноваційних проектів є США. Американські банки виконують додаткову функцію, доповнюючи інвестиційні кредити венчурних фірм. На нашу думку, Т.А. Васильєва найточніше визначила сутність інвестиційних операцій комерційного банку — операцій, де ініціатива в отриманні кредитних коштів буде йти не з боку позичальника, а з боку банку як учасника реалізації інвестиційних заходів [2, с. 14]. Така діяльність комерційних банків диверсифікує їхні активи та сприяє взаємопроникненню фінансового та промислового капіталів, фінансова установа отримує впевненість у поверненні кредитів.

Венчурне фінансування є суворо «під ключ», тобто основною умовою такого фінансування є наявність у інноваційного підприємства технологічного та комерційного «почину». На кінець 2012 року вартість чистих активів 973 венчурних інвесторів в Україні склала 129,5 млрд грн. З 2009 року ринок венчурного фінансування зростає у середньому на 28 % за рік [6]. Реалізація комерційного інтересу венчурного фінансування для банку полягає в тому, щоб підприємство успішно розвивалося та через 3–5 років підвищило свою вартість у 4–5 разів, забезпечивши таким чином у середньому 30–40 % щорічного зростання.

Проектне фінансування потрібно розглядати як систему суспільно-економічних відносин між учасниками угоди в процесі здійснення комплексу заходів з приводу інтегрованого фінансу-

вання, організації та управління інноваційними проектами на партнерських умовах. Цей вид фінансування є доцільним на початковій стадії інноваційного проекту. Досвід вказує на можливість покриття до 90 % потреб у капіталі.

Комерційні банки беруться за кредитування інноваційних проектів здебільшого лише у випадку, коли існує реальний дослідний зразок продукції, ще краще — зразок адаптований до ринку. В такому разі кредитор буде відштовхуватись від рентабельності і термінів окупності. Якщо рентабельність набагато перевищує позичковий відсоток, то кредитор буде схилитись до схеми венчурного фінансування. В ситуації, якщо розрахункова рентабельність інноваційного проекту приблизно рівна позичковому відсотку, більш прийнятним є консорціум чи проектне кредитування.

Доцільно було б дотримуватись умови: обсяг інноваційного кредиту залежить від обсягу власних коштів, які були інвестовані виробником за попередні роки. За 2010 рік фінансовими компаніями України було надано гарантій на 502,6 млн грн, а за 2011 — 204,6 млн грн (на 59 % менше) [4]. Відповідний обсяг гарантійних операцій не дозволяє виділити позитивні зрушення на ринку фінансових послуг.

В Україні доцільно створити працюючий банк розвитку. У 2004 році був створений ПАТ «Український банк реконструкції та розвитку» (УБРР), 99,994 % акцій належить Державній інноваційній фінансово-кредитній установі. Першочерговим є питання надання Банку розвитку спеціального статусу, щоб він міг повноцінно виконувати функцію фінансування проектів на неконкурентній і неприбутковій основі.

Українська банківська система переживає ряд труднощів, що стримують розвиток кредитування інноваційної сфери: обмеженість довгострокових фінансових ресурсів; високі відсоткові ставки за кредитами; складність залучення рефінансування Національного банку України; відсутність надійної системи оцінювання та страхування кредитних ризиків, що є причиною зростання обсягів проблемних кредитів; структура банківської системи переживає низку змін викликаних зменшенням частки західних інвесторів і розширенням діяльності російських і національних власників.

Розрив між реальною інноваційною економікою та фінансовими інститутами є основним стримуючим чинником форсованого інноваційного розвитку в Україні. Згідно опитування американського соціологічного центру Інституту Геллапа у 2012 році фінансовим установам в Україні довіряють 28 % громадян, а не довіряють 61 %. Для порівняння в Грузії готові мати справу з на-

ціональними банками 62 %, у Білорусі — 47 %, у Росії — 33 %. Процес подолання цього розриву має нести в собі системну єдність 3 цілей:

- підвищення довіри до фінансових інститутів;
- підвищення інтересу фінансових інститутів до інноваційної сфери;
- зменшення ризикованості операцій.

Першу ціль слід досягти за рахунок підвищення інвестиційного потенціалу населення і підприємств як основного фактору зміни структури пасивів комерційних банків за рахунок підвищення частки довгострокових депозитів. У теорії зниження нормативів ліквідності може вивільнити достатньо ресурсів для довгострокового кредитування. Цей захід можна доповнити зниженням нормативів кредитного ризику та інвестування.

Принципи, на яких має базуватися регулювання банківських ризиків: диференційованість, безперервність, комплексність, гнучкість, аутсорсинг, фінансові інновації. Також варто створити спеціальну Державну страхову компанію і розвивати лізингові схеми кредитування.

**Висновки з проведеного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Результати дослідження показали, що нині фінансово-кредитна система України неспроможна забезпечити потенціальних інвесторів доступним кредитним ресурсом, а отже і конкурентоспроможності національного виробника на світовому ринку. Банкам вигідніше здійснювати спекулятивні короткострокові операції і в такий спосіб гарантувати собі дохід на достатньому рівні, що є наслідком відсутності механізмів і досвіду фінансування інноваційних проектів. А фондовий ринок України, як інтегруюча складова ринку позичкового капіталу, характеризується низькою ліквідністю цінних паперів.

Реальний добробут українців залежать від розміру фінансування нових ідей і рішень, кредит посідає друге місце серед усіх інструментів підтримки інноваційної діяльності в Україні. Основним фактором, що стимулює фінансування інноваційних проектів за рахунок позичкового капіталу, є відповідність ставки відсотку ризикам платоспроможності. Щоб підвищити інтерес банків до фінансування інноваційних процесів, слід досліджувати та впроваджувати такі ініціативи: спеціалізовані банківські установи, розвивати інститути спільного кредитування, вввести спеціальний режим обліку цінних паперів під інноваційні проекти.

## Література

1. Асоціація «Українське об'єднання лізингодавців» (УОЛ). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.uul.com.ua/press/events/item\\_436/](http://www.uul.com.ua/press/events/item_436/)
2. *Васильєва Т. А.* Банківське фінансування інноваційної діяльності: Монографія. — Суми: Ділові перспективи, 2006. — 60 с.
3. *Жаліло Я. А.* Зарубіжний досвід позичкового фінансування державою інвестиційних проектів. — 2008. — С. 494–501.
4. Національна комісія України, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (НКЦПФР). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/731.html>
5. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році» / Державна служба статистики України. За ред. І. В. Калачової. — К., 2012. — 305 с.
6. Українська Асоціація Інвестиційного Бізнесу (УАІБ). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uaib.com.ua/>
7. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 453 с.
8. *Mintz J. M., Smart M.* Incentives for Public Investment under Fiscal Rules / World Bank Policy Research Working Paper 3860, March 2006. — p. 20. [in English]

## Reference

1. Association «Ukrainian Union of Lessors» (UUL). [E-resource]. — Mode of access: [http://www.uul.com.ua/press/events/item\\_436/](http://www.uul.com.ua/press/events/item_436/) [in Ukrainian]
2. *Vasileva T. A.* Bank financing innovation activity: Monograph. — Sumy: Business Perspectives. 2006. — 60 p. [in Ukrainian]
3. *Zhalilo Y. A.* Foreign experience of government loan finance of investment projects. — 2008. — P. 494–501. [in Ukrainian]
4. National Securities And Stock Market Commission of Ukraine (NSSMC). [E-resource]. — Mode of access: <http://www.dfp.gov.ua/731.html> [in Ukrainian]
5. Statistical Yearbook «Scientific and innovative activity in Ukraine in 2011» / State Statistics Service of Ukraine. Edited by I.V. Kalachova. — Kiev, 2012. — 305 p. [in Ukrainian]
6. Ukrainian Association of Investment Business (UAIB). [E-resource]. — Mode of access: <http://www.uaib.com.ua/> [in Ukrainian]
7. *Schumpeter J. A.* The theory of economic development. — Moscow: Progress, 1982. — 453 p. [in Russian]
8. *Mintz J. M., Smart M.* Incentives for Public Investment under Fiscal Rules / World Bank Policy Research Working Paper 3860, March 2006. — p. 20.

Стаття надійшла до редакції 05.06.2013 р.

**Красножон С. В.**, к. е. н., доц.  
кафедри банківської справи  
ДВНЗ «КНЕУ  
імені Вадима Гетьмана»

## СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

**Krasozhon S. V.**,  
associate professor  
Vadim Hetman Kyiv National  
Economic University

## STIMULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE

**АНОТАЦІЯ.** Стаття присвячена основним питанням інноваційного розвитку, щодо визначення основних напрямків стимулювання та джерелам фінансування інноваційної діяльності.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА.** Інновації, науково-технологічні проекти, модернізація, інвестиційна діяльність, ефективність.

**ANNOTATION.** The article is sanctified to the basic questions of innovative development, that to determination of basic directions of stimulation and to the sourcing of innovative activity.

**KEYWORDS.** Innovations, scientific and technological projects, modernization, investment activity, efficiency.

**Постановка проблеми.** Уповільнення останнім часом темпів зростання основних макроекономічних показників супроводжується в українській економіці нагромадженням макроекономічних диспропорцій і суперечностей і зниженням урегульованості економіки. Основними проблемами сучасної науково-технічної політики в Україні залишаються:

- низький рівень попиту на інноваційні розробки;
- недосконалість системи фінансування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт;
- неефективна організація та управління підготовкою, освоєнням і виробництвом нових товарів;
- неузгодженість науково-технологічних проектів підприємств, що не дозволяє підвищити ефективність використання обмежених ресурсів і переваг спеціалізації в межах окремих регіонів.

У ході модернізації зростає роль економічних організацій у житті суспільства, посилюється їх незалежність від політики та ідеології. Відбувається внесення стандартних, простих вироб-

ництв і рутинної праці до периферійних районів. Структурні зміни, які спостерігаються нині, призводять до поглиблення розриву між економічними ядрами і периферією. В економічних ядрах відбуваються процеси централізації і концентрації, а в периферійних районах процеси децентралізації та деконцентрації.

**Аналіз досліджень і публікацій з проблеми.** Дослідження існуючих теорій інновацій відображено у статтях О. Г. Баранова, Н. С. Бондаренко, І. Б. Дашковської, І. Волошин, Н. В. Кузьминчук, Т. М. Куценко, О. Д. Муляр, Р. М. Нуреева, О. А. Пестової, В. Є. Расихіної, П. В. Ткаченко, О. П. Чепурної та інших. Сутність категорій «інновації» та «інноваційний розвиток» є предметом дослідження у роботах Л. І. Федулової, С. М. Сіренко, П. Т. Саблука, Ю. С. Погорелова, Р. А. Фатхудинова та ін. У роботах зазначених учених проведено огляд теорій інновацій,ведено визначальне значення інноваційної діяльності в системі світової та національних економік, їх роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, наведені різні системи класифікаційних ознак інновацій та критерії оцінки їх ефективності на мікро-, мезо- та макрорівнях.

**Мета статті** полягає в удосконаленні теоретичних і розробці науково-практичних рекомендацій щодо формування організаційно-економічних умов інноваційного розвитку країни в умовах глобалізації.

**Виклад основного матеріалу.** Досліджуючи структурні джерела економічного розвитку, американський учений М. Портер виділив чотири стадії конкурентоспроможності національної економіки і відповідні джерела економічного розвитку [1]:

1. Розвиток на основі виробничих факторів. Стадія факторів виробництва: конкурентоспроможність обумовлена наявністю природних ресурсів, кліматичних умов, надлишкових трудових ресурсів тощо; використовуються прості технології.

2. Розвиток на основі інвестицій. Стадія інвестицій: національні фірми стають спроможними інвестувати гроші в купівлю технологічних ліцензій, сучасне ефективне обладнання з використанням досягнень зарубіжних технологій.

3. Розвиток інноваційної діяльності. Стадія нововведень: національні фірми спроможні удосконалювати та створювати нові технології; внутрішній попит достатній для сприяння таких технологій; державне регулювання підприємницької діяльності має непрямий характер.

4. Розвиток, як засіб підвищення добробуту. Стадія добробуту: капітал переміщується до фінансової сфери.

Особливістю України в цьому питанні є те, що вона перебуває одночасно на різних конкурентних стадіях: стадія факторів виробництва, але деякі підприємства перебувають на стадіях інвестицій і нововведень. Тому, для економіки України потрібна розробка диференційованих стратегій для різних секторів економіки на різних стадіях розвитку.

Практична реалізація інноваційного шляху розвитку економіки передбачає формування певної моделі розвитку.

У кожній країні формування такої моделі, безумовно, відбувається під впливом безлічі факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Можна виділити найефективніші методи активізації інноваційного розвитку: паралельна реалізація науково-технічних програм; стратегічні міжнародні союзи, технополіси; створення телекомунікаційних мереж; ризиковий капітал і венчурні фірми; селективне заохочення імпорту.

Так, принцип паралельної реалізації науково-технічних програм передбачає реалізацію низки завдань: створення конкуренції серед розробників, поєднання зусиль, підтримка постійних контактів між компаніями-розробниками.

Сучасні непрямі методи регулювання припускають заохочення науково-технічних корпорацій, розвиток інноваційної інфраструктури, розробку довгострокових технологічних прогнозів, спрощення процедур створення інноваційних компаній.

Згідно з Концепцією науково-технологічного та інноваційного розвитку України, прийнятої 13 липня 1999 р., головними цілями інноваційного розвитку України є [2]:

- підвищення ролі наукових і технологічних факторів у подоланні кризових явищ у соціально-культурній сфері;
- збереження, ефективне використання та розвиток національного науково-технологічного потенціалу;
- технологічне переобладнання та структурна перебудова виробництва;
- збільшення експортного потенціалу;
- збереження довкілля та ефективне використання природних ресурсів;
- створення достатньої кількості робочих місць;
- відродження творчої діяльності в науково-технологічній сфері;
- розвиток людини, захист її здоров'я та навколишнього середовища;
- створення умов для високопродуктивної праці.

Визначальним орієнтиром інноваційної стратегії має стати забезпечення готовності національної економічної системи та

суб'єктів господарювання до широкомасштабного здійснення інноваційної діяльності та функціонування в умовах інноваційного розвитку. Відтак інноваційний розвиток України має базуватися:

— здійснення цілеспрямованої державної промислової та інвестиційної політики, спрямованої на активізацію нововведень, як пріоритетної складової загальної стратегії соціально-економічного розвитку держави, забезпечення єдності структурної та інноваційної політики;

— створення сприятливих інституційних умов для інноваційної діяльності підприємств; запровадження пільгового режиму здійснення інноваційної діяльності; удосконалення механізмів фінансування інноваційної діяльності;

— застосування засобів захисту національного ринку, виробництва та капіталу, заохочення їхнього розвитку;

— послідовне збільшення сукупного попиту, вдосконалення інфраструктури ринків з метою підвищення питомої ваги складних, наукоємних продуктів в особистому та виробничому споживанні;

— створення умов для реалізації вітчизняними підприємствами наступальної стратегії на зовнішніх ринках, підтримки конструктивної конкуренції на внутрішньому ринку, яка заохочуватиме підприємства до інноваційної діяльності;

— диверсифікація інноваційних форм функціонування національної економіки, забезпечення співпраці малих, середніх і великих підприємств, підтримки провідних великих підприємств, які мають змогу реалізувати загальнодержавні інноваційні пріоритети, розвитку науково-виробничої кооперації, венчурного бізнесу, промислово-фінансової інтеграції, в тому числі на міжнародному рівні;

— забезпечення тісної інтеграції виробництва, фінансів, науки, освіти з метою сприяння випереджувальному розвитку науково-технологічної сфери;

— пріоритетний розвиток людського капіталу як основи майбутнього постіндустріального суспільства.

Реалізація комплексу заходів стимулювання інноваційної діяльності, передбаченого чинним законодавством, в умовах несприятливого інвестиційного клімату, містить серйозну загрозу нецільового використання передбачених коштів і пільг, поширення «фіктивних» інновацій, відкачування оборотних коштів підприємств до псевдоінноваційних підприємств та їхнього використання для прискорення витоку за кордон інтелектуального продукту, який не доходить до стадії впровадження в Україні.

З огляду на це, провідним напрямом у процесі переходу України до інноваційного розвитку має стати поліпшення інвестиційного клімату та всебічне стимулювання національного капіталотворення та інвестиційних процесів. Ключовим засобом на цьому шляху є виведення витрат підприємства на інвестиції в основні фонди з-під оподаткування податком на прибуток. Саме цей крок може надати суттєве прискорення розвитку інвестицій в Україні. Через значну обмеженість інвестиційних ресурсів, слід цілеспрямовано направити їх концентрацію на інноваційний розвиток. З цією метою мають здійснюватися такі заходи:

- узгодження грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики із завданнями інвестиційної стратегії;
- стимулювання капіталовкладень у реконструкцію, оновлення і створення інфраструктури виробництва;
- заохочення надання комерційними банками кредитів під інвестиційні проекти, які передбачають інноваційну діяльність;
- забезпечення прозорості процесів надання податкових стимулів інноваційної діяльності, надання допомоги в одержанні належних пільг і відстрочок, податкові канікули на час повернення підприємством інвестиційного кредиту;
- надання правового та методичного сприяння утворенню малих підприємств, насамперед, інноваційного спрямування, іншим формам самостійного інвестування заощаджень і самозайнятості населення, спрямованим на активізацію інноваційної діяльності та розвиток людського капіталу нації;
- широка роз'яснювальна та пропагандистська робота щодо формування ідеології Інноваційного інвестування як інвестування в майбутнє держави, престижності та економічної вигідності інноваційної діяльності, пропаганда досвіду найбільших і найуспішніших національних інвесторів.

Попри визнання провідної ролі інвестицій, які здійснюються з внутрішніх джерел фінансування, в політиці забезпечення інноваційного розвитку значна увага має приділятися створенню сприятливих умов для залучення в українську економіку іноземних інвестицій. Потреба залучення іноземних інвестицій під конкретні програми і проекти, які мають інноваційне спрямування, потребує подальшого формування організаційного механізму залучення іноземних інвестицій. З метою забезпечення інноваційної спрямованості іноземних інвестицій слід здійснювати такі заходи:

- зниження рівня оподаткування підприємств з іноземними інвестиціями у галузях економіки, які належать до пріоритетних

напрямів інноваційної діяльності, при перевищенні інвестиціями певного розміру або виконанні завдань здійснення інноваційної діяльності;

- заохочення спільного фінансування інвестиційних проєктів вітчизняними та зарубіжними інвесторами, з метою залучення сучасних виробничих, маркетингових, управлінських та організаційних інновацій;

- удосконалення організаційно-правових механізмів міжнародного трансферу технологій;

- всебічна підтримка створення промислово-фінансових груп з спрямуванням їх ресурсів на реалізацію довгострокових інвестиційних проєктів і проєктів, що вимагають значних обсягів інвестицій, за рахунок корпоративного фінансування цих проєктів вітчизняними та зарубіжними суб'єктами;

- формування загальнонаціональної інформаційної мережі спеціальних інституцій, аудиторських, консалтингових фірм, які виступатимуть джерелом достовірної інформації про інвестиційні можливості підприємств, галузей і регіонів, інвестиційні перспективи, умови діяльності іноземних капіталів на території України, становище на ринках, виробничий, науково-технологічний, кадровий потенціал, макроекономічне становище, правове середовище тощо;

- будівництво бізнес-центрів, у тому числі, у невеликих містах — центрах регіонів, розвиток яких визначено як структурний пріоритет, за рахунок як державних, так і приватних інвестицій.

Реалізація конкретних завдань інноваційної стратегії вимагає насамперед визначитися з типом її побудови, від якого залежить логіка та послідовність застосування безпосередніх інструментів. Таких типів може бути кілька.

1. Підтримка впровадження дифузії інновацій, тобто їхнього копіювання шляхом купівлі патентів і технологій за кордоном з метою подальшого самостійного удосконалення. Такий шлях має як переваги, так і породжує серйозні макроекономічні проблеми. Головною з них може стати перехід розвитку економіки країни на рейки так званого «наздоганяючого розвитку», який поставить країну перед необхідністю постійних витрат на закупівлю все нових і нових технологій. Такі витрати можуть надто зрости, що спричиниться до відволікання значних коштів за рахунок соціальних та інших важливих витрат.

2. Підтримка іноземної високотехнологічної експансії з метою інтеграції в передові транснаціональні корпорації та отримання таким чином ефекту копіювання передових технологій,

підвищення кваліфікації трудових ресурсів. Такий шлях ставить у залежність економіку України від іноземного інвестування, призводить до значного відтоку прибутків з країни. На нашу думку, експансія іноземного капіталу в цілому приносить національній економіці в стратегічній перспективі більше переваг, ніж втрат, лише в разі збалансованого іноземного інвестування, тобто в разі присутності українського капіталу в економіках країн походження іноземних інвестицій.

3. Підтримка «точок зростання», тобто тих галузей чи підприємств, які досягли певних успіхів у науково-технічних розробках, мають людський та інфраструктурний потенціал для ефективного інноваційного розвитку та здатні через свої масштаби стати «локомотивами» зростання, тобто можуть спонукати до розвитку суміжні галузі, споріднені виробництва та наукові дослідження і, зрештою, визначити спеціалізацію України на міжнародних ринках.

Сучасна «нова економіка», яка здобуває поширення в світі і розвиток якої є одним із завдань інноваційного розвитку України, діє на міждисциплінарному, інтегративному рівні, спираючись на залучення в сферу своєї дії великої кількості різноманітних галузей.

Це спонукає до переходу від галузевих пріоритетів інноваційної стратегії до функціональних, що полягатиме в мобілізації та розширенні національних конкурентних переваг.

Інструменти інноваційної політики держави повинні бути спрямовані на дієве стимулювання інноваційної діяльності підприємств, мобілізацію фінансових, матеріальних, людських та організаційних ресурсів для реалізації завдань інноваційного розвитку відповідно до наведених вище орієнтирів.

### **Висновки**

Уповільнення з другої половини 2001 року темпів зростання основних макроекономічних показників супроводжується в українській економіці нагромадженням макроекономічних диспропорцій і суперечностей і зниженням урегульованості економіки. В економіці України посилився вплив серйозних макроекономічних проблем:

- дефляції, яка відбувається на тлі зростання основних показників внутрішнього ринку та суттєвого збільшення грошової пропозиції;
- збільшення розриву між дисконтною ставкою НБУ та ставками по кредитах комерційних банків, що веде до зростання реальних процентних ставок;

- погіршення становища у фінансовій сфері, зростання недоходжень до державного бюджету;
- подальшого зростання заборгованості суб'єктів господарювання, скорочення залишків коштів на їхніх банківських рахунках;
- прискорення відпливу іноземних інвестицій з України.

Головною причиною такої ситуації є, насамперед, те, що, за умов відсутності системної інвестиційної політики, у міру досягнення межі завантаження виробничих фондів потенціал економічного зростання підійшов до межі вичерпання. Складовими цього процесу є:

- зниження темпів зростання експорту. Кошти, отримані національною економікою під час сприятливої кон'юнктури для експорту металопродукції, не було використано належним чином на інвестиції в більш технологічні галузі, які могли б досягти конкурентоспроможності на світовому ринку;

- вичерпання ефекту девальвації гривні. За підрахунками експертів, ревальвація гривні поступово підвищила курс;

- вичерпання позитивного ефекту збільшення доходів населення. Протягом 2001—2010 року спостерігалось поступове випередження темпів зростання доходів населення над темпами зростання роздрібного товарообороту, причому з початку нинішнього року цей розрив посилюється;

- збільшення імпорту споживчих товарів, яке підтримується ревальваційними тенденціями;

- втрата стимулюючого ефекту ремонетизації товарно-грошового обігу у зв'язку з тим, що падіння реальної швидкості обороту грошей перевищило темпи збільшення грошової пропозиції та призвело до створення дефіциту ресурсів на ринку безготівкових коштів.

В умовах глобалізації великого значення для позиціонування країни на високому рівні інноваційного розвитку має використання можливостей міжнародного співробітництва. Серед таких факторів надзвичайно важливим є залучення зарубіжних інвесторів до розвитку вітчизняної інноваційної сфери. Вирішення проблеми залучення зарубіжних інвесторів має здійснюватись такими заходами:

- ♦ поліпшення загальних умов для інвестицій в економіку України;

- ♦ створення законодавчих норм, Ідентичних для вітчизняних і зарубіжних інвесторів;

♦ розробка єдиних критеріїв оцінки інвестиційної привабливості інноваційних програм і проектів.

Залучення інвестицій з різних груп країн має свої особливості. Що стосується інвестицій з країн СНД, перш за все із Росії, то необхідно стимулювати відповідну взаємодію у рамках вже існуючих численних угод і міждержавних домовленостей. Доцільною є державна підтримка пріоритетних проектів за рахунок залучення як державних, так і приватних інвестицій в авіаційну, космічну та деякі інші галузі.

### **Література**

1. *Портер М. Е.* Конкуренция / Портер М. Е. ; пер. с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. — 608 с.

2. Закон України від 05.12.2012 «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 285-ХVI // Відомості Верховної Ради України. — № 23. — С. 20.

3. *Чайковская Н. В., Панягина А. Е.* Сущность инноваций: основные теоретические подходы / Н. В. Чайковская, А. Е. Панягина // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. — № 4. — 2011. — С. 47—57.

4. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер; [Воспроизведено по изданию: — М.: Прогресс, 1982. Пер. В. С. Автономов и др.]. — М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. — 403 с.

### **Reference**

1. *Porter M. E.* Competition / Porter M. E.; transl.engl. — M.: Publishing house «Wialiams», 2005. — 608 p. [in Russian]

2. Law of Ukraine from 05.12.2012 «about scientific and scientific and technical activity» N 285-XVI// Lists of supreme soviet of Ukraine. — N 23. — Pp 20. [in Ukrainian]

3. *Chaykovscaya N. V., Panyagina A. E.* Essence of innovations : basic theoretical approaches / N. V. Chaykovscaya, A. E. Panyagina // Modern economy: problems, tendencies, prospects. — N 4. — 2011. — P. 47—57. [in Russian]

4. *Shumpeter Y. A.* Theory of economic development/ Y.A. Shumpeter [It is reproduced: — M.: Progress. — 1982. transl. V.S. Avtonomov...] — M: Directmedia Pableshn. — 2008. — 403 p. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 12.05.2013 р.

**Федько Я. В.**, здобувач, асистент  
кафедри економічної теорії  
та прикладної статистики,  
ДВНЗ «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка»

## **РОЛЬ І МІСЦЕ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

**Fedko Y. V.**, applicant  
assistant of the department economic theory  
and applied statistics  
State Institution «Lugansky National University  
named after Taras Shevchenko «

## **THE ROLE AND PLACE PATRIOTIC METALLURGY IN THE ECONOMY OF UKRAINE AND THE WORLD**

**АНОТАЦІЯ.** У статті обґрунтовано місце та роль вітчизняної металургії в економіці України. Проведено аналіз експорту та імпорту основних видів продукції металургійної галузі за останні роки. Визначено місце України на світовому ринку металу та напрямки розвитку вітчизняної металургії.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** металургія, експорт, імпорт, продукція.

**ANNOTATION.** The paper justified the place and role of domestic industry in the economy of Ukraine. An analysis of exports and imports of basic products of metallurgical industry in recent years. The place of Ukraine in the world metal market and the direction of development of domestic industry.

**KEYWORDS:** metallurgy, exports, imports, production.

**Постановка проблеми.** Металургійна промисловість — одна з найважливіших галузей у сучасній структурі промислового комплексу України. Цій галузі належить одне з провідних місць в економіці нашої держави. Від обсягу виробництва та якості металопродукції залежить розвиток всієї економіки. Продукція металургійного виробництва має велике значення у зовнішній торгівлі України, є її головною експортоспроможною галуззю.

Неефективна структура і висока енергоємність металургійного виробництва в Україні, зростання цін на енергоносії спонукали підприємців шукати способи підвищення ефективності господарської діяльності. Так, до початку світової економічної кризи на багатьох підприємствах галузі започатковані проекти модернізації виробництва. Під час кризи роботи довелося при-

зупинити. У наслідок цього до тепер у металургії відбувається лише незначна модернізація виробництва та підвищення цін на металопродукцію. Зазначені процеси знаходить своє відображення в погіршенні результативних показників діяльності підприємств металургійної галузі протягом останніх років, скороченні частки експорту металопродукції, збільшенні частки імпорту основних видів металопродукції. Це, в свою чергу, відображено у зменшенні валютних надходжень до державного бюджету України та зменшенні частки експорту продукції вітчизняної металургії на світовому ринку. Отже, за відсутності достатньої державної підтримки у вирішення актуальних проблем, що постають сьогодні перед підприємствами металургійної галузі, Україна може втратити металургію, як експортоспроможну галузь.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженням проблем ролі та розвитку вітчизняної металургійної галузі займалися вчені Амоша О. І., Аптекарь С. О., Геєць В. М., Богачов А., Чайка В. В., Шакура О. А., Музиченко А. Г., Кошелєва Є. Г., Мельник Д., Ращупкина В. Н., Харахулах В. С., Лісовий В. В., Мельник В. М., Кравченко Ю. та ін. На порядку денному постають актуальні питання комплексного дослідження стану та розвитку вітчизняної металургії в умовах ринку. Значну увагу необхідно приділяти операціям експорту та імпорту металопродукції та на базі проведеного аналізу визначити перспективи розвитку галузі.

**Мета статті** полягає у визначенні ролі металургії для розвитку економіки України на сучасному етапі, зокрема значення металопродукції у зовнішній торгівлі України, а також окреслення перспектив розвитку металургії з урахуванням існуючих проблем, що стримують розвиток галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Роль вітчизняної металургії для економіки України полягає, перш за все, в тому, що вона має значний внесок у виробництво ВВП (близько 30 %) і близько 3 % експорту продукції, таким чином забезпечує надходження валюти в країну (понад 40 %) [1].

У 2013 р., за даними World Steel Association, в Україні було вироблено 32,869 тис. т сталі. При цьому Україна входить до числа провідних країн-експортерів металопродукції, конкуруючи з Японією, Росією і Китаєм. Щорічно майже 80 % виплавленої в країні сталі відправляється за кордон. При цьому близько 40 % українського експорту припадає на напівфабрикати, насамперед на заготовки. У географічному розрізі більш 40 % продукції галузі направлялося в країни Близького Сходу й Північної Африки,

включаючи Туреччину — найбільшого (поряд з Росією) покупця української сталі [2].

Значна частка експорту в загальному обсязі виробництва сталі впливає на розвиток металургійного комплексу України, що знаходить своє вираження в прагненні адаптувати наявні потужності й технології до вимог світового ринку по якості й вартості продукції. Так, стратегія мінімізації витрат визначила прагнення багатьох виробників обмежуватися проведенням різного роду напівфабрикатів (слябів, довгомірних квадратних і круглих заготовок та ін.), на які значно легше одержати торговельні квоти й, меншою мірою, поширюються вимоги міжнародних правил сертифікації.

Виходячи з цього, Україна залишається одним із найбільших виробників і експортерів чорного металу в світі. За обсягами виробництва сталі у світі Україна у 2008 р. посіла 10 місце після таких країн, як Китай, країни Євросоюзу, а також Японія, США, Росія, Південна Корея, Німеччина, Туреччина, Бразилія (рис. 1).

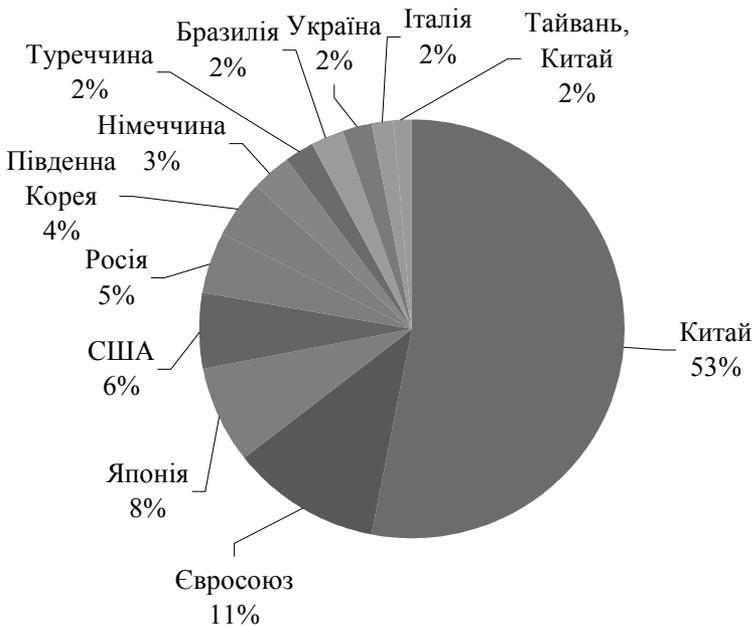


Рис. 1. Структура виробництва сталі в світі в 2013 р.

Джерело: складено автором за даними World Steel Association [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/>.

Світова фінансово-економічна криза негативно вплинула на розвиток вітчизняної металургійної галузі.

Порівняно з іншими країнами світу на масштаби кризових явищ в Україні вплинули такі фактори:

- нерозвиненість внутрішнього ринку металопродукції;
- техніко-технологічне відставання галузі;
- висока ресурсоемність виробництва, що підвищує собівартість металопродукції та знижує її цінову конкурентоспроможність [3].

Падіння у вітчизняній металургійній промисловості спричинило погіршення соціально-економічного стану національного господарства України в цілому. І як наслідок: зменшення податкових і валютних надходжень; скорочення кількості робочих місць і зменшення заробітної плати робітників як у самій металургії, так і в суміжних галузях.

У цілому, кризові явища, у надмірно зорієнтованій на експорт українській металургії, були зумовлені значними змінами у кон'юктурі глобального металоринку. Це призвело до погіршення стану та розвитку металургійної галузі, перш за все, до зменшення валютних надходжень від експорту металопродукції.

Така ситуація пояснюється тим, що у період кризи вітчизняні виробники металопродукції змушені експортувати напівфабрикати, частка яких у загальній структурі експорту протягом останніх років зросла. Крім того, якість металопродукції почала значно відставати від світових стандартів.

До основних видів продукції металургійної галузі, що експортуються, відносять феросплави, прокат чорних металів, труби з ливарного чавуну і чорних металів (рис. 2).

Найбільші надходження від експорту основних видів металопродукції припали на 2008 рік і склали 15904,8 млн дол. США. У наступному році спостерігалось скорочення обсягів до 7083,3 млн дол. США [4].

Протягом наступних двох років експорт основних видів металопродукції активізується. Але в 2012 році знов скорочується і складає 10781,2 млн дол. США.

Це пов'язано з тим, що вітчизняні виробники металургійної продукції суттєво залежать від світової кон'юнктури, імпортних енергоресурсів (передусім, природного газу), мали велику собівартість продукції, застарілу технологічну структуру, обмежені можливості збуту на ринку. І саме це стало причиною того, що сектор металургії виявився одним із найуразливіших в умовах

світової фінансової кризи 2008 року. Українська металургія впродовж останніх 12 років залишається зорієнтованою на експорт: більша частина виробленої продукції реалізується на зовнішніх ринках. Як неодноразово зазначалося, така висока залежність від зміни кон'юнктури на зовнішніх ринках в умовах нерозвинутого внутрішнього ринку є основним ризиком для розвитку української металургії.

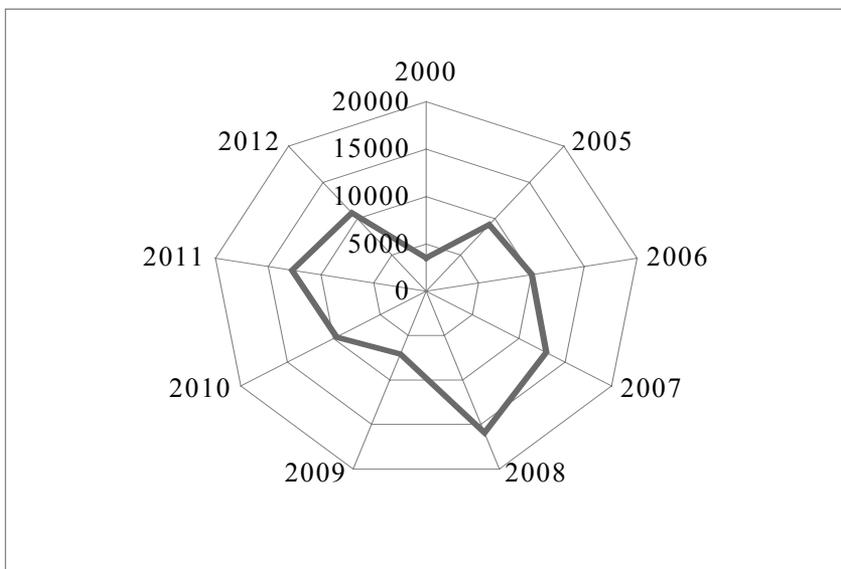


Рис. 2. Динаміка експорту основних видів металопродукції в Україні за 2000—2012 рр., млн дол. США

*Джерело:* складено автором за даними Держаної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

У 2012 році феросплавів вироблено всього 796,1 тис. т, що значно менше ніж у 2000 році. Це пов'язано з тимчасового зупинення виробництва цієї продукції функціонування основними виробниками через підвищення оплати за енергоносії. Згідно цього знизився і експорт феросплавів (рис. 3).

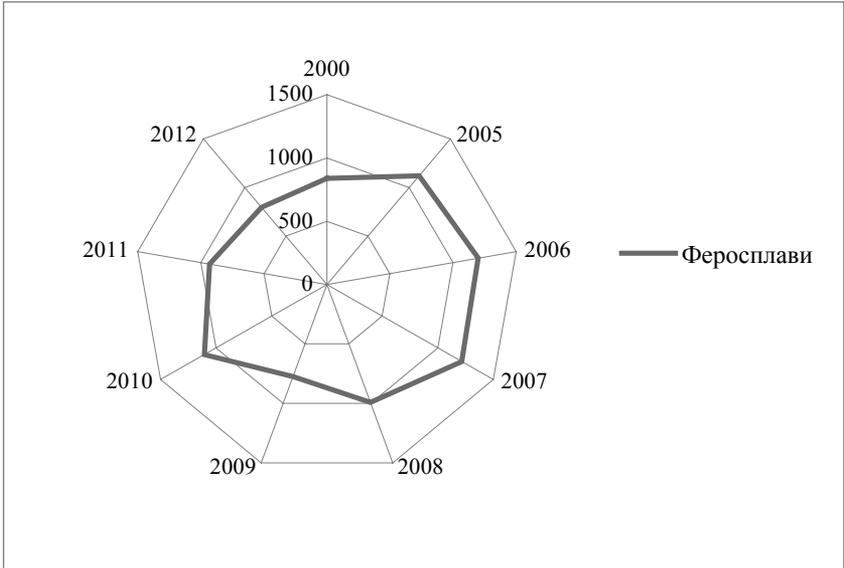


Рис. 3. Динаміка експорту феросплавів в Україні за 2000—2012 рр., тис. т

*Джерело:* складено автором за даними Держаної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Експорт готового прокату чорних металів складає в середньому 74 % надходжень від загального експорту основних видів металопродукції за рік. Протягом останніх п'яти років експорт прокату має тенденцію до поступового скорочення. У 2012 році експортовано найменший обсяг прокату за останні роки, що склало 12305,7 тис. т (рис. 4). Це пов'язано з тим, що вітчизняний прокат має низький рівень якості порівняно зі світовими стандартами.

Експортно-орієнтована модель економічного зростання, що реалізувалася в металургійній галузі протягом докризового періоду, забезпечувала відносно стабільний результат за рахунок сприятливої кон'юнктури зовнішніх ринків. Розвиток металургійної галузі супроводжувався супутніми негативними тенденціями: зростанням частки імпорту. В першу чергу це стосується прокату. І, як наслідок, поступове скорочення частки експорту прокату чорних металів, збільшення частки імпорту прокату більш високої якості ніж вітчизняний (рис 5). Власне виробництво забезпечує близько 2/3 сировинних ресурсів для галузі, решту складає імпорт.

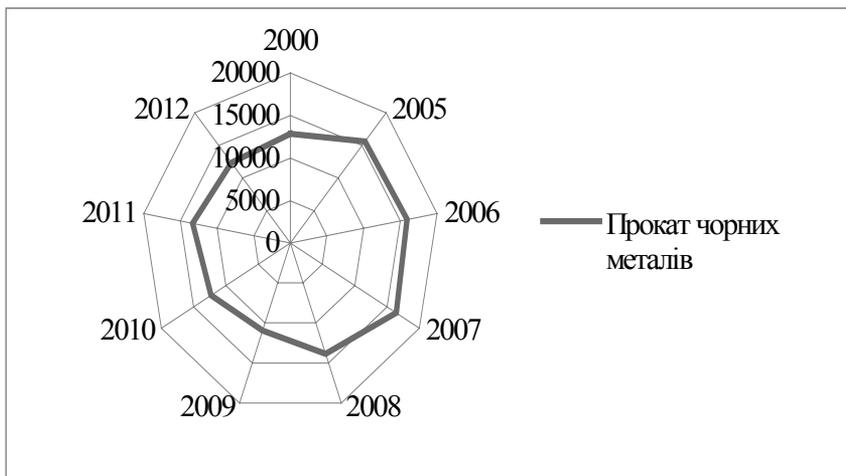


Рис. 4. Динаміка експорту прокату чорних металів в Україні за 2000—2012 рр., тис. т

*Джерело:* складено автором за даними Держаної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

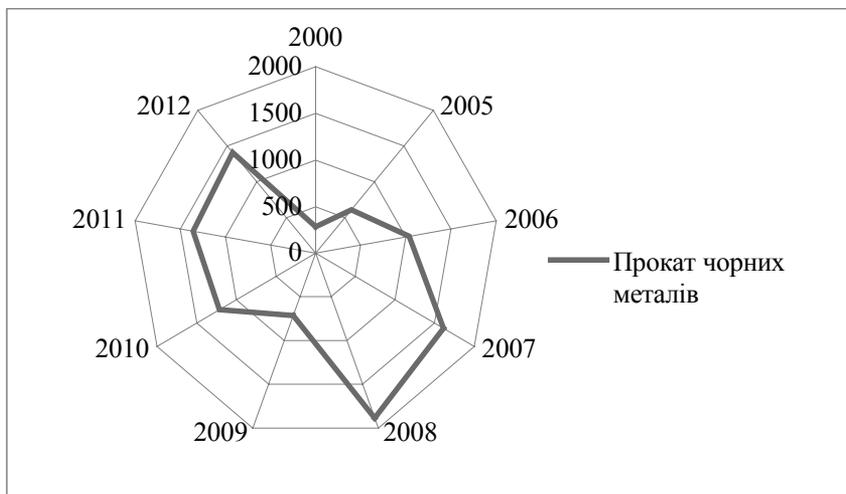


Рис. 1.5. Динаміка імпорту прокату чорних металів в Україні за 2000—2012 рр., тис. т

*Джерело:* складено автором за даними Держаної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

У цілому доля імпорту прокату чорних металів у 2012 році збільшилася на 80 % порівняно з 2000 роком, відповідно витрати на імпорт прокату збільшилися на 1276,5 млн дол. США.

У сучасних умовах на державному рівні слід проводити політику підтримки металургії за такими напрямками:

- *Розвиток внутрішнього ринку*

Зазначимо, що критерієм Світового банку у класифікації країн за рівнем розвитку індустрії є показник металоємності основних фондів, який для краї з високим рівнем індустрії становить 1000 т/км<sup>2</sup>. У результаті скорочення металофонду в період 1990—2012 рр. на 170 млн т Україна за визначеним критерієм втрачає статус розвиненої індустріальної держави [5].

За умови фінансування, оновлення та розвитку інфраструктури в Україні в необхідному обсязі можливе прискорення розвитку внутрішнього ринку прокату до рівня 19 млн т у 2015 р. і 28 млн т у 2020 р. (рис. 7).

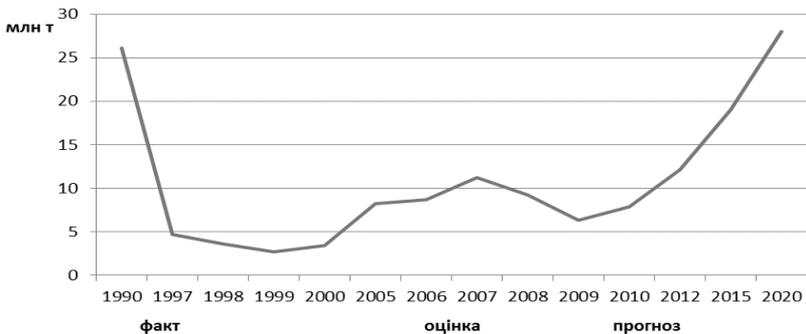


Рис. 7. Очікуваний розвиток внутрішнього ринку за умови фінансування оновлення та розвитку інфраструктури

Джерело: НАН України [Електронний ресурс]. — Режим доступ: <http://www.ukrstat.gov.ua>. <http://www.idss.org.ua/monografii/handop1.pdf>

- *Зменшення собівартості металургійного виробництва*

В Україні з початку кризи заморожені тарифи на перевезення і скасована цільова надбавка на природний газ. Це посилило позиції українських виробників за показниками собівартості серед інших конкурентів, дало змогу збільшити поставки на ринок Китаю й отримати критично важливий портфель експортних замовлень. Доцільно продовжити дію таких заходів у найближчі роки.

- *Стимулювання та підтримка технічного переозброєння*

Ключовим ризиком поточної роботи металургійного сектору України є технічна і технологічна відсталість. Протягом останніх

5 років у світі введено нових сталеплавильних потужностей близько 300 млн т. За технічними параметрами ці потужності значно перевищують українські, тому технічне переоснащення української металургійної галузі є невідкладним завданням держави.

Отже, зважаючи на високу залежність від стану експортних ринків, відновлення української металургії пов'язане, насамперед, із загальним оздоровленням економічної ситуації у світі, а також розвитком внутрішнього ринку металопродукції, зменшенням собівартості металургійного виробництва, стимулюванням та підтримкою технічного переозброєння. Впровадження зазначених заходів на державному рівні дозволить підвищити результативність діяльності підприємств металургійної галузі та, враховуючи її значимість, підвищити темпи зростання основних макроекономічних показників України.

### **Література**

1. *Харахулах В. С.* Состояние сталеплавильного производства на предприятиях объединения «Металлургпром» и перспектива его развития до 2015 года / В. С. Харахулах, В. В. Лессовой, В. М. Мельник // *Металл и литье Украины*. — № 8. — 2010. — С. 3.

2. World Steel Association [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/>. [in English]

3. *Кравченко Ю.* Техническое состояние и перспективы обжимного передела на украинских метпредприятиях // *Металл*. — 2009. — № 9. — С. 42—43.

4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

5. Національна доповідь [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. <http://www.idss.org.ua/monografii/nandop1.pdf>

### **Reference**

1. *Kharakhulakh V. S.* Condition steelmaking enterprises association «Metallurgprom» perspectivaego and development up to 2015 / V. S. Kharakhulakh, V. V. Loess, V. M. Miller // *Metal and lite Ukrainy*. — № 8. — 2010. — С. 3. [in Russian]

2. World Steel Association [electronic resource]. — Mode of access : <http://www.worldsteel.org/>.

3. *Kravchenko Yu.* Technical condition and prospects crimp processing at Ukrainian steelmakers // *Metal*. — 2009. — № 9. — P. 42—43. [in Russian]

4. State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian]

5. National report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.ukrstat.gov.ua>. <http://www.idss.org.ua/monografii/nandop1.pdf> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 11.06.2013 р.

**Лисак В. Ю.**, к.е.н., старший викладач  
кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського  
національного університету імені Івана Огієнка

## **ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ**

**Lysak V. Yu**, Ph.D., Senior Lecturer  
department of Enterprise Economics Kamenetz-Podolsk  
National University named after Ivan Ogienko

## **FORMATION AND DEVELOPMENT CONCEPT STRATEGIC MANAGEMENT**

**АНОТАЦІЯ.** Аналіз системи управління підприємствами в цілому та стратегічному управлінні зокрема на вітчизняних підприємствах свідчить про те, що склалося помітне відставання в методах і формах, які використовуються напрями стратегічного управління в економічно розвинених країнах. Формування та успішна реалізації стратегії управління підприємства визначається сукупністю наявних і потенційних можливостей, а також впливу зовнішніх і внутрішніх факторів.  
**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** стратегія, стратегічне управління, стратегічний менеджмент, стратегічне планування, стратегічне управління підприємством.

**SUMMARY.** Analysis of the system of management of enterprises in General and strategic management of the particular at the domestic enterprises testifies that had a noticeable gap in the methods and forms used the direction of the strategic management in the developed countries. Formation and successful implementation of strategy of management of the enterprise is determined by a set of available and potential opportunities, as well as the influence of external and internal factors.

**KEYWORDS:** strategy, strategic management, strategic management, strategic planning, strategic enterprise management.

**Вступ.** У сучасних ринкових умовах розвитку економіки багато власників підприємств приділяють недостатньо уваги стратегічному управлінню підприємством, оскільки більшість з них зацікавлені в отриманні прибутку, тому більше уваги та зусиль сконцентровують на оперативному управлінні.

Однак, у сучасних економічних умовах функціонування підприємств стає не можливе без взаємозв'язку із зовнішнім середовищем. Перехід до ринкової економіки зумовив застосування нових методів до управління підприємствами. В умовах, які склались, одну з головних ролей відіграє стратегічне управління підприємством: воно є динамічним процесом і сприяє створенню нових умов для досягнення конкурентоспроможності підприємства, а також у своїй діяльності на потреби покупців, що в сукупності дає можливість підприємству виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей. На сьогоднішній день процес страте-

гічного управління підприємством не є завершеним, у зв'язку з чим виникають нові підходи, методологія, методичний інструментарій та об'єкти стратегічного управління підприємством.

**Постановка проблеми.** Метою нашої статті є дослідження сутності та закономірностей еволюції формування та розвитку поняття, стратегічного управління підприємством а також узагальнення різних підходів щодо формування категоріального апарату з проблем стратегічного управління.

**Аналіз останніх досліджень.** Методологічні засади щодо формування поняття стратегічного управління закладені в наукових працях таких зарубіжних і вітчизняних учених, як І. Ансофф, Б. Карлоф, Э. К. Ричмонд, О. Нікітіна, Однак, незважаючи на значну кількість наукових робіт, які присвячені особливостям формування понять, щодо стратегічного управління приділяється недостатньо уваги.

**Виклад результатів дослідження.** У сучасній економічній літературі існує чимало підходів щодо формування та розвитку категорії «стратегічне управління підприємством», оскільки формування даного поняття відбувалось під впливом зарубіжного досвіду, це не могло не вплинути на процеси формування і реалізації стратегії управління сучасними підприємствами на Україні, тому, на нашу думку, в процесі нашого дослідження постає необхідність вивчення сутності даного поняття.

У процесі дослідження, на нашу думку, необхідно дослідити еволюцію формування поняття «стратегічне управління підприємством. Поняття стратегічного управління підприємством уперше виникло в 70-х роках минулого сторіччя, що було обумовлено значним прискоренням темпів суспільного і економічного розвитку і науково — технічного прогресу. В умовах стрімкої зміни зовнішнього середовища необхідність оперативного реагування на такі зміни і вироблення відповідних моделей розвитку з урахуванням прогнозованих змін з'явилася головною умовою виживання і успішного функціонування підприємства.

У травні 1971 року у Пітсбурзі (США) було проведено розширену конференцію з питань стратегічного управління, де було підбито підсумки розвитку стратегічного підходу в управлінні компаніями, а також визначено основні напрямки розвитку стратегічного управління. З цього часу відбувся розподіл між поточним і стратегічним управлінням, почали закладатися основи розвитку останнього. 1973-й рік вважається початком регулярного теоретичного дослідження та практичного впровадження стратегічного управління. Відтоді цей напрямок у теорії та практиці управління бурхливо розвивається, дослідження в цій галузі проводяться в усьому світі, більшість процвітаючих організацій до-

сягли своїх результатів саме завдяки впровадженню системи стратегічного управління [1, с. 120—134].

Відомий американський спеціаліст в області менеджменту І. Ансофф визначає стратегічне управління як діяльність, пов'язану з постановкою цілей і завдань організації та підтримкою взаємин між організацією та оточенням, які дозволяють їй домагатися своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і дозволяють залишатися сприйнятливою до зовнішніх вимог [2, с. 239].

Професор Гарвардської школи бізнесу Ендрюс, Кеннет Ричмонд, один з ранніх авторів теорії стратегічного управління, трактує стратегічне управління як єдність, узгодженість і внутрішню послідовність стратегічних рішень компанії, що визначають її місце в навколишньому середовищі і забезпечують фірмі індивідуальність, можливість мобілізувати зусилля та досягати успіху на ринку [3, с. 18].

Дж. М. Хіггінс розглядає стратегічне управління як процес управління з метою здійснення місії організації завдяки взаємодії організації з її оточенням.

Б. Карлоф розуміє це поняття як інтелектуальний процес, налаштований на виконавців, що проявляють ініціативу не тільки на етапі мислення, але й на етапі дій.

Х. Віссема визначає його як стиль управління та методи комунікації, передачі інформації, прийняття рішень і планування, за допомогою яких апарат управління і лінійні керівники своєчасно приймають і конкретизують рішення, що стосуються цілей підприємницької діяльності; як передбачення стратегічної орієнтації усіх працівників і організацію планів підрозділів, які відповідають за реалізацію цілей компанії.

Джордж Коул: стратегічне управління — процес, що спрямований вищим керівництвом на визначення основних цілей, завдань організації та набір рішень, які дають змогу досягнути тих цілей чи виконати завдання упродовж передбаченого періоду, і водночас, забезпечує відповідні швидкі реакції на зміни умов упродовж цього періоду [4, с. 11].

А. А. Томпсон вважає, що стратегічне управління — це процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись [5].

Серед вітчизняних науковців також сформувалось свої бачення щодо даної проблеми, зокрема, О. Виханський розглядає стратегічне управління як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів, які логічно впливають один з одного: ана-

лізу середовища; визначення місії і цілей; вибору стратегії; виконання стратегії; оцінки і контролю виконання [6, с. 15].

У праці І. М. Писаревського та О. М. Тищенко стратегічне управління подається як реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємств та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій («стратегічного набору») [7].

На думку О. Нікітіна, стратегічне управління — це комплексна система постановки і реалізації стратегічних цілей підприємства, що заснована на прогнозуванні середовища і виробленні способів адаптації до його змін, а також впливу на нього [8, с. 90].

На думку В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, стратегічне управління — це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій («стратегічного набору»). Концепція стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у характерних рисах її застосування [9].

С. А. Попов трактує даний термін як підсистему менеджменту організації, яка здійснює весь комплекс робіт професійної діяльності по стратегічному аналізу, розвитку, реалізації і контролінгу стратегії організації [10].

В. Г. Герасимчук розглядає стратегічне управління як систематизований підхід до управління стратегічними змінами, який складається з: позиціонування фірм через планування стратегії та її можливостей; стратегічного реагування в реальному часі через власний менеджмент; систематичного управління опором змінам за допомогою стратегічних рішень [11].

Однією з категорій, яка використовується в науковому обігу для характеристики стратегічного управління підприємством, є «стратегічний менеджмент». Слід наголосити, що терміни «стратегічне управління» та «стратегічний менеджмент» досить часто використовуються як синоніми, хоча деякі науковці вважають, що ці поняття не повністю ідентичні.

Стратегічний менеджмент як діяльність розглядає Г. І. Кіндрацька. На її думку, стратегічний менеджмент — це діяльність, яка забезпечує створення та підтримання стратегічної відповідності між цілями організації, її потенціалом і можливостями в зовнішньому середовищі [12, с. 26].

**Висновки.** Проаналізувавши ситуацію, яка склалася за сучасних ринкових умов, можна зробити висновок, що розвиток теоре-

тико-методологічних засад щодо формування поняття стратегічного управління підприємством є незавершеним і постійним, оскільки зміни в зовнішньому середовищі підприємства завжди будуть впливати на формування даного поняття. Ми можемо зазначити, що формування поняття стратегічне управління відбувалось під впливом низки економічних чинників і не застосування стратегічного управління в діяльності підприємств може призвести їх краху в майбутньому.

### Література

1. *Белошапка В. А., Загорий Г. В.* Стратегическое управление: принципы и международная практика. — Учебник / Под ред. В. А. Белошапки. — К.: Абсолют — В, 1998. — 352 с.
2. *Ансофф И.* Стратегическое управление: Пер. с англ. / Под ред. Л. И. Евенко. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
3. *Andrews, Kenneth Richmond.* The concept of corporate strategy. Kenneth R. Andrews. 3<sup>rd</sup> ed. Homewood, Ill. Irwin, 1987, xviii, 132 p. [in English]
4. *Cole G. A.* Strategic Management. — London: Business Degree, 1994. — 241 p. [in English]
5. *Thompson A. A., Strickland A. J.* III. Strategic Management: Concept and Cases. 1987 4th ed. University of Alabama, Business Publication Inc., Plano, Texas. [in English]
6. *Виханский О. С.* Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 2000. — 296 с.
7. *Писаревський І. М.* Стратегічний менеджмент / І. М. Писаревський, О. М. Тищенко, М. М. Покоłodна, Н. Б. Петрова: Підручник; ред. Аляб'єв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х.: ХНАМГ, 2009. — 287 с.
8. *Никитин А.* Стратегическое управление крупным промышленным предприятием // Проблемы теории и практики управления. — 2003. — № 6. — С. 89—93.
9. *Анопій В. В., Бабенко С. Г.* Стратегія управління прибутком підприємства. — К.: Основи, 2009.
10. *Попов С. А.* Стратегическое управление: 17 модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4 / С. А. Попов. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 304 с.
11. *Герасимчук В. Г.* Стратегические решения на макро- и микроуровне в экономике Украины / В. Г. Герасимчук // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 3 / Материалы Восьмого всероссийского симпозиума. Москва, 10—11 апреля 2007 г. Под ред. чл.-кор. РАН Г. Б. Клейнера. — М.: ЦЭМИ РАН, 2007. — С. 41—43.
12. *Кіндрацька Г. І.* Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. — К.: Знання, 2006. — 366 с.

### Reference

1. *Beloshapka V. A Zagorniy G. V.* Strategic management: principles and international practice. — Textbook / Ed. V. A. Beloshapka. — K.: Absolut — В 1998. — 352 p. [in Russian]

2. *Ansoff I.* Strategic Management: Per. Translated from English. / Ed. L. I. Yevenko. — M.: Economics, 1989. — 519 p. [in Russian]
3. *Andrews, Kenneth Richmond.* The concept of corporate strategy. Kenneth R. Andrews. 3rd ed. Homewood, Ill. Irwin, 1987, xviii, 132 p.
4. *Cole G. A.* Strategic Management. — London: Business Degree, 1994. — 241 p.
5. *Thompson A. A., Strickland A. J.* III. Strategic Management: Concept and Cases. 1987 4th ed. University of Alabama, Business Publication Inc., Plano, Texas.
6. *Vikhansky O. S.* Startegicheskoe Management: Textbook. — 2nd ed., Rev. and ext. — M.: Gardarika, 2000/ — 296 p. [in Russian]
7. *Pisarevskii I. M.* Strategic Management / I. M. Pisarevskii, A. Tishchenko, M. Pokolodna, N. B. Petrov: Tutorial; eds. Alyab'ev; Hark. nat. Acad. Gore. households Island. — H.: KSAME, 2009 — 287 p.
8. *Nikitin A.* Stewardship largest industrial enterprise // Problems of the theory and practice of management. — 2003. — № 6. — P. 89—93. [in Russian]
9. *Apopyi V. V., Babenko S. G.* Strategiia upravlinnya pributkom pidpriemstva. — K.: basis, in 2009. [in Ukrainian]
10. *Popov S. A.* Strategic Management: 17 modular program for managers «Management of organization» Module 4 / S. A. Popov. — M.: INFRA-M, 2000. — 304 p. [in Russian]
11. *Gerasimchuk V. G.* Strategic decisions at the macro and micro levels of the economy of Ukraine / V. G. Gerasimchuk // Strategic Planning and Business Development. Section 3 / Proceedings of the Eighth All-Russia symposium. Moscow, 10—11 April 2007, ed. Corresponding Member. RAN B. Kleiner. — M.: CEMI, 2007 — S. 41—43. [in Russian]
12. *Kindratska G. I.* Strategic Management: Manual. — K.: Knowledge, 2006 — 366 p. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 04.06.2013 р.

УДК 338.467

**Стець О. В.**, доцент,  
кафедри математичного моделювання економічних систем  
Факультет менеджменту та маркетингу  
Національний технічний університет України «КПІ»

**Скворцова Л. І.**, студентка  
групи УК-81 Факультет менеджменту та маркетингу  
Національний технічний університет України «КПІ»

## МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ ПОВЕДІНКИ АБОНЕНТІВ НА РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

**Stec A.**, Associate Professor,  
Department of Mathematical modeling of economic systems  
Department of Management and Marketing  
National Technical University of Ukraine «KPI»

## **MODELING DYNAMICS BEHAVIOR SUBSCRIBERS THE TELECOMMUNICATIONS MARKET UKRAINE**

**АНОТАЦІЯ.** На сьогоднішній день телекомунікації та сучасні технології стали доступними кожному із нас. Людина може отримати зв'язок із зовнішнім світом через багато каналів. Технології та розвиток не стоять на місці, вони розвиваються і з кожним роком все швидше і швидше. Телекомунікації є важливими для людей, вони несуть великий потік інформації із усіх кутків світу. Односторонньою послугою зв'язку можна назвати телебачення. Великим досягненням стало кабельне, а пізніше й цифрове телебачення.

Стаття присвячена спостереженню за поведінкою абонентів на ринку цифрового телебачення та динамікою переходу від одного цифрового провайдера до іншого; дослідженню факторів, які впливають на перехід та знаходженню оптимально збалансованого тарифного плану.

Методика полягає у застосуванні економіко-математичної моделі пошуку оптимальної кількості абонентів цифрового провайдера, та як вона впливає на прибуток підприємства.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** цифрове телебачення, поведінка абонентів на ринку цифрового телебачення, система диференційних рівнянь, оптимальний тарифний план.

**ANNOTATION.** Today, telecommunications and new technologies become available to all of us. People can get in touch with the outside world through many channels. Technology and development is not standing still, they are developing every year faster and faster. Telecommunications are important for people; they have a great flow of information from all corners of the world. One-way communication services can be called television. The great achievement it was cable, and later digital TV.

The article is devoted looking after the conduct of subscribers at the market of digital television and by a transition dynamics from one digital provider to other; to research of factors which influence on a transition and to finding of the optimum balanced tariff plan.

**KEYWORDS.** Method is to use economic-mathematical model of finding the optimal number of subscribers digital provider, and how it affects on profits of the enterprise.

**Вступ.** Загальновідомим є той факт, що телекомунікації України значно відстають від телекомунікацій розвинутих країн як за обсягами, так і за рівнем технологій. Розвиток телекомунікаційної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним для України, оскільки технології швидко розвиваються і люди не можуть уявити своє життя без спілкування із зовнішнім світом.

Цифрове телебачення — це галузь телевізійної техніки, в якій передача, обробка та зберігання телевізійного сигналу відбувається у цифровій формі.

У 2008 році було вирішено, що в Україні поступово буде впроваджено стандарт цифрового телебачення DVB-T.

У травні 2009 почалися передачі на постійній основі програм цифрового телебачення в Києві, Київській, Житомирській і Одеській областях. Згідно з програмою НКТР, з 2012 року до відкриття Євро-2012 українське телебачення має перейти на винятково цифрове мовлення.

Для порівняння послуги цифрового телебачення обираємо два провайдери Воля-Кабель і Місто ТВ. На момент виходу нової послуги на ринок телекомунікації України Воля-Кабель вже мала необхідну аудиторію абонентів, а іншому провайдеру — Місто ТВ, необхідно були заслужити признання і створити свою цільову аудиторію. Цифрове телебачення — це сучасне телебачення, так вважає і компанія Місто ТВ. Перевагами цього провайдера над іншими цифровими провайдерами стало: по-перше, на всі телевізори у квартирах відсутній декодер. По-друге, доступніша ціна, нижча абонплата.

Виходячи із зазначеного, актуальність тематики статті є очевидною. Від яких факторів залежить вибір абонентами провайдера, та як їх кількість впливає на отриманий прибуток компаній — є досить актуальним на сьогоднішній день питанням.

**Постановка задачі.** Телекомунікації активно впливають на економіку та на ступінь сприйняття ситуації у країні. Це одно- або двосторонній зв'язок людей із зовнішнім світом та один з одним. Цей зв'язок здатний приносити високі прибутки провайдерам, які надають ті чи ті послуги. Галузь телекомунікації ніколи не стоїть на місці, тому ми спостерігаємо появу все нових технологій і способів зв'язку.

На 2010 рік в Україні була введена нова послуга зв'язку — цифрове телебачення, яка швидко почала завойовувати прихильність абонентів.

Що саме може вплинути на вибір абонентів того чи того провайдера? Є багато способів привернути увагу: це і якість послуги, і вдала реклама, і вдала тарифна політика тощо. Важливим для користувачів є саме тарифний план. Компанії повинні обережно знижувати ціни на надання послуг, так як від цього може значно змінитися їх прибуток.

Складність завдання пошуку оптимального тарифного плану полягає в індивідуальності та різному вибору кожного абонента.

Задачею дослідження є спостереження за поведінкою абонентів на ринку телекомунікацій, а саме на ринку цифрового телебачення, з врахуванням витрат підприємств на рекламу, оплату праці та нове обладнання.

**Методологія.** В роботі проаналізовано дані цифрового телебачення, кількість потенційних абонентів і використано математичні моделі для вирішення поставленої задачі.

В якості основи для моделювання обираємо дані цифрового телебачення, такі як існуючі тарифи, витрати, кількість абонентів, результати проведення маркетингових послуг.

В основі динамічного моделювання лежить диференційне рівняння першого порядку. Нам слід дослідити об'єм даних послуг, якими користуються абоненти підприємства та абоненти конкурентів. Тут слід звернути увагу на такі параметри, як ефективність маркетингових і рекламних зусиль фірми, на те, як змінюється кількість клієнтів підприємства залежно від певного проміжку часу.

На першому етапі моделювання розглянемо лише поведінку абонентів, які користуються послугами Воля-кабель і Місто TV. Будемо вважати що їх чисельність прямопорційно впливає на отриманий дохід.

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dn_0}{dt} = -\beta_1 \cdot n_0 - \beta_2 \cdot n_0 + \gamma \cdot n_n; \end{array} \right. \quad (1)$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dn_1}{dt} = \beta_1 \cdot n_0 - \omega_{12} \cdot n_1 + \omega_{21} \cdot n_2 - \alpha_4 \cdot n_1; \end{array} \right. \quad (2)$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dn_2}{dt} = \beta_2 \cdot n_0 - \omega_{21} \cdot n_2 + \omega_{12} \cdot n_1 - \lambda_4 \cdot n_2; \end{array} \right. \quad (3)$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{dn_n}{dt} = -\gamma \cdot n_n; \end{array} \right. \quad (4)$$

де  $n_0$  — кількість потенційних абонентів на сьогоднішній день, тобто ті, хто мають комп'ютери та телевізори;

$n_1$  — кількість абонентів підприємства;

$n_2$  — кількість абонентів конкурентів;

$n_n$  — кількість суб'єктів, що не мають комп'ютера або телевізора, але мають можливість їх придбати;

$\omega_{12}, \omega_{21}$  — ймовірності переходу клієнтів підприємства до конкурентів і навпаки відповідно;

$\beta_1, \beta_2$  — коефіцієнти, який залежить від впливу таких факторів як реклама, зміна тарифів, інформація, отримана потенційними абонентами від реально існуючих;

$\lambda$  — коефіцієнт, який характеризує швидкість комп'ютеризації по області;

$\alpha_4$  — коефіцієнт, який залежить від зміни тарифів аналізуючого підприємства і який впливає на число реально існуючих на

сьогоднішній день клієнтів і який відрізняється від нуля лише у випадку збільшення тарифів;

$\lambda_4$  — аналогічний коефіцієнт для конкурентів.

Коефіцієнти  $\omega$  залежать у свою чергу від ефективності маркетингових зусиль, від прихильності клієнтів до даної послуги зв'язку. Звідси можна вивести:

$$\omega_{12} = (\beta_2 + k) \cdot n_1,$$

$$\omega_{21} = (\beta_1 + k) \cdot n_2.$$

Щоб детальніше роздивитися коефіцієнт  $\beta$ , запишемо рівняння:

$$\beta_1 = \alpha_1 \cdot n_1 + \alpha_2 + \alpha_3,$$

$$\beta_2 = \lambda_1 \cdot n_1 + \lambda_2 + \lambda_3,$$

Від величини  $\omega$  залежить максимальна кількість клієнтів, яких може отримати оператор. Тобто  $\omega$  є коефіцієнтом переходу абонентів підприємства до абонентів конкурентів. Як ми бачимо з рівнянь, цей коефіцієнт напряму залежить від  $\beta$ , коефіцієнта змін на рекламу. Зважаючи це, можна зробити висновок, що найважливішим параметром у даних рівняннях є ефективність маркетингової діяльності.

Одним із важливих факторів проведення маркетингової діяльності являється прогнозування розвитку ринку, а також вплив на нього таких факторів, як: якість послуг, тарифна політика, рекламна діяльність, розвиток конкурентів. Для прогнозування даного ринку візьмемо модель на основі диференціальних рівнянь, яка дозволить проаналізувати поведінку одразу кількох величин у просторі. В даному випадку таким показником являється прибуток, а також кількість абонентів даного підприємства та абонентів конкурентів. Записуємо систему рівнянь для числа абонентів  $n_1$ , які

отримують послуги та прибуток  $P$ . Виводимо  $\frac{dn_1}{dt}$  із рівняння (2):

$$\text{Так як ми знаємо, що } \omega_{01} = (\beta_2 + k) \cdot n_1, \text{ то } \beta_2 = \frac{\omega_{01} - k \cdot n_1}{n_1}.$$

Підставляємо у рівняння (2):

$$\begin{aligned} \frac{dn_1}{dt} = \frac{\omega_{01} - k \cdot n_1}{n_1} \cdot n_0 - \omega_{01} \cdot n_1 + \omega_{10} \cdot n_2 - \alpha_4 \cdot n_1 = \\ -W_{01}(n_0 - n_1) - W_{10} \cdot n_1 \end{aligned}$$

Ми не враховуємо в даному рівнянні зміну тарифів і нестабільність. У даному випадку ми хочемо визначити, як зміниться

прибуток залежно від поведінки абонентів вибраного підприємства. Тобто, аналізуємо ймовірність переходу абонентів підприємства до абонентів конкурентів і навпаки. Наша нова система матиме вигляд:

$$\begin{cases} \frac{dn_1}{dt} = -W_{01}(n_0 - n_1) - W_{10} \cdot n_1 \\ \frac{dP}{dt} = n_1 \cdot d_{CP} - R_s - R_{06} - R_p \end{cases} \quad (5)$$

де  $W_{01}$  і  $W_{10}$  — можливості того, що абонент почав або перестав отримувати послуги компанії відповідно;

$n_0$  — кількість потенційних абонентів;

$n_1 \cdot d_{CP}$  — це дохід, який отримали в даному місяці або році від абонента  $n_1$  при середньому доході від одного рівним  $d_{CP}$ ;

$R_s, R_{06}, R_p$  — витрати в даному місяці або році на оплату праці, обладнання та рекламу відповідно. Ліва частина рівняння відображає зміну числа абонентів та прибуток на одиницю часу (наприклад за місяць, або за рік).

Розглянувши коефіцієнти детальніше та провівши різні математичні операції та спрощення, отримуємо рівняння вигляду:

$$\begin{cases} \frac{dn_1}{dt} = A_0 n_0 + G n_1 - \Delta_2 n_1^2 - \Delta_{np} n_0 P - \Delta_{np} n_1 P \\ \frac{dP}{dt} = -R_0 + D_1 n_1 - \epsilon_p n_1. \end{cases} \quad (6)$$

де  $T_s R_s$  — показує низьку якість послуги (неуважність персоналу, не якісне обладнання);

$T_T P_{T,CP}$  — показує вплив тарифів ( $P_{T,CP}$  — середній тариф);

$W_{10}^0$  — абоненти, які перестали отримувати послуги;

$W_{01}^0$  — зовнішні фактори, які впливають на необхідність у послугі;

$\Gamma_p$  — абоненти які дізнаються про послугу через рекламу;

$T_T$  — тарифи на оплату праці;

$B_s$  — початкові витрати на оплату праці;

$B_{06}$  — початкові витрати на обладнання.

**Результати дослідження.** Практичною реалізацією даної моделі є зображення її на графіках за допомогою математичного пакету Maple.

Проаналізуємо отримані попередньо результати для обох провайдерів Воля-Кабель і Місто ТВ.

Спочатку слід визначити постійні коефіцієнти рівняння по результатам аналізу експериментальних даних про кількість абонентів, доходах і витратах по послугі за певний початковий проміжок часу (точка  $t_{пр}$ ).

Далі у разі прикладу будемо розглядати розвиток провайдера Воля-Кабель, в одній географічній зоні ( Київ, Київська область).

Воля-кабель є монопольною компанією, тому коли вона починала розвиватися потреби в даній моделі в неї не було, адже у компанії не було конкурентів. Вона швидко набирала обертів. Тому вже після першого року існування нової послуги, такої як цифрове телебачення, прибуток і кількість абонентів компанії почали рости. Покажемо це на графіках. Для цього перенесемо раніше отриманні результати на графік.

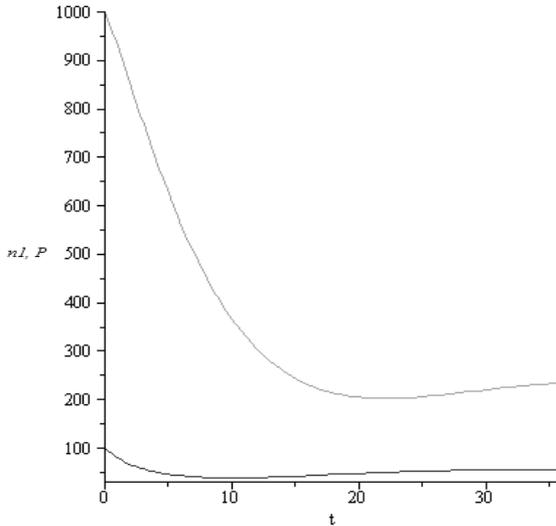


Рис. 1. Зміна кількості абонентів у часі та їх вплив на прибуток для першого досліджуваного провайдера (3 роки)

Для експерименту ми взяли початкову кількість абонентів 100. Проаналізувавши даний графік можна зробити висновки, що перший рік для підприємства буде не досить вдалим. Кількість абонентів буде падати, через те що компанія ще не встигла завоювати їх авторитету. Починаючи з 3 кварталу першого експериментального року кількість абонентів почала стрімко зростати. Компанія зробила вдачу рекламу, до неї почали переходити абоненти із компаній конкурентів, або нові абоненти почули про компанію

від потенційних. Тарифи стали доступнішими, так як компанія вже стала на ноги і не виходить у дефіцит. На початку першого кварталу останнього третього, експериментального року, кількість абонентів починає стабілізуватися. Компанія Воля-Кабель не розчарувала своїх абонентів.

Розглянемо другого провайдера цифрового телебачення — Місто ТВ. Компанія Місто ТВ достатньо нова на ринку телекомунікацій. Коли вона почала свою роботу, на ринку існувало багато конкурентних фірм і існує й досі, тому їй значно складніше втримати абонентів і надати їм всі умови для співпраці, щоб вони не переходили до конкурентів.

Переносимо на графік отримані раніше показники компанії Місто ТВ:

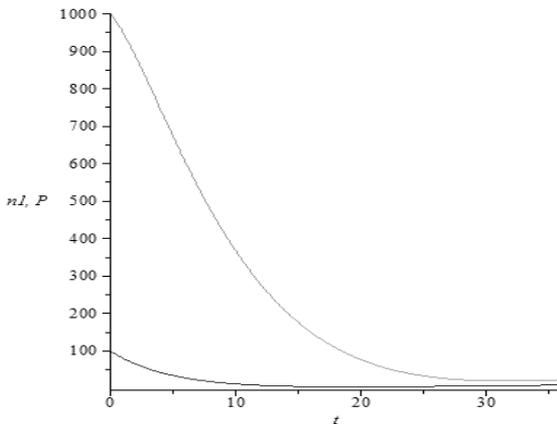


Рис. 2. Зміна кількості абонентів у часі та їх вплив на прибуток для другого досліджуваного провайдера (3 роки)

Ситуація подібна до компанії Воля-Кабель. Проте молодому провайдеру Місто ТВ для впровадження нової послуги зв'язку, в даному випадку, цифрового телебачення, потрібно буде трохи більше часу ніж її конкуренту. Для експерименту ми також взяли початкову кількість абонентів 100. Розвиток провайдера почнеться вже після другого року. Люди почнуть довіряти новій послугі. Почнуть розказувати про неї іншим абонентам, таким чином компанія буде мати не лише власних абонентів, а й абонентів, які перейшли до неї від конкурентів.

Зростаючі вимоги споживчого ринку призвели до істотного зростання пропонованих обсягів товарів і послуг. За минуле десятиліття

нам були запропоновані тисячі товарів і послуг, які в даний час продаються майже в кожному куточку земної кулі і доставляються споживачам у будь-яке місце. Це призвело до того, що ефективний маркетинг та економіка визнані ключовими елементами, необхідними для підвищення рентабельності показників діяльності компаній, що відображають їх конкурентоспроможність. Щоб компанія досягла успіху, необхідно продавати пропоновану послугу за обґрунтованим тарифним планом, тобто ціною, забезпечуючи його доступність у потрібному місці і кожному споживачу. Під тарифним планом ми будемо традиційно розуміти кількість грошей, які споживач готовий платити за послугу цифрового телебачення, певного виду пакета. Постачальник може спробувати збільшити якість і кількість каналів цифрового телебачення, збільшивши тарифний план на свою послугу. Завищений тарифний план на пропоновані послуги, з одного боку, знижує інтенсивність їх продажів, але з іншого боку покращують її та дають змогу насолодитися споживачам чітким зображенням і великою кількістю українських і зарубіжних каналів. Питання раціонального вибору тарифного плану певної послуги цифрового телебачення та поведінка абонентів послуг зв'язку розглянуті в даній моделі.

У даній моделі ми розглядаємо оптимальний тарифний план компанії Воля-Кабель враховуючи, що він знаходиться в межах  $a_{\min} \leq a \leq a^{\max}$ , де  $a$  — тарифний план. Інтенсивність реалізації послуги цифрового телебачення змінюється залежно від вибору тарифного плану. У цій ситуації необхідно вибрати тарифний план, який б максимізував обсяг отриманого прибутку на заданому часовому інтервалі  $[0, T]$ . Позначимо, з урахуванням наведених припущень, інтенсивність продажів при максимальному тарифному плані реалізації послуги цифрового телебачення через  $q(t)$ .

Тоді задача, пов'язана з вибором оптимального тарифного плану, зведеться до оптимізації такого функціоналу:

$$F(a, q, t) = a \int_0^T q(t) dt + a \int_0^T (a^{\max} - a) k dt \rightarrow \max$$

де  $a$  — тарифний план;

$q$  — реалізація послуги цифрового телебачення;

$k$  — коефіцієнт інтенсивності росту продаж при зменшенні тарифного плану;

$q(t)$  — інтенсивність реалізації пакетів послуг.

Виходячи с даного функціоналу, ми можемо записати динамічну модель оптимального тарифного плану із врахуванням об-

межень і реалізації послуг цифрового телебачення, яка також залежить від часу:

$$\begin{cases} F(a, q, t) = a \int_0^T q(t) dt + a \int_0^T (a^{\max} - a) k dt \rightarrow \max & (5) \\ \frac{dq}{dt} = N \cdot a \cdot q(t) \left(1 - \frac{l}{q(t)}\right) & (6) \\ a_{\min} \leq a \leq a^{\max} & (7) \end{cases}$$

де  $l$  — коефіцієнт, який показує на скільки % зміниться кількість клієнтів при зміні тарифного плану  $a$ .

Щоб розв'язати цю систему, скористаємося функцією Гамільтона:

$$\begin{aligned} H &= q(t) + \psi(t) \cdot a \cdot N \cdot q(t) \left(1 - \frac{l}{q(t)}\right) \\ \frac{d\psi}{dt} &= - \frac{\sigma H}{\sigma q} \\ - \frac{\sigma H}{\sigma q} &= (q(t))' + (\psi(t) \cdot a \cdot N \cdot q(t) - \\ &\quad - \psi(t) \cdot a \cdot N \cdot l)' = 1 + \psi(t) \cdot a \cdot N \end{aligned} \quad (8)$$

Ми знайшли, що  $\psi(t) = -\frac{1}{N \cdot a} + e^{N \cdot a \cdot t} \cdot C$ .

Далі знаходимо чому рівне  $C$ , при  $\psi(T) = 0$ :

$$C = \frac{1}{N \cdot a} \cdot e^{N \cdot a \cdot T}$$

Звідси:

$$\psi(t) = -\frac{1}{N \cdot a} + e^{Nt} \cdot \frac{1}{N \cdot a} \cdot e^{N \cdot a \cdot T} = \frac{1}{N \cdot a} (-1 + e^{N \cdot a \cdot (t-T)})$$

Підставляємо у функцію Гамільтона і отримуємо:

$$\begin{aligned} H &= q(t) + \frac{1}{N \cdot a} (-1 + e^{N \cdot a \cdot (t-T)}) \cdot N \cdot a \cdot q(t) \left(1 - \frac{l}{q(t)}\right) \\ &= q(t) + (-1 + e^{N \cdot a \cdot (t-T)}) \cdot q(t) \left(1 - \frac{l}{q(t)}\right) = \\ &= q(t) - (1 - e^{N \cdot a \cdot (t-T)}) \cdot (q(t) - l) = l + e^{N \cdot a \cdot (t-T)} \cdot (q(t) - l) \end{aligned}$$

Так як  $a$  являється керуючою змінною, розглянемо, яких значень вона може набувати. Ми знаємо, що тарифний план

знаходиться у межах  $a_{min} \leq a \leq a^{max}$ . Функція  $H = l + e^{N \cdot a \cdot (t-T)} \cdot (q(t) - l) \rightarrow \max$ , при  $a \rightarrow a_{min}$ .

Робимо заміну у рівнянні (6)  $a$  на  $a_{min}$  і знаходимо розв'язки.

$$\frac{dq}{dt} = N \cdot a_{min} \cdot q(t) - N \cdot a_{min} \cdot l$$

Звідки  $a_{min} = 111.83$  грн — це мінімальний тарифний план, який може запропонувати провайдер Воля-Кабель, не отримавши збитку.

**Висновки.** У статті проаналізовано поведінку абонентів цифрового телебачення на прикладі двох провайдерів Воля-Кабель і Місто ТВ. Перша компанія на момент виходу на ринок була монополною і тому не мала проблем із появою нових абонентів. Іншою провайдеру, Місто ТВ, довелося завойовувати прихильність абонентів і вести активну маркетингову діяльність для їх заохочення. Описано модель, яка показує, як змінюється кількість клієнтів підприємства залежно від певного проміжку часу та які фактори на це впливають. У модель було додано тарифи на канали, які є постачальниками послуги цифрового телебачення. Знайдено, який мінімальний тариф можуть запропонувати провайдери, не нашкодивши своєму прибутку. Потім була виконана перевірка моделі на адекватність за допомогою перенесення її на графіки. На основі проведення порівняльних досліджень можна зробити висновки, що впровадження нової послуги зв'язку для різних провайдерів буде мати різні наслідки, але якщо маркетингова політика проведена вчасно та вдало, то компанія буде отримувати відповідний прибуток. Незважаючи на динамічність розвитку галузі телекомунікацій, Україна у цій галузі на даний момент не може конкурувати не тільки з економічно розвиненими країнами, а й з країнами, що розвиваються. Звісно, найбільшою мірою це пояснюється станом економіки нашої держави в цілому, бо, як відомо, окрема галузь не може ефективно функціонувати, якщо загальна економічна ситуація в країні характеризується як незадовільна.

### Література

1. Основи економіки телекомунікацій: Науковий посібник / Під редакцією Горелик М. А., Голубицкой Е. А. — М.: Радио и связь, 1999.
2. Комп'ютерні мережі та телекомунікації: навч. посібник / В. А. Ткаченко. — Харків: НТУ «ХПІ», 2011. — 224 с.
3. Довідник по цифровому телебаченню /навчальний посібник / пер. з англ. / Ричард Брайс. — М. : ДМК Пресс, 2002. — 288 с.
4. В. Цхведіани. Телекомунікації України — перспективи розвитку та основні проблеми // Фондовый рынок. — № 16. — 2000.

5. Офіційний сайт підприємства Воля-кабель [Електронний ресурс] Режим доступу <http://www.volia.com/>
6. Офіційний сайт підприємства Місто ТВ [Електронний ресурс] Режим доступу <http://www.misto-tv.com.ua/>
7. Про стан телекомунікаційного ринку України [Електронний ресурс] Режим доступу [www.cdmaua.com/russian/telecom.shtm](http://www.cdmaua.com/russian/telecom.shtm)

### **Reference**

1. Fundamentals of Telecommunications Economics: Science handbook / Edited by M. Gorelik, Holubyskoy EA — N.: Radio and Communications, 1999. [in Ukrainian]
2. Computer Networks and Telecommunications: teach. manual / V. A. Tkachenko. — Kharkiv: NTU «KPI», 2011. — 224 p. [in Ukrainian]
3. Guide to Digital TV / tutorial / lane. from English. / Richard Bryce. — M.: MQM Press, 2002 — 288. [in Ukrainian]
4. *V. Tshvedyany*. Telecommunications to Adopt — development prospects and major challenges // *Fondovyy market*. — № 16. — 2000. [in Ukrainian]
5. Official Site Will cable company [electronic resource] Access <http://www.volia.com/> [in Ukrainian]
6. Official Site Enterprise City TV [electronic resource] Access <http://www.misto-tv.com.ua/> [in Ukrainian]
7. On the state of the telecommunications market in Ukraine [electronic resource-VTS] Access [www.cdmaua.com/russian/telecom.shtm](http://www.cdmaua.com/russian/telecom.shtm) [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 15.05.2013 р.

УДК316.34

**Романюк Д. М.**, викладач  
кафедри менеджменту і маркетингу  
Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника

## **ВПЛИВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ НА МОЖЛИВОСТІ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ**

**Romaniuk D. M.**, lecturer  
at the department of management and marketing  
of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

### **INFLUENCE OF EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL DIFFERENTIATION ON POSSIBILITIES OF HUMAN DEVELOPMENT OF THE POPULATION OF UKRAINE**

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено питання оцінки впливу соціально-економічної нерівності на можливості людського розвитку в розрізі двох ключових аспектів — інституційного та матеріального, оцінюючи їх вплив на такі види соціально-економічної нерівності: нерівність в

отриманні доходів, нерівність у доступі до соціальних зв'язків і послуг, гендерна нерівність, нерівність у доступі до інформації, нерівність в участі та ставленні до суспільної, політичної та громадської діяльності.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** соціально-економічна нерівність, інституційний аспект, матеріальний аспект, оцінка впливу.

**ANNOTATION.** The aspects of an assessment of influence of a social and economic inequality on possibility of human development in two key aspects — institutional and material are investigated in article. The influence on the following types of a social and economic inequality: inequality in obtaining the income, an inequality in access to social communications and services, a gender inequality, an inequality in access to information, an inequality in participation and the relation to public, political and public work are estimated.

**KEYWORDS:** social and economic inequality, institutional aspects, financial aspects, the impact assessment.

**Вступ.** Об'єктивно диференціація і нерівність існують майже в усіх сферах суспільного життя, проте існує певний поріг нерівності, переступивши який суспільство зазнає не зворотних змін — відбувається втрата соціальної згуртованості, зростає соціальна напруга, знижуються перспективи досягнення сталого людського розвитку. Між соціальною нерівністю та соціальною диференціацією існує ледве помітна межа, ідентифікувати яку, зазвичай, дуже складно.

**Постановка проблеми.** Переконані, що обмеження ресурсів, які формують базову платформу людського розвитку у суспільстві, має переважно соціальні, а не матеріально-економічні передумови. Ситуація ускладнюється в міру збільшення проявів нерівності — чим більше підтверджень нерівності знаходимо у різних площинах, тим складніше обрати оптимальний варіант розвитку суспільства за для забезпечення прогресу та розширення можливостей людського розвитку. Безумовно, деградація оточуючого середовища та зниження можливостей людського розвитку у суспільстві шкодять усьому населенню, проте непомірно більшої шкоди ці процеси завдають бідним і соціально вразливим категоріям [4].

**Виклад основного матеріалу.** Оцінку впливу соціально-економічної нерівності на можливості людського розвитку ми пропонуємо аналізувати в розрізі двох ключових аспектів — інституційного та матеріального, оцінюючи їх вплив на такі види соціально-економічної нерівності: нерівність в отриманні доходів, нерівність у доступі до соціальних зв'язків і послуг, гендерна нерівність, нерівність у доступі до інформації, нерівність в участі та ставленні до суспільної, політичної та громадської діяльності (рис. 1).

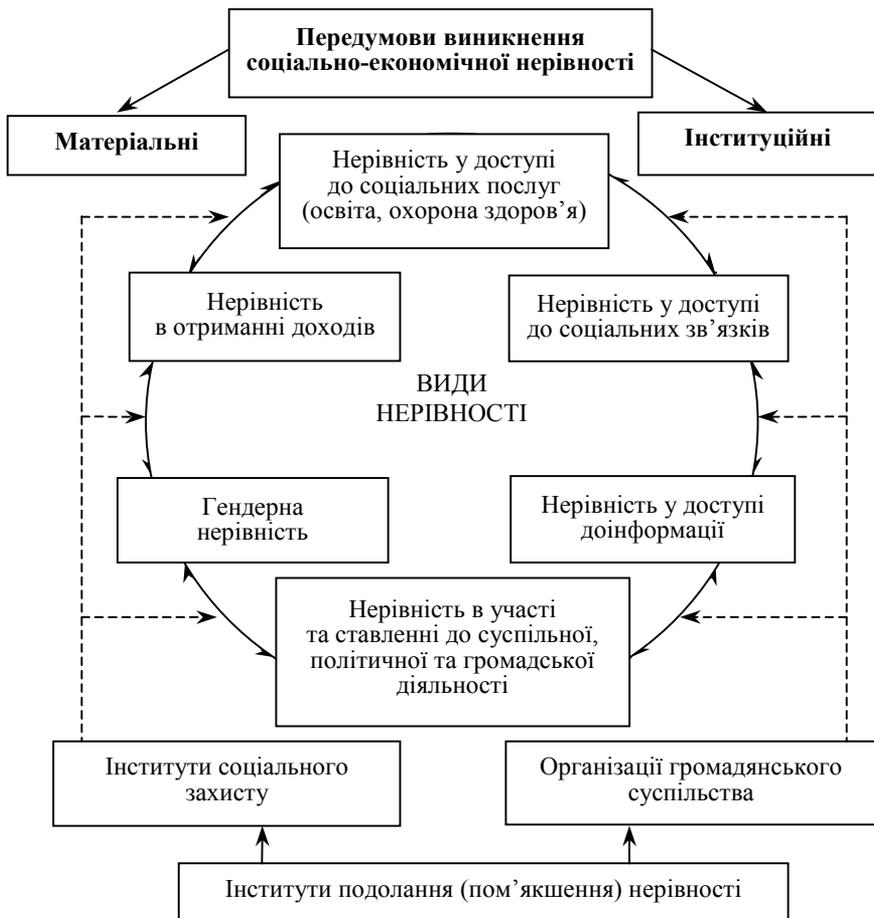


Рис. 1. Структура соціально-економічної нерівності

Як уже зазначалось, наявність диференціації і нерівності у суспільстві є одним з атрибутів його розвитку. Беззаперечно, ключовими чинниками освітньо-професійної диференціації є матеріальні передумови, проте слід також враховувати наявність суспільних інститутів, які прямо чи опосередковано впливають на можливості досягнення соціальної рівності та можливості людського розвитку.

*Освітньо-професійна диференціація в отриманні доходів.* Проблема нерівності в отриманні доходів в Україні особливо гостро поставила у період переходу від планово-адміністративної економіки

до ринкових відносин, адже кардинально змінився принцип розподілу суспільних благ і доходи почали відображати індивідуальну продуктивність і трудозатрати. Варто зазначити, що у цей період відбулося посилення майнового розшарування суспільства також за рахунок неринкових факторів, серед яких диференціація в оплаті праці (особливо в незареєстрованому секторі), активізація підприємницької діяльності та самозайнятості, зростання нетрудових доходів, зокрема від продажу та здачі в оренду нерухомості. Всі ці процеси стали системоутворюючою базою матеріальної нерівності у суспільстві, проте протягом останніх двадцяти років вони суттєво поглибилися і трансформувались.

У контексті економічної нерівності населення сьогодні можна визначити два головні аспекти: 1) зайнятість не захищає від бідності, і, як наслідок, породжує серйозну проблему бідності дітей; 2) вища продуктивність та інтенсивність праці не гарантує вищого доходу. Проте праця поки що не приносить вищі доходи, і лише зайнятість може забезпечити просування до вищих дохідних груп [3, с. 225–226].

В ході аналізу встановлено, що сучасному ринку праці притаманні процеси активного переміщення значних прошарків працюючого населення до низькодохідних груп. Визначальним чином це відбувається через втрату колишніх стійких позицій у певних сегментах зайнятості. Такі процеси несуть потенційну загрозу втрати працюючим населенням соціального статусу та ретрансляції накопиченого соціального капіталу наступним поколінням. Небезпека трудової бідності полягає в обмеженні доступу значної частини населення до якісних освітніх і медичних послуг, ускладненні успішної соціалізації дітей і молоді, посиленні зневіри людей у соціальній спрямованості ринкових реформ і забезпеченні соціальної справедливості. Працівник відчуває себе безпорадним, коли він своєю працею не може забезпечити гідний рівень добробуту собі та своїй родині, в таких умовах наростає ворожість до соціуму загалом і державних інституцій зокрема. Такі процеси неминуче призводять до загострення соціальної напруженості, неадекватного сприйняття навіть об'єктивної майнової диференціації, виникнення конфліктів і втрати довіри [5, с. 137]. Недостатній рівень доходу обмежують можливості людського розвитку, що у майбутньому може призвести до зниження цінності роботи, активізації маргінальних настроїв, деформації мотивації наполегливої праці, депрофесіоналізації населення.

*Диференціація у доступі до соціальних зв'язків і послуг.* В умовах сьогодення особливо важливим для нашої країни є забезпечення балансу та рівності соціальних можливостей і рівності соціальних ре-

зультатів. Рівність соціальних можливостей визначаємо як наявність рівних можливостей для усіх членів суспільства одержати послуги освіти, охорони здоров'я та соціального забезпечення.

Як засвідчує практика, Україна сьогодні далека від забезпечення таких прав своїм громадянам, можливості наших співвітчизників щодо отримання якісних соціальних благ і послуг значною мірою залишаються нереалізованими, також вони не відповідають міжнародним стандартам.

Соціальні можливості трактуємо з позиції потенціалу, тоді як соціальні результати є безпосереднім відображенням умов, які отримує зайняте населення від участі у суспільно корисній праці. Тобто, розподіл соціальних результатів відбувається пропорційно до внеску індивідів у суспільний розвиток.

Беззаперечно, на практиці досягнення соціальної рівності можливе тільки гіпотетично, адже існує низка перешкод для досягнення цього соціального стану:

- брак бюджетного фінансування та недостатнє ресурсне забезпечення соціальної сфери;
- невідповідність соціальних стандартів і динаміки економічного розвитку;
- розвиток корупції в системі надання соціальних послуг, «тінізація» цієї сфери;
- декларативність соціальних проектів і програм, відсутність системи соціального моніторингу;
- громадянська пасивність;
- деформація розподільчих відносин внаслідок появи олігархічних структур та глибоких корупційних схем.

Оскільки соціальні зв'язки різних рівнів (сімейні, корпоративні, культурні тощо) призводять до отримання певних благ і вигод, їх можна трактувати як особливий вид капіталу — соціальний капітал. Наслідком порушення соціальних зв'язків є депривація, що являє собою процес обмеження чи позбавлення можливостей окремих індивідів чи цілих соціальних груп задовольняти свої основні життєві потреби. З огляду на низький рівень життя, процеси деривації в Україні набувають широкого поширення, що становить суттєву загрозу для суспільного розвитку.

*Гендерна нерівність.* Проблема гендерної нерівності притаманна практично усім суспільствам, незалежно від рівня економічного розвитку, політичного устрою, культурних цінностей тощо. Для чоловіка та жінки у суспільстві передбачено дещо різні соціальні ролі, внаслідок цього виникають нерівні можливості їх реалізації в деяких сферах. Традиційно жінок асоціюють з до-

машніми обов'язками та вихованням дітей, тоді як прерогативою чоловіків вважається публічна сфера [2, с. 317].

Об'єктивним є факт, що основним чинником, який обмежує можливості професійного, політичного та економічного зростання жінок, є їх репродуктивна функція. У даному випадку маємо на увазі не лише народження дітей, але й обов'язки жінки, пов'язані з вихованням дитини, доглядом за хворими та немічними членами родини. Необхідність піклуватися про родину зумовлює вибір жінками гнучких форм зайнятості (неповна тривалість робочого часу, дистанційна робота тощо), а також посад і професій, які не вимагають високої інтенсивності та відповідальності праці, не потребують виконання понаднормових завдань, і, зазвичай, є менш оплачуваними. У той же час серед роботодавців побутує ставлення до жінок як до працівників з меншою важливістю для компанії, нижчим рівнем надійності та професійної майстерності.

Наявні статистичні дані дозволяють проаналізувати гендерні особливості у сфері державного управління, доступу жінок до політики та владних повноважень, проте немає достовірних відомостей про гендерну нерівність на виробничому рівні, тобто практично неможливо визначити, які показники залучення жінок у корпоративному управлінні. Переконані, що рівноправна політична участь чоловіків і жінок є ключовим чинником досягнення гендерного паритету. В Україні показники участі жінок у державному управлінні на найвищому рівні досі є дуже низькими. Так, у Верховній раді лише 35 жінок із 450 депутатів, тобто часта жінок складає лише 8 %. Цей показник є у 2,5 разу нижчим від загальносвітового, а також значно нижчим, ніж у деяких мусульманських країнах. Протягом усього періоду незалежності України мала місце значна гендерна дискримінація щодо участі у політичній еліті.

Варто зазначити, що обмежене представництво жінок характерне не лише для парламенту, але й для державної служби. Так, у 2012 році частка жінок серед державних службовців першої категорії (у сфері прийняття державних рішень найвищого рівня) становила близько 15 %, у той же час у другій категорії держслужбовців-жінок було близько третини, у третій — трохи більше 40 %, на найнижчих рівнях — понад 70 % жінок залучено до управління. Що стосується органів місцевого самоврядування, то чоловіки майже монополюють залучені до управління на найвищому рівні, 90 % чоловіків працюють у якості керівників другої та третьої категорії. У то й же час, на найнижчому рівні зайнято

майже 80 % жінок [6, с. 116]. Наведені дані підтверджують наявність значної гендерної нерівності у доступі до влади, участі жінок у державному управлінні та прийнятті рішень найвищої ваги.

Проблеми гендерної дискримінації були у фокусі загальнонаціонального опитування «Дослідження участі жінок у складі робочої сили України», проведеного Українським центром соціальних реформ та центром «Соціологічний моніторинг» восени 2012 року [1]. Як свідчать дані опитування, лише третина жінок (34,1 %) у процесі трудової діяльності ніколи не відчували до себе упередженого ставлення та не чули від інших у своєму оточенні про подібні проблеми. На думку респондентів, найпоширенішими виявами дискримінації є відмова у працевлаштуванні (14,4 %), незабезпечення належних заходів соціального захисту (14,8 %), психологічний тиск з боку керівництва або колег (15 %). Кожна шоста жінка переконана, що окрім гендерної дискримінації, причиною для «особливого» ставлення є молодий вік та виконання домашніх обов'язків.

*Нерівність у доступі до інформації.* Стрімке зростання ролі комунікаційних та інформаційних технологій у суспільному житті актуалізує проблему нерівного доступу до інформації, адже відбувається поглиблення інтелектуального розриву між технологічно розвинутими та нерозвинутими країнами та регіонами. Причиною зростання соціальної нерівності на фоні технологічної складової є те, що окремі групи людей володіють достатніми знаннями та навичками для розуміння та освоєння технологічних інновацій, а також можуть пристосуватися до технологічно динамічних змін у соціумі, тоді як іншим бракує мінімально необхідного рівня знань для включення загально суспільні інформаційні процеси.

Беззаперечним є той факт, що в міру заглиблення в інформаційне суспільство в побуті, економіці, політиці, культурі та інших сферах зростає значення інформаційно-комунікативних технологій, що відбувається внаслідок стрімкого запровадження технологічних нововведень, підвищення частоти застосування програмно-апаратних засобів тощо. За таких умов обов'язково підвищуватиметься інформаційна нерівність суб'єктів інформаційно-комунікативних відносин, причому як на індивідуальному, так і на глобальному рівні.

У ході вивчення проблеми інформаційної нерівності нами виділено ще один її аспект — інформаційна маніпуляція. З огляду на високий рівень розвитку сучасних інформаційних каналів, певним групам вдається легко маніпулювати суспільною думкою, небезпечними наслідками таких процесів можуть стати нав'язу-

вання громадянам невластивих їм цінностей, викривлення суспільно подій, маскування реальних фактів тощо.

*Нерівність в участі та ставленні до суспільної, політичної та громадської діяльності.* З часу здобуття незалежності в Україні відбулися значні зміни не лише в економічній сфері, але й у повсякденному житті кожної людини.

Протягом тривалого періоду соціально-політичних трансформацій, боротьби за владу політичний клас України так і не зміг запропонувати українському соціуму прийнятну для більшості концепцію розвитку країни. До 2013 року українське суспільство перебувало на роздоріжжі між можливими сценаріями подальшого розвитку. Політики «працювали» над проблемами підвищення соціальних гарантій, поліпшення добробуту населення, забезпечення економічного зростання, перетворивши населення на об'єкт соціальних маніпуляцій. У цьому контексті наростала гострота проблеми перетворення населення на суб'єкт соціальних відносин, соціального життя, соціально-політичного управління суспільними та державними процесами.

Населення гостро відчуває небажання влади вирішувати соціальні проблеми, відсутність загальнонаціональних пріоритетів, масштабне поширення корупції, зацикленість політичного класу на самому собі. Свідченням цього є низькі показники довіри до владних інституцій.

Існування в країні подвійних стандартів («для них» і «для нас») підвищувало рівень соціальної напруги, а також знижувало можливість діалогу між державою та суспільством, породжує неприйняття і агресивну налаштованість до органів влади. Особливо небезпечним є те, що ці тенденції деформують процес політичного становлення молоді. Значна частина молоді засвоює архаїчні за своїм змістом цінності та норми, які діють у сучасному суспільстві, та виробляє відповідну політичну поведінку.

Ситуація в країні кардинально змінилась наприкінці 2013 році, коли масовими протестами та демонстраціями населення країни висловило свою політичну позицію, бажання змінити наявну владу, протест проти засилля олігархів і корупції. За часів незалежності України це був наймасштабніший вияв громадянської непокори. Такі дії громадськості сприяли консолідації нації, утвердили курс на євроінтеграцію, об'єднання країни.

До так званого «Майдану» традиційні інститути політичної діяльності, такі, як партії, профспілки, громадські організації функціонували за мінімальної включеності громадян через низький рівень довіри та переконання, що ці організації не вико-

нують своїх представницьких функцій. У суспільстві укоренилась думка, що політичні партії — це лише інструмент політичної боротьби між клановими об'єднаннями, а не посередниками між громадянським суспільством і державою. Провідні політичні партії в Україні функціонують на засадах фінансово-родинної підтримки та поручительства, їх склад не змінюється десятиліттями. Відсутність об'єктивних можливостей потрапити в політичну партію та самостійно зробити партійну кар'єру демотивує освічену та активну молодь долучатися до політичного життя, в таких умовах відбувається консервація архаїчних партійних структур.

Феномен «Майдану» потребує детального вивчення соціологами та політологами, проте наразі очевидно, що він став потужним поштовхом до активізації громадської активності, населення повірило, що можна знизити політичну нерівність у суспільстві, що владу можуть здобути громадські лідери, а не лише коло «обраних».

**Висновки.** Впродовж останніх двадцяти років усе більше поглиблювалася освітньо-професійна диференціація населення, що виявляється у різючій нерівності в доходах, доступі до соціальних послуг, нерівності у доступі до інформації, суспільно-політичної діяльності, а також гендерній нерівності, і згубно впливає на можливості людського розвитку усього українського суспільства. Зниження можливостей людського розвитку у суспільстві шкодить усьому населенню, проте непомірно більшої шкоди цей процес завдає бідним і соціально вразливим категоріям, які на даний момент у першу чергу потребують захисту.

Існування освітньо-професійної диференціації у доходах, доступі до соціальної інфраструктури та гендерної нерівності можна вважати класичним, нині ж набагато більшої ваги набуває нерівність у доступі до інформації та соціальних зв'язків, адже саме ці напрями вирішальні при формуванні людського та соціального капіталу. Нами відзначено значний поступ українського соціуму у напрямку подолання нерівності щодо участі та ставлення до суспільної, політичної та громадської діяльності.

### **Література**

1. Дослідження участі жінок у складі робочої сили України // Звіт Фонду Народонаселення ООН, Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, Українського центру соціальних реформ, Центру «Соціологічний моніторинг» [Електронний ре-

сурс]. — Режим доступу: [http://www.idss.org.ua/monografii/2013\\_ua\\_womens%20participation.pdf](http://www.idss.org.ua/monografii/2013_ua_womens%20participation.pdf).

2. *Курило І. О.* Соціально-економічна структура населення: еволюція, сучасність, трансформації: монографія / І. О. Курило / — К.: Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2006. — 472 с.

3. *Нерівність в Україні: масштаби та можливості впливу / за ред. Е. М. Лібанової.* — К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2012. — 404 с.

4. Пояснювальна записка щодо складових індексів ДЛР за 2013 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.undp.org.ua/images/stories/HDR2013/UKR\\_Ukraine\\_HDR2013.pdf](http://www.undp.org.ua/images/stories/HDR2013/UKR_Ukraine_HDR2013.pdf)

5. *Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості: Національна доповідь / кер. авт. кол. Е.М. Лібанова / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України.* — Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2012. — 412 с.

6. *Праця України у 2012 році: Статистичний збірник / Державна служба статистики.* — К.: Держаналітінформ, 2013. — С.116.

## Reference

1. *Doslidzhennya uchasti zhinok u skladi robochoyi syly Ukrayiny // Zvit Fondu Narodonaselennya OON, Instytutu demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' im. M. V. Ptukhy NAN Ukrayiny, Ukrayins'koho tsentru sotsial'nykh reform, Tsentru «Sotsiolohichnyy monitorynh» [Elektronnyy resurs].* — Rezhym dostupu: [http://www.idss.org.ua/monografii/2013\\_ua\\_womens%20participation.pdf](http://www.idss.org.ua/monografii/2013_ua_womens%20participation.pdf). [in Ukrainian]

2. *Kurylo I. O.* Sotsial'no-ekonomichna struktura naseleennya: evolyutsiya, suchasnist', transformatsiyi: monohrafiya / I. O. Kurylo. — K.: Instytut demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' im. M. V. Ptukhy NAN Ukrayiny, 2006. — 472 s. [in Ukrainian]

3. *Nerivnist' v Ukrayini: masshtaby ta mozhlyvosti vplyvu / za red. E.M. Libanovoyi.* — K.: Instytut demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' imeni M.V. Ptukhy NAN Ukrayiny, 2012. — 404 s. [in Ukrainian]

4. *Poyasnyval'na zapyska shchodo skladovykh indeksiv DLR za 2013 r. [Elektronnyy resurs].* — Rezhymdostupu: [http://www.undp.org.ua/images/stories/HDR2013/UKR\\_Ukraine\\_HDR2013.pdf](http://www.undp.org.ua/images/stories/HDR2013/UKR_Ukraine_HDR2013.pdf) [in Ukrainian]

5. *Stalyi lyuds'kyi rozvytok: zabezpechennya spravedlyvosti: Natsional'na dopovid' / ker. avt. kol. E.M. Libanova / Instytut demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' im. M. V. Ptukhy NAN Ukrayiny.* — Uman': Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Vizavi», 2012. — 412 s. [in Ukrainian]

6. *Pratsya Ukrayiny u 2012 rotsi: Statystychnyy zbirnyk / Derzhavna sluzhba statystyky.* — K.: Derzhanalitinform, 2013. — S. 116. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 15.05.2013 р.

**ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ  
ТА ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНЮВАННЯ**

*Gerasimenko Anna*  
SHEE «Vadym Hetman KNEU»

**PERFORMANCE OF PERSONNEL MANAGEMENT  
IN ENTERPRISE: CONCEPTUAL APPROACHES  
AND PRACTICAL ASSESSMENT TOOLS**

**АНОТАЦІЯ.** Розкрито сутність категорій ефективності та ефективності управління. Наведено типи показників ефективності діяльності. Визначено переваги та недоліки збалансованої системи показників. Наведено пропозиції щодо оцінювання ефективності управління персоналом.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА.** Ефективність управління персоналом, ключові індикатори результату, індикатори ефективності, ключові показники ефективності, збалансована система показників, якість трудового життя.

**ANNOTATION.** The essence of performance and performance management categories are revealed. The types of performance indicators are shown. Advantages and disadvantages of balanced scorecard are defined. The proposals for assessing the personnel management performance are given.

**KEYWORDS.** The performance of personnel management, key result indicators, efficiency indicators, key performance indicators, balanced scorecard, quality of working life.

**Вступ.** В умовах багатовекторних трансформацій вітчизняної економіки особлива роль у досягненні ефективності діяльності підприємств належить управлінню персоналом, що забезпечує раціональне використання та розвиток трудового потенціалу, виконання стратегічних і тактичних завдань. Сучасна практика управління персоналом зазнає радикальних змін у зв'язку з появою нових тенденцій у соціально-трудовах відносинах, трансформацією ціннісних орієнтирів працівників.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають завдання, пов'язані із забезпеченням підприємств висококваліфікованими працівниками, а ефективність механізмів кадрового забезпечення розглядається як передумова стійкого розвитку підприємства. Низький рівень ефективності управління персоналом є чинником недостатньої ефективності діяльності підприємств і причиною деформації соціально-трудової сфери.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Вагомий внесок у розвиток теорії управління персоналом зробили відомі вчені далекого зарубіжжя — К. Альдерфер, Т. Вебер, Ф. Герцберг, Е. Демінг, П. Друкер, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Портер, П. Сенге, Ф. Тейлор та інші; російські — Т. Ю. Базарова, Б. М. Генкін, О. П. Єгоршин, В. А. Дятлов, А. Я. Кібанов, Ю. Г. Одогов, М. М. Травін. Крім того, теоретико-методологічну базу дослідження склали фундаментальні праці вітчизняних економістів, у яких розвиваються основні положення теорії ефективності управління персоналом. Загальні аспекти управління персоналом висвітлені у працях Д. П. Богині, О. А. Грішнкової, В. М. Данюка, Г. А. Дмитренка, Г. Т. Завіновської, А. М. Колота, І. Л. Петрової, В. М. Петюха, В. А. Савченка, М. В. Семикіної, Г. В. Щокіна та інших.

**Постановка завдання.** Разом з тим, необхідно констатувати, що проблеми ефективності управління персоналом не втрачають актуальності. Незважаючи на детальний розгляд різноманітних аспектів діяльності виробничо-економічних систем, комплексні теоретичні дослідження в цій складній предметній галузі потребують подальших розробок. Зокрема, питання визначення ефективності управління персоналом і прийняття на цій основі конструктивних управлінських рішень не знайшли системного відображення в наукових працях. Таким чином, проблема розробки методичних підходів, алгоритмів, практичних інструментів ідентифікації ефективності системи управління персоналом залишається недостатньо дослідженою й актуальною, тим більше, що умови господарювання динамічно змінюються і висувають нові вимоги щодо вдосконалення процесів управління підприємствами.

**Результати дослідження.** Ефективність є однією з ключових категорій економіки, що безпосередньо пов'язана з досягненням кінцевої мети розвитку як національного господарства в цілому, так і кожної окремої організації. Поняття ефективності при цьому широко використовується, як правило, в точ-

ному розумінні слова: ефективно те, що призводить до очікуваного результату.

Як засвідчив аналіз наукового доробку, в сучасній теорії та практиці управління немає єдиного трактування щодо визначення ефективності управління. Узагальнення точок зору різних авторів дозволяє виділити три напрями, що найчастіше зустрічаються при визначенні ефективності управління. Згідно першого ефективність управління розглядається як співвідношення корисного результату (ефекту) й обсягу використаних чи витрачених ресурсів. За другим напрямом ефективність управління трактується не тільки як відношення результату до витрат, але і як відношення того ж результату до намічених цілей. Тобто, за своєю сутністю ефективність управління — це показник результативності діяльності організації (підприємства). І якщо поставлені цілі досягаються швидше і з найменшими витратами, то має місце ефективне управління. В рамках третього підходу ефективність управління визначається як ефективність існування певної системи, яка складається з окремих елементів. У такому випадку ефективність управління визначається як ефективність функціонування або стану таких елементів [6].

Отже, ефективність — комплексна категорія, яка характеризує ступінь досягнення результату (ефекту) за його видами в порівнянні з цілями діяльності об'єкта, витратами або спожитими ресурсами на досягнення такого ефекту.

У даний час для оцінювання ефективності діяльності використовуються три типи показників:

— *ключові індикатори результату* (Key Result Indicators, KRI) відображають, наскільки успішно компанія здійснює діяльність, що характеризується з певною системою збалансованих показників;

— *індикатори ефективності* (Performance Indicators, PI) показують, в яких напрямках варто рухатися, щоб досягти поставленої цілі;

— *ключові показники ефективності* (Key Performance Indicators, KPI) свідчать, що варто зробити, щоб підвищити ефективність.

На відміну від KPI, ключові індикатори результату (KRI) не формують уявлення про те, яких заходів слід вжити, аби досягти поставленої цілі. Вони лише відображують загальний напрям руху.

Система збалансованих показників — це засіб управління ефективністю компанії. Щоб визначити, наскільки ефективно

працює організація або її підрозділ, фінансових показників недостатньо, оскільки вони відображають ефективність роботи компанії в минулому, не дозволяючи діагностувати та усувати проблеми, що виникають «у режимі реального часу».

На основі досвіду систему збалансованих показників визнали унікальною системою, яка дозволяє інтегрувати фінансові і нефінансові показники ефективності господарської діяльності.

Система збалансованих показників, розроблена Р. Капланом і Д. Нортонем, включає фінансову та клієнтську складові, складові внутрішніх процесів, навчання і зростання (рис. 1).

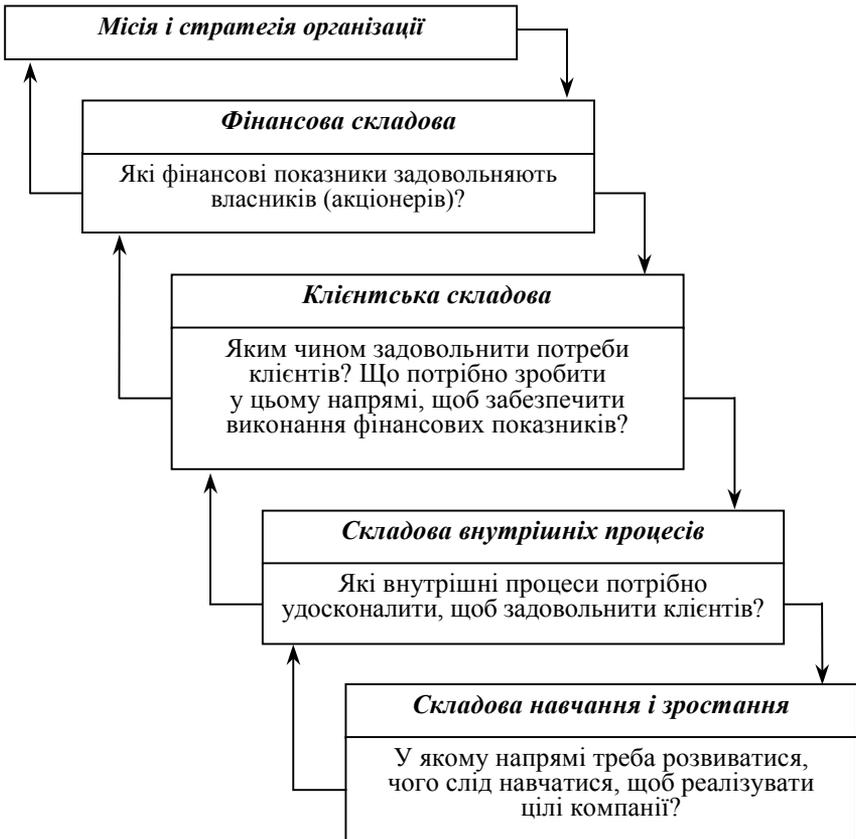


Рис. 1. Система збалансованих показників [4, с. 349]

Проте, крім численних переваг система збалансованих показників має низку недоліків (табл. 1).

**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СИСТЕМИ  
ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ  
У ЗАСТОСУВАННІ НА ПІДПРИЄМСТВІ\***

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> <li>– проста структура для опису стратегічних завдань і моніторингу діяльності;</li> <li>– розробка методології та пошук</li> <li>– коефіцієнти забезпечують розуміння специфіки діяльності;</li> <li>– побудова системи управління навколо нових наборів показників і нових способів їх виміру;</li> <li>– взаємозв'язок оперативного та стратегічного менеджменту;</li> <li>– створення схеми для формування зверху вниз стратегії за всіма ієрархічними рівнями;</li> <li>– реалізація стратегії має об'єктивний характер;</li> <li>– нова концепція вдало інтегрується з системою контролінгу та методами управління, які спрямовані на підвищення вартості підприємства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– спрощення діяльності підприємства;</li> <li>– причинно-логічні зв'язки розуміються як аксіома, тому вони не підлягають критичному аналізу;</li> <li>– вибір стратегічних дій у ЗСП може бути помилковим;</li> <li>– увага надто фокусується на управлінні, яке базується на показниках, й ігноруються «м'які» фактори;</li> <li>– не забезпечується однозначність визначених зв'язків «ціль-засіб» та «стратегічної карти»;</li> <li>– проблеми з вимірюванням;</li> <li>– компоненти стратегії на шляху ієрархічних рівнів можуть сповільнювати мотивацію здійснення проекту;</li> <li>– концепцією не передбачені механізми розв'язання конфліктів</li> </ul>

\* Складено за [1; 5].

При визначенні ефективності управління персоналом, на переконання автора, доцільно скористатися концептуальними підходами, що дозволяють визначити, з одного боку, ефективність діяльності служби управління персоналом як суб'єкта реалізації політики управління персоналом, з іншого — ефективність праці персоналу, в індикаторах якої втілено інтегральний вплив політики управління персоналом на підсумки трудової діяльності. Вважаємо за доцільне більш детально зупинитись на зазначених методичних аспектах.

Слід зазначити, що в даний час немає єдиного підходу до проблеми вимірювання ефективності трудової діяльності. Складність полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу тісно пов'язаний з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком підприємств та ін. Аналіз наукових концепцій дає змогу виділити вісім основних концепцій оцінки ефективності трудової діяльності (рис. 4).



Рис. 2. Комплексне оцінювання ефективності управління персоналом [4, с. 331]

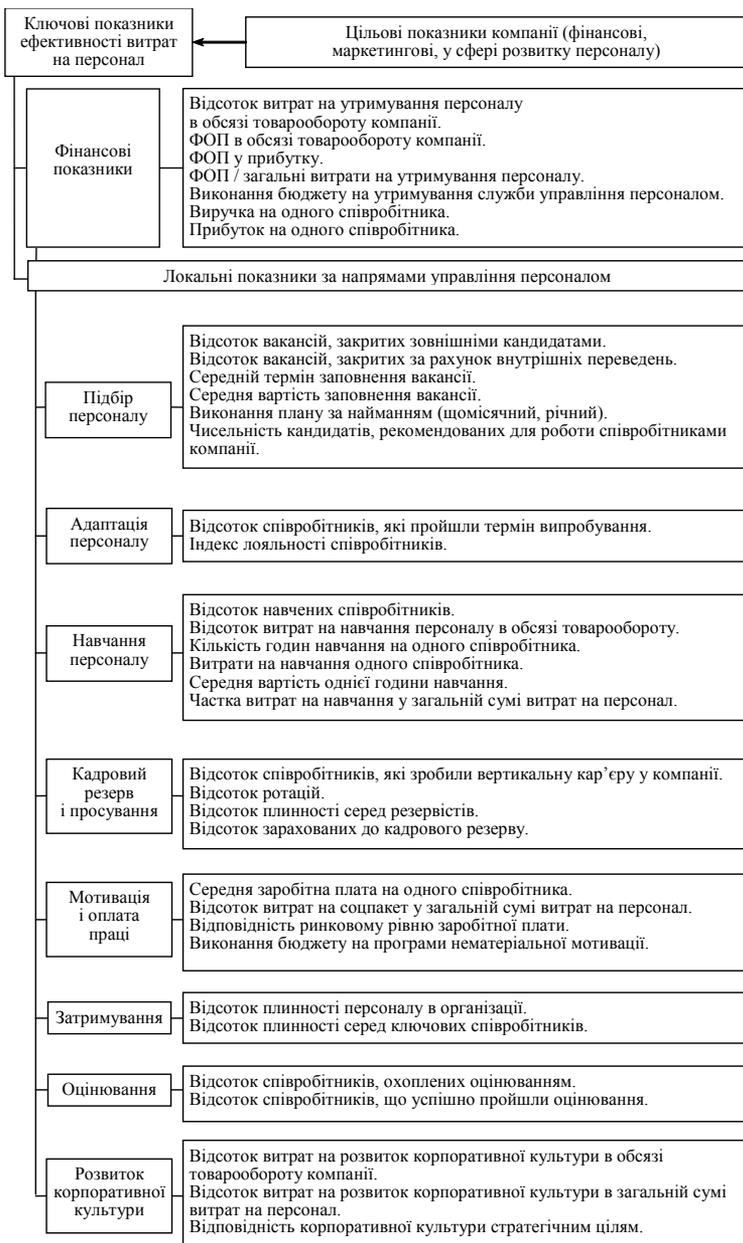


Рис. 3. Система КПЕ служби управління персоналом [4, с. 416]

1. *Економічна ефективність* дозволяє шляхом порівняння економії (прибутку) і витрат (вкладень) економічно обґрунтувати результати діяльності підприємства за завершеними проектами (бізнес-планами, інвестиціями, заходами).

2. *Соціальна ефективність* створює можливість оцінки суспільного характеру праці і соціальних відносин за допомогою кількісних та якісних показників.

3. *Організаційна ефективність* дозволяє оцінити рівень організації трудової діяльності управлінського персоналу (керівників, фахівців, службовців).

4. *Оцінка за кінцевими результатами* дозволяє кількісно визначити результати й динаміку трудової діяльності підприємства в цілому та його підрозділів на основі укрупнених економічних показників.

5. *Управління продуктивністю праці* створює основи для планування й аналізу людських ресурсів за головним критерієм — продуктивністю (виробітком) і пов'язаними з ним іншими показниками.

6. *Якість трудового життя* є сучасним інтегральним показником оцінки трудової діяльності, що визначаються на основі сукупності економічних та соціальних показників.

7. *Балова оцінка ефективності праці* дозволяє за допомогою інтегрального показника оцінити підсумкові результати діяльності за певний період (рік, квартал) підприємства в цілому, а також його великих підрозділів.

8. *Оцінка трудового внеску (участі)* є головним інструментом вимірювання індивідуального внеску в кінцеві результати за безтарифної системи, а також за почасової форми оплати праці робітників і службовців.

Вибір конкретної концепції оцінки ефективності трудової діяльності залежить від низки чинників: моделі мотивації праці, системи і форми оплати праці, сфери економіки, розміру підприємства, масштабу управління, періоду часу, стану планування, системи бухгалтерського обліку, кількості структурних підрозділів, загальної чисельності працівників, рівня інформатизації й комп'ютеризації, рівня корпоративної культури тощо.

Інноваційним методичним підходом в оцінюванні ефективності управління персоналом, на наше авторське, слід вважати концепцію якості трудового життя (quality of work life), яка розробляється в працях відомих іноземних економістів порівняно недавно — з 1940-х рр. Сутність концепції полягає у визначенні сукупності показників, що характеризують сприятливі організаційні, соціальні і психологічні умови праці, та оцінювання їхнього впливу на кінцеві результати діяльності.

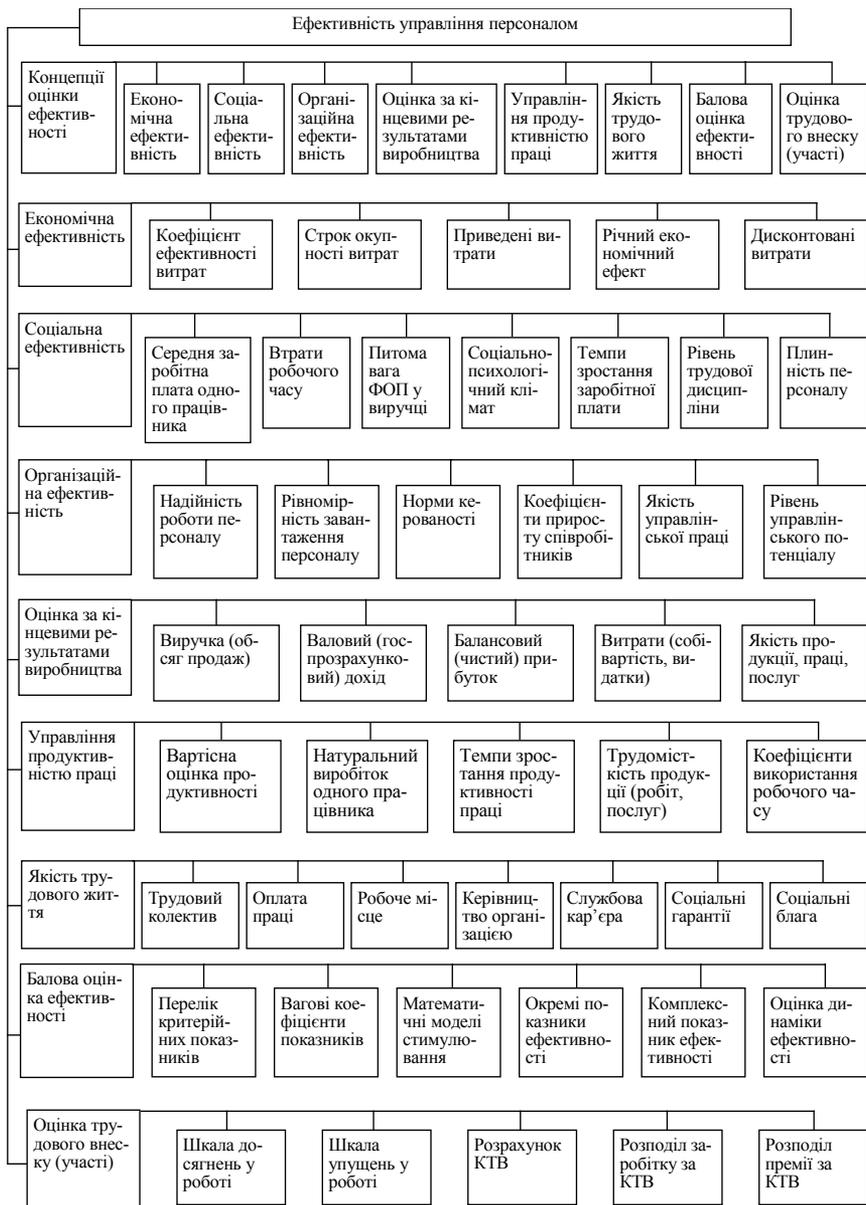
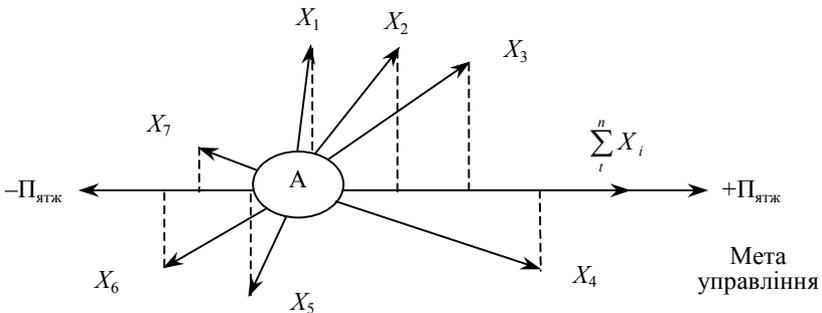


Рис. 4. Концептуальна схема підходів до оцінки ефективності управління персоналом [3, с. 317]

Перелік показників якості трудового життя залежить від філософії й економічного добробуту підприємства. Існує низка показників, що мають різну природу, способи оцінки і глибину впливу на особистість людини. Ці показники спрямовані на задоволення потреби самовираження і моральне заохочення працівників, що мають хороші організаційні умови праці. Разом з тим, для успішного планування і контролю показників якості трудового життя вони мають базуватися на концепції всебічного розвитку особистості і бути згрупованими за певними підсистемами роботи з персоналом.

*Якість трудового життя* — інтегральний показник, що всебічно характеризує економічний, матеріальний, медико-екологічний і духовний добробут працівника. Його можна розглядати як векторне додавання окремих (локальних) факторів якості трудового життя. Так, за позитивного результату додавання векторів показник якості трудового життя ( $\Pi_{\text{ятж}}$ ) спрямований на досягнення поставлених цілей розвитку підприємства (рис. 5).

1. Додатне значення показника якості трудового життя.



2. Від'ємне значення показника якості трудового життя.

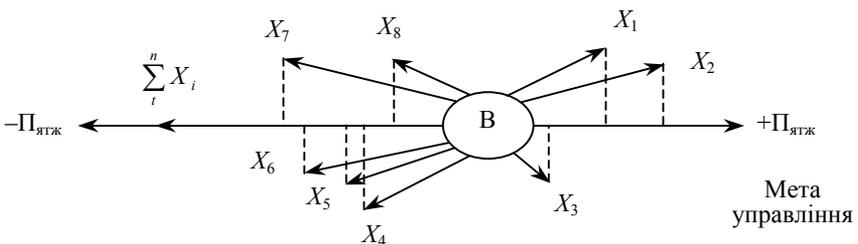


Рис. 5. Варіанти подання якості трудового життя

Навпаки, якщо векторне додавання факторів (криза, безробіття, прожитковий мінімум, зарплата) від'ємне, то значення показників якості трудового життя буде нижче за плановий рівень, а соціально-економічний стан підприємства віддалятиметься від поставлених цілей, і підприємство належатиме до групи «кризових».

Аналіз літературних джерел створює підстави сформувати структуру показників якості трудового життя (рис. 6).

*Оцінка якості трудового життя на рівні підприємства* може бути здійснена двома основними способами.

*По-перше*, способом соціологічного опитування працівників організації за допомогою анкет, де трудовий колектив поділяється на соціальні верстви (незаможні, бідні, незабезпечені, забезпечені, заможні і багаті) залежно від споживання ними різних матеріальних благ, що входять у біологічний і соціальний прожитковий мінімуми. Це можна зробити також способом порівняння середньомісячної заробітної плати працівників з величиною прожиткового мінімуму. Недоліком даного методу є орієнтація тільки на доходи і міру задоволення медико-біологічних і матеріальних потреб.

*По-друге*, способом соціологічного опитування працівників конкретної організації щодо міри задоволеності локальними якістьми трудового життя. Для цього потрібно провести соціологічне опитування трудового колективу за допомогою спеціальної анкети. Зміст анкети розробляється за низкою показників, що оцінюються за бальною шкалою.

**Висновки.** Актуальність проблематики ефективності управління персоналом підтверджує сучасна практика, яка зазнає радикальних змін у зв'язку з появою нових тенденцій у трудових відносинах, трансформацією ціннісних орієнтирів працівників. Відповідність кадрового потенціалу стратегічним орієнтирам і тактичним напрямам діяльності підприємства забезпечує досягнення поставлених цілей.

Дослідження сутності ефективності управління як соціально-економічного феномену засвідчило розрізнений характер її трактування. Найбільше поширення в теперішній час отримали ключові індикатори результату, індикатори ефективності ключові показники ефективності.

Інноваційним методичним підходом в оцінюванні ефективності управління персоналом слід вважати концепцію якості трудового життя, яка передбачає врахування показників, що характеризують сприятливі організаційні, соціальні і психологічні

умови праці, та оцінювання їхнього впливу на кінцеві результати діяльності.

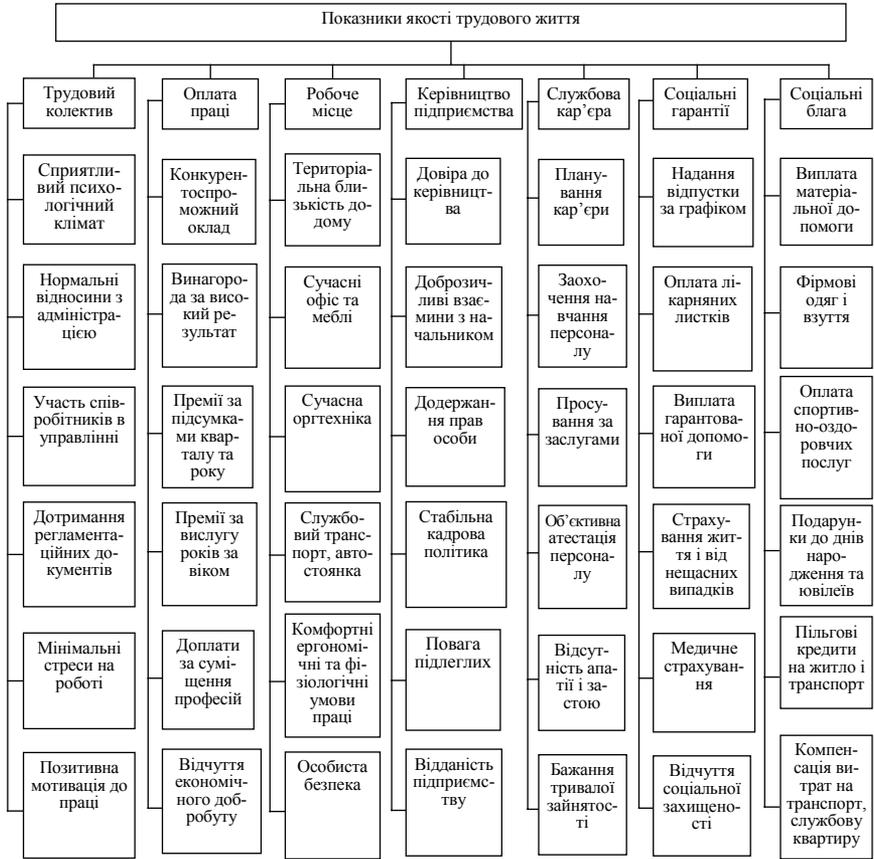


Рис. 6. Показники якості трудового життя [3, с. 333; 7, с. 396–408]

### Література

1. Внедрение сбалансированной системы показателей / Horvath & Partners ; пер. с нем. В. Толкача, С. Данишевич, М. Гавриша. — [3-е изд.]. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 478 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).
2. Грицьук Е. В. Управление предприятием с помощью системы сбалансированных показателей / Е. В. Грицьук // Економіка: проблеми

теорії та практики : зб. наук. пр. — Дніпропетровськ, 2004. — Вип. 197. — Т. 1. — С. 49—53.

3. Методология управления трудовыми ресурсами: монография / под ред. А. П. Егоршина, И. В. Гуськовой. — Н. Новгород, 2008. — 352 с.

4. *Одегов Ю. Г.* Оценка эффективности работы с персоналом: методологический подход: Учебно-практическое пособие / Ю. Г. Одегов, К. Х. Абдурахманов, Л. Р. Котова. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2011. — 752 с.

5. *Ольве Н.-Г.* Оценка эффективности деятельности компании: практическое руководство по применению ССП / Н.-Г. Ольве, Ж. Рой, М. Веттер ; пер. с англ. Э. В. Кондуковой, И. С. Половицы. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. — 304 с.

6. *Христенко Л. Н.* Эффективность управления: понятие и подходы к определению // Экономика. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Вип. 6. — Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2001. — С. 209—214.

7. Экономика и социология труда: Учебник / под ред. д.э.н., проф. А. Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 584 с.

## References

1. Vnedrenie sbalansirovannoj sistemy pokazatelej / Horvath & Partners ; per. s nem. V. Tolkacha, S. Danishevich, M. Gavriša. — [3-e izd.]. — М. : Al'pina Biznes Buks, 2008. — 478 s. — (Serija «Modeli menedzhmenta vedushhij korporacij»). [in Russian]

2. *Gricyk E. V.* Upravlenie predpriatijem s pomoshh'ju sistemy sbalansirovannyh pokazatelej / E. V. Gricyk // Ekonomika: problemi teorii ta praktiki : zb. nauk. pr. — Dnipropetrovs'k, 2004. — Vip. 197. — T. 1. — S. 49—53. [in Russian]

3. Metodologija upravlenija trudovymi resursami: monografija / pod red. A. P. Egorshina, I. V. Gus'kovej. — N. Novgorod, 2008. — 352 s. [in Russian]

4. *Odegov Ju. G.* Ocenka jeffektivnosti raboty s personalom: metodologicheskij podhod: Uchebno-prakticheskoe posobie / Ju. G. Odegov, K. H. Abdurahmanov, L. R. Kotova. — М.: Izdatel'stvo «Al'fa-Press», 2011. — 752 s. [in Russian]

5. *Ol've N.-G.* Ocenka jeffektivnosti dejatel'nosti kompanii: prakticheskoe rukovodstvo po primeneniju SSP / N.-G. Ol've, Zh. Roj, M. Vetter ; per. s angl. Je. V. Kondukovej, I. S. Polovicy. — М. : Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2004. — 304 s. [in Russian]

6. *Hristenko L. N.* Jeffektivnost' upravlenija: ponjatje i podhody k opredeleniju // Ekonomika. Menedzhment. Pidpriemnictvo. Zb. nauk. prac' Shidnoukrains'kogo nacional'nogo universitetu imeni Volodimira Dalja. Vip. 6. — Lugans'k: SNU im. V. Dalja, 2001. — S. 209—214. [in Russian]

7. Jekonomika i sociologija truda: Uchebnik / pod red. d.je.n., prof. A. Ja. Kibanova. — М.: INFRA-M, 2007. — 584 s. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 13.03.2013 р.

# МАРКЕТИНГ

УДК 338.4:658

**Бобрицька Н. Д.**, асистент  
кафедри маркетингу  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Nataliya Bobritska**,  
assistant, marketing department  
SHEE «Vadym Hetman KNEU»

### FORMATION OF ADAPTIVE MARKETING STRATEGIES OF DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто визначення понять «туристичний продукт» і «туристична послуга», запропоновано алгоритм формування адаптивної маркетингової стратегії та наведено особливості її використання для підприємств туристичної галузі.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова стратегія, ринок, підприємство, управління, туристична послуга, туристичний продукт.

ANNOTATION. The article considered definition of «tourism product» and «travel services», an algorithm for adaptive formation of marketing strategy and the features of its use for the tourism industry.

KEY WORDS: marketing, marketing mix, marketing strategy, market, enterprise management, tourism, tourism product.

**Постановка проблеми.** Одним із найскладніших і найсуттєвіших етапів стратегічного планування є формування ефективних маркетингових стратегій, які дозволять туристичному підприємству досягти визначеної стратегічної мети. Висока динамічність чинників зовнішнього середовища, швидкі та несподівані зміни в соціально-економічних процесах, посилення конкуренції на ту-

ристичних ринках значно ускладнюють процес формування ефективної маркетингової стратегії.

**Метою статті** є формування сучасних стратегій управління підприємством туристичної галузі, що спрямовані на вирішення актуальних питань, пов'язаних з організацією стратегії управління туристичним підприємством в умовах посиленої конкурентної боротьби, невизначеного й динамічного зовнішнього середовища.

**Огляд літературних джерел.** Результати аналізу останніх досліджень і наукових публікацій з даної тематики свідчить про її актуальність і значущість для вибору та реалізації стратегії в туристичній галузі. Дану теми розглядали у наукових працях українські та закордонні фахівці І. Х. Ансофф, О. І. Бланк, В. І. Даль, Г. Мінцберг, Дж. Куїнн, С. Гошал, Л. В. Балабанова, О. М. Азарян, М. А. Окландер, С. В. Близнюк, А. В. Войчак, Т. А. Заяць, Н. В. Куденко, І. В. Тараненко, В. Г. Герасимчук, В. А. Івлєв, М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Р. З. Акбердін, А. П. Градов, Н. Ю. Круглова, В. Д. Маркова, С. А. Кузніцова, Н. Л. Карданська, Р. А. Фатхутдінов, Р. Стенфілд, Т. Сааті та інші. Але детальні цільові алгоритми стратегічного управління потребують свого подальшого дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Туристична галузь є однією із високоприбуткових і найдинамічніших сфер економіки. За оцінками представників Світової ради загальний внесок туристичної галузі до ВВП України становить 92,1 млрд грн. При цьому прямі витрати туристів становили 24,6 млрд грн або 26,7 %, непрямий внесок туристичної галузі в економіку становив 56,4 % або 51,9 млрд грн, індукований внесок склав 16,9 % або 15,6 млрд грн [13].

В Україні існують усі передумови для розвитку туристичної сфери. Зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розгалуження санаторно-курортної бази — всі ці фактори зумовлюють конкурентні переваги України в пропозиції туристичного продукту. Туристичний потенціал України на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5—2,5 % туристичної галузі в структурі ВВП країни. Основними перепонами, що заважають розвитку туристичної галузі в Україні, сьогодні виступають переважно чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру.

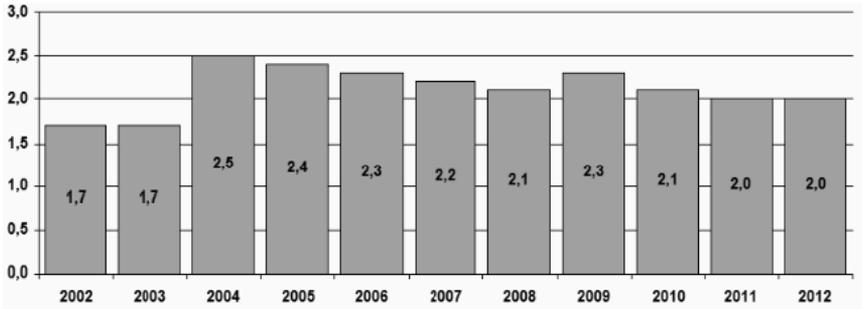


Рис. 1. Частка прямих надходжень від туристичної галузі до ВВП України

*Джерело:* Travel & Tourism Economic Impact 2012 Ukraine [13]

У той же час в Україні функціонування і розвиток туристичної галузі все більше визначається законами ринку і посилюється значними проблемами. Особливості туристичного продукту і природи споживчої вартості туристичної подорожі безпосередньо впливають на здійснювані в галузі туризму маркетингові заходи, дещо змінюючи їх цілі, структуру і зміст. Туризм за своїми характеристиками не має принципових відмінностей від інших форм господарської діяльності. Але в той же час у туризмі є своя специфіка, що відрізняє його не тільки від торгівлі товарами, але й і від інших форм торгівлі послугами. Туристичну діяльність можна розглядати як діяльність організаторів туризму (туроператорів і турагентів) щодо формування продукту споживання — туристичного продукту, з одного боку, і діяльність туристів, які споживають цей продукт, з іншого. Згідно зі Законом України про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV, туристичний продукт — це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо). Розглянемо визначення понять «туристичний продукт» та «туристична послуга», запропоновані різними авторами (табл. 1 і 2).

Відмітна особливість туристичного продукту полягає в тому, що більшість нових послуг, що входять до його складу, пов'язані з діючими або є модифікаціями вже існуючих послуг. Ці послуги, у свою чергу, засновані на зворотному впливі споживачів та інших учасників ринку на туристичний продукт.

*Таблиця 1*

**ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ»**

Автор	Визначення поняття «Туристичний продукт»
Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю.	Основна відмінність туристичного продукту від туристичної послуги полягає у тому, що послуга може бути купленою та спожитою за місцем її виробництва. Туристичний продукт можна придбати за місцем проживання, але спожити тільки в місті виробництва туристичних послуг
Бейдик О. О.	Набір послуг, що входять у вартість туристичної поїздки за певним маршрутом з комплексним обслуговуванням
Ісмаєв Д. К.	Будь-яка послуга, що задовольняє ті чи ті вимоги туристів під час їхньої подорожі та підлягає оплаті з їхнього боку, а основним туристичним продуктом є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг що продається туристам в одному пакеті
Кабушкін Н. І.	Сукупність речових (предметів споживання) і неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі
Квартальнов В. О.	Сукупність речових (предметів споживання) і неречових (у формі послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туристів, що виникають під час подорожі»
Мальська М. П., Худо В. В.	Упорядкована сукупність туристичних послуг, робіт і товарів (пакет туристичних послуг), що складається як мінімум з двох, або більше одиничних чи множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туристом у процесі із метою туризму
Скрипко Т. О., Ланда О. О.	Сукупність товарів і послуг, що надаються споживачу до, під час, а також після подорожі

## ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ТУРИСТИЧНА ПОСЛУГА»

Автор	Визначення поняття «Туристична послуга»
Жукова М. А.	Сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, які орієнтовані на забезпечення і задоволення потреб туриста або екскурсанта, що відповідають цілям туризму, характеру та спрямованості туристичної послуги, туру, туристичного продукту, що не суперечать загальнолюдським принципам моралі і доброго порядку
Кабушкін М. І.	Все те, що турист бере до уваги або чим він користується під час подорожі (при зміні місця свого перебування і при перебуванні в кінцевому пункті своєї поїздки)
Кіптенко В. К.	Результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів
Пуцентейло П. Р.	Результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота туристичного підприємства, на його думку, полягає як у організації всієї подорожі, так і в організації окремих послуг
Румянцев А. П., Коваленко Ю. О.	Комплекс послуг індустрії гостинності (що включає в себе готельні, рекреаційні, транспортні, страхові, екскурсійні послуги та ін.), який надається окремій особі чи групі осіб для задоволення їх потреб, пов'язаних із переміщенням з місця постійного проживання до іншого на певний проміжок часу з метою відпочинку, оздоровлення, навчання та ін.
Скрипко Т. О., Ланда О. О.	Комплекс дій суб'єктів туристичної галузі, спрямованих на задоволення потреб споживача (туриста)
Топсахалова Ф. М.-Г., Теунаева З. Н., Айбазова Ф. М.	Сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, які орієнтовані на забезпечення і задоволення потреб туриста або екскурсанта, що відповідають цілям туризму, характеру та спрямованості туристської послуги, туру, туристського продукту, що не суперечать загальнолюдським принципам моралі і доброго порядку

Специфіка ринку туристичних продуктів і послуг характеризується такими факторами:

- основна частина пропозиції туристичного підприємства носить нематеріальний характер;

- висока конкуренція між підприємствами за споживача;
- DESTИНАЦІЙНИЙ компонент турпродукту;
- специфіка реклами туристичних продуктів;
- туристичний продукт являє собою комплекс різних послуг;
- високий ступінь взаємодії персоналу з клієнтами.

У даний час ситуація на конкурентному туристичному ринку постійно ускладнюється, за споживчий попит розгортається жорстка конкурентна боротьба. Маркетинг набуває все більшого значення в системі туризму, оскільки базується на специфіці ринку туризму в цілому, який спочатку є ринком покупця. Пошук нових можливостей для розвитку свого бізнесу підвищує інтерес туроператорів до маркетингових стратегій.

Виділяють такі різновиди маркетингових стратегій залежно від:

- терміну реалізації;
- конкурентних переваг;
- конкурентного становища підприємства та його конкурентів;
- конкурентоспроможності підприємства та привабливості ринку;
- виду диференціації;
- ступеня сегментування ринку;
- за елементами маркетингового комплексу;
- за станом ринкового попиту та ін.

Маркетингові стратегії набувають комплексного характеру і охоплюють усі напрями діяльності туристичних підприємств (рис. 2) і розраховується на довгостроковий період.



Рис. 2. Види маркетингових стратегій туристичного підприємства

Такі стратегії повинні орієнтувати туристичні підприємства на максимальну та своєчасну адаптацію до складного, динамічного

маркетингового середовища для досягнення стратегічних цілей. Тому, очевидною стала необхідність формування адаптивної маркетингової стратегії і трансформації маркетингу з створенням такої його форми, яка дозволила б швидше проектувати, ніж контролювати ринок, за умови безперервності характеру його конструювання, в основі якої лежить постійне гнучке вдосконалення турпродукту за вимогами клієнтів.

Формування адаптивної маркетингової стратегії слід розглядати як сукупність п'яти взаємозалежних процесів: стратегічний аналіз ринкової ситуації; визначення цілей маркетингу; вибір оптимальної маркетингової стратегії; розробка маркетингового плану, спрямованого на ефективну реалізацію стратегії; оцінка й контроль результатів. Всі процеси послідовно впливають один із одного. Але існує й зворотній вплив, тобто можливість внесення змін у цільові орієнтири маркетингу, або у механізм реалізації стратегії, можливість доробки результатів, або перегляд і розробка нової маркетингової стратегії. Тому при формуванні стратегії важливе місце має моніторинг ходу її реалізації, метою якого є дослідження ефективності вибору, впровадження і реалізація маркетингової стратегії (рис. 3).

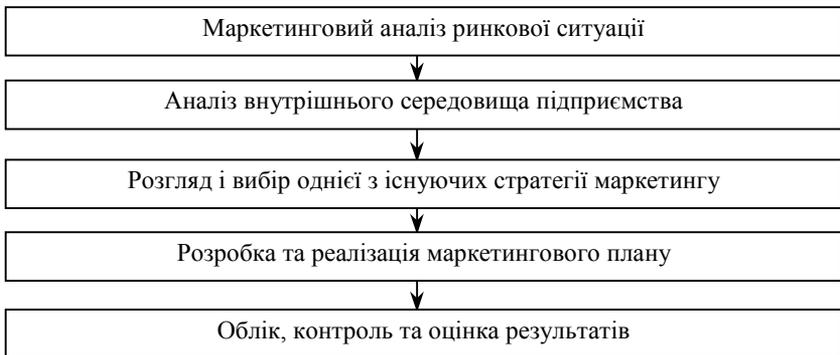


Рис. 3. Алгоритм формування адаптивної маркетингової стратегії

Першим етапом процесу формування адаптивної маркетингової стратегії підприємства є маркетинговий аналіз ринкової ситуації. Цей етап доцільно поділити на два напрямки аналізу: аналіз проміжного (маркетингового) середовища й оцінка маркетингового потенціалу підприємства. Метою аналізу проміжного середовища є визначення рівня нестабільності маркетингового ото-

чення (вивчення сучасного ринку, визначення вимог споживачів, дослідження конкурентів і постачальників). Такий аналіз потрібен для того, щоб підприємство було готове до майбутніх змін оточення та вчасно й адекватно реагувало на ці зміни. У процесі аналізу визначається, на скільки підприємство заповнило обрану їм нішу ринку і відповідні сегменти ринку, вивчається й оцінюється конкурентна позиція фірми на ринку за основними факторами конкурентоспроможності.

При аналізі внутрішнього середовища підприємства визначаються ті можливості й той маркетинговий потенціал, на які підприємство може розраховувати в процесі досягнення маркетингових цілей. У процесі цього аналізу оцінюється вся система господарювання підприємства й окремих його підсистем щодо реалізації можливостей, які проміжне середовище надає підприємству.

Аналіз проміжного й внутрішнього середовища дозволяє усвідомити і сформулювати маркетингові цілі. Залежно від положення підприємства на ринку, наявності ресурсів, тривалості періоду обертання товарів, ми пропонуємо конкретизувати основні цілі маркетингу, орієнтовані на: завоювання споживача й стимулювання попиту, збільшення обсягу реалізації, завоювання й збільшення частки ринку, досягнення конкурентних переваг на ринку. Досягнення цілей розвитку підприємства може здійснюватися різними шляхами.

Для цього на третьому етапі формування стратегії здійснюється розгляд і вибір однієї з існуючих стратегій маркетингу. На цьому етапі приймається рішення щодо того, якими засобами підприємство буде досягати поставлених цілей. Пропонуються наступні види стратегій маркетингу: продуктово-товарна стратегія; стратегія просування товару (стимулювання збуту); цінова стратегія; об'єднані стратегії [11].

Після вибору необхідного варіанту маркетингової стратегії, яка стає концепцією маркетингу, слід перейти до наступного етапу — розробки та реалізації маркетингового плану, у межах якого розробляється система програм, яка повинна забезпечити найефективніші шляхи реалізації стратегічних цілей маркетингу. На даному етапі визначаються цільові показники, спрямовані на забезпечення організаційних умов діяльності та маркетингових напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом продуктивного використання ресурсів.

Заключним етапом формування маркетингової стратегії є оцінка й контроль результатів, які відбуваються шляхом порівняння

результатів з цілями. Цей процес забезпечує стійкий зворотній зв'язок між ходом процесу досягнення цілей і власне цілями, що стоять перед маркетингом. Такий механізм зворотного зв'язку використовується для моніторингу й коригування стратегії [11].

Формування адаптивних маркетингових стратегій підприємства дозволить створити такі пропозиції туристичного продукту, які дозволяли б з максимальним ефектом використовувати кошти бізнесу для забезпечення споживчої цінності. Цей процес включає в себе як реакцію на вимоги обраного сегмента, так і мистецтво впливу виробника на попит.

**Висновки.** Отже, адаптивні маркетингові стратегії управління сприятимуть досягненню цілей туристичного підприємства на основі підтримання стратегічної відповідності в контексті потенційних можливостей та загроз підприємства. Продумані маркетингові стратегії дають можливість ефективно конкурувати на ринку туристичних послуг, виступаючи своєрідною технологією ефективного керування в умовах підвищеної нестабільності й невизначеності факторів зовнішнього середовища.

### **Література**

1. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України № 1282-IV від 18.11.03 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2004. — № 13. — Ст. 180.
2. *Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю.* Менеджмент туризму. Туроперейтинг. — К.: Альтерпрес, 2004. — 236 с.
3. *Балабанова Л. В.* Маркетинг: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання-Прес, 2004. — 645 с.
4. *Вачевський М. В., Скотний В. Г.* Маркетинг у сферах послуг: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 232 с.
5. *Дурович А. П.* Маркетинг в туризмі : учеб. пособие / А. П. Дурович. — 7-е изд., перераб. и доп. — Мн.: Новое знание, 2007. — 496 с.
6. *Квартальнов В. А.* Менеджмент туризма. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 336 с.
7. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент / Marketing management / Ф. Котлер; пер. с англ. — 11-е изд. — СПб. : Питер, 2009. — 798 с.
8. *Музыкант В. Л.* Реклама в действии: стратегии продвижения. — М.: Эксмо, 2009. — 240 с.
9. *Скибинський С. В., Іванова Л. О, Моргун О. Ф.* Маркетинг готельних послуг: Навчальне видання. — Львів, 2000, 245 с.
10. *Скрипко Т. О., Ланда О. О.* Національний лісотехнічний університет України // Науковий вісник. — 2007. — Вип. 17.3. — С. 289—292.

11. *Телетов О. С.* Маркетинг у промисловості: Монографія / О. С. Телетов. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 248 с.
12. *Шульгіна Л. М.* Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л. М. Шульгіна. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 597 с.
13. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. — Режим доступу:  
<http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C>

## Reference

1. On Amending the Law of Ukraine «On Tourism» Law of Ukraine № 1282-IV on 11/18/03 // Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. — 2004. — № 13. — Art. 180. [in Ukrainian]
2. *Babarytska V. K., Malinovska O.* Tourism Management. Turopereyting. — K.: Alterpress, 2004. — 236 p. [in Russian]
3. *Balabanov L. V.* Marketing: Tutorial. — 2nd ed., Revised. and add. — K.: Knowledge Press, 2004. — 645 p. [in Ukrainian]
4. *Vachevskyy M. V., Animal V. G.* Marketing in the service sector: Manual. — Kyiv: Centre textbooks, 2004. — 232 p. [in Ukrainian]
5. *Durovich A. P.* Tourism marketing: Textbook. Benefit / AP Durovich. — 7th ed., Rev. and add. — Mn.: New Knowledge, 2007. — 496. [in Russian]
6. *Quarterly V. A.* Tourism Management. — Moscow: Finance and Statistics, 2002. — 336. [in Russian]
7. *F. Kotler.* Marketing Management = Marketing management / Kotler, trans. from English. — 11th ed. — St. Petersburg. Peter, in 2009. — 798 p. [in Russian]
8. *Musicant V. L.* Advertising in action: promotion strategy. — M.: Penguin Books, 2009. — 240. [in Russian]
9. *Skybynsky S. V., Ivanov L. O., Morhun A. F.* Marketing of hotel services : educational publications. — Lviv, 2000. — 245 p. [in Ukrainian]
10. *Skrypko T. O., Landa O.* National Forestry University of Ukraine // Scientific Bulletin. — 2007. — Vol. 17.3. — P. 289—292. [in Ukrainian]
11. *Teletov O. S.* Marketing industry/ Monography / OS Teletov. — Kyiv: Centre textbooks 2004. — 248 p. [in Ukrainian]
12. *Shulgin L. M.* Marketing in tourism business: monograph / L. Shulgin. — Kyiv: Kyiv. nat. trade.-economical. University Press, 2005. — 597 p. [in Ukrainian]
13. Ministry of Culture and Tourism of Ukraine «Problems and prospects of tourism in Ukraine today» [ electronic resource]. — Mode of access:  
<http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 13.03.2013 р.

## **РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ТА ВІДПОЧИНКУ**

**Rega Marina Ph. D.**, Senior Lecturer  
Department of Marketing  
Mukachevo State University

### **ROLE AND IMPORTANCE OF MARKETING IN TOURISM AND RECREATION**

**АНОТАЦІЯ.** Стаття присвячена дослідженню ролі маркетингу в туризмі, вирішенню проблеми використання маркетингових технологій у розробленні та використанні туристичних продуктів і послуг туристичними підприємствами. Поглиблено розуміння призначення маркетингу туристичної діяльності.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** маркетинг послуг, маркетинг туристичної діяльності, туристичний продукт.

**ANNOTATION.** The article investigates the role of marketing in tourism activities, solving problems using marketing technology development and use of travel products and services to tourism enterprises. Depth understanding of destination marketing tourism.

**KEYWORDS:** marketing services, marketing, tourism, tourist product.

**Постановка проблеми.** У традиційному виробництві, де результат праці — конкретний товар чи продукція — поняття маркетингу має конкретніший зміст. У туризмі результат діяльності зводиться до туристичного продукту, якому притаманні певні специфічні особливості, що суттєво впливають на маркетингову діяльність у туризмі. Як немає однозначного визначення маркетингу в цілому, так і відсутнє єдине трактування маркетингу туризму.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Виходячи з визначення поняття «турист», яке дає ВТО, французькі спеціалісти Р. Ланкар і Р. Олле зазначають, що туристичний маркетинг — це серія основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і вирішення поставлених завдань. Головне, на що мають бути направлені ці методи і прийоми, — виявлення можливостей найповнішого задоволення потреб людей, з точки зору психологічних і

соціальних факторів, а також визначення способів найраціональнішого, з фінансової точки зору, ведення справ туристичними підприємствами, які дозволяють враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних послугах.

Деякі автори вкладають у поняття маркетингу в туризмі глобальний зміст, як, наприклад, швейцарський спеціаліст Є. Крипендорф: туристичний маркетинг — це систематичні зміни і координація діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в галузі туризму, яка здійснюється за регіональними, національними чи міжнародними планами. Мета таких змін полягає в тому, щоб якнайповніше задовольнити потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливість отримання відповідного прибутку [1, с. 123].

Всесвітня туристична організація виокремлює три головних функції маркетингу в туризмі:

- налагодження контактів зі споживачами;
- розвиток;
- контроль.

Налагодження контактів ставить перед собою мету переконати потенційних клієнтів у тому, що запропоноване місце відпочинку і існуючі там служби сервісу, пам'ятки і очікувані вигоди повністю відповідають тому, чого бажають отримати самі клієнти [5, с. 243].

Розвиток припускає проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту туристичного продукту.

Контроль передбачає аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відображають повне і успішне використання можливостей сфери туризму.

Російські вчені І. В. Зорін і В. А. Квартальнов визначають такі основні функції туристичного маркетингу:

- створення туристичного продукту і послуг для подальшої пропозиції споживачам;
- просування туристичного продукту на ринок, реклама і збут;
- організація прямих продажів;
- отримання відповідного рівня доходів.

Отже, узагальнено, туристичний маркетинг — це система координації діяльності туристичного підприємства в процесі розробки, виробництва, реалізації туристичного продукту та послуг з метою отримання максимального прибутку шляхом найповнішого задоволення споживача.

**Метою** дослідження є розвиток теоретичних і методичних підходів до формування комплексу маркетингу туристичних підприємств і обґрунтування практичних рекомендацій щодо його вдосконалення, а також розробка комплексного підходу до аналізу особливостей реалізації систем електронного маркетингу у сфері туризму.

**Виклад основного матеріалу.** У процесі розвитку ринкових відносин в економіці, туризм став однією із сфер бізнесу, що викликає значну зацікавленість туристичних підприємців. Це пояснюється тими специфічними рисами та особливими можливостями, які властиві цій галузі. По-перше, туристична діяльність за своєю сутністю є посередницькою діяльністю і не потребує значних інвестицій для початку бізнесу. По-друге, на туристичному ринку можливі вдалі взаємовідносини між великими, середніми та малими туристичними підприємствами. По-третє, туризм є перспективною галуззю, оскільки задовольняє постійно зростаючий попит населення на якісний відпочинок у провідних туристично-рекреаційних комплексах світу і має тенденції до подальшого зростання. Враховуючи історичне, географічне, релігійне минуле та майбутнє, кожна країна може посісти гідне місце на ринку туристичних послуг.

Дана тема є актуальною і потребує наукового дослідження, але ми розглянемо її у двох аспектах: у першому визначимо особливості комплексу маркетингу, а в другому — інноваційні напрямки розвитку в даній сфері. Теоретичне підґрунтя розв'язання проблеми розробки комплексу маркетингу і запровадження інноваційних напрямків розвитку для сфери туризму закладене у працях Ф. Буйленка, В. Квартального, В. Орловської, В. Боголюбова.

Туризм у розвинутих країнах є одним із важливих джерел стабільного доходу держави і є високорентабельною галуззю економіки. На сучасному етапі однією з умов успішного функціонування туристичних фірм на ринку є організація маркетингу. Маркетинг у галузі туризму являє собою систему вивчення туристичного ринку, всебічного впливу на споживачів і їхні запити з метою реалізації туристичного продукту і одержання прибутку. Підприємствам, які працюють на ринку туристичних послуг, необхідна розробка стратегії і тактики дій за допомогою маркетингових програм.

Для визначення складових комплексу маркетингу на туристичних підприємствах детальніше потрібно розглянути концепцію «маркетинг-мікс», яку часто називають «4Ps».

Термін «маркетинг-мікс» був вперше запропонований у 1953 р. Н. Борденом, президентом Американської асоціації маркетингу, на одному із засідань цієї асоціації. Слово «мікс» у словосполученні «маркетинг-мікс» («комплекс маркетингу») означає поєднання, комбінацію певних елементів маркетингу для досягнення підприємством цільових ринкових результатів. З часом термін «маркетинг-мікс» зазнає певних змін.

Дослідники маркетингу Б. Бумс і М. Бітнер звернули увагу на те, що концепція «4Ps» орієнтована на сферу виробництва товарів і що для сфери послуг для повного охоплення потрібно врахувати ще три Р. Нове трактування концепції припускає включення таких елементів маркетингового комплексу: люди (people), фізичні ознаки (physical evidence) і процес (process). Так виникає концепція «7Ps» [2, с. 41].

Під фізичними атрибутами концепції розуміється середовище існування організації сфери послуг і всі фізичні товари і символи, які використовуються в процесі комунікації і виробництва. Процес означає усі процедури, механізми, динаміку діяльності і взаємодії, в ході яких здійснюється виробництво товару або послуги і відбувається контакт з клієнтом. У межах цього підходу як активний учасник ринку розглядається не лише продавець, але й покупець. Внаслідок того, що туризм є трудомісткою галуззю, особливого значення набуває елемент люди (people), а конкретно персонал (personal) [3, с. 886]. Від ступеня професіоналізму персоналу на всіх рівнях залежить ступінь задоволеності покупця туристичного продукту.

Оскільки туристичні послуги мають специфічні ознаки, які істотно відрізняють їх від інших послуг, це, відповідно, обумовлює специфіку маркетингу в сфері туризму. Фахівці вже досить давно пропонують враховувати особливості кожної галузі як виробничої, так і невиробничої сфери при розробці комплексу маркетингу підприємства.

Так, у комплексі маркетингу підприємств туристичного бізнесу доцільно врахувати такі складові:

- programming — програмування;
- packing — комплектування;
- partnership — партнерство.

Програмування — це різновидність проектної діяльності щодо створення турпродукта, яка здійснюється в кілька етапів, починаючи від розробки загальної концепції турів і закінчується «зборкою» послуг і товарів у єдину оболонку — «тур».

Комплектування — заключний розділ проектування, в процесі якого комплексний характер турпродукту за рахунок співвідно-

шення всіх необхідних його елементів, здатних задовольнити рекреаційні, пізнавальні, оздоровчі та інші потреби мандрівника.

Партнерство — результат роботи по розробці турпродукту є продуктом зусиль підприємств, кожне з яких має свої принципи роботи, специфічні потреби та різні комерційні цілі.

Аналізуючи процес ведення туристичного бізнесу, слід підкреслити важливість усього ланцюга: реклама і просування продукту, пошук і підбір послуги, бронювання, продаж, оформлення документів, гарантії, оплата, остаточні взаєморозрахунки. В західних компаніях існує чіткий термін «виграти клієнта». Це означає надати йому відповідні умови не тільки для відпочинку, а й реалізації всіх етапів від пошуку до оплати і обслуговування.

Оскільки маркетинг включає таку необхідну складову, як реклама, а точніше — інформування потенційних замовників, необхідно виокремити такий елемент аналізу систем, як методика інформування, що є невід'ємною частиною загальної методики ведення туристичного бізнесу.

Для правильного інформування необхідно визначити: категорію потенційних замовників існуючого чи нового конкретного туристичного продукту в розрізах:

- віковий;
- сімейний статус;
- область спеціальних інтересів;
- ступінь ознайомлення з містом;
- національність;
- рівень забезпеченості потенційного клієнта;
- територіальну дислокацію покупця
- методи доставки інформації
- наявність медіаторів-резидентів та ін.

Важливим елементом туристичної інфраструктури є туристичні інформаційні центри (далі — ТІЦ). Ці організації створюються для просування регіону на національному та міжнародному рівні, надання інформаційних і сервісних послуг туристичної та супутньої діяльності в країні, регіоні, місті гостям (туристам, екскурсантам, транзитним відвідувачам) і місцевим мешканцям. Основним завданням ТІЦ є створення сприятливого інформаційного середовища для іногородніх, іноземних громадян.

Наступним важливим елементом системи інформування та дистрибуції є електронний маркетинг. Маючи на увазі глобальний характер туристичних запитів і пропозицій і локальний характер розташування споживачів та об'єктів надання послуг, ос-

новні задачі електронного маркетингу можна сформулювати таким чином:

- організація глобального маркетингу локальними суб'єктами туристичної діяльності;
- організація багатоканального представлення локальних туристичних і рекреаційних можливостей;
- організація багатоканальної глобальної дистрибуції туристичних послуг;
- організація багатоканальних глибоких систем замовлення (бронювання) послуг локальними агентами та споживачами;
- реалізація електронних технологій розрахунку між споживачами та суб'єктами туристичної діяльності;
- системна підтримка всіх етапів електронного маркетингу туристичного продукту.

Незважаючи на велику кількість і різноманітність систем електронного маркетингу, основними системами залишаються розподільчі системи представлення і резервування послуг. Серед існуючих маркетингових каналів реалізації послуг основними є:

- 1) глобальні дистрибуторні системи (ГДС);
- 2) інтернет-рішення ГДС;
- 3) представницькі системи в ГДС;
- 4) професійні інтернет-рішення спеціалізованих компаній;
- 5) представництво туроператорі-партнерів;
- 6) публічні інтернет-рішення.

ГДС призначені для представлення туристичних послуг, які пропонуються організаціями, що надають послуги, з метою замовлення (бронювання) і продажу цих послуг.

**Висновки.** Таким чином, комплекс маркетингу в туризмі має свої особливості, визначені властивостями послуг як товару. Елементами комплексу маркетингу в туризмі визначено: товар, ціну, людей, фізичні ознаки, процес, комунікації та розподіл. Туристична сфера має свої властиві тільки їй риси, зокрема необхідність інформування, тому важливе місце у туристичній діяльності відводиться електронним системам. Застосування їх у цій сфері дозволить отримати більше переваг і облегшити роботу спеціалістів, задіяних у ній.

### **Література**

1. Будя О. П., Вертелєва О. В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності // Зовнішня торгівля: право та економіка. — № 6. — 2008. — С. 142—149.

2. *Буйленко В. Ф.* Туризм: Учебное пособие для вузов. — Ростов н\Д.: Феникс, 2008. — 233 с.
3. *Квартальнов В. А.* Теорія і практика туризму. — М.: Фінанси і статистика, 2006. — 672 с.
4. *Л. В. Забуранна, К. В. Сіренко.* Особливості комплексу маркетингу на підприємствах сфери туризму // Актуальні проблеми економіки. — № 10. — 2010. — С. 58—63.
5. *Чудновський А. Д.* Інформаційні технології управління в туризмі. — М.: КНО-РУС, 2009. — 104 с.

### **Reference**

1. *Budya O. P. Vertelyeva O. V.* Innovative directions of marketing in tourism and hospitality. — Foreign trade: law and economics. — № 6. — 2008. — S. 142—149. [in Ukrainian]
2. *Buylenko V. F.* Tourism: A manual for schools. — Rostov \ D.: Phoenix, 2008. — 233 p. [in Russian]
3. *Quartalnov V. A.* Theory and practice of tourism. — Moscow: Finance and Statistics, 2006. — 672 p. [in Ukrainian]
4. *L. V. Zaburanna, K. V. Sirenko.* Features of the marketing mix for businesses in tourism // Current economic problems. — № 10. — 2010. — P. 58—63. [in Ukrainian]
5. *Chudnovsky A. D.* Information Technology Management in Tourism. — Moscow: CCW-RUS, 2009. — 104 p. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 21.05.2013 р.

УДК [339.332:656.96]:629.33/36 (043.3)

**Савич О. П.,**  
канд. екон. наук

## **МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ СВІТОВИХ АВТОВИРОБНИКІВ ТА МОДЕЛІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Alexander Savich,**  
Ph. D.

## **GLOBAL MARKETING STRATEGIES AND MODELS AUTOMAKER THEIR ACTIVITIES**

АНОТАЦІЯ. Автомобільний ринок є значною складовою як глобального товарного ринку, так і товарного ринку і економіки України в цілому. Ринок автомобілів є найконкурентнішим ринком, і тому всі но-

винки та розробки впроваджуються першими саме тут, у тому числі і в маркетингу. У статті розглянуто суть маркетингової стратегії, етапи її розробки та основні маркетингові стратегії автовиробників на глобальному ринку легкових автомобілів та їх трансформації залежно від зміни ринкових умов: впливу держави, намірів споживачів, зміни кон'юнктури ринків та їх розмірів. Відображено загальну суть стратегії компанії та необхідність її розробки. Розраховано ефективність маркетингових стратегій автовиробників за результатом їх ринкових часток. Згруповано маркетингові стратегії за загальною ознакою походження компаній і загальними рисами поведінки.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА.** Автомобільний ринок, стратегія, маркетинг, конкурентоспроможність, ринкова доля.

**ABSTRACT.** Automotive market issignificant part as global commodity marketasUkrainian commodity market and economy in whole. Automotive market is the most competitive market among others, and therefore all novelties and new approaches are developing just here including new marketing measures. The essence of marketing strategy, its developing stages and all basic strategies of automotive manufactures on the global car market and its transformations depending on market conditions changes: states influence, clients' preferences, changes of markets and its sizes has been studied at the article. The general essence of the strategy and necessarily of developing has been shown. The effectiveness of automotive manufactures strategies depending on their market shares has been calculated and researched. All car producers' strategies have been grouped by general criteria of initial origin of companies and mutual general signs of behavior.

**KEY WORDS.** Automotive market, strategy, marketing, competitiveness, market share.

**Актуальність теми.** Автомобільний ринок та автобудівна промисловість має найбільший вплив на економіку і зокрема на економічний зріст країни. Ринок являє собою лідером інновацій і технологій, як у виробництві, так і в маркетингу. Автомобільний ринок характеризується великим впливом на маркетингові стратегії продавців і виробників, які впроваджують свої плани та стратегічні наміри за допомогою величезних ресурсів: людських, капіталів, впливу на уряди країн тощо. Глобалізація, обмеження природних ресурсів, збільшення вартості природних ресурсів, диджиталізація (Інтернет охоплення) та все більша конкурентна боротьба нових гравців, вплив держав характеризує автомобільну промисловість. Тільки компанії, які створюють цінність для клієнтів у довготермінові перспективі на ринку автомобілів, мають успішні продажі. Довготермінові відносини з клієнтами є визначальними, так як середній строк заміни автомобілів у світі становить 5 років, а в Україні майже 7 років. І протягом періоду володіння автомобіля одні компанії борються за лояльність до вже

придбаного бренда, а інші — намагаються перенести його вподобання на іншу марку автомобіля. Тобто необхідна постійна комунікація з усіма власниками автомобілів, так як вони є постійними клієнтами автобудівних корпорацій.

**Висвітлення проблеми.** Вибір правильної маркетингової стратегії серед сотні існуючих відображається на результатах роботи компаній, а серед них основні — прибуток, продажі та ринкова доля. Неправильно обрана стратегія веде до зниження продажів, зменшення ринкової долі та збиткам, а потім і до банкрутства або поглинення компанії іншою, що є досить актуально на глобальному ринку легкових автомобілів.

**Результати дослідження.** У сьогоднішній, стратегія є основним планом дій усіх великих глобальних компаній. Маркетингова стратегія повинна бути унікальним інструментом досягнення планових показників компанії, який створює переваги над конкурентами. Маркетингова стратегія — це процес, який дозволяє компаніям використовувати свої ресурси для досягнення поставлених цілей щодо ринкової долі, прибутку, росту продажів тощо, що приносить конкурентну перевагу фірмі. Маркетингова стратегія це довготермінова незмінна лінія розвитку компанії у сфері маркетингової діяльності, яка включає аналітику ситуації в компанії та на ринку і виходячи з цього формується план дій і вибір ринково-орієнтованих стратегій для досягнення маркетингових цілей компанії.

Маркетингова стратегія має бути досконально розроблена та приймати до уваги внутрішнє та навколишнє середовище компанії. Внутрішнє середовище компанії має включати моделювання маркетингового комплексу-мікс, а також аналітику ринкової позиції компанії. Має бути здійснений ринковий аналіз компанії, а саме аналіз клієнтів, конкурентів, цільових ринків. Також повинні бути оцінені ризики навколишнього середовища: економічні, політичні та технологічні. Основа маркетингової стратегії є додержання основ місії компанії. Після оцінки середовища діяльності компанії оцінюються альтернативи розвитку компанії, встановлюються цілі, розробляється маркетинговий комплекс. Моделювання маркетингового комплексу дозволяє визначити бюджети та інструменти створення цінності бренду. Заключним розділу стратегії має бути аналіз оцінки вибраного напрямку.

Серед багатьох маркетингових стратегій і стратегій конкуренції ми відокремимо основні, які використовують автомобільні виробники на глобальному ринку і зокрема Україні. Абсолютно всі виробники комбінують використання маркетингових страте-

гій. У даній статті ми проаналізуємо дане явище. Ми розподілили стратегії на: ринково-фінансові, виробничі стратегії, стратегії продажу та ведення конкурентної боротьби, стратегії ринкових позицій.

**Ринково-фінансові стратегії** визначають планову поведінку боротьби на ринку з точку зору витрат і ціноутворення. Ми виділили такі стратегії:

**Стратегія диференціації** визначає активність компанії, яка ґрунтується на ринкових перевагах фірми щодо унікальності продукту, його цінності і здебільшого передбачає роботу з преміальним продуктом по високій ціні. Цю стратегію використовують: DaimlerBenz — стратегія автомобіля для преміум-класу, BMW — як автомобіль для водія, VW з брендом Audi — як спортивно-преміальний автомобіль і Porsche — як модно-спортивний автомобіль, VOLVO — як безпечний автомобіль.

**Стратегія низьких витрат** — це дії компанії направлені на економію на витратах і тому виникає пропозиція на ринку з найнижчими цінами, а прибуток формується на основі великих об'ємів, при цьому при такій стратегії іноді страждає якість продукції. Така стратегія притаманна Renault з брендом Dacia, KIA, HYUNDAI, VW з брендом SKODA, більшості китайських виробників.

**Виробничі стратегії** — це стратегії, які включають у себе компонент «PRODUCT» маркетингового комплексу і характеризуються створенням виключних переваг у виробництві, наукових розробках, розміщення виробництва, створення нових продуктів або розширенню асортименту, інноваційній діяльності. Ми виділили такі стратегії:

**Стратегія диверсифікації** передбачає діяльність компанії направлену на створення та розвиток нових видів продукції не суміжних до основної діяльності. Компанії розвивають інші напрями діяльності для диверсифікації ризиків, але при такій стратегії виникає основний ризик — ризик розфокусування на основній діяльності компанії. Так, більшість автовиробників має сумісні бізнеси, такі як банки, фінансові чи страхові компанії, виробництво електроніки. Виробництво металу та інше машинобудування притаманне корейським і японським автогігантам. Так, HYUNDAI має сотні різних підприємств, так як це один із китів нової економіки Південної Кореї, який розвивався з 60-х років і створював основні напрями промисловості країни

**Стратегія концентрації** передбачає фокусування на окремих продуктах і виробництво та організація продажу якнайкраще і

тим самим випередження конкурентів в окремому сегменті. Це перш за все компанія SSANGYONG — концентрація на позашляховиках, RollsRoyce — на розкішних автомобілях.

**Стратегія інновацій і досліджень** — це планові дії компанії по визначенню ринкової позиції компанії як найбільш інноваційної або випереджати конкурентів по технічним розробкам і цим мати більшу ринкову долю, ніж конкуренти. На автомобільному ринку таку стратегію активно використовує компанія TESLA зі своїми електромобілями, компанія TOYOTA — в області розробки електромобілів та водневих автомобілів, а щодо розробки нових моделей, то тут найактивніше себе веде компанія TOYOTA та Volkswagen-AudiGroup (VAG).

**Стратегія вертикальної інтеграції** передбачає розширення діяльності компанії по вертикалі діяльності та контроль таких підприємств чи структур. В автомобільній промисловості така стратегія передбачає володіння не тільки виробництвом продукції, але і збутом у роздріб (рух вверх) або виробництвом комплектуючих (рух вниз). Таку стратегію використовують в основному азійські виробники, такі як MITSUBISHI, HYUNDAI, які володіють багатьма постачальниками комплектуючих для виробництва автомобілів, а компанія VAG володіє роздрібною збутовою сіткою по всій Європі, маючи майже 300 автосалонів.

**Горизонтальна інтеграція** передбачає діяльність компанії направлена на присутність та активність в інших виробництвах чи бізнесах, суміжний з основним бізнесом фірми. Так, на автомобільному ринку розвиток діяльності компанії може відбуватись у ширину, це наприклад доповнення виробництва автомобілів виробництвом вантажівок, мотоциклів, велосипедів, сільськогосподарською технікою.... Цю стратегію використовують більшість корпорацій на автомобільному ринку: HYUNDAI — виробництво вантажівок, DAIMLER — виробництво вантажівок, автобусів, розкішних автомобілів MAYBACH, на противагу — BMW мав збитковий проект мотоциклів HUSQARNA, а PEUGEOT — проект мопедів і мотоциклів.

**Бережливе виробництво та точно-вчасно** вперше почали використовувати японські автовиробники, а саме TOYOTA, потім дана стратегія поширилася на інших автовиробників і інші галузі промисловості. Основа стратегії — це бережливе виробництво або ланцюгове виробництво, що означає мінімум запасів виробництва та готової продукції, мінімум часу на постачання та реалізацію, що забезпечую мінімальний капітал у виробництві, комплектуючих на складі готової продукції, а також ефектив-

ність у швидкості оборотного капіталу та низької ціни на готову продукцію при високій якості. Стратегію активно використовує TOYOTA, MITSUBISHI.

**Партнерство або альянс** — ця стратегія направлена на об'єднання зусиль різних компаній для досягнення спільної мети з меншими витраченими ресурсами, наприклад побудова спільного виробництва або єдиної збутової сітки. Автобудівники використовують дану стратегію в основному в виробництві дуже складних двигунів, розробку нових технологій чи створення єдиної платформи для виробництва автомобілів. На зараз такі альянси є в RENAULT-NISSAN — виробництво та розробка нових моделей, двигунів, спільне виробництво чи контроль підприємств (наприклад АВТОВАЗ), DAIMLER-MITSUBISHI — виробництво малотоннажних вантажівок.

**Стратегія продажу та ведення конкурентної боротьби** це спланований план дій компанії в сфері конкурентної боротьби щодо методів комунікацій і продажу. Так, серед таких стратегій присутності визначаються основні:

**Стратегія масовості та наступу** визначаються планами фірми присутності скрізь, на всіх ринках, регіонах, доступності бренду і близькість до клієнта, дуже часто присутність скрізь і масовість характеризуються низькими цінами та присутністю у наймасовішому сегменті ринку, активною комунікаційною діяльністю та присутність великої кількості продавців. Продукт не є унікальним, характеризується стандартними функціями і якістю. На автомобільному ринку такий сегмент — це седани класу «С» та «Е», характерна стратегія для американських і французьких компаній, а саме: FORD, GM, RENAULT, FIAT, VAG (SKODA). SKODA навіть має слоган — «ALWAYS CLOSE TO YOU» — «Завжди разом з вами», тобто стратегія втілена в слоган.

**Модна стратегія** — це стратегія направлена на створення таких продуктів і такої поведінки на ринку, коли продукт є популярним для покупки не зважаючи на вищу ціну, ніж середньо ринкова. Тобто більшість споживачів хоче купити такий товар, тому що він викликає привабливість або з точки зору дизайну або просуванню, або ж синергії, і всі хотіли б володіти їм. При цьому використовуються нестандартні комунікації направлені на моду, спорт, молодь, модні події, соціальні мережі. Це типова стратегія для BMW, MINI, PORSCHE (VAG), BENTLEY, MASERATI, FERARI.

**Стратегія випередження** — це стратегія, яка характеризується інноваційними діями компанії щодо виключних технологій

у продукті, продажах, коли компанія створює перегороди іншим компаніям вперше вийшовши чи то на ринок, чи з новим унікальним продуктом, чи технологією продаж. Тут приклад, Toyota вперше випустила гібридний автомобіль «Prius», який являється бестселером у даному сегменті, та тільки моделі TOYOTA та LEXUS мають переваги в гібридному виробництві, RENAULT вперше запустила компанію по кредитуванню автомобілів RENAULTFINANCE, а Rolls-Royce вперше використало методи продаж поза салонами з персональною зустріччю клієнта на території поза салоном.

**Стратегія ринкових позицій** передбачає поведінку компанії залежно від займаної долі ринку або планів по її збереженню чи росту:

**Стратегія лідерства** характеризується активною позицією компанії на ринку з високою ринковою долею та продажами взагалі на ринку чи в будь-якому сегменті. При цьому компанія активно просуває свою продукцію, захищає свою долю за допомогою недефективного використання комплексу маркетингу, притаманні високі маркетингові бюджети. Характерний приклад — це TOYOTA, GM, FORD і VAG.

**Оборонна стратегія** передбачає захист ринкової позиції в основному лідерської від атаки конкурентів створюючи їм перепони. Така стратегія притаманна компанії TOYOTA, яка займаючи лідерські позиції з продажу, має швидше всіх розробляти нові моделі та проводячи фейсліфтинги. Також хорошим прикладом є компанія «УкрАВТО» яка політичними, економічними та технологічними бар'єрами захищає свої локальні бренди від імпортерів автомобілів.

**Стратегія претендентів** — це дії компанії направлені на атаку лідерських позицій конкурентів, іноді повторюючи дії лідерів, та використовуючи всі переваги компанії для досягнення лідируючої компанії. Передбачає дії, які направлені на посилення своїх переваг і висвітлення недоліків лідируючих компаній, при цьому ця стратегія дуже часто потребує ще більших інвестицій і ресурсів, щоб досягти лідера. Яскравий приклад — це компанії RENAULT, HYUNDAI, PSA (Peugeot-Citroen), які наступають активно на лідерів не тільки своєю активною стратегією, але вже і об'ємами продаж.

**Стратегія нішової та партизанської або флангової війни** передбачає дії компанії, направлені на найкраще задоволення потреб клієнтів у вузькому сегменті, де великі компанії не представлені, або ж дії компанії в нетрадиційних комунікаціях чи ство-

ренні особливих нішових продуктів, або ж використання специфічних каналів збуту. Стратегія використовується компаніями, які напряду не хочуть або не можуть конкурувати з великими компаніями, в зв'язку з обмеженими фінансовими чи іншими ресурсами, а також якщо продукт не приносить і не може приносити великих прибутків з досить обмеженими продажами, а традиційні методи просування дорогі і тому не можуть використовуватись. Дуже часто використовуються невеликими компаніями. SUZUKI в основному працює в сегментів позашляховиків і маленьких авто, а MINI — комунікацію з молоддю, модою, основа просування — інтернет, Daihatsu — єдині автомобілі, вироблені тільки в Японії, активне просування через соціальні мережі, таргетинг на маленькі SUV (спортивні автомобілі з ознаками позашляховика).

Як показує наш аналіз, успіх на автомобільному ринку визначається правильним вибором стратегії, а успішні компанії мають бути глобальними, виробляти масовий продукт з низькими затратами, тобто дешевий або середнього рівня, має бути інноваційною компанією, горизонтально інтегрованою, випереджати конкурентів в інноваціях та новітніх маркетингових інструментах, дбати про цінність бренду та бути присутнім на всіх ринках безпосередньо. Більшості рисам відповідає TOYOTA, трохи менше VAG, тому вони і є на вершині ринку автомобілів.

Таблиця 1

**ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ АВТОВИРОБНИКАМИ СВІТУ  
ТА ЇХ РИНКОВА ДОЛЯ, 2012 р.**

Стратегія	Виробник	Загальна ринкова частка, %
<b>Ринково-фінансові стратегії</b>		
<i>Стратегія диференціації</i>	BMW, VAG (AUDI, PORSCHE), VOLVO, Rolls-Royce, Mercedes	5
<i>Стратегія низьких витрат</i>	Renault-Dacia, KIA, HYUNDAI, VW-SKODA, китайські автовиробники.	15
<b>Виробничі стратегії</b>		
<i>Стратегія диверсифікації</i>	RENAULT, HYUNDAI, KIA, MITSUBISHI	14
<i>Стратегія концентрації</i>	SSANG YONG, ROLLS ROYCE, SMART, MINI, BENTLEY, FERARRI	1

Закінчення табл. 1

Стратегія	Виробник	Загальна ринкова частка, %
<i>Стратегія інновацій та досліджень</i>	TOYOTA, VAG	20
<i>Стратегія вертикальної інтеграції</i>	MITSUBISHI, HYUINDAI, VAG	16
<i>Горизонтальна інтеграція</i>	RENAULT, DAIMLER, VOLVO, FORD, BMW, Peugeot, HYUINDAI, NISSAN	20
<i>Бережливе виробництво</i>	TOYOTA, MITSUBISHI, HONDA	16
<i>Партнерство</i>	RENAULT-NISSAN, DAIMLER-MITSUBISHI, PEGEOUT-FIAT-REANAULT	14
<b>Стратегії продажу та ведення конкурентної боротьби</b>		
<i>Стратегія масовості та наступу</i>	FORD, GM, RENAULT, FIAT, VAG	18
<i>Модна стратегія</i>	BMW, MINI, PORSCHE (VAG), BENTLEY, MASERATI, FERARI	3
<i>Стратегія випередження</i>	TOYOTA, VAG, RENAULT	20
<b>Стратегії ринкових позицій</b>		
<i>Стратегії лідерства</i>	TOYOTA, GM, FORD і VAG.	30
<i>Оборонна стратегія</i>	TOYOTA	10
<i>Стратегії претендентів</i>	RENAULT, HYUINDAI, PSA	11
<i>Стратегія нішової та партизанської війни</i>	SUZUKI, MINI, DAIHATSU	5

Джерело. Власна презентація.

## Література

1. Андриас А. Золтнерс, Прабхаканат Синха, Салли Э. Лоример. Стратегія продаж: організація продуктової роботи торгового персонала / Андриас А. Золтнерс, Прабхаканат Синха, Салли Э. Лоример. — Пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. — 512 с.

2. *В. Ким Чан, Р. Моборн. Стратегия голубого океана / В.Ким Чан, Р. Моборн: Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 304 с.*
3. *Д. Магретта. Key Ideas Майкла Портера: руководство по разработке стратегии / Д. Магретта. Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 272 с.*
4. *Д. Траут, С. Ривкин. Сила простоты: руководство по созданию эффективных маркетинговых стратегий / Д. Траут, С. Ривкин. Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 208 с.*
5. *Иванов В. В., Богаченко П. В. Автомобильный менеджмент / Иванов В. В., Богаченко П. В. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 430 с.*
6. *М. Портер. Международная конкуренция / М. Портер. Пер. с англ. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.*
7. *Пилипчук В. П. Управління продажем: Навч. посібник / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков. — К.: КНЕУ, 2011. — 627 с.*
8. *Р. Каплан, Д. Нортон. Организация, ориентированная на стратегию / Р. Каплан, Д. Нортон. — Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004 — 416 с.*

## Reference

1. *Andrias A. Zoltners, Prabhakanat Sinha, Salli Э. Lorimer. Sales strategy: business product sales force / Andrias A. Zoltners, Prabhakanat Sinha, Salli Э. Lorimer. — Tr. from English. — Dnepropetrovsk: Balance Business Books, 2005. — 512 p. [in Russian]*
2. *V. Kim Chan, R. Moborn. Strategy of blue ocean / V. Kim Chan, R. Moborn. Tr. from English. — М.: Manna, Ivanov and Ferber, 2013. — 304 p. [in Russian]*
3. *D. Magretta. Klyucheveye ideas Mike Porter: rukovodstvo for development strategies / D. Magretta. Tr. from English. — М.: Manna, Ivanov and Ferber, 2013. — 272 village. [in Russian]*
4. *D. Traut, S. Rivkin. Power of Simplicity: A guide to creating effective marketing strategies / D. Traut, S. Rivkin. Tr. in English. — М.: Manna, Ivanov and Ferber, 2013. — 208 p. [in Russian]*
5. *Ivanov V. V., Bogachenko P. V. Avto management / Ivanov V. V., Bogachenko P. V. — М.: INFRA-M, 2007. — 430 p. [in Russian]*
6. *M. Porter. International competition / M. Porter. Tr. from English. — М.: Intl. Relations, 1993. — 896 p. [in Russian]*
7. *Pylypchuk V. P. Sales Management: Training manual / V. P. Pylypchuk, O. B. Dannikov. — К.: MBK, 2011. — 627 p. [in Ukrainian]*
8. *R. Kaplan, D. Norton. Organization focused on strategy / R. Kaplan, D. Norton. — Tr. from English. — Moscow: ZAO «Olympus-Business», 2004. — 416 p. [in Russian]*

Стаття надійшла до редакції 04.04.2013 р.

**Окландер М. А.**, д-р екон. наук, професор,  
Одеський національний політехнічний університет

**ОСОБИСТІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ ПРОМИСЛОВИХ  
ПІДПРИЄМСТВ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ  
НА РИНКУ В2С**

***Oklander Michael***

Ph. D., Professor,  
Odessa National Polytechnic University

**PERSONAL FACTORS INFLUENCE OF INDUSTRIAL  
ENTERPRISES IN CONSUMER BEHAVIOR IN THE B2C**

**АНОТАЦІЯ.** Розглядаються питання формування споживчого попиту у відповідності із гендерною структурою суспільства під впливом глобалізації пропозиції і споживання, виокремлення особистих чинників, динаміки соціально-психологічних норм, уподобань на основі яких виникають нові цільові сегменти ринку. Це породжує необхідність розробки маркетингових програм у роздрібній торгівлі для стимулювання та зростання обсягів продажу.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** споживачі, поведінка споживачів, ринок, попит, стимулювання збуту, маркетингова програма.

**ANNOTATION.** The problems of the formation of consumer demand in line with the gender structure of society under the influence of globalization, supply and consumption, distinguishing personal factors, social and psychological dynamics of norms, preferences on which there are new target market segments. This raises the need to develop marketing programs for retail promotion and sales growth.

**KEYWORDS:** consumers, consumer behavior, market demand, sales promotion, marketing program.

**Актуальність теми.** В економіці України спостерігається активізація діяльності суб'єктів роздрібно́ї торгівлі. Як наслідок, значно зросла роль маркетингу в управлінні торговельними підприємствами в частині активного впливу на поведінку споживачів. Поведінка споживачів впливає на напрямок розвитку виробництва і структуру економіки в цілому, на цінову політику ринків. Тому актуальною науковою проблемою є обґрунтування наукових засад впливу на цільову аудиторію особистих чинників.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Вивчення мотивації поведінки людини має давню історію, проте на межі XIX—XX ст. починаються поглиблені дослідження поведінки споживачів, що пов'язано з появою і розвитком маркетингу як економіч-

ної дисципліни, з якої у подальшому виділяється дисципліна «Поведінка споживача». Вперше курс «Маркетинг» стали викладати в американських університетах у 1902 р. [1, с. 21]. У період з 1950 до середини 1960-х років різко збільшилась кількість робіт, що досліджували поведінку споживачів. Тоді були здійснені спроби використання методів психології та соціології для пояснення поведінки споживачів. Так, за допомогою теорій особистості, мотивації, життєвого циклу родини, соціального класу були побудовані моделі, що пояснювали коливання попиту на різні види товарів та вибір марок. Серед найважливіших слід відмітити роботи таких учених, як А. Копонен, В. Такер і Дж. Пейнтер, Ф. Еванс, М. Хейр, Е. Діхтер, П. Мартіно, Р. Коулман, С. Леві, В. Уеллс і Г. Гьюбар, С. Бартон [2, с. 43].

Від середини 1960-х до кінця 1970-х рр. основна частина досліджень була пов'язана з вивченням процесу прийняття рішення про купівлю. У цей період було опубліковано один із найпопулярніших підручників з поведінки споживачів — «Поведінка споживачів» американських учених Джеймса Енджела, Девіда Коллата, Роджера Блекуелла. Саме вони перенесли акцент від сегментації ринку до вивчення процесу прийняття споживчих рішень [3, с. 72]. Слід відмітити також розробки таких учених, як Джон Ховард і Джил Бетман [4, с. 203]. У 1969 р. виникла Асоціація вивчення споживачів (Association of Consumer Research — ACR), в 1974 р. було почато видання фахового журналу — «Journal of Consumer Research». У результаті скоординованих односпрямованих зусиль практичних працівників і вчених різної спеціалізації почала формуватися сукупність взаємозалежних рекомендацій щодо такої поведінки споживачів, яка буде запобігати виникненню збутових проблем [4, с. 27].

В 1970-х роках значно вплинули на теорію споживання роботи французького філософа і соціолога П'єра Бурдьє «Відмінності: соціальна критика думок про смак» (1979 р.), французького філософа і культуролога Жана Бодрійяра (концепція «суспільства споживання»), американського соціального психолога і соціолога Ірвіна Гоффмана, радянського літературознавця і культуролога Михайла Михайловича Бахтіна. В 1980-х рр. у США, законодавця освітянських стандартів у сфері маркетингу, відбулися світоглядні трансформації щодо змісту викладання курсу «Поведінка споживача». Розширилися контури викладання дисципліни: окрім економістів і психологів на кафедри маркетингу прийшли працювати антропологи, соціологи і навіть літературні критики, що природно розширило спектр поглядів на поведінку споживача

[5, с. 31]. В 1990-х рр. кристалізувався новий напрям у маркетингових дослідженнях поведінки споживача, який сфокусував увагу на культурних і соціальних чинниках. Проте традиційний напрям вивчення поведінки споживачів, який базується на економічних і психологічних чинниках залишається домінуючим.

**Метою даної статті** є удосконалення трактування сутності і класифікації особистих чинників поведінки споживача з урахуванням сучасних трансформацій тенденцій споживання у роздрібній торгівлі.

**Виклад основного матеріалу.** У цілому особисті чинники включають такі елементи, як вік, стать, етап життєвого циклу сім'ї, рід занять, спосіб життя, економічне становище, тип особистості, уявлення про самого себе. У статті розглянемо вплив віку і статі на особливості поведінки споживачів у роздрібній торгівлі.

Вік — це період часу від народження особи до моменту відліку, а також характеристика певного періоду життя, що відображає анатомо-фізіологічний стан організму. Маркетинг пропонує споживачу товари відповідно до його віку [6, с. 79].

Найдетальнішою є вікова періодизація, що використовується у законодавстві України:

- новонароджений (1—10 днів), немовля (10 днів — 1 рік);
- раннє дитинство (1—3 роки), дошкільне дитинство (3—6 років);
- молодший шкільний вік (6—10 років), підлітковий вік (10—15 років);
- юність: I період, старший шкільний вік (15—17 років), II період (17—21 рік);
- зрілий вік: I період (22—35 років у чоловіків, 21—35 років у жінок), II період (36—60 років у чоловіків, 36—55 років у жінок);
- похилий вік (61—74 роки у чоловіків, 56—74 роки у жінок);
- старечий вік (75—90 років у чоловіків і жінок);
- довгожителі (понад 90 років).

Проте враховуючи соціальні, психологічні і біологічні чинники, різні вчені наводять неоднозначні вікові межі, зокрема, межі дорослості.

Німецький психолог Ерік Еріксон виділяв три стадії дорослості: ранню (20—45 років), середню (40—60 років), пізню (понад 60 років).

Американський психолог Джон Бромлея визначав чотири стадії дорослості: ранню (20—25 років), середню (25—40 років), пізню (40—55 років), передпенсійний вік (55—65 років). Далі, на

його думку, настає старіння, в якому виділяється дві стадії: «віддалення від справ» (65—70 років), старості (70 років і більше).

Російський психолог Борис Ананьєв виділяв, що середній вік (зрілість) складається із двох фаз (від 21—22 до 35 років і від 36 до 55—60 років), потім настає похилий вік (від 55—60 до 75 років), далі — старість (75—90 років) і вік довгожителів.

Загалом дорослість є найтривалішим періодом життя людини, який складається з таких стадій:

- 1) рання дорослість (від 20 до 40 років);
- 2) зріла дорослість (від 40 до 60 років).

Та навіть і ця періодизація є умовною. На перебування особи у певному віковому періоді впливають особливості життєвого шляху та уявлення про себе і свій вік. Тому часто використовують поняття «віковий час» — внутрішній часовий графік життя; спосіб встановлення, наскільки особа у своєму розвитку випереджає ключові соціальні події або відстає від них. Такими подіями є навчання у вищому навчальному закладі, одруження, народження дітей, досягнення певного соціального статусу, вихід на пенсію.

Для визначення віку особи нерідко використовують поняття «хронологічний вік», «біологічний вік», «соціальний вік», «психологічний вік» [7, с. 129].

Хронологічний вік — це період життя від дня народження до певного моменту.

Психологічний вік — це рівень адаптованості особи до вимог навколишнього світу. Він характеризує розвиток інтелекту, здатність до навчання, рухові навички, а також такі суб'єктивні чинники, як ідентичність, життєвий план, переживання, установки, мотиви.

Соціальний вік — це відповідність становища особи існуючим у певному соціумі нормам.

Біологічний вік — це відповідність стану функціональних систем організму певному моменту життя особи. Межі його не є чітко окресленими, оскільки існують значні відмінності тривалості життя, стану здоров'я.

Перехід споживача з одного віку до іншого викликають зміни у його поведінці, міняються смаки відносно їжі, одягу, меблів, відпочинку, розваг та сприйнятті рекламних повідомлень. Тому маркетологам важливо врахувати середній вік цільового сегменту споживачів. Наприклад, діти менші шести років з легкістю сприймають відмінності між товарами і здатні відтворювати інформацію про них слово в слово. Відсутність досвіду спрощує

заучування і дослівну передачу інформації. Для цієї аудиторії реклама подається у формі розповіді, ряду епізодів. Особи старшого віку обмежені в спілкуванні, тому вони більше довіряють засобам масової інформації. Літні люди бачать себе здоровішими і молодшими, ніж молоді люди, які оцінюють їх вік. Самосприйняття літньої людини таке, що вона вважає себе на 10—15 років молодшою. При розробці реклами, націленої на сімдесятирічних, ефективніше показати п'ятдесятип'ятирічну людину.

Стать — це сукупність генетично детермінованих ознак особи, що визначають її роль у процесі народження дитини. Існує дві статі: чоловіча і жіноча. Їх відмінності полягають у розбіжності анатомічних, фізіологічних, психічних і поведінкових ознак. Одні статеві відмінності є контрастними, взаємовиключними, інші — допускають індивідуальні варіації.

Соціальна стать (гендер) — це типова модель суспільної поведінки представників певної статі.

На основі гендерної моделі формуються соціальні стереотипи, які прищеплюються дитині з народження і зберігаються на все життя. Кожним суспільством впроваджуються свої моделі «справжнього чоловіка» і «справжньої жінки», яким властиві певні набори характеристик. Щоб відповідати чоловічим чи жіночим стереотипам, особи використовують одяг, взуття, зачіски, засоби по догляду за собою, ведуть певний стиль життя, формують особливості мови. У різних культурах формуються чоловічі і жіночі моделі соціального самоствердження. В основі чоловічої моделі лежить фізична і інтелектуальна сила, під тиском гендерних стереотипів вона повинна демонструватися: хлопчики ходять в спортивні секції, цікавляться машинками, пізніше зростає роль інтелектуальної компоненти сили, яка полягає в тому, щоб зробити кар'єру, забезпечити добробут сім'ї. В основі жіночої моделі лежить доброзичливість і краса. Жінки гірше справляються з емоційними проблемами і труднощами, сильніше переживають сімейні і особисті конфлікти. Інструментами конструювання кожної гендерної моделі поведінки виступають система виховання, навчання, засоби масової інформації.

Про чоловіків прийнято думати, що вони не особливо люблять ходити по магазинах і роблять це досить рідко. В результаті цієї поширеної думки торгова система від дизайну упаковки, реклами товарів до оформлення інтер'єру магазину спрямована в першу чергу на покупців-жінок.

Більшість чоловіків, на відміну від жінок, не люблять ходити по магазинах і роблять це дуже рідко. Якщо жінка йде за покуп-

ками з чоловіком, вона проводить в магазині менше часу, ніж, якби вона пішла туди одна чи з іншою жінкою або дітьми:

- жінка в компанії подруги — 18 хвилин 15 секунд;
- жінка з дітьми — 7 хвилин 19 секунд;
- жінка сама — 5 хвилин 2 секунди;
- жінка з чоловіком — 4 хвилини 41 секунда.

Магазини, які торгують жіночими товарами, повинні придумувати способи розваги чоловіків і залучати чоловіків у процес здійснення покупок.

Чоловіки і жінки відрізняються реакцією на рекламні повідомлення. Жінки, на відміну від чоловіків, повільніше приймають рішення, демонструючи невпевненість при прийнятті рішень. У той же час їх легше переконати і вони частіше прагнуть виразити погляди інших людей. При обробці інформаційних повідомлень жінки скоріше орієнтовані на аналіз всього спектру властивостей товару. Чоловіки, навпроти, сфокусовані на ключовій властивості, це називається «концентрація на єдиній вигоді». Для чоловіків рекомендовані рекламні повідомлення, сфокусовані на єдиній вигоді, для жінок рекламні звернення можуть містити множинні вигоди. Якщо таку інформацію потрібно повідомити чоловікам, то краще використати диференційовані комунікації для кожної пропозиції.

Гендерна структура суспільства впливає на сегментацію споживчого ринку і особливості поведінки споживача (табл. 1).

*Таблиця 1*

**ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ  
В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ ЗАЛЕЖНО ВІД СТАТІ**

Критерій поведінки	Чоловіки	Жінки
Темп здійснення покупок	Чоловіки приходять у магазин маючи чітке уявлення про мету візиту. Вони рухаються по магазину швидше, ніж жінки, і витрачають менше часу на розгляд товарів. Швидше приймають рішення. Не люблять питати, де знаходиться необхідний відділ і ставити питання продавцям. Необхідність стояти в черзі приводить у лють	Жінки приходять у магазин, маючи загальне уявлення про набір покупок і, бажаючи ознайомитись з асортиментом магазину. Вони здійснюють покупки і оглядають магазин з меншою швидкістю ніж чоловіки. Порівнюють якість і ціни, ставлять питання продавцям

Закінчення табл. 1

Критерій поведінки	Чоловіки	Жінки
Вірогідність покупки після примірювання	Якщо чоловік приміряє товар, то єдина причина, по якій він її не купить, це неподходящий розмір: 65 % чоловіків, які зайшли в примірочну купували вибраний одяг. Звертають увагу на практичність, зручність товару	Лише 25 % жінок, що приміряли товар, купують його, навіть якщо їм підходить розмір. Звертають увагу на стиль, модність товару
Увага до цінників	На ціну звертають увагу 72 % чоловіків	На ціну звертають увагу 86 % жінок
Відношення до грошей	Не планують сімейний бюджет і не є розпорядниками коштів. Витрачають гроші на задалегідь заплановані товари	Завідують сімейним бюджетом, витрачають гроші не тільки на те, що було заплановано задалегідь, але і на товари, купівля яких не входила в безпосередні плани
Відносини з торговим персоналом	Характерне прагнення не здатися дріб'язковим, надають великого значення привітності продавця, відчують себе зобов'язаними, якщо їм була надана допомога при виборі товару	Довше вибирають товар, частіше заперечують продавцям. Краще, ніж чоловіки, розбираються в моді, тому їх важче обслуговувати. Продавці поступливіші у торгах з чоловіками, ніж з жінками

Таким чином, високий рівень конкуренції в роздрібній торгівлі обумовлює те, що продавцю все складніше задовольнити високі вимоги попиту. Все сильніше проявляються наслідки трансформації особистих чинників. Поведінка жінок стає, з одного боку, більш емансипованою, вони роблять кар'єру і є активними споживачами «чоловічих» товарів (автомобілі, комп'ютери), а з іншого боку жінки бажають купувати товари, що враховують гендерні відмінності (наприклад, щоб джинси виготовлялися індивідуально для них). Тому з'являється напрям «жіночого» маркетингу.

**Висновки.** Традиційні стилі життя розмиваються, споживачі стають усе мобільнішими, вікові межі руйнуються, культури вза-

ємно проникають, зростає інтеграція глобального і локального стилів споживання (джинси і кросівки носять люди різного віку, багато подорожують як молоді, так і літні люди). Все це обумовлює необхідність індивідуального підходу до споживача.

Для маркетологів вивчення особистих чинників має важливе прикладне значення, оскільки розкриває динаміку змін соціально-психологічних норм, уподобань споживачів на основі яких виникають нові цільові сегменти ринку. Особисті чинники впливають на потреби, стосунки і, відповідно, на поведінку споживачів при купівлі. Мета вивчення особистих чинників — розробляти маркетингові програми в роздрібній торгівлі для стимулювання обсягів продажу.

### **Література**

1. Зозулёв А. В. Поведение потребителей: Учеб. пособие [Текст] — К.: Знання, 2004. — 364 с.
2. *Статт Д.* Психология потребителя / Д. Статт; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2003. — 423 с.
3. *Шафалюк О. К.* Гуманістична концепція споживача в маркетингу: монографія [Текст] / О. К. Шафалюк. — К.: КНЕУ, 2008. — 200 с.
4. *Энджел Дж. Ф.* Поведение потребителей: 10-е изд. / Дж. Ф. Энджел, Р. Д. Блекуелл, П. У. Миннард: пер.с англ. — СПб.: Питер. 2007. — 623 с.

### **Reference**

1. *Zozulov A. V.* Consumer Behavior Studies. allowance. [Text] — K.: Knowledge, 2004. — 364. [in Russian]
2. *STATT D.* Psychology user / D.Statt; Tr. from English. — SPB: Pieter, 2003. — 423 p. [in Russian]
3. *Shafalyuk O. K.* Humanistic concept in consumer marketing: monograph [Text] / O. K. Shafalyuk. — K.: MBK, 2008. — 200 p. [in Ukrainian]
4. *Angel J. F.* Consumer Behavior, 10th ed. / J. F. Endzhel, R. D. Blekuell, P. U. Minnard: Tr. from Eng. St. Petersburg. Peter. 2007. — 623 p. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 22.05.2013 р.

# ЕКОНОМІКА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

УДК 330.341.2

**Очеретяна В. В.**,  
аспірантка кафедри економіка  
агропромислових формувань  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

**V. V. Ocheretyana**  
postgraduates of agroindustrial  
formations economics department  
SHEE «KNEU to the name of Vadyma Hetmana»

## ESSENCE OF STRATEGY OF ENTERPRISES AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE and FEATURES OF HER FORMING

**АНОТАЦІЯ.** У статті розглянуто зміст поняття «стратегія» зарубіжними та вітчизняними науковцями. Виділено наукові підходи та проведено порівняльний аналіз, на основі якого сформульовано авторське визначення даного поняття.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** стратегія, етапи формування стратегії, агропромисловий комплекс.

**ANNOTATION.** In the article is considered maintenance of concept «strategy» by foreign and domestic research workers. An author is select scientific approaches and a comparative analysis which author determination of this concept is formulated on the basis of is conducted.

**KEYWORDS:** strategy, the formation of strategy, agroindustrial complex.

**Постановка проблеми.** Першочерговість уваги до підприємств аграрного сектору зумовлюється незамінністю сільськогосподарської продукції та продовольства в життєдіяльності людини і суспільства, його винятковою соціальною значимістю. Аграрний сектор України з його базовою складовою, сільським господарством, є системоутворюючим у національній економіці, що формує фактори збереження суверенності держави, продовольчу та у визначених межах економічну та екологічну безпеку держави, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей

національної економіки, утворює ринок сільськогосподарської продукції та продовольства.

Зважаючи на основну місію аграрного сектору — стабільне забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, створення економічної бази для сталого розвитку сільських територій, активну участь у вирішенні світової проблеми голоду, перед кожним підприємством постає питання оптимального вибору стратегії його діяльності та її кінцевих результатів. Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу визначити, як підприємство буде функціонувати на ринку, та виробити сценарії із урахуванням умов зовнішнього середовища (розвиненість галузі, кількість конкурентів та їх позиції, характеристика та прибутковість ринку тощо) та внутрішнього середовища (потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, фінансування, ресурси, персонал тощо), характер їх змін; визначити мету діяльності та оцінити стратегічні конкурентні переваги.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності. Підприємства, які змогли вирішити завдання виживання у конкурентному середовищі, одержали можливість та одночасно постали перед потребою формування стратегії подальшого розвитку.

Стратегічний менеджмент виник на початку 60-х рр. ХХ ст. Його основоположниками були: А. Д. Чандлер, К. Р. Ендрюс, Ж. Бовер, К. Р. Крістенс, І. Ансофф та ін. Подальший розвиток ідеї стратегічного менеджменту відслідковується у працях М. Портера, А. А. Томпсона та А. Дж. Стрікланда, К. Омайє, П. Друкера, Б. Карлоффа, Г. Мінцберга, К. Боумена та ін. авторів.

Розгляд ідей стратегічного менеджменту активно продовжувався російськими вченими, серед яких варто виділити Н. В. Шеховцеву, О. С. Віханського, Р. А. Фатхутдінова, В. С. Єфремова. Вагомий внесок у теорію стратегічного менеджменту здійснили також вітчизняні вчені, зокрема, З. Е. Шершньова, С. В. Оборська, А. П. Наливайко, В. Колпаков, Н. В. Куденко, В. Ф. Оберемчук, В. А. Васильченко, Т. І. Ткаченко, І. А. Бланк, В. А. Белошапка, Г. В. Загорний та ін.

**Постановка завдання.** Метою статті є обґрунтування та дослідження сутності поняття стратегія, особливостей її формування, узагальнення різних підходів і запропонування власного тлумачення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Залежно від вибору ознаки, за якою розглядається сутнісне вираження стратегії, залежить зміст даного поняття. Останнім часом поняття «стратегія» зазнало багато змін, розвинулись нові підходи до розробки та реалізації стратегії, наближаючи до сьогодення суть її визначення.

Проведене дослідження поняття дає підстави для висновку, що сама по собі стратегія передбачає деяке коригування залежно від впливу зовнішніх факторів, можливість впливу на які обмежена. Саме цим, на нашу думку, пояснюється проблема, яку ми спробуємо дослідити, — відсутність єдиного підходу до визначення категорії «стратегія».

Науковий доробок деяких вітчизняних і зарубіжних авторів у галузі стратегічного управління та наявність частини різносторонніх трактувань щодо поняття «стратегія» наведено в табл. 1.

*Таблиця 1*

**ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «СТРАТЕГІЯ»\***

Характерна ознака	Автор	Визначення категорії «стратегія»
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Стратегія як план розвитку	Поршнев А. Г., Румянцева З. П., Саломатін Н. А.	Генеральний план дій, який визначає пріоритети стратегічних задач, ресурси і послідовність кроків по досягненню стратегічних цілей
	Шегда О. В.	Загальний план розвитку підприємства для досягнення цілей
	Мінцберг Г., Куїнн Дж. Б.	План, який інтегрує головні цілі організації, її політику та дії у певне узгоджене ціле
	Фатхутдінов Р. А.	Програма, план, генеральний курс суб'єкта управління з досягнення ним стратегічних цілей
	Гершун А., Горський М.	План, що інтегрує в деяке узгоджене ціле такі компоненти: головні цілі організації, політику (цінності, філософію, ідеологію), застосовувані дії
	Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф.	Детальний усебічний комплексний план, призначений для реалізації місії організації і досягнення цілей

Продовження табл. 1

1	2	3
Стратегія як перспективний напрям розвитку	Белошапка В. А., Загорний Г. В.	Довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації
	Віханський О. С.	Генеральний напрямок дій організації, слідування якому в довгостроковій перспективі повинно призвести її до поставленої мети
	Шершньова З. Е., Оборська С. В.	Довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, які вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями у межах своєї політики
	Наливайко А. П.	Встановлений і переглядуваний набір напрямків діяльності (мети та способів досягнення) для забезпечення поновлюваної відмітності та прибутковості
Стратегія як цілевизначення	Чандлер А. Д.	Визначення довгострокових задач і цілей підприємства, напряму діяльності і розподіл ресурсів для досягнення поставленої мети
	Бланк І. А.	Система довгострокових цілей діяльності підприємства і вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення
	Мартиненко В. П.	Процес формування довгострокових цілей і вибору шляхів їх досягнення
	Тренів Н. Н.	Якісна послідовність дій і станів, які використовуються для досягнення цілей підприємства
Стратегія як засіб реалізації цілей	Ансофф І.	Набір правил для приймання рішень, якими організація керується у своїй діяльності
	Герчикова І. Н.	Розрахована на перспективу система заходів, яка забезпечує досягнення конкретних, намічених компанією цілей
	Гурков І. Б.	Система рішень і дій, спрямованих на досягнення довгострокових цілей людини або організації

1	2	3
Стратегія як модель взаємодії із зовнішнім середовищем	Томпсон А., Стрикленд А.	Комбінація із запланованих дій і швидких рішень по адаптації до нових досягнень промисловості та нової диспозиції на полі конкурентної боротьби
	Портер М.	Наступальні чи оборонні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі, з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції і, отже, гарантування максимальної віддачі від капіталовкладень фірми
	Каплан Р., Нортон Д.	Вибір таких видів діяльності, в яких організація досягне досконалості, створивши стійку конкурентну перевагу на ринку
	Фаей Л., Рендел Р.	Засіб, за допомогою якого змінюються відносини організації з партнерами і конкурентами. За рахунок цього вона отримує конкурентні переваги
	Міщенко А. П.	Основа підвищення конкурентоспроможності фірми, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалювання структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати в жорстких ринкових умовах
	Шеховцева Н. В.	Система установок і заходів, спрямованих на довготермінове зміцнення конкурентної позиції підприємства в межах встановленої місії
	Оберемчук В.Ф.	Програма дій, що визначає розвиток фірми, і відповідне управління, а також досягнення поставлених цілей, визначення перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі оцінювання його потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища

1	2	3
Стратегія як модель раціонального розподілу ресурсів	Карлофф Б.	Узагальнююча модель дій, необхідна для досягнення поставлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів компанії
	Дойль П. С.	Комплекс прийнятих менеджером рішень щодо розміщення ресурсів підприємства і досягнення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках
	Василенко В. О., Ткаченко Т. І.	Посаднання (відповідність) ресурсів і навичок організації, з одного боку, і можливостей і ризику, що виходять з навколишнього середовища, з іншого боку, що діють у сьогодення і майбутньому, при яких організація сподівається досягти своєї основної мети
	Колпаков В.	Функціональний спосіб організації діяльності людей і розподілу ресурсів, що дає змогу досягти стратегічної мети
	Куденко Н. В.	Координуючий, об'єднуючий фактор між цілями та ресурсами фірми

\* складено автором.

Так, з огляду на різноманітність характерних ознак та значну кількість трактувань даного поняття можна вважати, що *стратегія* — це визначення довгострокових задач і цілей підприємства, напряму діяльності та раціональний розподіл ресурсів з можливістю ефективної та своєчасної адаптації до змін кон'юнктури світового ринку.

Саме за таких умов необхідно розглядати стратегічний контекст в діяльності підприємства, яка здійснюється за двома напрямками:

а) поточна, операційна діяльність, спрямована на поточну прибутковість;

б) стратегічна діяльність, спрямована на майбутню прибутковість.

В умовах ринку, коли зовнішнє середовище достатньо турбулентне, слабо передбачуване і переважно не залежить від зусиль підприємства, ігнорування ним стратегічного контексту діяльності може спричинити катастрофічні наслідки.

У даному контексті, про необхідність розробки стратегії підприємства достатньо влучно висловився один із авторів вчення про стратегічний менеджмент, американський вчений І. Ансофф. Він писав: «...компанії, за відсутності планованої і керованої стратегії, приречені на вимирання, за винятком хіба що монополій і субсидованих компаній. У компаніях, яким вдається вижити, стратегічною поведінкою принаймні керують» [1, с. 46].

Визначившись з сутністю поняття «стратегія» підприємства варто зазначити, що її формування є процесом, який проходить певні етапи.

Найпростішу схему етапів формування стратегії підприємства зображено на рис. 1.

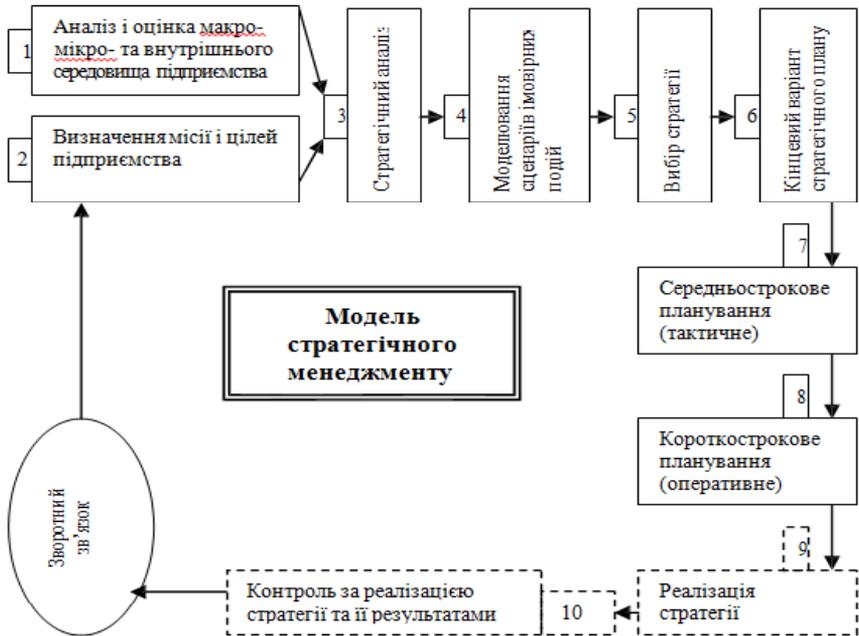


Рис. 1. Етапи стратегічного планування і управління [2, с. 17]

На першому етапі розробки стратегії підприємства здійснюють аналіз середовища, прогнозують його майбутній розвиток, виявляють можливості і загрози, сильні і слабкі сторони, оцінюють конкурентоспроможність і прогнозують її зміни.

На другому етапі або паралельно (на новоствореному підприємстві — на першому) визначають місію, мету і цілі підприємства.

На третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей з результатами аналізу середовища, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій — варіантів стратегічного розвитку.

На четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний і найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії за певним сценарієм.

На п'ятому етапі здійснюється вибір найприйнятнішої стратегії з альтернативних.

На шостому — готується кінцевий варіант стратегічного плану підприємства.

На сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани.

Нарешті, на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування завершується. Розпочинається процес реалізації стратегічного плану, тобто процес стратегічного управління. Він передбачає не лише організацію реалізації стратегії (9-й етап) але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей, якщо вони виявилися до певної міри нереальними.

До речі, зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії становлять єдиний процес. Причому він є безперервним, оскільки середовище, а, значить, і умови діяльності підприємства постійно змінюються, стратегічний план регулярно коригується.

З огляду на практичну точку зору дослідження даного питання варто зауважити, що основним документом який прописує найвагоміші положення досліджуваного питання на рівні галузі є «Стратегія розвитку аграрного сектору економіки (на період до 2020 року)» [3], адже зважаючи на напрям визначеної стратегії розвитку галузі в цілому, кожне окреме підприємство обирає той чи той напрям стратегічного планування та управління.

Так, основною метою стратегії, прописаної в даному документі є створення умов для ефективного розвитку аграрного сектору у стратегічних пріоритетних напрямках, які передбачають єдність економічних, соціальних та екологічних інтересів суспільства, підвищення ефективності та конкурентоспроможності сільсько-

господарських товаровиробників, збільшення випуску продукції АПК і підвищення якості життя населення України. Відповідно, до стратегічних цілей віднесені: продовольча безпека держави, стабільність національного ринку продукції сільського господарства та продовольства; висока конкурентоспроможність продукції, продуктивність галузей, ефективність виробництва і ринків; збереження довкілля, відродження, охорону та підвищення родючості ґрунту; провідні позиції України у постачанні продовольства та продукції сільського господарства на світовий ринок; забезпечення за рахунок експорту критичного імпорту; соціальний розвиток села, стійка мотивація до соціальної відповідальності бізнесу в аграрному секторі; формування середнього класу в сільській місцевості; зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на довкілля, раціональне використання та збереження земельних ресурсів [3, с. 7].

З огляду на викладене варто зауважити, що як на рівні галузі, так і на рівні окремих підприємств (у визначених випадках) для досягнення позитивних результатів потрібно орієнтуватись на: забезпечення продовольчої безпеки держави, підвищення конкурентоспроможності продукції сільського господарства на внутрішньому та зовнішньому ринках, науково-освітнє забезпечення агропромислового виробництва, формування і надання бюджетної підтримки, забезпечення раціонального використання природних ресурсів, залучених до господарського процесу в аграрному секторі та забезпечення розвитку соціальної сфери села.

### **Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок.**

На основі проведених досліджень вважаємо за можливе дати наступне загальне авторське трактування стратегії. *Стратегія — це визначення довгострокових задач і цілей підприємства, напряму діяльності та раціональний розподіл ресурсів з можливістю ефективною та своєчасною адаптацією до змін кон'юнктури світового ринку.*

З огляду на практичну точку зору дослідження даного питання варто зауважити, що стратегія розвитку агропромислового комплексу України в цілому базується на застарілих підходах централізованого управління, які потребують лібералізації, переорієнтації та своєчасної реакції на реалії внутрішнього ринку та відповідних умов, а також на зміну кон'юнктури зовнішнього ринку.

Подальші дослідження в сфері стратегічного управління повинні бути спрямовані на поглиблення і удосконалення методичного інструментарію стратегічної діагностики, як вихідного етапу процесу стратегічного управління і планування.

## Література

1. *Ансофф И.* Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ.; Науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
2. *Саєнко М. Г.* Стратегія підприємства: Підручник. — Тернопіль: Економічна думка, 2006. — 390 с.
3. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки (на період до 2020 року) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/uk/gr-rada?page=175&urlid=gr-ada&parent=300&parent2=&ifnode=6992>

## Reference

1. *Ansoff I.* Strategicheskoe upravlenie / Sokr. per. s angl.; Nauch. red. i avt. predisl. L. I. Evenko. — M.: Ekonomika, 1989. — 519 s. [in Russian].
2. *Saenko M. G.* Strategy of enterprise: Textbook. it is Ternopil: «Economic idea». — 2006. are 390 p.s [in Ukrainian].
3. Strategy of development agrarian to the sector of economyon a period 2020 to) [Electronic resource]. — Access mode: <http://minagro.gov.ua/uk/gr-rada?page=175&urlid=gr-ada&parent=300&parent2=&ifnode=6992> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.05.2013 р.

УДК 338.436

**Савицький Е. Е.,**

аспірант кафедри економіки АПФ  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

### **ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАННЯХ**

**Eduard Savytskyi,**

PhD student of agroindustrial formations economics cathedra  
KNEU named after Vadym Hetman

### **FORMATION OF FUNDING MODEL OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN AGROINDUSTRIAL FORMATIONS**

АНОТАЦІЯ. Статтю присвячено дослідженню можливих альтернатив побудови ефективної моделі фінансування впровадження інноваційних технологій агропромисловими формуваннями (АПФ) залежно від потреби в інвестиціях, ризиків впроваджуваної технології і тривалості процесу впровадження.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інноваційні технології, модель фінансування, інвестиційна потреба, тривалість і ризик впровадження інноваційної технології.

**ANNOTATION.** The article is aimed to research possible alternatives of building an effective model of financing of innovative technologies implementation in agroindustrial formations (AIF) depending on the investment needs, risks of introduced technology and the duration of the project.

**KEYWORDS:** innovative technology, funding model, investment demand, the duration and the risk of introduction of innovative technologies.

**Постановка проблеми.** Попри деклароване розуміння необхідності обрання саме інноваційного шляху розвитку вітчизняного аграрного сектору, практичні заходи в цьому напрямку є вкрай недостатніми і безсистемними. Хоча формальне значення інноваційної діяльності для агропромислових формувань (АПФ) у сучасних умовах постійно зростає, на практиці підприємства аграрного сектору зазнають серйозної кризи в інноваційній сфері. Варто відзначити, що активізація процесів впровадження інноваційних технологій в АПФ потребує усунення негативної дії низки таких виробничо-економічних чинників, як недостатність інформації про нові технології та нові ринки збуту, низький платоспроможний попит на нові засоби виробництва і ресурси, висока вартість впровадження інноваційних технологій, тривалі терміни окупності, високий економічний ризик впровадження та ін.

Однак, першочерговим фактором, який гальмує активніший розвиток інноваційної діяльності, що супроводжуватиметься впровадженням інноваційних технологій у АПФ, є саме фактор внутрішньої і зовнішньої фінансової обмеженості, що особливо актуально для малих і середніх підприємств. А з огляду на те, що нині в Україні кількість великих аграрних підприємств, які володіють достатнім фінансовим потенціалом для впровадження інноваційних технологій, є незначною, акумулювання значних сум фінансових ресурсів у короткостроковій перспективі для більшості суб'єктів господарювання є малоімовірним, що не дозволить їм ефективно впроваджувати інноваційні технології. Тому питання побудови оптимальних схем і моделей фінансування впровадження інноваційних технологій у АПФ України набуває виняткової актуальності на сучасному етапі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика побудови ефективних фінансових моделей впровадження інноваційних технологій агропромисловими формуваннями досить широко досліджували вітчизняні автори, зокрема Т. Г. Ігнатєва,

І. Г. Кожушко, Р. В. Лавров, С. В. Сирцева та ін. Зазначені дослідники розглядали можливості застосування різноманітних джерел фінансування інновацій, причому як внутрішніх (амортизація, прибуток), так і зовнішніх — бюджетне фінансування, банківські кредити, лізинг тощо. Однак, вагомим недоліком існуючих досліджень вважаємо відсутність системності, яка не дозволяє агропромисловим формуванням чітко визначати фінансові пріоритети залежно від характеру та особливостей впроваджуваних інноваційних технологій.

**Формування цілей дослідження.** Мета статті полягає в обґрунтуванні ефективної моделі фінансування інноваційних технологій у АПФ, яка враховує потребу в інвестиціях, ризику та тривалість процесу впровадження технологій.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз статистичних даних засвідчує, що низький фінансовий потенціал більшості сільськогосподарських підприємств в Україні зумовлює той факт, що рівень інвестицій в основний капітал аграрної галузі не відповідає її значенню у структурі вітчизняної економіки. Як показують оцінки, частка сільськогосподарських інвестицій у загальному обсязі капітальних вкладень в Україні протягом 2005—2012 рр. у середньому складала близько 5 %, що у порівнянні із часткою АПК у структурі ВВП країни (близько 17 %) є втричі менше від паритетного рівня [4; 5].

Проблема обмеженості фінансових ресурсів для фінансування впровадження інноваційних технологій найбільшою мірою позначається на малих і середніх підприємствах АПФ, що не дає їм змоги розвиватись на інноваційній основі [2]. Вивчення досвіду аграрних підприємств України у сфері фінансування інноваційного розвитку свідчить про те, що розміри амортизаційного фонду і обсяги прибутку, які залишаються в розпорядженні переважної більшості вітчизняних аграрних формувань, не дозволяють здійснити техніко-технологічну реконструкцію виробничої бази на інноваційних засадах у необхідних масштабах [6].

Тому зазначимо, що один із ключових аспектів створення ефективного механізму, який стимулюватиме успішне впровадження інноваційних технологій в АПФ, має стати вибір найбільш обґрунтованої фінансової моделі даного процесу. Адже, як свідчать дослідження [1; 3; 5] у переважній більшості випадків саме відсутність необхідного обсягу та якості фінансування (передусім, стабільність, вартість і терміни одержання фінансових ресурсів) стають ключовою перешкодою на шляху інноваційного розвитку агропромислових підприємств, стримуючи впровадження інноваційних технологій.

Нами пропонується виокремити шість базових моделей фінансування впровадження інноваційних технологій у АПФ, можливості застосування яких залежно від масштабності інвестицій, ступеню ризику, а також часового горизонту впровадження технології (рис. 1).

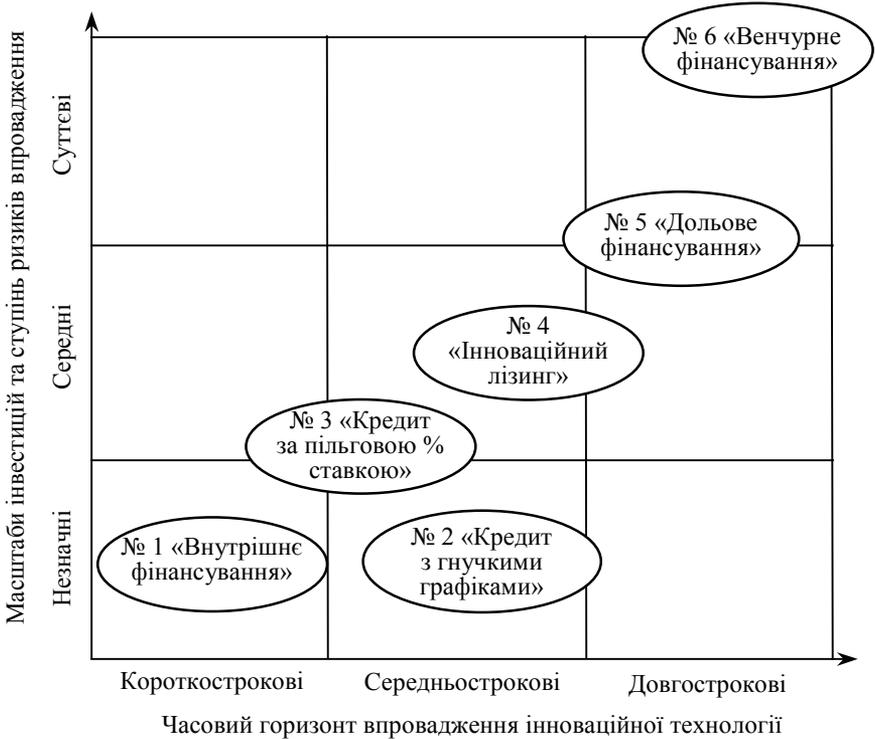


Рис. 1. Моделі фінансування впровадження інноваційних технологій у АПФ і можливості їх застосування

Найпростішою є схема фінансування впровадження інноваційних технологій, яка передбачає орієнтацію аграрних підприємств на внутрішні джерела фінансових ресурсів. Однак, її застосування обмежується, по-перше, проектами переважно із незначною інвестиційною потребою та помірними ризиками самих технологій; по-друге, переважно проектами із нетривалими термінами впровадження; по-третє, в сучасних умовах функціонування агропромислової сфери України, у якій значна частина суб'єктів представлена господарствами населення або малими фермерсь-

кими господарствами, схема фінансування впровадження інноваційних технологій за рахунок власних джерел недоступна більшості АПФ.

У той же час зазначимо, що впровадження більш інвестиційно-містких і ризико-насичених інноваційних технологій, які здатні забезпечити агропромисловим формуванням значно ширший економічний ефект і які при цьому орієнтовані на тривалішу перспективу (наприклад, нових технологій землекористування або нових технологічних процесів утримання птиці та худоби), потребує залучення зовнішніх фінансових джерел. З огляду на специфічну особливість інноваційних технологій у АПФ таким джерелом передусім має стати спеціалізоване, пільгове банківське кредитування.

Загалом, слід виділити особливості кредитування аграрної сфери, які вимагають використання для даних цілей саме спеціалізованих банківських установ:

— по-перше, агропромислому сектору загалом притаманний високий рівень кон'юнктурних ризиків, пов'язаних із кліматичними чинниками (причому не ізольовано у одній країні, а у специфічних масштабах), що може вкрай негативно позначитись на портфелі аграрних кредитів універсального банку;

— по-друге, інноваційним технологіям АПФ притаманні ряд особливостей, що радикально відрізняє їх від інноваційних технологій у промисловості і потребує залучення виключено вузько-спеціалізованих фахівців для ретельної оцінки потреби в інвестиціях, а також оцінки ризиків і перспектив впровадження даних технологій;

— по-третє, аграрним кредитам характерні ряд особливостей (зокрема, необхідність надання державних гарантій або страхування), що унеможливають використання стандартних підходів банківського ризик-менеджменту до управління кредитним портфелем.

З огляду на наведені аргументи, вважаємо цілком обґрунтованою необхідність створення в Україні спеціалізованого Аграрного інноваційного банку (АІБ), який би займався виключено фінансуванням проектів із впровадження інноваційних технологій агропромисловими формуваннями. Зважаючи на аграрно-інноваційну специфіку АІБ підкреслимо, що його ресурсна база має формуватись не за рахунок залучення коштів населення на депозитні рахунки (з огляду на нестійкість цього джерела та неможливість його використання для фінансування довгостроково-орієнтованих інноваційних технологій). Навпаки, капітал АІБ має бути сформований на пропорційно-змішаній основі із використан-

ням коштів трьох джерел: 1) держави у вигляді внесків Міністерства фінансів України, за рахунок якої має формуватись до 70 % капіталу цього банку; 2) коштів інвестиційних Фондів, які спеціалізуються на фінансуванні інноваційних проектів у аграрній сфері — до 10—15 % капіталу банку; 3) коштів найпотужніших агропромислових формувань в Україні, які активно займаються впровадженням інноваційних технологій, за рахунок яких має формуватись 20—25 % капіталу Аграрного інноваційного банку.

Запропонований до створення Аграрний інноваційний банк має здійснювати фінансування проектів впровадження інноваційних технологій у АПФ на спеціальних умовах, а саме:

1) пільгове кредитування із зниженою відсотковою ставкою (що в окремих випадках може складати 0 % — при впровадженні технологій, які мають виняткове регіональне або соціальне значення) переважно короткострокових інноваційних проектів, які характеризуються достатньо вагомими ризиками (оцінюються як «середні»). Зокрема, у якості прикладів таких проектів можна навести нові технології розведення продуктивніших та економічно-ефективніших порід тварин, коли занижена чи взагалі нульова відсоткова ставка повинна виступати стимулом до впровадження даної інноваційної технології агропромисловими формуваннями;

2) розробка гнучких схем кредитного фінансування проектів, які відзначаються відносно невисокими ризиками, проте є достатньо тривалими у часі. Зокрема, прикладом таких інноваційних технологій є більшість екологічно-орієнтованих, ресурсозберігаючих та інфраструктурних проектів. Стимулом до реалізації середньо — і довгострокових інноваційних технологій має стати застосування гнучкого графіку погашення кредитів і диференційований розподіл процентних платежів, що дозволить оптимальним чином розподілити фінансовий тиск на підприємство, збільшивши навантаження на віддалені періоди проекту, коли вже спостерігається відчутний ефект від їх впровадження.

Відзначимо, що запропоновані моделі кредитування впровадження інноваційних технологій за пільговими відсотковими ставками, так само як і використання гнучких графіків погашення, є по суті різновидом моделей боргового банківського фінансування, особливість яких полягає в обов'язковості повернення банку позичальниками (агропромисловими формуваннями) не лише основної частини боргу, але і відсотків за ним. Однак, у разі впровадження інноваційних технологій, що характеризуються більшими обсягами інвестицій і яким притаманні підвищені ризики, кредитне фінансування не здатне забезпечити дотримання ін-

тересів кредитора. У цьому зв'язку механізмом, що не лише забезпечить агропромисловим формуванням потрібне фінансування, але й знизить ризики, є лізинг аграрних інноваційних технологій, підкріплений системою страхування.

Доцільність активного розвитку лізингових технологій в Україні викликана тим, що лізинг дозволяє АПФ впроваджувати перспективні технології навіть в умовах обмеженого капіталу, що пояснюється невеликою першою виплатою або її відсутністю і може забезпечити до 100 % від потрібного фінансування. Разом із тим зазначимо, що попри наявність вагомих переваг, застосування лізингу інноваційних технологій в АПФ має ряд обмежень, а саме:

1) інноваційний лізинг може застосовуватись відносно тих технологій, до складу яких входять техніка та обладнання, тобто переважно виробничих інноваційних технологій. При цьому лізинг не застосовний відносно продуктових та організаційно-управлінських технологій;

2) для повноцінного функціонування системи лізингу потрібне існування вторинного ринку інноваційних технологій в аграрному секторі, який на даний момент в Україні відсутній, а відповідальність за формування якого має бути покладена на Аграрний інноваційний фонд;

3) третьою перепорою на шляху розвитку лізингу інноваційних технологій може стати відмова страхових компаній страхувати ризики їх впровадження, які є не тільки високими, але також і досить специфічними.

З огляду на наявність недоліків і обмежень лізингового механізму при впровадженні інноваційних технологій, які існують не у вигляді техніки або обладнання, при цьому характеризуються значною потребою в інвестиціях, тривалими термінами реалізації, високим рівнем невизначеності і ризиків, доцільно застосовувати схему дольового фінансування за рахунок коштів Аграрного інноваційного банку. У даному випадку АІБ виділятиме агропромислому формуванню, що впроваджує високо ризикову і довгостроково-орієнтовану інноваційну технологію, до 100 % від потрібного обсягу фінансування, виступаючи у якості співінвестора даного проекту. При цьому можливі такі варіанти його реалізації:

1) у разі успішного завершення проекту та одержання економічного ефекту від впровадження інноваційної технології прибуток розподіляється у визначеному співвідношенні між Банком та АПФ. При цьому пропорції розподілу прибутку мають визначатись параметрами впроваджуваної технології: потребою в інвестиціях, мірою ризику, тривалістю впровадження;

2) у разі невдалого впровадження інноваційної технології АБ одержить збитки, які на перших етапах його діяльності будуть компенсовані за рахунок додаткових внесків до капіталу із Держбюджету; у подальшому, коли АБ набуде достатнього досвіду і зможе забезпечити широку диверсифікацію фінансування впроваджуваних інноваційних технологій — за рахунок прибутків, одержаних за іншими проектами.

Нарешті, фінансування впровадження найрадикальніших, найдовготриваліших і найризиковіших інноваційних технологій, що потребують дуже значних інвестицій, доцільніше за все здійснювати через створений для цього Венчурний фонд фінансування аграрних інноваційних технологій, сукупний капітал якого буде сформований за рахунок коштів приватних Фондів венчурних інвестицій, які у свою чергу залучатимуть кошти індивідуальних і корпоративних інвесторів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** На підставі здійсненого дослідження можемо дійти висновку, що агропромислові формування при впровадженні інноваційних технологій мають обирати одну із шести базових фінансових моделей (внутрішнє фінансування, кредит за пільговою ставкою, кредит із гнучким графіком погашення, інноваційний лізинг, дольове та венчурне фінансування), враховуючи при цьому потребу в інвестиціях, рівень ризиків і терміни впровадження інноваційних технологій.

### **Література**

1. *Ігнат'єва Т. Г.* Недержавне фінансування та кредитування інноваційної діяльності аграрних підприємств України: стан і проблеми. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://sm.znaimo.com.ua/tw\\_files2/urls\\_1/519/d-518171/7z-docs/1.pdf](http://sm.znaimo.com.ua/tw_files2/urls_1/519/d-518171/7z-docs/1.pdf)

2. Інноваційні лізингові технології банків при обслуговуванні суб'єктів аграрної сфери / Р. В. Лавров // Інноваційна економіка. — 2011. — № 7. — С. 252—256.

3. *Кожушко І. Г.* Сучасний стан і проблеми технічного забезпечення аграрних підприємств України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2009\\_31/Zmist/19PDF.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_31/Zmist/19PDF.pdf)

4. Основні показники соціально-економічного розвитку в Україні. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Розвиток аграрного виробництва як передумова забезпечення продовольчої безпеки України. — К.: НІСД, 2011. — 39 с.

6. *Сирцева С. В.* Фінансово-кредитне забезпечення інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств України / С. В. Сирцева // Економічний простір. — 2010. — № 33. — С. 258—265.

## Reference

1. *T. Ignatyeva*. Nongovernmental financing and crediting of innovation activity of agricultural enterprises in Ukraine: the state and problems. — [Electronic resource]. — Access: [http://sm.znaimo.com.ua/tw\\_files2/urls\\_1/519/d-518171/7z-docs/1.pdf](http://sm.znaimo.com.ua/tw_files2/urls_1/519/d-518171/7z-docs/1.pdf) [in Ukrainian]
2. Innovative leasing bank technologies in servicing of agricultural entities / R. V. Lavrov // *Innovative Economy*. — 2011. — № 7. — P. 252—256. [in Ukrainian]
3. *Kozhushko I. G.* Current status and problems of technical support of agricultural enterprises in Ukraine. — [Electronic resource]. — Access: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2009\\_31/Zmist/19PDF.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_31/Zmist/19PDF.pdf) [in Ukrainian]
4. Key indicators of socio-economic development in Ukraine. — [Electronic resource]. — Access: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
5. Development of agricultural production as a prerequisite for food security of Ukraine. — K.: NISD, 2011. — 39 p. [in Ukrainian]
6. *Syrtseva S. V.* Financial and credit support of innovation activity of agricultural enterprises of Ukraine / S. V. Syrtseva // *Economic space*. — 2010. — № 33. — P. 258—265. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 19.04.2013 р.

УДК 332.362

**Бутко В. А.,**

аспірант кафедри економіки АПФ,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,  
Фінансовий аналітик ПАТ «Карлсберг Україна»

### **ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛРОБСТВА ПО ЗАБЕЗПЕЧЕННЮ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КЛІМАТИЧНИХ ЗМІН**

**Butko Vladyslav,**

PhD student, Department of Economics agro-industrial units,  
SHEI «V. Getman's Kyiv national economic university»  
Financial Analyst PJSC «Carlsberg Ukraine»

### **BENEFITS OF ORGANIC FARMING FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE IN TERMS OF GLOBAL CLIMATIC CHANGES**

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто переваги використання органічного землеробства по забезпеченню сталого розвитку аграрних підприємств України в умовах глобальних змін клімату.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** глобальні зміни клімату, аграрні підприємства України, сталий розвиток, екологічне землеробство

**ANNOTATION.** The article discusses the advantages of organic farming for sustainable development of agricultural enterprises in Ukraine in the context of global climate change.

**KEYWORDS:** global climatic changes, agricultural enterprises of Ukraine, sustainable development, organic farming

Характерною ознакою минулого століття було нестримне прагнення людства до забезпечення економічного і технологічного розвитку. Успіх вимірювався переважно зростанням валового внутрішнього продукту в межах однієї країни. Вважалося, що це автоматично приведе до добробуту і значного підвищення рівня життя людей. Невтримний прогрес завжди забезпечувався за рахунок необмеженої та безвідповідальної експлуатації природних ресурсів. Суспільство такого типу фактично жило за рахунок майбутніх поколінь. Як наслідок — на початку XXI століття людство зустріло глобальні екологічні проблеми, голод і бідність, що призвело до численних регіональних конфліктів.

Зміна клімату викликає серйозні проблеми в розвитку сільськогосподарства. При цьому найбільше це стосується країн, у яких місце і роль сільського господарства в економіці є визначальними, до яких відноситься і Україна. Характерною ознакою зміни клімату протягом останнього десятиліття є глобальне потепління, що проявляється у підвищенні середньорічної температури повітря на 2—3 градуси. Результатом глобального потепління для сільського господарства є зниження виробництва аграрної продукції внаслідок зменшення урожаю сільськогосподарських культур і продукції тваринництва. З продовженням тенденції глобального потепління ситуація в аграрному секторі буде погіршуватися.

Для українських ґрунтів це дуже небезпечна ситуація. В умовах посухи проблема їх деградації може набути ознак екологічної катастрофи.

Неефективне використання, надмірна розораність, порушення правил сівозмін, неправильне використання агрохімікатів, відсутність фінансування державою заходів для поліпшення стану ґрунтів спричиняють втрату ними родючих якостей. За даними Держземагентства, вже зараз загальна площа земель, що потребують консервації, складає 1,1 млн га. Втім, за даними українських учених, деградації піддано вже понад 40 % сільгоспземель.

За даними ООН, щорічно на планеті із ріллі виводять 21 млн га. На одного жителя планети нині припадає близько 0,30 га ріл-

лі, в Європі — 0,25 га, в Україні — 0,69 га. Чорнозем за нашого клімату здатний природно відтворювати свою родючість. І на цій землі, як ніде, можна досягти сталого розвитку аграрної галузі й розгорнути виробництво здорової продукції.

Термін «сталий розвиток» набув широкого розповсюдження після публікації доповіді «Наше спільне майбутнє», підготовленої в 1987 році Міжнародною Комісією ООН з навколишнього середовища та розвитку. Зазначене поняття було введено для визначення взаємовідносин між суспільством і природою. Згідно цього доповіді сталий розвиток розуміється як «...такий розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби»

Це фактично стало продовженням концепції ноосфери, сформульованої академіком В. І. Вернадським ще на початку ХХ ст. Вона виявилася необхідною платформою для напрацювання теорії триєдиного еколого-соціально-економічного розвитку. Її суть — обов'язкова узгодженість економічного, екологічного та людського розвитку таким чином, щоб від покоління до покоління не зменшувалися якість і безпека життя людей, не погіршувався стан довкілля, а забезпечувався соціальний прогрес у своїй сталості і гармонійності. Слід зауважити, що Концепція сталого розвитку включає два ключові взаємозв'язані поняття:

1) поняття потреб, у тому числі пріоритетних (необхідних для існування бідних верств населення):

2) поняття обмежень (обумовлених достатком технології і організацією суспільства), що накладаються на здатність навколишнього середовища задовольняти нинішні і майбутні потреби людства.

Основним завданням сталого розвитку було проголошено задоволення людських потреб і прагнень, що є найважливішими для життя і надання всім можливості задовольняти свої прагнення до кращого життя в рівній мірі.

Концепція сталого розвитку ґрунтується на п'яти основних принципах.

1. Людство дійсно здатне додати розвитку сталий і довготривалий характер, з тим щоб воно відповідало потребам людей, що нині живуть, не позбавляючи при цьому майбутні покоління можливості задовольняти свої потреби.

2. Наявні обмеження в області експлуатації природних ресурсів відносні. Вони пов'язані з сучасним рівнем техніки і соціальної організації, а також із здатністю біосфери справлятися з наслідками людської діяльності.

3. Необхідно задовольнити елементарні потреби всіх людей і всім надати можливість реалізовувати свої надії на благополучніше життя. Без цього сталий і довготривалий розвиток просто неможливий. Одна з найголовніших причин виникнення екологічних і інших катастроф — убогість, яка стала в світі звичайним явищем.

4. Необхідно узгоджувати спосіб життя тих, хто має в своєму розпорядженні великі засоби (грошові і матеріальні), з екологічними можливостями планети, зокрема щодо вжитку енергії.

5. Розміри і темпи зростання населення мають бути погоджені із змінним продуктивним потенціалом глобальної екосистеми Землі.

Особливо підкреслюється динамічний характер сталого розвитку. Наголошується, що воно є не незмінним достатком гармонії, а швидше процес змін у якому масштаби експлуатації ресурсів, направлення капіталовкладень, орієнтація технічного розвитку і інституційні зміни узгоджуються з нинішніми і майбутніми потребами.

Слід також зауважити, що світова продовольча криза стала новим викликом для сільськогосподарського виробництва. За інформацією Світового банку світова продовольча криза привела до зuboжіння 100 млн осіб у країнах з низькими прибутками. За даними звіту ООН більше 40 країн світу потерпає від нестачі продовольства в зв'язку з різким підвищенням цін на продукти харчування. Слід зауважити, що така ситуація розвивається за умов цілком достатнього світового виробництва продовольства, що дозволяє задовольнити потреби зростаючого населення планети. За даними Організації ООН з продовольства й сільського господарства (FAO) на сьогодні у світі голодує приблизно 800 млн осіб. Експерти організації вважають, що головною причиною є нерівномірність розподілення продуктів серед країн і континентів як наслідок боротьби за встановлення контролю над природними ресурсами, що вичерпуються.

Головна функція сталого розвитку в даному контексті — це забезпечення продуктами харчування зростаючого населення за умови збереження та відновлення природного середовища. Неможливо досягти стану продовольчої забезпеченості, не забезпечивши населення продуктами харчування в обсягах, достатніх для повноцінного задоволення потреб людей у продовольстві. Особливу роль відіграє виробництво екологічно чистих і безпечних для здоров'я продуктів. Безпека харчових продуктів і продовольчої сировини належать до основних факторів, що визначають здоров'я населення (а це вже соціальна складова концепції стало-

го розвитку). Відомо, що близько 70 % шкідливих речовин надходить в організм людини разом із продуктами харчування.

За такою ситуації використання аграрними підприємствами України системи органічного землеробства надаватиме переваги по забезпеченню сталого розвитку.

Чудово тему переваг використання органічного землеробства для адаптації сільського господарства до зміни кліматичних умов розкрив у своєму дослідженні «Можливості органічного землеробства як стратегії адаптації країн що розвиваються до зміни клімату» Адріан Мюллер із соціоекономічного інституту університету міста Цюріх. Ми ж, використовуючи певні його наробітки та інших іноземних вчених, спробуємо проаналізувати, які ж переваги матиме використання органічного землеробства аграрними підприємствами України для забезпечення їх сталого розвитку в умовах глобальних змін клімату.

Органічне сільське господарство — цілісна система управління виробництвом, яка покращує стан агроєкосистеми, включаючи біологічну варіативність, біологічні цикли і біологічну активність ґрунту. Це можливо при використанні культурних, біологічних і механічних методів на противагу використанню синтетичних матеріалів, щоб виконати певну функцію в межах системи. Органічне землеробство — це не тільки певна система сільськогосподарського виробництва, а й системний і всеохоплюючий підхід до життєздатних засобів існування та існування взагалі, де кожна дія виконана у відповідності факторам впливу на сталий розвиток сільського господарства.

Перевагою органічного сільського господарства є те, що воно з давніх часів використовується як система землеробства і була пристосована до багатьох кліматичних зон і місцевим умовам.

За рахунок того, що при органічному землеробстві використовуються лише органічні матеріали (добрива, засоби захисту та ін.), це збільшує вміст органічних речовин у ґрунті. Як наслідок, у ґрунті за рахунок дії природних чинників набагато більше вологи ніж при використанні традиційної системи землеробства. Таким чином при використанні системи органічного землеробства можливо в деякій мірі нівелювати природні фактори, що особливо важливо в умовах глобальної зміни клімату. Крім того, органічне землеробство зменшує вразливість сільськогосподарських підприємств, оскільки через відмову при такій системі господарювання від дорогих синтетичних добрив і засобів захисту підприємства значно знижують свої витрати на отримання продукції, що робить значно меншими ризики в разі часткового або повного неврожаю через

екстремальні погодні умови, які виникнуть унаслідок глобальної зміни клімату. Також це гарна альтернатива для бідних фермерів.

Між іншим, ще одним позитивним моментом використання системи органічного землеробства є те, що при виробництві сертифікованої продукції ціни на неї майже в два рази більші ніж ціни на звичайну продукцію сільського господарства, що дає змогу господарствам отримувати більші доходи і покривати витрати понесені на виробництво навіть при незначних урожаєх.

Для підтвердження сказаного ми провели розрахунки витрат і прибутку, що отримає середньостатистичне сільськогосподарське підприємство при використанні традиційної технології за умови середньої врожайності озимої пшениці 45 ц/га з підприємством, що використовує органічне землеробство при умові, що середня урожайність буде в 1,5 разу меншою, тобто на рівні 30 ц/га. Варто зауважити також, що при розрахунках ціна реалізації органічної продукції бралася на 15 % вищою. Дані розрахунків приведено в табл. 1.

Таблиця 1

**ПОРІВНЯННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОДНУ ТОНУ ВИРОЩЕНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Назва показника	Значення			
	Традиційна технологія		Органічне землеробство	
	Сума, грн/га	Сума, грн/т	Сума, грн/га	Сума, грн/т
Всього витрат, у т. ч.	6 203	1 379	3 727	1 242
<i>Насіння</i>	349	78	349	116
<i>Добрива</i>	2 427	539	661	220
<i>засоби захисту рослин</i>	412	91	0	0
<i>паливно-мастильні матеріали</i>	469	104	439	146
<i>Амортизація</i>	1 291	287	1 226	409
<i>Ремонт</i>	779	173	714	238
<i>Інші</i>	28	6	60	20
<i>загальновиробничі</i>	448	100	277	92
Дохід від реалізації	6300	1400	4800	1600
Прибуток	97	21	1 073	358

Джерело: власні розрахунки.

Як видно з таблиці, при використанні органічного землеробства підприємства отримують значно більший прибуток у першу чергу за рахунок зниження витрат, а отже, вони є менш вразливими до зміни природних умов, оскільки будуть отримувати прибуток навіть при значному недоотриманні урожаю. А той факт, що більшість сільськогосподарських підприємств України через значну дорожнечу синтетичних добрив і засобів захисту рослин і так частково відмовляються від них, дає ще одну перевагу органічному землеробству в порівнянні з традиційною системою.

Сьогодні органічне сільське господарство практикується, за приблизними оцінками, у ста країнах світу і є одним із самих перспективних сегментів аграрного ринку. Темпи росту продажів органічних продуктів харчування збільшуються на 20—25 % у рік.

Отже, органічне землеробство є дуже перспективним напрямком для аграрних підприємств України, який має певні переваги в порівнянні з інтенсивними технологіями по забезпеченню сталого розвитку в умовах глобальних кліматичних змін, що дозволить не тільки вберегти та покращити родючість ґрунтів, а й значно підвищити якість сільськогосподарської продукції.

### **Література**

1. *Бережна Ю. С.* Сутність сталого розвитку сільського господарства / Полтавський університет споживчої кооперації України.

2. *Ейхорн Ф.* Органічне землеробство для сталого життєзабезпечення населення країн. На прикладі бавовни в Індії, кандидатська дис. № Кафедра філософії та науки Боннського університету. [http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn\\_f.pdf](http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn_f.pdf). [in English]

3. *Ель-Хадже Скілабба, М. та С. Хаттам.* Онлайн документ. «Органічне сільське господарство, довкілля, і продовольча безпека.» Навколишнє середовище і природні ресурси, Департамент сталого розвитку, Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО). <http://www.fao.org/docrep/005/y4137e/y4137e00.htm>. 12 лютого 2009. [in English]

4. *Мюллер А.* «Переваги органічного сільського господарства як адаптації до зміни клімату та пом'якшення їх наслідків стратегії для країн, що розвиваються» // Адріан Мюллер, квітень 2009 року [in English].

5. Наше спільне майбутнє. Доповідь Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку. Режим доступу: [www.unep.org/RU\\_FactSheet\\_1\\_Environment\\_for\\_Development-Web.Pdf](http://www.unep.org/RU_FactSheet_1_Environment_for_Development-Web.Pdf) [in Russian]

6. Органічне землеробство — єдиний порятунок українських чорноземів від посухи? Режим доступу: <http://zemreforma.info/index>.

php?option=com\_content&view=article&id=486%3A2011-06-21-13-10-04&catid=40%3A2009-06-23-08-56-45&Itemid=61&lang=uk

7. Поплавська Ж. Як дорости Україні до сталого розвитку / Ж. Поплавська, В. Поплавський // Вісник НАН України. — 2007. — № 9. — С. 8—15.

## Reference

1. *Berezhna Y. S* The Essence of Sustainable Agriculture / Poltava University of Consumer Cooperatives in Ukraine [in Ukrainian]

2. *Eyhorn, F.* «Organic Farming for Sustainable Livelihoods in Developing Countries: The Case of Cotton in India.» PhD diss. Department of Philosophy and Science, University of Bonn. [http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn\\_f.pdf](http://www.zb.unibe.ch/download/eldiss/06eyhorn_f.pdf). 2009. [in Ukrainian]

3. *El-Hage Scialabba, N., and C. Hattam.* Online document. «Organic Agriculture, Environment, and Food Security.» Environment and Natural Resources Service, Sustainable Development Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). <http://www.fao.org/docrep/005/y4137e/y4137e00.htm>. February 12, 2009. [in Ukrainian]

4. *Muller A.* «Benefits of Organic Agriculture as a Climate Change Adaptation and Mitigation Strategy for Developing Countries» Adrian Muller, April 2009. [in Ukrainian]

5. Our Common Future. Report of the International Commission on Environment and Development. Access: [www.unep.org/RU\\_FactSheet\\_1\\_Environment\\_for\\_Development-Web.Pdf](http://www.unep.org/RU_FactSheet_1_Environment_for_Development-Web.Pdf) [in Ukrainian]

6. Organic Agriculture — the only salvation Ukrainian black soil drought? Access: [http://zemreforma.info/index.php?option=com\\_content&view=article&id=486%3A2011-06-21-13-10-04&catid=40%3A2009-06-23-08-56-45&Itemid=61&lang=uk](http://zemreforma.info/index.php?option=com_content&view=article&id=486%3A2011-06-21-13-10-04&catid=40%3A2009-06-23-08-56-45&Itemid=61&lang=uk) [in Russian]

7. *Poplavska J.* How to grow Ukraine to sustainable development / Zh. Poplavska, V. Poplavskyy // Bulletin of the NAS of Ukraine. — 2007. — № 9. — P. 8-15. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 10.04.2013 р.

# ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

УДК 336.717.8:330.101.541

**Королюк Т. О.,**  
к.е.н., ст. викладач кафедри  
макроекономіки та державного  
управління ДВНЗ «Київський  
національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## МОНІТОРИНГ РОЗВИТКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ В СИСТЕМІ МАКРОПРУДЕНЦІЙНОГО НАГЛЯДУ

**Korolyuk T. O.,**  
Ph.D, Lecturer, department of Macroeconomics and  
State Governance SHEE «Kyiv National  
Economic University named after Vadym Hetman»

### MONITORING OF DEVELOPMENT OF NON-BANK FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE SYSTEM MAKROPRUDENTIAL SUPERVISION

АНОТАЦІЯ. У Проаналізовано основні показники діяльності небанківських фінансових інститутів в Україні, визначено суперечності розвитку та запропоновано напрями їх подолання

КЛЮЧОВІ СЛОВА: макропруденційний нагляд, небанківські фінансові інститути, диспропорції розвитку, фінансові ризики, фінансова стабільність

ANNOTATION. The main indicators of non-bank financial institutions are analyzed in Ukraine, contradictions of development are certain and directions of their overcoming are offered

KEYWORDS: macroprudential supervision, non-bank financial institutions, disproportions of development, financial risks, financial stability

**Постановка проблеми.** Фінансовий сектор є однією із найважливіших детермінант розвитку національної економіки, який пов'язаний із діяльністю банків і небанківських фінансових інститутів. Розвиток євроінтеграції, фінансова лібералізація та інформатизація економіки, загострення конкуренції на фінансовому ринку обумовлюють зростання ризиків діяльності фінансових інститутів і посилюють їх вразливість до зовнішніх негативних екстерналій. Це обумовлює перманентність кризових явищ і під-

риває стабільність функціонування національної економіки в цілому. У зв'язку з цим перед органами державної влади гостро постає необхідність моніторингу діяльності фінансових інститутів з метою вчасного виявлення суперечностей їх розвитку задля забезпечення фінансової стабільності.

На сьогодні держава широко використовує різні методики оцінки фінансової стабільності банківської діяльності, зокрема: Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Базельського комітету, Національного банку України, розробки науковців тощо. Поряд з цим, не зважаючи на те, що частка активів небанківських фінансових інститутів в Україні складає лише 7 % від загального обсягу активів фінансових інститутів країни, світова фінансова криза 2008 року актуалізувала проблему необхідності посилення державного нагляду за діяльністю і небанківських фінансових інститутів, про що свідчить розробка та затвердження у 2010 році Концепції запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами та Програми розвитку системи пруденційного нагляду. Розробка та схвалення у 2012 році Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку Концепції запровадження пруденційного нагляду за діяльністю професійних учасників фондового ринку ще раз підкреслює важливість і необхідність забезпечення стабільності розвитку фінансового сектору економіки.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженням проблем функціонування небанківських фінансових інститутів займаються вітчизняні вчені Базилевич В. Д., Барановський О. І., Внукова Н. М., Міщенко В. І., Реверчук С. К., Фурман В. М. та багато інших відомих дослідників. Водночас питання забезпечення стійкості фінансових інститутів та стабільності національної економіки залишається актуальним і потребує подальшого вивчення. Таким чином, мета статті — проаналізувати показники функціонування небанківських фінансових інститутів, виявити ризики та запропонувати шляхи їх мінімізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поряд із здійсненням моніторингу діяльності безпосередньо менеджментом фінансових установ (пруденційний нагляд на мікрорівні), параметри їх функціонування виступають об'єктом уваги державних регуляторів (макропруденційний нагляд). У Концепції запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами під пруденційним наглядом розуміють систему наглядових процедур за дотриманням фінансовою установою пруденційних правил з метою вчасного виявлення інститутів, які не-

суть загрозу невиконання, взятих на себе, зобов'язань і попередження системних ризиків [2]. Об'єктом нагляду з боку спеціалізованого державного регулятора — Нацкомфінпослуг — виступають кількісні та якісні показники діяльності, нормативи та вимоги щодо ліквідності, платоспроможності, прибутковості активів, рівня ризиковості операцій тощо. Проте макропруденційний нагляд за небанківськими фінансовими інститутами на сучасному етапі розвитку розповсюджується лише на страхові компанії, недержавні пенсійні фонди та кредитні спілки, водночас планується поширити його на весь фінансовий ринок.

Об'єктами нагляду держави за діяльністю страховиків виступають належний рівень статутного фонду, дотримання відповідного рівня чистих активів, маржа платоспроможності, диверсифікація страхових резервів, рівень ризику, який може утримувати страховик щодо одного об'єкта страхування. До кредитних спілок держава висуває вимоги щодо дотримання критеріїв і нормативів платоспроможності, якості активів, ризиковості операцій і ліквідності, дотримання порядку формування резерву забезпечення покриття втрат від неповернених позичок, дотримання критеріїв якості системи управління кредитної спілки та ін. З метою забезпечення стабільності функціонування системи недержавного пенсійного забезпечення в Україні державні регулятори слідкують за дотриманням належного рівня власного капіталу адміністратора недержавного пенсійного фонду, вимог щодо диверсифікації та якості активів недержавних пенсійних фондів, правильності розрахунку чистої вартості активів недержавних пенсійних фондів, кількості та чистої вартості одиниці пенсійних внесків. Проаналізуємо окремі аспекти функціонування небанківських фінансових інститутів на шляху виконання макропруденційних вимог і забезпечення фінансової стійкості.

Страхові компанії є одними із найбільш розвинутих серед небанківських фінансових інститутів в Україні. Аналіз основних показників діяльності страховиків показує, що завдяки зростанню попиту на страхові послуги протягом 2005—2012 років, не зважаючи на сповільнення тенденції у 2009, їх активи постійно зростають (табл. 1). Однак кризові події у 2009 році негативно позначилися на динаміці розвитку страхового ринку, який характеризувався зменшенням кількості страхових компаній, скороченням обсягів страхових резервів, премій і виплат.

Перевищення темпів зростання валових страхових виплат над аналогічним показником страхових премій свідчить про зростання ризиків ліквідності, що можемо спостерігати на страховому ринку

у 2006—2008 та 2012 роках. Низька частка страхових виплат у страхових преміях говорить про функціональну обмеженість страхових компаній захищати страхувальників. Поряд з цим частка страхових премій у ВВП у 2012 р. склала близько 2 %, що є досить низьким показником порівняно із розвинутими країнами.

Таблиця 1

**ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ  
СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

Показник	Роки							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість страхових компаній	398	411	446	469	450	456	442	414
Темпи зростання, %	—	103,3	108,5	105,2	95,9	101,3	96,9	93,7
у т. ч. СК з іноземним капіталом	58	66	78	87	82	115	—	112
Активи, млрд грн	20,9	24,0	32,2	41,9	42,0	45,2	48,1	56,2
Темпи зростання, %	—	114,8	134,2	130,1	100,2	107,6	106,4	116,8
Спlach. статут. фонди, млрд грн	6,6	8,4	10,6	13,2	14,9	14,4	14,1	14,5
Частка іноз. капітал у статутному, %	13,4	13,0	20,7	25,5	—	—	—	—
Страхові резерви, млрд грн	5,0	6,0	8,4	10,9	10,1	11,4	11,2	12,6
Темпи зростання, %	—	120,0	140,0	129,8	92,7	112,9	98,2	112,5
Валові страхові премії, млрд грн	12,8	13,8	18,0	24,0	20,4	23,1	22,7	21,5
Темпи зростання, %	—	107,8	130,4	133,3	85,0	113,2	98,3	94,7
Валові страхові виплати, млрд грн	1,9	2,6	4,2	7,0	6,7	6,1	4,9	5,1
Темпи зростання, %	—	136,8	161,5	166,7	95,7	91,0	80,3	104,1
Рівень валових виплат (страхові виплати у страх. преміях), %	14,7	18,8	23,4	29,4	33,0	26,4	21,4	23,9
Обсяг страхових платежів, сплачених перестраховикам, млрд грн	6,0	5,7	6,4	9,1	8,9	10,7	5,9	2,5

Джерело: складено на підставі даних [5].

Слід відзначити, що в Україні застрахованими є лише 10 % ризиків, тоді як у розвинутих країнах близько 95 % [5]. Частка страхування в європейському страховому ринку складає 0,05 % [3, с. 7], проте ми маємо потенціал зростання щонайменше у 8—10 разів [4, с. 213]. У структурі страхових премій лівова частка належить автострахованню, страхуванню майна, вогневих ризиків, натомість частка страхування життя, здоров'я залишається незначною. У європейських країнах страхові платежі по довгостроковому страхуванню життя сягають 6—10 % ВВП, в Україні — 0,006 % [5].

Основним джерелом прибутків страховиків є страхові платежі, а не управління страховими резервами (інвестування), що свідчить про екстенсивний, спекулятивний характер їх розвитку. Інвестиції в економіку за напрямками, визначеними урядом, протягом останніх років не перевищували 0,3 % у загальній структурі. Найбільше активів зосереджено в акціях і на депозитних рахунках банків. Страховики досить тісно пов'язані із банками, і негайно в діяльності останніх швидко розповсюджуються на них, загострюючи проблему ліквідності, підтвердженням чого є криза 2008 року.

Низька інвестиційна активність страхових компаній пояснюється нерозвиненістю фондового ринку, слабкою ресурсною базою і недостатньою державною підтримкою. Зарубіжний досвід показує, що страховики активно кредитують промислові підприємства, фінансують лізинг (США); у Великобританії 20 % акцій акціонерних компаній володіють страховики (для порівняння, пенсійним фондам належить 18 %, трастовим об'єднанням — 2 %, банкам — 1 % акцій) [8]; у Німеччині страховики забезпечують 25 % інвестицій в економіку країни [1, с. 608].

Український страховий ринок є досить концентрованим: у 2012 р. 99 % страхових премій акумулюють 45 % страховиків не життя і 98 % премій — 31 % страховиків життя. Це свідчить про низький рівень конкуренції в страховому бізнесі, що може стати гальмівним чинником його подальшого розвитку.

Однією із загроз функціонування страхового ринку є зростання кількості страховиків з іноземним капіталом, частка яких у загальній кількості страхових компаній у 2012 р. склала 27 %. Поглиблення взаємозалежності страхового ринку України з іноземними обумовлює зростання ризиків втрати самостійності в управлінні ним, трансмісії зовнішніх шоків усередину країни. Як показує практика, іноземний капітал на фінансовому ринку не зацікавлений у розвитку національної економіки, а лише у швидкій наживі, прикладом чого є досвід Польщі.

Чільне місце серед небанківських фінансових інститутів в Україні займають кредитні спілки, проте їх послуги останнім часом стають менш затребуваними серед населення. З 2005 по 2008 роки кредитні спілки переживали бурхливий розвиток: зростали їх кількість, активи, пайовий капітал, обсяги залучених депозитів та виданих кредитів (табл. 2). Проте у зв'язку із кризою протягом 2009—2011 років основні показники діяльності скоротилися, і лише у 2012 р. ситуація дещо стабілізувалася.

Таблиця 2

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ

Показник	Роки							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість кредитних спілок	723	764	800	829	755	659	613	617
Темпи зростання, %	—	105,7	104,7	103,6	91,1	87,3	93,0	100,6
Активи, млрд грн	1,9	3,2	5,3	6,1	4,2	3,4	2,4	2,6
Темпи зростання, %	—	168,4	165,6	115,1	68,9	81,0	70,6	108,3
Капітал пайовий, млрд грн	0,7	1,1	1,5	1,7	0,8	1,1	0,9	1,1
Залишок вид. кредитів, млрд грн	1,4	2,6	4,5	5,6	3,9	3,3	2,2	2,5
Темпи зростання, %	—	185,7	173,1	124,4	69,6	84,6	66,7	113,6
Залишок залуч. депоз., млрд грн	1,1	1,9	3,4	3,9	2,9	1,9	1,2	1,3
Темпи зростання, %	—	172,7	178,9	114,7	74,4	65,5	63,2	108,3
Результат діяльності (доходи-витрати), млрд грн	0,10	0,10	0,2	0,2	-0,4	0,03	0,10	0,13
Заборгованість за неповерненими, простроч. кредитами, млрд грн	0,1	0,2	0,3	0,7	1,2	1,4	0,4	0,4

Джерело: складено на підставі даних [5].

Членами кредитних спілок є близько 1,1 млн українців (рис. 1), активи яких складають 2,6 млрд грн. Кредитні спілки обслуговують переважно побутові потреби (понад 50 %) населення замість того, щоб підтримувати розвиток малого та середнього бізнесу. У подальшому така спрямованість діяльності може призвести до банкрутств через малозатребуваність послуг.

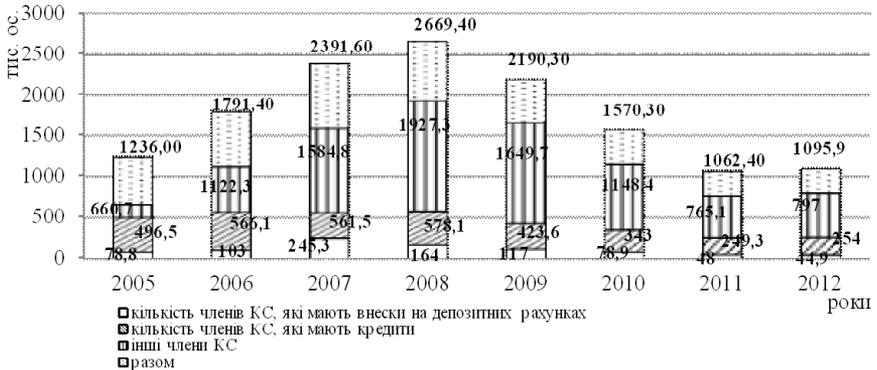


Рис. 1. Динаміка кількості членів кредитних спілок у 2005—2012 роках

Джерело: побудовано на підставі даних [5].

Основними проблемами розвитку кредитних спілок в Україні є: низька частка членів, які мають депозитні вклади (близько 5 %) та визначення політики кредитної спілки членами, які не мають вкладів, що підвищує її ризикованість; розбалансування активно-пасивних операцій за обсягами та строками, що загострює проблему невиконання зобов'язань; все ще велика частка «проблемних» кредитів (16 % у 2012 р.), що обумовлює зростання ризиків ліквідності та платоспроможності; значна територіальна диференціація за кількістю та розмірами активів; висока вартість кредитних ресурсів (середньозважена процентна ставка у 2012 р. склала 29,7 %); використання залучених коштів у спекулятивних операціях з нерухомістю та землею, що стало однією з причин кризи в системі кредитної кооперації.

Недержавні пенсійні фонди в Україні тільки розвиваються, частка пенсійних активів у ВВП у 2012 р. склала 0,1 %. Для порівняння, у 2009 р. у Великобританії даний показник склав 80 % ВВП, у США — близько 70 %, у Угорщині та Польщі — понад 13 %, Чехії, Словаччині — 6 % [6]. Протягом 2005—2011 рр. розвиток НПФ характеризується постійним зростанням кількості їх

учасників, проте темпи такого зростання зменшуються, а у 2012 р. вони взагалі були від'ємними (рис. 2).

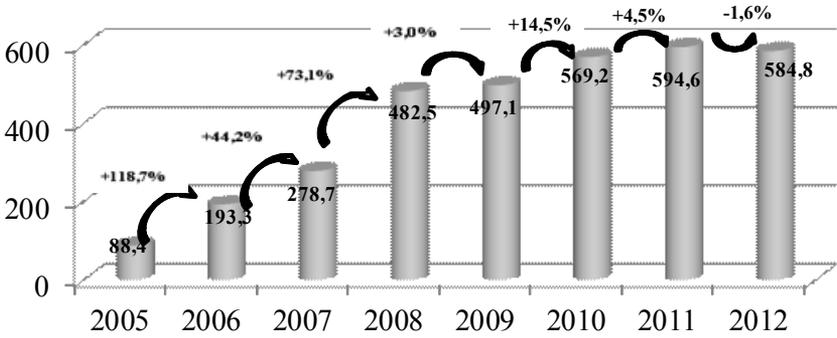


Рис. 2. Динаміка кількості учасників НПФ в Україні, тис. осіб

Джерело: побудовано на підставі даних [5]

Як бачимо із рис. 2, пенсійними контрактами охоплена дуже мала частка українців, що пов'язано із непривабливими перспективами свого пенсійного забезпечення в майбутньому. Однією із причин такої ситуації є низький рівень доходності інвестицій, зважаючи на інфляційні тенденції в Україні. Наприклад, у Великобританії пенсійні виплати прив'язані до рівня цін [7, с. 157].

На сьогодні основними напрямками інвестування коштів НПФ є депозити в банках (34,5 % у 2012 р.), акції українських емітентів (15,5% у 2012 р.), облігації підприємств-резидентів (31,2 % у 2012 р.), цінні папери, дохід за якими гарантовано Кабінетом міністрів України (11,9 % у 2012 р.). Звичайно, інвестування лише у державні цінні папери є недостатнім для забезпечення адекватних майбутніх виплат, водночас інші напрямки є досить ризикованими, які потребують державних гарантій.

Основними проблемами розвитку НПФ є територіальна нерівномірність їх розміщення, невеликі розміри, клієнти переважно старшого віку (40—60 років), низькі обсяги пенсійних внесків і обмеженість диверсифікації у доходні фінансові інструменти, значні адміністративні витрати, пов'язані з управлінням коштів НПФ, низький рівень суспільної довіри до них.

**Висновки з проведеного дослідження.** Моніторинг показників діяльності небанківських фінансових інститутів дає змогу виокремити такі проблеми розвитку:

— страхових компаній: низький рівень капіталізації, зростання ризиків ліквідності, експансія іноземного капіталу та зростан-

ня вразливості до зовнішніх «шоків», висока концентрація ринку, низька інвестиційна активність;

— кредитних спілок: розбалансованість активно-пасивних операцій за обсягами, валютою та строками, обмеженість довгострокової ресурсної бази, наявність значної частки «проблемних» кредитів, висока вартість фінансових послуг, низька інвестиційна активність і спекулятивний характер операцій;

— недержавних пенсійних фондів: нерозвиненість фінансової інфраструктури та інструментів вкладання капіталу, відповідно, недосконалість напрямків диверсифікації фінансових ресурсів; низький рівень транспарентності діяльності та суспільної довіри.

Для вирішення означених проблем необхідно удосконалити систему управління резервами страхових компаній шляхом розширення переліку фінансових інструментів, у які можуть спрямовуватися кошти; підвищити вимоги до статутного капіталу, що сприятиме зростанню капіталізації страховиків; перейти на принципи діяльності Solvency II; обмежити присутність іноземного капіталу (стратегічно важливими національними об'єктами страхування) на страховому ринку; удосконалити систему диверсифікації активів НПФ з метою отримання адекватних доходів для покриття пенсійних виплат; забезпечити транспарентність діяльності НПФ шляхом розкриття інформації щодо напрямків інвестування акумульованих фінансових ресурсів, рівня ризикованості вкладів тощо; посилити контроль за виконанням кредитними спілками основних нормативів діяльності з метою зменшення диспропорційності розвитку; розширити можливості кредитної кооперації шляхом залучення до неї юридичних осіб; перевести діяльність кредитних спілок на безготівкові розрахунки з ціллю здійснення податкового контролю та зменшення проведення тіньових операцій; удосконалити систему управління кредитними спілками шляхом підвищення ролі членів, які мають депозитні вклади.

## **Література**

1. *Барановський О. І.* Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): Монографія / О. І. Барановський. — К.: КНТЕУ, 2004. — 759 с.

2. Концепція запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами / Розпорядження Держкомфінпослуг від 15.07.2010 р. № 585 / офіційний сайт Національної комісії, що здійснює

державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : <http://www.dfp.gov.ua>

3. *Маруженко Д.* Міжнародний ринок перестраховання в контексті розвитку ринку страхових послуг в Україні / Д. Маруженко // Страхова справа. — 2003. — № 2. — С. 4—7.

4. *Мищенко В. І.* Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: / В. І. Мищенко, А. В. Шаповалов, Г. В. Юрчук. — К.: Знання, КОО, 2003. — 278 с.

5. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : <http://www.dfp.gov.ua>

6. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку [Електронний ресурс] : <http://stats.oecd.org>

7. *Реверчук С. К.* Інституційна інвестологія / С. К. Реверчук // Навч. посібник. — К: Атіка, 2004. — 206 с.

8. Страховий рейтинг «InsuranceTop» [Електронний ресурс] : <http://insurancetop.com/markets/4>

## Reference

1. *Baranovs'kyu O. I.* Finansova bezpeka v Ukrayini (metodolohiya otsinky ta mekhanizmy zabezpechennya): Monohrafiya / O. I. Baranovs'kyu. — K.: KNTEU, 2004. — 759 s. [in Ukrainian]

2. Kontseptsiya zaprovadzhennya prudentsiynoho nahlyadu za nebankiv's'kymu finansovymu ustanovamy / Rozporyadzhennya Derzhkomfinposlulh № 585 vid 15.07.2010 r. / ofitsiynyy sayt Natsional'noyi komisiyi, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi rynkiv finansovykh poslulh [Elektronnyy resurs] : <http://www.dfp.gov.ua>[in Ukrainian]

3. *Maruzhenko D.* Mizhnarodnyy rynek perestrakhuvannya v konteksti rozvytku rynku strakhovykh poslulh v Ukrayini / D. Maruzhenko // Strakhova sprava. — 2003. — № 2. — S. 4—7.[in Ukrainian]

4. *Mishchenko V. I.* Elektronnyy biznes na rynku finansovykh poslulh / V. I. Mishchenko, A. V. Shapovalov, H.V. Yurchuk. — K.: Znannya, KOO, 2003. — 278 s.[in Ukrainian]

5. Ofitsiynyy sayt Natsional'noyi komisiyi, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi rynkiv finansovykh poslulh [Elektronnyy resurs] : <http://www.dfp.gov.ua>[in Ukrainian]

6. Ofitsiynyy sayt Orhanizatsiyi ekonomichnoho spivrobitnytstva i rozvytku [Elektronnyy resurs] : <http://stats.oecd.org>[in Ukrainian]

7. *Reverchuk S.K.* Instytutsiyna investolohiya / S.K. Reverchuk // Navch. posibnyk. — K: Atika, 2004. — 206 s.[in Ukrainian]

8. Strakhovyy reytynh «InsuranceTop» [Elektronnyy resurs] : <http://insurancetop.com/markets/4>[in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 23.04.2013 р.

**Цятковська О. В.**,  
аспірантка кафедри обліку в кредитних і  
бюджетних установах та економічного аналізу  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПРАЦІВНИКАМИ БАНКІВ ЗА КОРОТКОСТРОКОВИМИ ВИПЛАТАМИ**

**О. Tsyatkovska**  
Postgraduate student Dept. of accounting in credit  
and budget institutions and economic analysis  
SHEE « KNEU named after Vadym Hetman»

### **ACCOUNTING FOR THE SETTLEMENT WITH BANK'S EMPLOYEES ON SHORT-TERM BENEFITS**

**АНОТАЦІЯ.** Виокремлено основні види короткострокових виплат працівникам банків, а також обґрунтовано особливості обліку розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами. Наведено основні облікові операції з обліку розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** облік, працівники, банки, короткострокові виплати, витрати, розрахунки

**ANNOTATION.** The basic ways of the main types of short-term employee benefits banks and reasonable features the payments with banks for short-term benefits. The basic accounting operations of the payments with banks for short-term benefits.

**KEYWORDS:** accounting, employees, banks, short-term benefits, costs, calculations.

#### **Постановка проблеми**

Зважаючи на сучасні умови розвитку національної економіки, а саме банківської системи, з кожним роком набуває все більшого і більшого значення класифікація і розподіл розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами. Розрахунки з працівниками банків за короткостроковими виплатами є найвагомішою складовою не тільки сукупних розрахунків з працівниками банків, а й усіх витрат банківської установи. Облікове супроводження даних розрахунків є одним з найважливіших етапів облікового процесу. Саме тому актуальним питанням є дослідження і характеристика розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами.

Облік розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами в сучасних умовах розвитку банківського бізнесу є

важливою проблемою, яка потребує поглибленого дослідження. Це підтверджується чисельними змінами трудового та податкового законодавства, законодавства із соціального забезпечення, а також не чітко визначеними вимогами до складання звітності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемі обліку розрахунків з працівниками відносно виплат присвячено роботи чисельних іноземних та зарубіжних науковців, зокрема вітчизняні вчені-економісти: Л. Волинець [1], В. А. Домбровський [2], А. Г. Семенов [3], Д. Соломченко [4], Н. Шульга [5].

Не заперечуючи важливості та доречності напрацювань зазначених науковців, варто зауважити, що всі дослідження проводилися в розрізі підприємств та з акцентуванням уваги саме на загальних аспектах ведення бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних стандартів. Питання відносно ведення обліку розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами в умовах його гармонізації з міжнародною практикою досі не вирішені і потребують подальшого дослідження. Саме тому необхідно дослідити та охарактеризувати розрахунки з працівниками банків за короткостроковими виплатами.

**Мета дослідження.** Метою статті є характеристика ведення бухгалтерського обліку розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами.

**Викладення основного матеріалу.** П(С)БО 26 «Виплати працівникам» є основним нормативним документом відносно виплат працівникам, яким керуються всі підприємства на території України та який регулює основні методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати працівникам. Варто наголосити, що для банківського сектору актуальним і доречним для використання є МСБО 19 «Виплати працівникам», а не П(С)БО 26. Оскільки в червні 2011 року Верховною Радою України було внесено зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відповідно до цих змін, публічні акціонерні товариства та фінансові установи, до даного переліку відносяться і банківські установи, повинні подавати звіти за МСФЗ. Зміни набрали чинності з 2012 року. Отже, всі банківські установи зобов'язані вести бухгалтерський облік і складати фінансову звітність відповідно до МСБО та МСФЗ.

Оскільки, відповідно до МСБО 19, виплати працівникам — це всі форми компенсації, що їх надає суб'єкт господарювання в обмін на послуги, надані працівникам. Що стосується послуг працівника, то він може їх надавати протягом повного чи неповного робочого дня, на основі постійної, періодичної чи тимчасо-

вої зайнятості. Тобто, у МСБО трудову діяльність банківських працівників подано як послуги, за надання яких вони отримують відповідну компенсацію.

Розрахунки з працівниками банків здійснюються відповідно до чітко визначених і затверджених у МСБО 19 положень. Але в той же час варто зазначити, що міжнародні стандарти бухгалтерського обліку не визначають порядок ведення бухгалтерського обліку. Вони описують загальні правила оцінки та надання інформації у фінансовій звітності. Процес ведення бухгалтерського обліку розрахунків з працівниками банків в Україні здійснюється на основі нормативних документів Верховної Ради, Кабінету Міністрів, Національного банку України. Отже, відповідно до МСБО 19 усі розрахунки з працівниками банків відносно виплат працівникам поділяються на розрахунки відносно:

- короткострокових виплат;
- виплат по закінченню трудової діяльності;
- інших довгострокових виплат працівникам;
- виплат при звільненні.

Кожний із зазначених видів розрахунків має багато характеристик, потребує детального дослідження та аналізу відносно обліку в банківському секторі. Всі виплати працівникам які мають місце в певному звітному періоді є важливими та потребують оперативного та правильного відображення в бухгалтерському обліку. У структурі всіх виплат працівникам банків короткострокові виплати займають найбільшу частку. Тобто, короткострокові виплати є найбільш значущими як для банківської установи, так і для працівника. Варто підкреслити, що саме працівники є ядром і генератором прибутковості банківської установи. Отже, якщо матеріальна мотивація працівників зростатиме, то і їх продуктивність відповідно теж буде підвищуватися. Як результат, облік розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами є важливим елементом облікового процесу банківських установ.

Основу короткострокових виплат працівникам становить заробітна плата, яка є не тільки основним елементом виплат працівникам, а й адміністративних і сукупних витрат банківської установи. Для оцінки короткострокових зобов'язань не застосовують жодних актуарних припущень і дисконтування.

Операції за розрахунками з працівниками банків за короткостроковими виплатами супроводжуються постійним, безперервним і суцільним відображенням на рахунках бухгалтерського обліку відповідних господарських операцій. Усі операції в банку

проводяться на основі первинних документів, не виключенням є облік розрахунків з працівниками банку за короткостроковими виплатами.

Для ведення первинного обліку за розрахунками з працівниками банків використовують типові форми документів з обліку праці та її оплати затверджено наказом Державного комітету статистики від 05.12.2008 року № 489. *Нарахування заробітної плати і утримання з неї проводяться в автоматизованому режимі за допомогою спеціальних програм.*

*Синтетичний облік у банках здійснюється відповідно до Інструкції НБУ № 280 від 17.06.2004 р. «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України» [8], Інструкції НБУ від 18.06.2003 р. № 255 «Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України» [9] та на основі Положення про Облікову політику банку.*

Інформація за операціями по розрахунках з працівниками банків, що міститься у прийнятих до обліку первинних документах, систематизується на відповідних рахунках бухгалтерського обліку в регістрах синтетичного та аналітичного обліку шляхом подвійного запису їх на взаємопов'язаних рахунках бухгалтерського обліку.

Облік розрахунків з працівниками банків за короткостроковими виплатами здійснюється за рахунками 7 класу «Витрати», а також за рахунками 3 класу «Операції з цінними паперами та інші активи і зобов'язання» [8].

Розрахунки з працівниками банків відносно короткострокових виплат в обов'язковому порядку супроводжуються відображенням у бухгалтерському обліку відповідних облікових записів на кореспондуючих рахунках обліку. Для кращого розуміння доцільно розглянути відображення в бухгалтерському обліку розрахунку нарахування заробітної плати працівнику банку. Бухгалтерські проведення відносно нарахування заробітної плати наведено в табл. 1.

Відповідно до МСБО 19 внески на соціальне забезпечення є внесками які сплачуються не роботодавцем, а працівником, тобто утримуються із його нарахованої суми виплат. З наведеного розрахунку до даних видів виплат відноситься сума утримань із нарахованої заробітної плати в розмірі 3,6 %. Варто зазначити, що окрема згадка про такі збори в МСФЗ (IAS) 19 пояснюється тим, що за європейською методологією заробітна плата обліковується за методом нетто, а в нас традиційно застосовується метод бруто. Іншими словами, ми спочатку нараховуємо все, що працівник

заробив протягом місяця, а потім проводимо відповідні утримання. А в європейській методології утримання за дебетом заробітної плати не нараховують, а проводять за дебетом спеціально відведеного для цієї мети витратного рахунка і кредитом рахунка зобов'язань зі страхування працівників.

Таблиця 1

**ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ ВІДНОСНО  
НАРАХУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ**

№	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
<b>1</b>	<b>Нараховано</b>		
	Основна заробітна плата	7400 «Основна і додатково заробітна плата»	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»
<b>2</b>	<b>Утримано</b>		
	ЄСВ (3,6 %)	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
	Податок з доходів фізичних осіб	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
<b>3</b>	<b>Нарахування на заробітну плату</b>		
	Нарахування на заробітну плату (36,8%)	7401 «Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
<b>4</b>	<b>Перерахування до бюджету</b>		
	Перераховано до бюджету податок з доходів фізичних осіб, 15%	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку України»

№	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
	Перераховано до бюджету ЄСВ, 3,6%	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку»
	Перераховано до бюджету ЄСВ, 36,8%	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку України»
5	Зарахування на картковий рахунок	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»	2924 «Транзитний рахунок за операціями, здійсненими з використанням платіжних карток»

Окрім окладу, який зазначений у штатному розкладі, працівники банків можуть отримувати інші виплати пріврівняні до заробітної плати, такі як відпускні, виплати по листам тимчасової непрацездатності, премії за результатами роботи за рік.

Окремого розгляду заслуговують процедури відображення в обліку сум нарахованих відпускних і лікарняних. Відповідно дані види виплат належать до короткострокових виплат у складі оплачених щорічних відпусток та оплачена тимчасова непрацездатність.

Для кращого розуміння доцільно розглянути розрахунок з працівниками банку з оплати щорічної відпустки. А саме: відповідно до наказу про надання відпустки № 723-в від 18.12.2013 року, працівникові Т. В. Калиновській надається чергова відпустка за період роботи з 02.07.2012 р. — 01.07.2013 р. терміном 14 календарних днів з 28.12.2013 р. по 12.01.2014 р.

Відображення в обліку операцій з розрахунку з працівниками відносно оплачених щорічних відпусток подано в табл. 2.

Варто зазначити, що премії які надаються працівникам за результатами роботи за рік, і які виплачуються протягом 12 місяців після закінчення періоду включаються до складу короткострокових виплат. І як результат, даний вид розрахунків потребує точного та оперативного відображення в обліку даних операцій. Саме відображення в обліку операцій за розрахунками з працівниками відносно премій надано в табл. 3.

Таблиця 2

**ВДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З РОЗРАХУНКУ  
З ПРАЦІВНИКАМИ БАНКУ ВІДНОСНО ОПЛАТИ ЩОРІЧНИХ ВІДПУСТОК**

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Нарахована сума відпускних за період 28.12—31.12.2013 р.	7400 «Основна і додатково заробітна плата»	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»
2	Нарахована сума відпускних за період 1.01—12.01. 2014 р.	3500 «Витрати майбутніх періодів»	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»
3	<i>Утримання з суми нарахованих відпускних</i>		
	Утримано ЄВ на ЗДСС з нарахованої суми відпускних, 3,6 %	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
	Утримано ПДФО з нарахованої суми відпускних, 15 %	3652 «Нарахування працівникам банку за заробітною платою»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
4	<i>Нарахування на фонд оплати праці</i>		
	Нараховано Єдиний внесок на суму відпускних за грудень 2013 р., 36,8 %	7401 «Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
	Нараховано Єдиний внесок на суму відпускних майбутнього періоду, 36,8 %	3500 «Витрати майбутніх періодів»	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»
5	Перерахування ЄСВ до бюджету 3,6 %	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку України»
6	Перерахування ПДФО, 15 %	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку України»

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
7	Перерахування ЄСВ, 36,8 % за грудень 2013 р.	3622 «Кредиторська заборгованість за податками та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в Національному банку України»
8	Виплата відпускних працівнику	3652 «Нарахування працівникам банку за робітною платою»	2625 «Кошти на вимогу фізичних осіб для здійснення операцій з використанням платіжних карток»
9	<i>Закриття витрат (сум виплачених відпускних які припадають на період з 1.01. по 12.01.2014р)</i>		
10	— на суму відпускних яка виплачена	7400 «Основна і додатково заробітна плата»	3500 «Витрати майбутніх періодів»
11	— на суму ЄСВ	7401 «Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»	3500 «Витрати майбутніх періодів»

Таблиця 3

**ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ  
З ПРАЦІВНИКАМИ БАНКУ ВІДНОСНО ПРЕМІЇ**

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1	Нараховано винагороду за загальні результати роботи за рік, і яка виплачується в повному розмірі працівникам, які пропрацювали повний календарний рік	7409	3652

Вагома частка у складі короткострокових виплат працівникам належить саме не грошовим виплатам. Таким, як медичне обслуговування, надання житла, автомобілів і безкоштовних чи субсидованих товарів і послуг, для теперішніх працівників. Особливістю даних виплат є спрямованість на те, щоб зацікавити та мотивувати персонал до ефективної та продуктивної праці. У багатьох банківських установах велика увага приділяється саме да-

ній групі короткострокових виплат, які виступають основними складовими соціального пакету банківської установи. Зокрема, медичне обслуговування за рахунок установи, надання пільгових кредитів (за нижчою відсотковою ставкою чи безвідсотковою ставкою), надання житла та автомобілів у користування працівників. У табл. 4 надано відображення в обліку операцій відносно розрахунків з працівниками банку по наданню безвідсоткової грошової позики.

Таблиця 4

**ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З РОЗРАХУНКУ З ПРАЦІВНИКАМИ БАНКУ ВІДНОСНО НАДАННЯ БЕЗВІДСОТКОВОЇ ПОЗИКИ**

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Видано довгострокову позику працівнику банківської установи через касу	3559	1001
2	Погашено позику працівником:		
	— шляхом утримання із заробітної плати	7400	3559
	— готівкою через касу банківської установи	1001	3559

Варто зазначити, що облік розрахунків з працівниками банків відносно короткострокових виплат неможливий без ґрунтовно опрацьованої нормативно-правової бази та розроблення внутрішньобанківських положень відносно обліку даних видів розрахунків.

**Висновки**

У результаті дослідження облікового процесу розрахунків з працівниками банків відносно короткострокових виплат було встановлено, що всі короткострокові виплати займають вагомую частину загальних розрахунків з працівниками банків. Тобто, дані види розрахунків є важливою та невід’ємною складовою діяльності банківської установи.

Серед подальших перспектив досліджень у даному напрямку важливим буде розроблення теоретичних і методичних рекомендацій відносно організації та методики обліку розрахунків з працівниками банків, розроблення рекомендаційної структури аналітичного бухгалтерського рахунка, що дасть змогу обліковим працівникам швидше та якісніше здійснювати процес обліку розрахунків з працівниками банку.

## Література

1. *Волинець Л.* Облік оплати праці / Л. Волинець // Современный бухгалтер. — 2004. — № 34—35 (34-35). — С. 27—38.
2. *Домбровський В. А.* Організація і методика обліку і аналізу праці та її оплати на базі сучасних інформаційних технологій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / В. А. Домбровський. — К., 2007. — 20 с.
3. *Семенов Г. А., Андрущенко Л. О.* Організація обліку розрахунків з персоналом з оплати праці. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: //nbuv.gov.ua.
4. *Соломченко Д.* Організація обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві / Д. Соломченко // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. — 2004. — № 1. — С. 46—50.
5. *Шульга Н. В.* Облік і аудит розрахунків з оплати праці та аналіз ефективності використання трудових ресурсів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Н. В. Шульга. — К., 2008. — 24 с.
6. Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07. 1999 № 996-XIV [Електронний ресурс]. — Режим доступу: //http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14/
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 19 «Виплати працівникам». [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929\_011/.
8. Постанова НБУ «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України та Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України» від 17.06.2004 № 280. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04/
9. Постанова НБУ «Про затвердження правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України» від 18 червня 2003 року № 255. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03/

## Reference

1. *Volinets L.* Accounting for wage / L. Volynets // Modern Accountant. — 2004. — № 34—35 (34-35). — P. 27—38. [in Ukrainian]
2. *Dombrowski V.A.* The organization and methods of recording and analysis of work and pay based on modern information technology : Author. Thesis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. sciences specials. 08.00.09 «Accounting, Analysis and Audit ( by sector ) « / VA Dombrowski. — Kyiv, 2007. — 20 p. [in Ukrainian]

3. *Semenov GA, LA Andruschenko*. Organization of accounting of payments to staff on pay. [Electronic resource]. — Mode of access : // nbuv.gov.ua. [in Ukrainian]

4. *Solomchenko J*. Organization of the payments of salaries in the enterprise / D.Solomchenko // Bulletin of the Kiev Institute of Business and Technology. — 2004. Number 1. — P. 46—50. [in Ukrainian]

5. *Shulga N*. Accounting and audit payments of wages and analysis of efficient use of human resources : Abstract. Thesis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. sciences specials. 08.00.09 «Accounting, Analysis and Audit ( by sector )» / NV Shulga. — Kyiv, 2008. — 24 p. [in Ukrainian]

6. Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» dated 16.07. 1999 № 996-XIV [ electronic resource]. — Mode of access : // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14/> [in Ukrainian]

7. International Accounting Standard (IAS) 19 «Employee Benefits». [Electronic resource]. — Access :// [http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929\\_011/](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_011/).

8. NBU Resolution «On approval of the Plan of Accounts for banks in Ukraine and instructions on the use of the Chart of Accounts of Banks of Ukraine» dated 17.06.2004 № 280. [Electronic resource]. — Access :// <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04/> [in Ukrainian]

9. NBU Resolution «On approval of rules for accounting of income and expenses of banks in Ukraine» dated 18 June 2003roku number 255. [Electronic resource]. — Access :// <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03/> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 30.05.2013 р.

УДК 368

**Залетов О. М.,**

к.е.н., доц., доц. кафедри страхування  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ**

**O. M. Zaletov**

PhD, Associate Professor,

Associate Professor, Department of Insurance,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INSURANCE COMPANIES**

АНОТАЦІЯ: Стаття присвячена проблемам розвитку соціальних інвестицій страхових компаній. Розглянуто поняття корпоративної соці-

льної відповідальності; проаналізовано особливості формування соціальних інвестицій страхових компаній.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: страхова компанія, страховий ринок, соціальні інвестиції, корпоративна соціальна відповідальність.

ANNOTATION: this article is devoted to problems of social investments of the insurance company. The term of corporate social responsibility is grounded; the features of social investments of insurance company.

KEYWORDS: insurance company, insurance market, social investment, corporate social responsibility.

У сучасних умовах страховий ринок стає основним фінансовим механізмом захисту суспільства від різного роду небезпек і однією із систем мінімізації виробничих, екологічних, побутових, політичних, техногенних, соціальних і фінансових ризиків.

Кризові процеси в економіці й зокрема на фінансових ринках змінили очікування потенційних клієнтів страхових компаній до страхових послуг. З одного боку, цільові клієнти страховиків змушують останніх шукати й застосовувати на практиці інноваційні рішення щодо просування страхових продуктів. З іншого боку, з'явилися нові форми й можливості формування довіри населення до страхової компанії, надання достовірної інформації про діяльність страховика й залучення клієнтів до реалізації страхових послуг.

У цьому зв'язку зростає актуальність пошуку нових форм діалогу страхових компаній і їхніх клієнтів на етапі формування попиту на страхові послуги.

Проблемам діяльності страхових компаній присвячені наукові праці таких провідних учених, як: Базилевич В. Д. [1], Внукова Н. М. [2], Гаманкова О. О. [3], Осадець С. С. [4], Ткаченко Н. В. [5], Фурман В. М. [6] та інших. Проте наразі не існує загально визнаних підходів до трактування поняття «соціальні інвестиції страхових компаній», залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні засади досліджень проблем корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній. Зазначене визначає необхідність подальших наукових досліджень у цій сфері.

Тому метою даної статті є розвиток теоретико-методологічних засад дослідження соціальних інвестицій страхових компаній, аналіз особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній.

Концепція соціальної відповідальності існує вже близько 50 років — з 60—70-х років минулого сторіччя. Однак невід’ємною частиною бізнес-практики вона стала лише протягом останнього десятиліття. Актуальність практики корпоративної соціальної відповідальності в сучасному світі викликана такими причинами:

— зростання добробуту, що викликає зростання потреб і запитів суспільства, і відповідно очікувань від діяльності страхових компаній, що підвищує роль репутації та бренду в цих умовах;

— глобалізація і поширення мережі Інтернет, що робить легкодоступною інформацію при цьому створює значні ризики для репутації страхової компанії;

— посилення конкуренції на світовому і національних ринках, що змушує страхові компанії шукати нові конкурентні переваги;

— вплив світової кризи, що значно похитнув довіру до фінансового сектору, який в очах громадськості опинився головним її винуватцем.

Сучасна ринкова економіка з її конкуренцією підштовхує роботодавця до соціальної відповідальності бізнесу, тому що сьогоднішній працівник всі частіше вже не просто реагує на розмір зарплати й премій, він цікавиться «соціальним обличчям» підприємства. І в результаті корпоративна соціальна відповідальність стає конкурентною перевагою [7].

Як справедливо відзначає А. В. Шибаєва [8], критеріями надійності й стабільності страхової компанії стають не прибуток і страхові премії, а усвідомлення (насамперед, на рівні топ-менеджменту страхової компанії) корпоративної відповідальності страхового бізнесу й асоціювання страховика частиною громадянського суспільства (модель «корпоративного громадянства»).

С. Перегудов [9] визначає корпоративну соціальну відповідальність як зобов’язання, які беруть на себе компанії, підприємства, бізнес-групи для рішення суспільно значимих проблем як у рамках самий бізнес-співтовариства, так і за його межами, тобто на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях.

Як зазначає Б.С. Батаєва [10], концепція корпоративної соціальної відповідальності виникла з концепції соціального консенсусу, що означає неконфронтаційний розвиток суспільства, досягнення балансу інтересів різних груп і верств суспільства, що виражається в соціальній згоді з приводу розподілу ресурсів і сус-

пільного продукту. Ще однією важливою причиною виникнення цього явища є підвищення значення етики бізнесу на певному щаблі розвитку капіталістичних систем розвинених країн — переходу від періоду «дикого капіталізму» до його цивілізованих форм.

Будучи не в силах у необхідному обсязі фінансувати заходи щодо соціального захисту населення і вирішувати соціальні проблеми, що нагромадилися, держава в партнерстві з бізнесом і некомерційним сектором може вирішувати багато питань спільними зусиллями.

Як зазначає Д. Бланд, уряди хочуть позбутися обов'язку підтримувати рівень добробуту своїх громадян, оскільки це вимагає занадто великих витрат. Але при цьому вони панічно бояться результатів майбутніх виборів, якщо спробують впровадити нелюдську систему, що погіршує життя тих співгромадян, які не в змозі платити ринкові ціни за свої пенсії й охорону здоров'я. Тому уряди й прагнуть перекласти як можна важкий тягар на страхові компанії [11]. У свою чергу це сприяє активному проникненню страхових послуг у життя сучасного суспільства.

На нашу думку, концепція соціальної відповідальності бізнесу — це досягнення комерційного успіху на основі етичних норм і повазі до людей, участі в удосконалюванні суспільства й захисту навколишнього середовища.

Особливість соціальної відповідальності страхових компаній полягає в тому, що, крім виконання власних соціальних зобов'язань стосовно клієнтів (страхувальників, застрахованих, вигодонабувачів), співробітників і партнерів, страхові компанії за допомогою різних страхових і інвестиційних програм сприяють підприємствам у реалізації соціально-відповідальної поведінки.

Зокрема, корпоративне медичне страхування й страхування життя в рамках компенсаційного пакета є одними з найефективніших інструментів мотивації персоналу й найзатребуванішим складовим елементом соціального пакету для співробітників підприємств різного профілю.

З іншого боку, страховики є активними меценатами. Наприклад, з 2010 року в Україні діє Всеукраїнський благодійний фонд «Олександра Сосіса», який за 4 роки роботи надав допомогу провідним науковцям, журналістам і громадським діячам у вигляді грантів у розмірі понад 1,3 млн грн, а також матеріальну допомо-

гу працівникам страхового ринку та членам їх родини на загальну суму понад 300 тис. грн.

Зовнішні соціальні інвестиції відіграють важливу роль у позиціонуванні страхових компаній на ринку і є предметом створення гарного іміджу у суспільстві. Вони складаються із благодійних і спонсорських проєктів. Зокрема, страховики США щорічно виділяють понад 500 млн дол. на підтримку малозабезпечених верств населення, охорону здоров'я, освіту та соціальні послуги.

Страховий ринок також переймається проблемами екології. Зокрема, напередодні 3-ої зустрічі сторін Кіотського протоколу (о. Балі, Індонезія, грудень 2007 р.) провідні світові страховики AIG, Allianz, AXA і Swiss Re були серед 150 компаній, що підписали резолюцію про зміну клімату, заклик до світових лідерів щодо всеосяжної боротьби зі зміною клімату в рамках Організації Об'єднаних Націй.

Значний досвід соціальний інвестицій страховиків і в освітній сфері. Наприклад, Благодійний фонд страхової індустрії (ISCF, США) виділив 750 тис. дол. на розробку програми грамотності та розвитку дітей молодшого віку із малозабезпечених родини. Починаючи з жовтня 2013 року можна завантажувати освітні відео матеріали зі спеціального сайту [www.sesamestreet.org](http://www.sesamestreet.org), в т. ч. є також мобільний додаток до смартфонів.

Розвиток мікрострахування, що передбачає надання якісних страхових послуг за доступними цінами на малозабезпечених верств населення, етичне ведення бізнесу, відповідальність перед споживачем, участь у розвитку місцевого співтовариства, взаємодія із владними структурами в рамках державно-приватного партнерства також є елементами корпоративної відповідальності страхового бізнесу.

Фактично страхові компанії виступають своєрідним мотиватором соціально-відповідальної поведінки населення і суб'єктів господарської діяльності за рахунок зниження ризиків прийняття «безвідповідальних рішень» за допомогою тарифної політики за програмами майнового страхування, особистого страхування й страхування відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність страхових компаній носить багаторівневий характер:

- 1) своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, створення нових робочих місць;

- 2) забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників,

профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери;

3) добродійна діяльність.

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній можна віднести: безпеку праці, стабільність заробітної плати, страховий захист співробітників і членів їх родин, розвиток людських ресурсів через навчальні програми підготовки й підвищення кваліфікації, надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях тощо.

До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності страхових компаній можна віднести: спонсорство й добродійність, сприяння охороні навколишнього середовища, взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою, готовність брати участь у кризових ситуаціях, фінансова та моральна відповідальність перед споживачами страхових послуг.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність страхових компаній визначається як добровільний внесок страхових компаній у розвиток громадянського суспільства через механізм соціальних інвестицій, які розподіляються на внутрішні (стосовно працівників) і зовнішні (внесок у суспільний розвиток).

Специфіка соціальних інвестицій страхових компаній у людський капітал багато в чому обумовлена структурою страховиків, що полягає в створенні робочих місць, виплаті заробітних плат для штатних співробітників, комісійної винагороди, бонусів і нагород для страхових агентів, вживанні заходів щодо охорони праці, турботі про здоров'я персоналу (за допомогою медичного страхування, пенсійного страхування й страхування від нещасних випадків), інвестиціях в освіту співробітників (курси підвищення кваліфікації, спеціалізовані вищі заклади освіти, зовнішні й внутрішні тренінги), допомоги працівникам у критичних ситуаціях і т. д.

## **Література**

1. Страхування: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. — К.: Знання-Прес, 2008. — 1019 с.

2. Внукова Н. М. Страхування: теорія та практика: навч. посіб. / Н. М. Внукова, В. І. Успенко, Л. В. Временко. — Х. : Бурун книга, 2009. — 656 с.

3. *Гаманкова О. О.* Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: [Монографія] / О. О. Гаманкова. — К.: КНЕУ, 2009. — 283 с.
4. *Страховання: Підручник / Керівник авт. колективу і наук, ред. С. С. Осадець.* — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2002. — 599 с.
5. *Ткаченко Н. В.* Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній: теорія, методологія та практика [Текст] : монографія / Н. В. Ткаченко; Нац. банк України, Ун-т банк. справи. — Черкаси : Черкаський ЦНТЕІ, 2009. — 570 с.
6. *Фурман В. М.* Страховання: теоретичні засади та стратегія розвитку: Монографія. — К.: КНЕУ, 2005. — 443 с.
7. *Хмельник Ю. Г.* Социальное управление человеческими ресурсами в страховой компании. Теория и практика управления: новые подходы. — М.: Университетский гуманитарный лицей, 2007. — № 10. — С. 34—37.
8. *Шibaева А. В.* Рекламная кампания страховщиков как инструмент реализации корпоративной социальной ответственности страхового бизнеса / А. В. Шibaева // Культура народов Причерноморья. — 2012. — № 232. — С. 218—220.
9. *Перебудов С.* Социальная ответственность бизнеса и корпоративное гражданство / С. Перебудов // Мировая экономика и международные отношения. — 2005. — № 11. — С. 45—48.
10. *Батаева Б. С.* Корпоративная социальная ответственность / Б. С. Батаева // Вестник Финансовой академии. — 2007. — № 1(41). — С. 91—96.
11. *Бланд Д.* Страховой бизнес и профессионализм / Д. Бланд // Вестник Финансовой академии. — 1998. — № 1(5). — С. 44—50.

## Reference

1. *Insurance: Textbook / V. D. Bazilevich.* — K.: Znannya Press, 2008. — 1019 p. [in Ukrainian]
2. *Vnukova N. M.* Insurance: Theory and Practice : teach. guidance's. / N. M. Vnukova, V. I. Uspalenko, L. V. Vremenko. — Kh.: Burun Book, 2009. — 656 p. [in Ukrainian]
3. *Gamankova O. O.* The insurance industry of Ukraine: Theory, Methodology, Practice [The book ] / O. Gamankova. — K.: KNEU, 2009. — 283 p. [in Ukrainian]
4. *Insurance: Textbook / Principal author. team and Sciences, ed. S. S. Osadets.* — Ed. 2nd, revised. and add. — K.: KNEU, 2002. — 599 p. [in Ukrainian]
5. *Tkachenko N. V.* Ensuring financial stability of insurance companies: Theory, Methodology and Practice [Text ]: monograph / N. V. Tkachenko, Nat. Bank of Ukraine, Univ bank. case. — Cherkasy «Cherkasy CSTEI», 2009. — 570 p. [in Ukrainian]

6. *Furman V.* Insurance: Theoretical Approaches and Strategy Development: Monograph. — K.: KNEU, 2005. — 443 p. [in Ukrainian]
7. *Khmelnik Y. G.* Social management of human resources in the insurance company. Theory and practice of management : new approaches. — M. : University lyceum. — 2007. — № 10. — S. 34—37. [in Russian]
8. *Shibaeva A. V.* Advertising campaign insurers as a tool of the corporate social responsibility of the insurance business / A. V. Shibaeva // Culture of the Black Sea. — 2012. — № 232. — S. 218—220. [in Russian]
9. *Peregoudov S.* Social responsibility and corporate citizenship / S. Peregoudov // World Economy and International Relations. — 2005. — № 11. — S. 45—48. [in Russian]
10. *Bataeva B.S.* Corporate social responsibility / B. S. Bataeva // Bulletin of the Finance Academy. — 2007. — № 1 (41). — S. 91—96. [in Russian]
11. *Bland D.* Insurance business and professional / D. Bland // Bulletin of the Financial Academy. — 1998. — № 1 (5). — S. 44—50. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 18.06.2013 р.

# БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

УДК 657.471:639.2(477)(045)

**Августова О. О.**,  
аспірант кафедри бухгалтерського обліку

## КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ, ОРІЄНТОВАНА НА ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РИБОПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**О. О. Augustova**  
postgraduate department of accounting

### CLASSIFICATION OF EXPENDITURES ORIENTED ON THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF FISH PROCESSING ENTERPRISES

**АНОТАЦІЯ** : Проаналізовано різноманітні підходи до класифікації витрат на підприємствах України. Запропоновано удосконалення класифікаційних ознак витрат із врахуванням особливостей рибопереробних підприємств.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА**: рибне господарство, витрати, класифікація, калькуляція, нормативи

**ANNOTATION**: in scientific research the various approaches going to the classification of expenditures on the enterprises of Ukraine have been analyzed. On the basis of the studied literature the improvement of classification signs of expenditures is offered taking into account the peculiarities of fish processing enterprises.

**KEYWORDS**: fish processing industry, expenditures, classification, calculation, standards.

Рибне господарство займає важливе місце в економіці України. Воно представляє собою багатогалузевий комплекс із різноманітними підприємствами, як за видами діяльності, так і за формами власності.

У рибопереробній галузі протягом останніх п'ятнадцяти років спостерігається спад, а платоспроможний попит на рибу і рибну продукцію задовольняється переважно за рахунок порівняно дешевої імпорتنної сировини. Норвегія, Ісландія, Канада та Естонія — основні імпортери риби в Україну. У сегменті свіжої та замороженої риби частка Норвегії в українському імпорті досягає 91 %.

Рациональна організація обліку витрат на рибопереробних підприємствах потребує розробки концептуального підходу до формування облікової політики. Головним елементом облікової політики є визначення об'єкту витрат та їх класифікації, яка грає важливу і невід'ємну роль в управлінні витратами.

У цілому на вітчизняних рибопереробних підприємствах у Наказі «Про облікову політику» відображають те, що класифікація витрат відповідає Положенню (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». При цьому не враховується галузева специфіка підприємств рибопереробній промисловості.

Переробка рибної продукції — це складний і витратний процес, який потребує додаткової уваги не тільки з боку практиків, а й з боку науковців. Удосконалення класифікації витрат на даних підприємствах допоможе в майбутньому знизити собівартість рибної продукції. Для того, щоб раціонально організувати систему управління витратами на рибопереробних підприємствах необхідно, перш за все, розробити та визначитися з класифікацією витрат, яка грає важливу і невід'ємну роль в управлінні витратами підприємств рибопереробної промисловості.

Проаналізувавши велику кількість наукові дослідження, слід відмітити, що при цьому було виявлено більше десяти видів підходів до класифікації витрат, з одного боку, ускладнює процес вивчення класифікації витрат, а з іншого боку, дає привід для роздумів. У підручниках «Управлінський облік» або «Управління витратами», а також дисертаційних роботах О. В. Князева, Шевченко Л. Г. з різних боків підійшли до класифікації витрат за цілями управління ними [1, 2].

Значний масив наукової літератури щодо класифікації витрат виходить друком, але необхідно підкреслити, що недостатньо уваги приділяється саме класифікації витрат підприємств рибної промисловості, де враховуються всі галузеві особливості.

Класифікувати витрати можна за різними напрямленостями, цілями, задачами тощо. Розглянемо деякі підходи до класифікації витрат стосовно підприємств рибопереробної галузі.

Так, у дисертаційній роботі О. В. Князевої окреме питання присвячене класифікації витрат і доходів [1]. Автором запропоновано удосконалити класифікацію витрат, за допомогою підбору необхідних класифікаційних ознак, при цьому рекомендовано до впровадження нові елементи групування — за місцями виникнення витрат і за етапами виробничого процесу. Така класифікація є необхідною, тому що складає методологічну основу обліку витрат і результатів діяльності, формування собівартості та ефективного управління ними.

Л. Г. Шевченко у наукових дослідженнях значну увагу приділила класифікації витрат, проаналізувала багато вітчизняних і закордонних джерел наукової та спеціалізованої літератури стосовно класифікації витрат. На думку Л. Г. Шевченко, необхідно підтримувати вітчизняну класифікацію витрат. У результаті надана універсальна класифікація витрат для потреб бухгалтерського обліку за різними класифікаційними ознаками та групами, а також надано їх обґрунтування [2]. Більшу увагу Л. Г. Шевченко приділяє цілям бухгалтерського обліку, а не управлінському обліку витрат взагалі.

Отже, у своїх дисертаційних роботах О. В. Князева і Л. Г. Шевченко внесли пропозиції щодо удосконалення класифікації витрат. Наведені підходи класифікації витрат проаналізовано більш конкретно, тому що вони були вдосконалені саме для підприємств рибопереробної галузі.

Метою наукового дослідження є визначення існуючої класифікації витрат на рибопереробних підприємствах і вдосконалення вивченої різноманітності класифікаційних ознак з урахуванням галузевих особливостей.

Для досягнення поставленої мети необхідно:

- ознайомитися з сучасним станом існуючої класифікації витрат на рибопереробних підприємствах;
- проаналізувати різноманітність класифікаційних ознак витрат для їх подальшого розвитку;
- на основі вивченої літератури розробити методичні рекомендації щодо удосконалення класифікації витрат на вітчизняних рибопереробних підприємствах.

Згідно з Положенням (Стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», витрати класифікуються за економічними елементами, де вони поділяються на витрати операційної діяльності [3]. У цілому витрати класифікують за двома окремими групами, а саме — основною діяльністю та надзвичайною діяльністю підприємства. До першої групи відносять витрати операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, а друга група — це витрати надзвичайної діяльності (необхідно відмітити, що ці витрати можуть бути звичайними для одного підприємства та надзвичайними для іншого).

Цей вид класифікації є основним, але витрати нераціонально групувати лише за одним видом класифікації, тому що вони є складною і багатоаспектною економічною категорією. Класифікація витрат за економічними елементами не дає можливість підприємству розраховувати собівартість одиниці продукції, тому підприємства використовують класифікацію за статтями кальку-

ляції, які розкривають цільове призначення витрат і їх зв'язок з технологічним процесом [4, с. 154].

Кожне підприємство має конкретні особливості, специфіку, тому згідно з П(С)БО 16 «Витрати» перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції устанавлюється підприємством в обліковій політиці. Розглянемо докладніше групування витрат за статтями калькуляції виробничої собівартості рибної продукції на типових рибопереробних підприємствах [5]:

1. Сировина та матеріали;
2. Куповані комплектуючі вироби, напівфабрикати, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій;
3. Паливо та енергія на технологічні цілі;
4. Зворотні відходи (вираховуються);
5. Основна заробітна плата виробничих робітників;
6. Додаткова заробітна плата виробничих робітників;
7. Відрахування на соціальні заходи;
8. Витрати на підготовку і освоєння виробництва;
9. Витрати на утримання та експлуатацію обладнання ;
10. Транспортні витрати ;
11. Цехові витрати ;
12. Загальновиробничі витрати ;
13. Втрати внаслідок технічно неминучого браку.

Невід'ємну роль грає класифікація витрат за цілями управління. Імпонує класифікація витрат за цілями управління, що надається такими науковцями, як С. Ф. Голов, П. Й. Атамас і С. Ковтун, а також колектив науковців під керівництвом Ф. Ф. Бутинця [6].

Класифікація для цілей управління витратами рибопереробних підприємств містить п'ять цілей:

1. Оцінка запасів і визначення фінансового результату.
2. Прийняття управлінських рішень.
3. Контроль виконання бухгалтером-контролером.
4. За раціональністю використання.
5. За видами витрат.

До першої цілі вони відносять оцінку запасів і визначення фінансового результату. За способом віднесення на собівартість розрізняють прямі і непрямі (опосередковані) витрати. Прямі витрати (Direct costs) можна віднести до конкретного об'єкта витрат, а непрямі (Indirect costs) — навпаки. Тому для цього треба знати, що є об'єктом витрат.

По відношенню до переробки рибної продукції витрати можуть бути основними та накладними. Основні витрати (Prime

costs) — це і є сукупність прямих витрат, що необхідні для переробки риби. Якщо не можна віднести витрати до конкретного виду продукції, то це накладні витрати. Для визначення фінансового результату важливо знати, спожиті витрати чи ні. На підприємстві в процесі виробництва не всі витрати пов'язані тільки з переробкою риби, тому витрати на продукцію (Product costs) пов'язані безпосередньо з виробництвом риби, а витрати періоду (Period costs) розглядаються в тому періоді, у якому вони здійснюються.

Прийняття управлінських рішень є відповідальним моментом, на який впливають різноманітні фактори. Тому по відношенню до переробки риби необхідно підрозділити витрати на постійні та змінні. Треба відмітити, що витрати можуть бути умовно-змінними, умовно-постійними та змішаними. Також на прийняття управлінських рішень впливають дійсні або можливі (альтернативні) витрати.

Важливою функцією є контроль. Якщо бухгалтер-контролер зможе впливати на витрати, тоді їх можна називати контрольованими, а якщо ні — неконтрольованими. Відділ економіки, планування та ціноутворення здійснює контроль за плановими та неплановими витратами. Класифікацію витрат на рибопереробних підприємствах відносно поставлених задач представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ  
НА РИБОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ  
ЗА ЦІЛЯМИ УПРАВЛІННЯ**

п/п	Задачі	Класифікація витрат відносно поставлених задач
1	Провести відповідні розморожувальні, сортувальні та очисні роботи до початку переробки риби	— витрати на підготовчі роботи
2	Забезпечити безперервність процесу виробництва згідно встановлених норм	— витрати порціонування та зважування — витрати понесені залежно від ступеня переробки рибної сировини
3	Раціональність та ефективність праці	— витрати на обробку риби
4	Розробити оптимальні шляхи реалізації готової рибної продукції	— витрати на реалізацію готової рибної продукції

Комплексний процес виготовлення рибної продукції складається з послідовності виконання поставлених задач і тільки при ефективному виконання задач можна досягнути визначеної мети. Перша задача полягає в проведенні необхідних розморожувальних, сортувальних та очисних робіт.

Далі необхідно забезпечити вірне порціонування риби, її фасування та вимірювання ваги, підготувати сольові розчини, овочі та спеції згідно встановлених норм. Для виповнення цієї задачі необхідні витрати безпосередньо на виробництво рибної продукції (заробітна плата працівників, матеріальні витрати тощо). Наступним етапом є закатка (вакуумування, коптіння, соління) підготовленої риби — відбувається понесення накладних витрат. Також суттєвим етапом виробництва рибної продукції є пакування готової продукції — понесення витрат на збут. Даний процес необхідно чітко контролювати.

Важливим моментом є вироблення єдиного покрокового алгоритму, який би допомагав зорієнтуватися підприємствам на розробку власної класифікації витрат з урахуванням потреб управлінців та усієї специфіки діяльності (рис. 1).

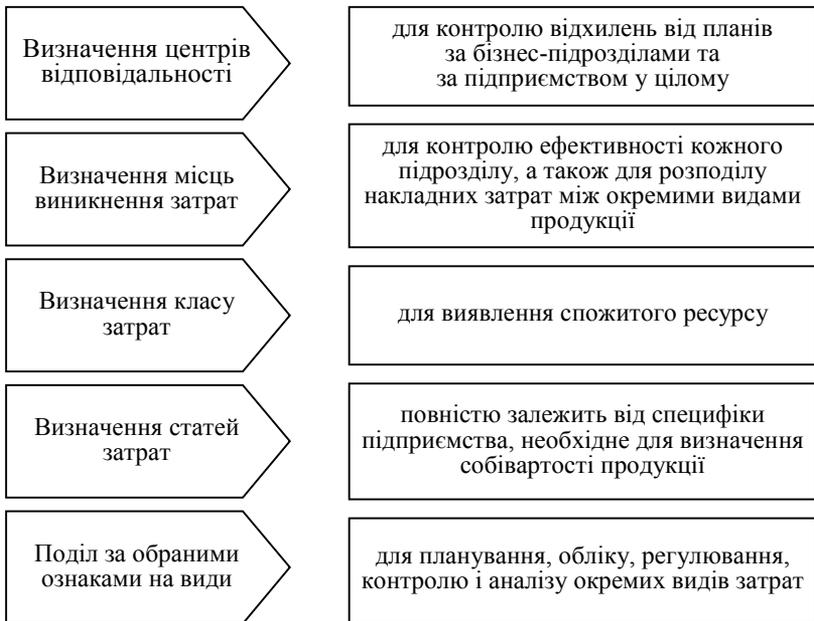


Рис. 1. Механізм класифікації витрат [7]

Відтак, розробка класифікації витрат рибопереробних підприємства включає: визначення центрів відповідальності (виділити окремо облік витрат по кожному цеху (засолювальний, коптильний, пресервний, кулінарний цехи та цех готової продукції), а також допоміжному та іншому виробництві); визначення місць виникнення затрат (з деталізацією від підрозділу до робочого місця); визначення класу витрат на основі їх економічної природи (витрати засобів праці, витрати предметів праці, трудові витрати, соціальні витрати, накладні витрати); визначення об'єкта понесення витрати («Риба солена»; «Риба копчена»; «Риба сушена і в'ялена»; «Пресерви рибні»; «Капуста морська та мідії»), за технічним переділом (розмежування відповідно до ступеню переробки рибної сировини: оброблена (в'ялена, копчена і солено-маринована риба, пресерви), не оброблена риба і, нарешті, класифікація за функціями управління залежно від цілей (поділ за обраними ознаками на види).

У результаті вивченої наукової та спеціалізованої літератури можна зробити такі висновки:

1. У статті розглянуто наукові джерела і вивчено близько десяти підходів до класифікації витрат. Велика різноманітність класифікаційних ознак витрат, з одного боку, заважає їх вивченню, а з іншого — спонукає до аналізу. Класифікація витрат є основним елементом системи управління витратами, отже на базі вивченої літератури удосконалений підхід до класифікації витрат у цілому, з урахуванням специфічних особливостей рибопереробних підприємств. Виділено витрати для цілей управління.

2. На основі запропонованого механізму класифікації витрат було виділено основні класифікаційні ознаки для рибопереробних підприємств, які найкраще враховують особливості діяльності.

3. Перспективою подальших досліджень можна розглядати розширення та доповнення класифікаційних ознак, теоретичних і прикладних аспектів витрат з метою багатосторонньої оцінки діяльності рибопереробних підприємства.

## **Література**

1. *Князева О. В.* Облік і контроль витрат і доходів підприємств рибного господарства: дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / О. В. Князева ; Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки» УААН. — К., 2008. — 201 с.

2. Шевченко Л. Г. Форування витрат у рибоконсервному виробництві: дис. канд. екон. наук : 08.07.02 / Л. Г. Шевченко. — Х., 2006. — 208 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджений Міністерством фінансів України від 31.12.1999 року № 318, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.liga.net/>.

4. Єгоркіна Т. О. Класифікація витрат за цілями управління ними / Т. О. Єгоркіна // Вісник ДонДУЕТ. — 2009. — № 4/2 (32). — С. 153—161.

5. Василюк В. В. Виробничі витрати на підприємствах харчової промисловості/ В. В Василюк // Кримський економічний вісник. — 2013. — № 4. — С. 26—29.

6. Організація бухгалтерського обліку : навч. посіб. / [Ф. Ф. Бутинець, О. В. Олійник, М. М. Шигун, С. М. Шулепова]. — Житомир : ЖІТІ, 2001. — 576 с.

7. Ющак Ж. М. Класифікація витрат, орієнтована на ефективне управління підприємство/ Ж. М. Ющак // Вісник ЖТЕУ. — 2012. — № 3. — С. 203—208.

## Reference

1. Knyazeva O. V. Accounting and control of costs and profits for companies Fisheries: dis. of the candidate of economic sciences: 08.00.09/ O.V. Knyazeva. —К., 2008. — 201 p. [in Ukrainian]

2. Shevchenko L. G. Foruvannya costs in the canning industry: dis. of the candidate. econ. sciences: 08.07.02 / L. G. Shevchenko. — H., 2006. — 208 p. [in Ukrainian]

3. Regulations (standards) 16 «costs», approved by the Ministry of Finance of Ukraine from 31.12.1999, № 318, as amended [electronic resource]. — Access mode: <http://www.liga.net/> [in Ukrainian]

4. Yehorkina T. O. Classification of costs for management purposes / T. O. Yehorkina // Bulletin DonDUET. — 2009. — № 4/2 (32). — P. 153—161. [in Ukrainian]

5. Vasylyuk V. V. Production costs for the food industry / V. V. Vasylyuk // Crimean Economic Journal. — 2013. — № 4. — P. 26—29. [in Ukrainian]

6. Accounting organization: teach. guidances / [F.F. Butynets, O. V. Oleynik, M. M. Shyhun, S. M. Shulepova]. — Exactly: ZHITI, 2001. — 576 p. [in Ukrainian]

7. Juszczak J. M. Classification of costs, focused on effective management / J.M. Juszczak // Bulletin ZHTEU. — 2012. — № 3. — P. 203—208. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 17.05.2013 р.

УДК [(657.05: 351.863)(048.83)]

**Лариса Гнилицька,**  
д.е.н., професор кафедри обліку  
підприємницької діяльності  
ДВНЗ «Київський Національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

**ПОРЯДОК ВИЗНАННЯ ВИТРАТ, ПОВ'ЯЗАНИХ  
З ДІЯЛЬНІСТЮ ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ  
БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

**Larisa Gnilitzka,**  
Doctor of Economic sciences,  
Professor Entrepreneurship  
Activities Accounting Department  
SHEE «Vadym Hetman Kyiv  
National Economic University»

**PROBLEM QUESTIONS OF CONFESSION  
AND ESTIMATION OF THE CHARGES RELATED  
TO ACTIVITY FROM PROVIDING  
OF SAFETY OF ENTERPRISE**

АНОТАЦІЯ. У статті розкрито методологічне підґрунтя визнання витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку, охарактеризовано складові цих витрат і вказано шляхи вдосконалення методу бухгалтерського обліку, що підвищить точність ідентифікації та оцінювання зазначених витрат.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: витрати, пов'язані з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства, спеціальні заходи з безпеки, організаційні витрати, транзакційні витрати, оцінювання витрат, ідентифікація витрат.

ANNOTATION. The article describes the methodological basis for the recognition costs associated with the activities of the enterprise's security in the accounting system, describes the components of these costs and the ways of improvement of the method of accounting, which will increase the accuracy of the identification and evaluation of these costs.

KEY WORDS: costs associated with the activities of the enterprise's security, special event security, organization expenses, transaction costs, estimation of costs, identification of costs.

**Постановка проблеми.** Витрати уособлюють у собі характер активів і зобов'язань, пов'язаних зі протіканням господарських процесів. Тому вони у повній мірі розкривають особливості здійснення окремих видів діяльності підприємства та потребують відображення в системі бухгалтерського обліку. У цьому контексті особливого значення набувають витрати, спричинені відповідними напрямками діяльності із забезпечення безпеки підприємства, серед яких основними є:

- охорона майна та фізичний захист власників і персоналу підприємства;
- захист інформації, що становить комерційну таємницю;
- інформаційно-аналітичне забезпечення процесів, пов'язаних з підтриманням безпечного функціонування та розвитку підприємства;
- спеціальне забезпечення кадрової та економічної безпеки.

Здійснюючи ці напрями забезпечення безпеки, підприємство несе певні витрати, склад і джерела (первинні документи), відображення яких показано в табл. 1.

Таблиця 1

**СКЛАД (УМОВНИЙ ПЕРЕЛІК) ВИТРАТ,  
ПОВ'ЯЗАНИХ ЗІ ЗДІЙСНЕННЯМ  
ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Вид витрат	Джерело відображення
1	2
<i>Витрати, пов'язані з охороною майна та фізичним захистом власників і персоналу підприємства</i>	
Амортизація спеціальних засобів забезпечення особистої безпеки співробітників відділу охорони	Відомість нарахування амортизації основних засобів
Амортизація спеціальних засобів зв'язку, що забезпечують особисту охорону власників і персоналу підприємства (радіостанції)	Відомість нарахування амортизації основних засобів
Амортизація технічних засобів забезпечення пожежної безпеки та охорони (датчики задимлення, системи контролю управління доступом, системи відео нагляду, сигналізація)	Відомість нарахування амортизації основних засобів

Продовження табл. 1

1	2
Вартість форменного одягу охоронників	Акт списання форменного одягу (МШП)
Заробітна плата охоронників	Табель обліку робочого часу, Листки на доплату тощо
Відрахування на соціальні заходи від заробітної плати охоронників	Зведена відомість відрахувань до Фондів соціального страхування
Витрати, пов'язані з навчанням охоронників	Акти виконаних робіт, Сертифікати, що підтверджують отримання знань за спеціальністю
Вартість послуг сторонніх організацій пов'язаних з охоронною діяльністю	Акт виконаних робіт
Витрати консультаційного характеру	Акт виконаних робіт
Інші витрати, пов'язані з охоронною діяльністю	Вимоги на відпуск матеріальних цінностей, рахунки-фактури, чеки тощо
<i>Витрати, пов'язані з захистом інформації, що становить комерційну таємницю</i>	
Заробітна плата співробітників відділу захисту інформації	Табель обліку робочого часу, Листки на доплату
Відрахування на соціальні заходи від заробітної плати співробітників відділу захисту інформації	Зведена відомість відрахувань до Фондів соціального страхування
Витрати, пов'язані з навчанням співробітників відділу захисту інформації	Акти виконаних робіт, Сертифікати, що підтверджують отримання знань за спеціальністю
Амортизація програмного забезпечення, що використовується з метою захисту інформації	Відомість нарахування амортизації нематеріальних активів
Вартість послуг по підтриманню програмного забезпечення	Акт виконаних робіт
Вартість спеціальної літератури	Відомість списання необоротних матеріальних активів
Інші витрати, пов'язані з діяльністю співробітників, що здійснюють захист інформації	Вимоги на відпуск матеріальних цінностей, рахунки-фактури, чеки тощо
<i>Витрати, пов'язані з інформаційно-аналітичним забезпеченням процесів у системі безпеки підприємства</i>	
Заробітна плата спеціалістів, зайнятих збиранням та оцінюванням інформації в сфері забезпечення економічної безпеки	Табель обліку робочого часу, Листки на доплату тощо

Продовження табл. 1

1	2
Відрахування на соціальні заходи від заробітної плати спеціалістів, зайнятих збиранням та оцінюванням інформації у сфері забезпечення економічної безпеки	Зведена відомість відрахувань до Фондів соціального страхування
Витрати, пов'язані з навчанням спеціалістів, зайнятих збиранням та оцінюванням інформації в сфері забезпечення економічної безпеки	Акти виконаних робіт, Сертифікати, що підтверджують отримання знань за спеціальністю
Вартість послуг сторонніх організацій, пов'язаних з проведенням науково-дослідних робіт при забезпеченні економічної безпеки	Акти виконаних робіт
Амортизація програмного забезпечення, що використовується з метою підготовки інформації у сфері економічної безпеки підприємства	Відомість нарахування амортизації нематеріальних активів
Вартість послуг по підтриманню програмного забезпечення	Акт виконаних робіт
Вартість послуг зовнішніх експертів (консультантів) при розробці рішень у сфері забезпечення економічної безпеки	Акт виконаних робіт
Амортизація клієнтських баз даних	Відомість нарахування амортизації нематеріальних активів
Плата за користування Інтернет послугами	Рахунок-фактура
Вартість спеціальної літератури (каталогів, статистичних довідників тощо)	Відомість списання необоротних матеріальних активів
Втрати на канцелярське приладдя та інші матеріали, що використовуються спеціалістами відділу збирання та оцінювання інформації у сфері безпеки	Вимога на відпуск матеріальних цінностей, акт списання МШП
Інші витрати, пов'язані з діяльністю зі збирання та оцінювання інформації в сфері безпеки	Рахунки-фактури, чеки тощо
<i>Витрати, пов'язані зі спеціальним забезпеченням кадрової та економічної безпеки</i>	
Заробітна плата спеціалістів, зайнятих спеціальним забезпеченням економічної безпеки	Табель обліку робочого часу, Листки на доплату тощо

Продовження табл. 1

1	2
Відрахування на соціальні заходи від заробітної плати спеціалістів, зайнятих спеціальним забезпеченням економічної безпеки	Зведена відомість відрахувань до Фондів соціального страхування
Амортизація технічних засобів забезпечення економічної та кадрової безпеки (генераторів послаблення шумів, поліграфів тощо)	Відомість нарахування амортизації основних засобів
Вартість послуг по підтриманню технічних засобів забезпечення економічної та кадрової безпеки	Акт виконаних робіт
Витрати, пов'язані з навчанням спеціалістів, зайнятих спеціальним забезпеченням економічної та кадрової безпеки	Акти виконаних робіт, Сертифікати, що підтверджують отримання знань за спеціальністю
Представницькі витрати	Кошторис представницьких витрат, звіт відповідальної особи, що використовувала кошти
Послуги зовнішніх аналітиків з моніторингу зовнішнього середовища та перевірки надійності контрагентів (бізнес-розвідка)	Акти виконаних робіт, службові записки щодо доцільності використаних сум
Оплата послуг представників органів державної влади (політичні витрати)	Службові записки щодо доцільності використаних сум
Оплата послуг консультативного характеру (утримання зовнішніх суб'єктів забезпечення безпеки — фізичних осіб)	Службові записки щодо доцільності використаних сум
Вартість виробничих запасів і МШП, що використовуються спеціалістами підрозділів спеціального забезпечення економічної безпеки	Вимога на відпуск матеріальних цінностей, акт списання МШП
Інші витрати, пов'язані зі спеціальним забезпеченням безпеки	Рахунки-фактури, чеки тощо
<i>Загальні (спільні) витрати підрозділу безпеки</i>	
Заробітна плата управлінського складу служби (підрозділу) безпеки	Табель обліку робочого часу
Відрахування на соціальні заходи від заробітної плати управлінського складу служби (підрозділу) безпеки	Зведена відомість відрахувань до Фондів соціального страхування

1	2
Витрати, пов'язані з навчанням керівників служби безпеки	Акти виконаних робіт, Сертифікати, що підтверджують отримання знань за спеціальністю
Вартість комунальних послуг, пов'язаних з утриманням підрозділу безпеки	Рахунок-фактура, акт виконаних робіт
Транспортні витрати	Маршрутний лист
Інші витрати спільного призначення, генеровані підрозділом безпеки	Чеки, рахунки-фактури, вимоги на відпуск матеріальних цінностей тощо

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню природи витрат та особливостям їх формування залежно від виду діяльності присвячено нормативні акти в галузі бухгалтерського обліку, а також праці таких відомих вітчизняних і зарубіжних учених, як: А. Апчерч, С. Голов, К. Друрі, В. Добровський, Л. Нападовська, М. Чумаченко, А. Шеремет та інших. У свою чергу, окремі питання, пов'язані з ідентифікацією та визнанням витрат, спричинених діяльністю із забезпечення безпеки підприємства розкриваються в роботах І. Белоусової [1], С. Галузіної [2], І. Димової [3] та С. Хмельова [4].

**Невирішені раніше питання загальної проблеми.** Однак, не зважаючи на значні доробки в галузі бухгалтерського обліку та розмаїтість видів витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства, їх склад і порядок відображення в системі бухгалтерського обліку та звітності у більшості випадків не закріплені на державному (законодавчому) рівні. Це потребує вирішення низки питань, серед яких найістотнішими, з точки зору автора, є:

- порядок визнання витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки в системі бухгалтерського обліку;
- визначення джерел фінансування витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства;
- порядок відображення цих витрат у системі бухгалтерських рахунків.

Тому, метою написання даної статті є формування концепції комплексного відображення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку через реалізацію інституціонального підходу до визнання та методики оцінювання цих витрат, а також діяльнісного (про-

цесного) підходу до узагальнення їх у системі рахунків бухгалтерського обліку.

**Виклад основного матеріалу.** Комплексне відображення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку, передбачає здійснення кроків, наданих на рис. 1.

**Відображення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки в системі відкритої фінансової звітності**

1-й варіант — у вписуваному рядку 2045 «У тому числі витрати на забезпечення безпеки» I-го розділі Звіту про фінансові результати, що буде конкретизувати ці витрати у складі адміністративних витрат підприємства;  
2-й варіант — у складі розділу V «Доходи і витрати» Приміток до фінансової звітності з виділенням відповідного рядка «Витрати, пов'язані із забезпеченням безпеки»



**Узагальнення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки в системі рахунків бухгалтерського обліку.** Виділення окремої комплексної статті «Витрати, пов'язані з забезпеченням безпеки підприємства» у складі адміністративних витрат



**Оцінювання витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки потребує**

- закріплення переліку документів (як типових, так і внутрішніх), що виступатимуть підтвердженням понесених витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки;
- визначення джерел покриття витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки;
- розроблення норм використання витрат, пов'язаних зі спеціальним забезпеченням безпеки;
- встановлення порядку витрачання коштів на здійснення діяльності із забезпечення безпеки та визначення кола осіб, що мають відношення до використання цих коштів;
- встановлення порядку контролю за списанням витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки



**Ідентифікація витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки** потребує закріплення розпорядчим документом (наказом або розпорядженням керівника організації) переліку заходів, що потребують забезпечення безпеки та встановлення кола витрат, що пов'язані з такими заходами

Рис. 1. Алгоритмізація комплексного відображення витрат, пов'язаних із забезпеченням безпеки в системі бухгалтерського обліку та відкритої звітності

Підмурком такого відображення виступає закріплений на законодавчому рівні порядок визнання витрат діяльності підприємств України в системі бухгалтерського обліку. Методологічні основи визнання витрат регламентовані нормами пунктів 5, 6, 7 і 8 П(С)БО 16 «Витрати» [5], згідно з якими витрати визнаються в системі бухгалтерського обліку, якщо виконуються такі умови:

- зменшення активів чи збільшення зобов'язань, що призводить до отримання додаткових економічних вигод;
- економічна обґрунтованість понесених витрат;
- достовірна оцінка витрат.

Інституціонального підходу до визнання та методики оцінювання цих.

У свою чергу Податковий кодекс України [6] крім зазначених вимог до визнання понесених витрат висуває ще й обов'язковість їх документального підтвердження.

Зупинимось на кожній із вказаних вимог у контексті формування витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства.

Не викликає сумнівів, що усі перераховані в табл. 1 види витрат викликані зменшенням активів і збільшенням зобов'язань підприємства, що спричиняє отримання додаткових економічних вигод. Ці вигоди можуть носити як реальний характер, що проявляється у зниженні собівартості продукції через ефективне використання ресурсів та узгодженість інтересів усіх зацікавлених у діяльності підприємства осіб, так і умовний характер, що проявляється у зростанні конкурентних переваг підприємства у порівнянні з аналогічними суб'єктами господарювання, а відповідно зростанні нематеріальної складової його капіталу.

Згідно з чинним законодавством економічна обґрунтованість витрат при їх визнанні в бухгалтерському обліку повинна підтверджуватися зв'язком цих витрат з процесами виробництва та реалізації товарів, продукції, робіт або послуг. У зв'язку з цим викликає певний сумнів щодо відображення в системі бухгалтерського обліку низки витрат, пов'язаних із забезпеченням економічної безпеки, що носять упереджувальний характер, таких як представницькі витрати, консультаційні витрати, вартість послуг зовнішніх аналітиків, витрати політичного характеру (утримання адміністративного ресурсу), витрати пов'язані з перевіркою надійності зовнішніх контрагентів тощо.

Норми П(С)БО 16 зазначають, що такі витрати слід відображати в обліку лише за умови, що вони призвели до укладання господарських договорів, які будуть мати позитивний економічний

ефект (спричинять отримання доходу). Однак, при забезпеченні безпеки непоодинокими є ситуації, коли здійснювані заходи (понасені витрати) не підтверджуються подальшим укладанням господарських договорів з тим чи тим контрагентом.

Отже, відповідно до чинного законодавства такі витрати не можна відображати в бухгалтерському обліку. Разом з тим не підписана угода з недобросовісним контрагентом спричинить більше економічних вигод і матиме вищу доцільність для підприємства ніж зірваний цим контрагентом контракт, відволікання коштів у безнадійну дебіторську заборгованість, чи втрати від неякісних поставок.

У такій ситуації, обґрунтовуючи економічну доцільність витрат, слід відштовхуватися не від банального зв'язку їх з отриманими доходами, а від економічних вигод (не завжди матеріального характеру), спричинених цими витратами. Це, в свою чергу, буде потребувати перегляду підходів до визнання витрат в бухгалтерському обліку. Як справедливо зазначає Т. Давидюк [7, с. 326], на зміну правовому підходу до визнання витрат повинен прийти економічний підхід, в основу якого покладено не юридичний факт здійснення операції, а її економічна доцільність для підприємства.

Певні труднощі з позицій сучасного бухгалтерського законодавства викликає і достовірна оцінка витрат, пов'язаних із забезпеченням безпеки. Для обґрунтування такого оцінювання доцільно здійснити їх класифікацію.

Спираючись на класифікаційні ознаки витрат підприємства, запропоновані у своїх дослідженнях російським ученим В. Вольчиком [8], вважаємо, що витрати, пов'язані з процесами забезпечення безпеки, доцільно розмежувати на дві групи: організаційні — спричинені забезпеченням контролю та розподілу ресурсів у середині підприємства, та трансакційні — пов'язані з мінімізацією опортуністичної поведінки зовнішніх контрагентів, що потребує додаткового інформаційного ресурсу при виборі взаємовідносин з ними.

До організаційних витрат відносять витрати на охорону майна та фізичний захист власників і персоналу підприємства, витрати на захист інформації, яка становить комерційну таємницю, спільні витрати пов'язані з утриманням служби безпеки, витрати на оплату праці, соціальні заходи, амортизацію основних засобів і нематеріальних активів, що виникають при здійсненні інформаційно-аналітичного та спеціального забезпечення безпеки.

Трансакційні витрати при забезпеченні процесів з підтримання безпеки в основному пов'язані з отриманням комерційної інформації про зовнішнє середовище. І це цілком зрозуміло, адже координувати взаємодію підприємства з контрагентами стосовно взаємовигідного партнерства можна лише за умов наявності достовірної, якісної, своєчасно отриманої та правильно використаної інформації про них. Саме через недостовірність інформації, наданої у офіційних джерелах, виникають витрати контролю, моніторингу, збору альтернативних даних про партнерів, що потребує створення додаткової інфраструктури поза межами підприємства (зовнішніх суб'єктів забезпечення безпеки).

Організаційні витрати є операційними витратами підприємства, порядок оцінювання яких урегульований на законодавчому рівні, тоді як оцінювання та облік трансакційних витрат є досить проблематичним, навіть незважаючи на те, що такі витрати останніми роками є предметом підвищеного інтересу економістів. Це пояснюється, з одного боку, високою часткою витрат, неофіційного характеру в їх складі, а, з іншого — законодавчою неврегульованістю щодо складу, порядку визнання та оцінювання подібних витрат у системі бухгалтерського обліку.

Сучасний бухгалтерський облік, базуючись на ортодоксальній неокласичній теорії, розглядає ринок як досконалий механізм, де не потрібно враховувати витрати на обслуговування угод між контрагентами. Відтак, питання безпеки взаємовідносин між суб'єктами ринку не заслуговують на увагу, оскільки в ринкових умовах обмінні процеси відбуваються без будь-яких перешкод, а отримання додаткової інформації про цих суб'єктів є безкоштовним. Таке припущення є хибним з двох причин: по-перше, ринкові взаємовідносини неодмінно потребують додаткових інформаційних ресурсів, а по-друге, обмінні операції не обов'язково здійснюються через ринок, а й через інші канали.

На відміну від неокласичної, інституціональна теорія показує необхідність виділення і оцінювання трансакційних витрат, пов'язаних з підготовкою та здійсненням угод між господарюючими суб'єктами, як визначальних чинників ефективності діяльності підприємства. Запровадження поняття трансакційних витрат зумовило зміну постулатів неокласичної економічної теорії, що вказували на існування лише одного виду витрат — пов'язаних з протіканням внутрішніх бізнес-процесів і відсутність витрат на отримання інформації про зовнішнє середовище.

Розкриваючи природу трансакційних витрат, один із розробників теорії неінституціоналізму Р. Коуз визначає їх як витрати

за користування ринковим механізмом [9, с. 34]. А Д. Норт зазначає, що небезкоштовність інформації про ринкових суб'єктів є ключем до розуміння трансакційних витрат [10, с. 40].

З позицій забезпечення економічної безпеки цікавими є такі тлумачення трансакційних витрат:

— це витрати, що виникають внаслідок існування проблем у спілкуванні між суб'єктами ринку, обробкою інформації, дотриманням умов договору тощо [11, с. 64];

— це оплата послуг посередників щодо пошуку та переробки інформації [12, с. 516];

— це витрати на моніторинг за поведінкою суб'єктів ринку [13].

Підтримуючи вказані точки зору на сутність трансакційних витрат, хочемо наголосити, що з посиленням конкурентної боротьби та підвищенням не добропорядних відносин між суб'єктами ринку відбувається зростання частки трансакційних витрат, пов'язаних з забезпеченням безпеки підприємства (в частині протистояння опортуністичній поведінці контрагентів) і, як наслідок, поява нових їх видів, серед яких основними є:

— витрати на конкурентну розвідку (створення баз даних);

— витрати на моніторинг та оцінювання економічної надійності взаємовідносин з зовнішніми контрагентами;

— утримання зовнішніх суб'єктів забезпечення безпеки (приватних детективів чи інших суб'єктів) тощо.

Однією з основних умов достовірного оцінювання витрат, пов'язаних із забезпеченням безпеки підприємства, є їх ідентифікація. В системі бухгалтерського обліку ідентифікація здійснюється на основі документування. Документ характеризує юридичний факт здійснення операції між окремими суб'єктами господарювання чи всередині підприємства, який призводить до утворення певного виду витрат, що потребує використання грошових коштів, чи інших активів.

Разом з тим, серед витрат трансакційного характеру, пов'язаних з забезпеченням безпеки, значна частка таких, що з тих чи тих причин не можуть бути підтвердженими документально. Мова йде про витрати на проведення переговорів (представницькі витрати), утримання зовнішніх суб'єктів забезпечення безпеки, політичні витрати, спеціальні витрати пошукового характеру тощо.

Видається досить сумнівним підписання акту приймання-передачі з посадовою особою, що отримала презент за лобювання інтересів підприємства чи надання інформації консультативного характеру. Разом з тим, як зазначають окремі дослідники

[14, с. 77], «розмір трансакційних витрат, пов'язаних з оплатою послуг представників державної влади коливається від «скромних подарунків» (вартість яких вимірюється кількома сотнями доларів) до 10 % розміру вартості забезпеченого контракту».

Не менше питань викличе і списання витрат на проведення перевірок контрагентів із застосуванням спеціальних методів забезпечення безпеки, адже у цьому випадку підприємство не зможе отримати акт виконаних робіт. Це ж саме можна сказати й про витрати пов'язані з оплатою праці зовнішніх суб'єктів забезпечення безпеки (приватних детективів чи інших фізичних осіб), що не можуть бути підтвердженими видатковим касовим ордером.

Бездокументальне формування витрат спричинить ще одну проблему — визначення джерел їх покриття. В правовому полі сучасного бухгалтерського обліку спеціальні (неофіційні) витрати, пов'язані з забезпеченням безпеки, можуть потребувати створення так званих «чорних кас» для їх оплати. Подолання цієї проблеми передбачає розроблення механізму легалізації спеціальних витрат, оскільки, як було вже сказано, вони є джерелом отримання додаткових економічних вигод підприємства.

В основу такого механізму має бути покладений закріплений відповідним розпорядчим документом (наказом або розпорядженням керівника організації) перелік заходів, що потребують спеціального забезпечення безпеки, порядок витрачання коштів на формування спеціальних витрат, їх документальне оформлення та контроль, включаючи встановлення кола осіб, що мають відношення до здійснення діяльності зі спеціального забезпечення безпеки.

Для фінансового забезпечення здійснення спеціальних заходів з безпеки слід розробити кошторис спеціальних витрат за аналогією з представницькими витратами. Він складається на підставі затверджених на підприємстві допустимих норм використання коштів на цілі спеціального забезпечення з обов'язковим встановленням осіб, відповідальних за фактичне списання фінансових ресурсів.

Підтвердженням фактичного використання кошторисних сум можуть виступати затверджені керівником підприємства Звіти про фактично понесені спеціальні витрати чи Акти про здійснення спеціальних витрат, в яких зазначають мету здійснення заходів зі спеціального забезпечення безпеки, результати їх проведення, а також витрачені на ці заходи суми грошових коштів. При цьому усі витрати, перелічені у звіті чи акті повинні бути підтвердженими первинними документами.

Однак, треба зазначити, що офіційних первинних документів, які засвідчують фактичне здійснення спеціальних витрат на сьо-

годнішній день не існує (у деяких випадках підприємства використовують товарні та фіскальні чеки, прибуткові накладні, транспортні квитки тощо), хоч реалії сьогодення висувають їх створення як нагальну потребу. Тому формат таких документів розробляється підприємством самостійно залежно від потреби в інформації. Найбільшого розповсюдження у практиці вітчизняних підприємств для підтвердження фактично понесених спеціальних витрат отримала Службова записка.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Запропоновані процедури дослідження сутності витрат на забезпечення безпеки не суперечать загальноприйнятим поглядам на визнання витрат діяльності в системі бухгалтерського обліку, що дає можливість вважати їх складником загальних витрат підприємства.

Це потребуватиме подальших наукових розробок стосовно формування плану рахунків бухгалтерського обліку для інформаційного забезпечення управління цими витратами, спрощення процесів планування і контролю над їх здійсненням і розв'язання проблеми щодо визначення джерел покриття витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки, про що мова піде у наступних публікаціях.

### **Література**

1. Белоусова *І. А.* Управлінський облік — інформаційна складова системи економічної безпеки підприємства: [монографія] / І.А. Белоусова. — К.: Дорадо-Друк, 2010. — 432 с.
2. Галузіна *С. М.* Учетно-аналитическая информация в управлении организацией: [монографія] / С. М. Галузіна. — СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2006. — 267 с.
3. Дымова *И. А.* Учетно-аналитические аспекты экономической безопасности бизнеса: дис. канд. экон. наук: 08.00.12 [Электронный ресурс] / И.А. Дымова. — М.: РГБ, 2005.
4. Хмелев *С. А.* Методология и организация комплексной учетно-информационной системы обеспечения экономической безопасности предприятия: автореф. дис. на соискание ученой степени доктора экон. наук: 08.00.05, 08.00.12 / Хмелев Сергей Александрович. — М., 2011. — 18 с.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» затвержене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318.
6. Податковий кодекс України. — К.: Юриком Інтер, 2012. — 608 с.
7. Давидюк *Т. В.* Розвиток бухгалтерського обліку людського капіталу: теорія і методологія: [монографія] / Т.В. Давидюк. — Житомир: ЖДТУ, 2011. — 508 с.
8. Вольчик *В. В.* Курс лекцій по інституціональній економіці. — Ростов н/Д: изд-во Рост. ун-та, 2000. — // <http://ie.boom.ru/Lecture3.htm>.

9. *Coase R. H.* Comment. Contract Economics. — Cambridge: Blackwell Publishers, 1992.

10. *Норт Д.* Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. — К.: Основи, 2000. — 198 с.

11. *Alchian A.* Economic Forces at Work. With an Introduction by R. Coase. — Indianapolis: Liberty Press, 1977. — 523 p.

12. *Stigler J. J.* The Economics of Information // Journal of Political Economy. — 1961. — Vol. 69 № 3. — P. 496 — 540.

13. *Jensen M. C. Meckling W.H.* Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure // Journal of Financial Economics. — 1976. — Vol. 3. — № 4.

14. *Радаев В. В.* Деформация правил и уход от налогов в российской хозяйственной деятельности / В. В. Радаев // Вопросы экономики. — 2001. — № 6. — С. 60—79.

Стаття надійшла до редакції 10.06.2013 р.

УДК 657

**Осмятченко В. О.,**

д.е.н., професор,

**Комаров К. С.,**

аспірант,

кафедра обліку в кредитних і

бюджетних установах та економічного аналізу,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **МОДЕЛЮВАННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ ЗАТРАТ ЗВИЧАЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СТРУКТУРІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ**

**V. O. Osmyatchenko,**

doctor of science, professor

«Kyiv National Economic University named  
after Vadym Hetman»

**K. S. Komarov,**

postgraduate student

«Kyiv National Economic University named  
after Vadym Hetman»

## **BUDGETING SIMULATION OF EXPENSES TRADE ENTERPRISES IN STRUCTURE MANAGEMENT ACCOUNTING**

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена дослідженню моделі бюджетування затрат торговельних підприємств. Уточнена відмінність між поняття-

ми «Витрати», «Валові витрати» та «Затрати». Досліджено відмінність між плануванням, прогнозуванням і бюджетуванням. Визначено роль бюджетування у бізнесовій діяльності підприємств торгівлі та етапи створення бюджетів окремих видів затрат.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА.** Моделювання, бюджетування, затрати торговельних підприємств, витрати, управлінський облік, валові витрати.

**ANNOTATION.** The Article denoted study to models of process of budgeting trade enterprise's expenses. The Article elaborated difference between «Expenses», «Gross expenses» and «Expenses». The Article is exploring difference between planning, forecasting and budgeting. The Article is exploring certain role of budgeting in business activity trade enterprise and stages of the creation budget separate type of the expenses.

**KEYWORDS.** Models, expenses, trade enterprises, management accounting, gross expenses, budgeting.

**Актуальність дослідження.** Основоположний принцип ведення бізнесу — затрати не повинні перевищували отримуваних доходів або вигод від здійснення звичайної діяльності. Тому тема затрат та побудова моделі їх бюджетування є актуальною для суб'єктів господарювання. Інформація про затрати важлива для будь-якого підприємства, з метою якісного і своєчасного управління ними та складання звітності. Інформацію про затрати використовують для прийняття рішень як зовнішні користувачі, так і внутрішні.

**Мета написання статті** — окреслити шляхи побудови оптимальної моделі бюджетування затрат звичайної діяльності підприємств торгівлі.

**Об'єкт дослідження** — модель бюджетування затрат звичайної діяльності підприємств торгівлі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження окресленої проблематики проводилося багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, зокрема Л. В. Нападовською, А. Д. Чендлером, С. Г. Беляєвим.

**Визначення невирішених питань.** Відповідно до проведеного аналізу раніше невирішених питань виокремлено такі завдання дослідження:

1. З'ясувати співвідношення об'єктів витрати, затрати та валові витрати.
2. Дослідити відмінність між плануванням, нормуванням і бюджетуванням затрат.
3. Надати характеристику оптимальної моделі бюджетування затрат звичайної діяльності підприємств торгівлі.

**Викладення основного матеріалу.** Моделювання в широкому сенсі — це особливий пізнавальний процес, метод теоретичного та практичного опосередкованого пізнання, коли суб'єкт замість безпосереднього об'єкта пізнання вибирає чи створює схожий із ним допоміжний об'єкт-замісник (модель), досліджує його, а здобуту інформацію переносить на реальний предмет вивчення. Отже, моделювання — це процес створення та дослідження моделі, а модель — засіб, форма наукового пізнання.

Модель бюджетування визначає порядок і схему розрахунків усіх показників бюджетних форм, прийнятих на підприємстві. Під час розробки моделі бюджетування необхідно враховувати основні обмежуючі чинники, які впливають на бізнес підприємства, а саме: цілі розробки фінансової моделі, наявні обмеження, стратегії розвитку підприємства. Організація заходів моделі бюджетування така:

- 1) визначення джерел інформації, необхідних для виконання розрахунків показників по підприємству і його структурним підрозділам;
- 2) створення інформаційної моделі формування планової інформації;
- 3) побудова інформаційної моделі формування фактичної інформації.

Джерелами для формування моделі бюджетування затрат є специфічне для підприємств торгівлі інформаційне забезпечення, що надходить з відповідної системи, яка складається з таких підсистем: інформації про зовнішнє середовище; інформації про внутрішнє середовище; фактична і планова інформація про виконання бюджетів попередніх періодів.

Варто відмітити, що система інформаційного забезпечення — це сукупність споживачів і творців інформаційних потоків, які містять необхідну інформацію, що враховує об'єктивні потреби споживачів, а також спеціалізованих інформаційних підрозділів, які забезпечують зв'язок між споживачами інформації, її зберігання, пошук, відбір і надання споживачам. Таким чином, інформаційне забезпечення представляє собою процес задоволення інформаційних запитів, який складається з неперервної підготовки і видачі обліково-контрольної інформації споживачам у відповідності з їх запитами.

Для побудови моделі бюджетування затрат необхідно визначити основні відмінності понять, які використовують у системі обліку, тобто «Витрати», «Валові витрати» та «Затрати». Вони є тотожними, але все ж таки різниця є, і полягає в тому, що ці поняття використовуються в трьох різних сферах обліку — фінан-

совому, податковому та управлінському. Повну відповідь можна знайти у національних і міжнародних нормативних актах.

Якщо брати систему бухгалтерського обліку, то тут витратами виступають або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. Дане визначення дає національний стандарт бухгалтерського обліку № 16 [3].

У податковому обліку, що регулюється Податковим кодексом України, поняття «Валові витрати» — це сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних як компенсація вартості товарів(робіт, послуг), які придбаються таким платником податку для їх подальшого використання у власній господарській діяльності [4].

Поняття «Затрати» використовується в системі управлінського обліку і означає вартісний вираз використаних у процесі діяльності підприємства матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів [9].

Розглядаючи затрати як елемент управлінського обліку слід відмітити, що для отримання вигод від звичайної діяльності, управлінці повинні постійно займатися процесом оптимізації затрат на підприємстві, для проведення якого потрібно перш за все визначитись із самою суттю даного процесу, навіщо його проводити і як розумно скласти бюджети затрат звичайної діяльності торговельного підприємства. Необхідно зазначити, що звичайна діяльність — це будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають унаслідок її проведення.

Сучасна система процесу бюджетування полягає у складанні стратегічних планів (на 5 років і більше) і поточних планів (1 рік). Планування ґрунтується на економіко-математичному моделюванні. Цей спосіб уможливує знайдення кількісного вираження взаємозв'язків між фінансовими показниками та факторами, які їх визначають.

Під час розробки планів кожне підприємство ставить перед собою певні цілі. Нестача інформації, а інколи й засобів її швидкої обробки ускладнює формування цілей. Одночасно з цільовою постановкою підприємство визначає можливу сферу застосування капіталу, тобто географічну арену і диверсифікацію виробництва з метою розширення збуту товарів і послуг, нові ринки для придбання сировини, різноманітних інших матеріалів, машин та

устаткування, ліцензій, крім того, лізингові операції, які передбачається здійснити, на основі визначення мети, сфери прикладання, поставлених завдань розробляється стратегія корпорації. Проте саме трактування стратегії різноманітні. Науковець А. Чендлер (США) вважає, що «Стратегія — це визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей» [8].

Стратегічне планування в корпораціях розглядається економістами з різних точок зору [5—8].

По-перше, як одна із функцій управління; по-друге, як вибір із кількох варіантів в умовах невизначеності ризику; по-третє, як поведінка юридичної особи — корпорації під впливом невизначеності зовнішнього середовища й особливостей розвитку внутрішніх факторів. Планування розглядається американськими економістами як важливий засіб у здійсненні стратегії [7, 8]. Планування являє собою розробку деталізованого розпорядку дії на наступний період для впровадження стратегії.

Звісно, для оптимізації затрат є поняття нормування затрат, що означає тільки встановлення норм, тобто певний, визначений ліміт затрат, які підприємства запланувало витратити на здійснення господарської операції.

Для ефективного функціонування підприємства необхідно контролювати всі надходження та затрати. Саме тому всі підприємства інтенсивно впроваджують систему управлінського обліку та бюджетування, як його елементу.

Сучасна система бюджетування заснована на розробці і контролі виконання цілої низки взаємозв'язаних бюджетів. В умовах сьогодення багато вітчизняних і зарубіжних вчених приводять дослідження в даній сфері і саме тому не існує єдиного визначення поняття бюджет. Деякі з них наведено у табл. 1.

Найудалішим і найточнішим є визначення бюджету як попередній кошторис, який перед початком планового періоду дає інформацію про очікувані надходження і видатки, рух капіталу та всі результати ділової активності підприємства.

Бюджет може складатися у формі заданих показників, яких слід дотримуватися у плановому періоді. Наприклад, для підприємства в цілому чи окремого структурного підрозділу доводиться бюджет, якого він повинен дотримуватися. Конкретні джерела покриття затрат при цьому не вказуються. Досить часто бюджет складається у формі каталогу заходів, які слід здійснити в плановому періоді; при цьому заводиться обсяг коштів, які виділені для реалізації цих заходів. Водночас є тип бюджетів, у яких по-

ряд з напрямками використання ресурсів відображаються джерела покриття затрат.

Таблиця 1

№	Визначення	Джерело
1	Бюджет (від стар. Нормандського budget — кошик) — це стратегічний фінансовий план, який може готуватись як на рік, так і на квартал або місяць [11]	www.rada.gov.ua
2	Бюджет — це план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення функцій, які здійснюються органами державної влади України, органами влади Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду [1]	Бюджетний Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (Редакція станом на 11.08.2013)
3	Бюджет — короткотривалий план, в якому відображається алокація (розподіл) ресурсів [7 с. 182]	<i>Chandler A. D. Strategy and Structure.</i> — Boston, 1961. — 351 с.
4	Бюджет — кількісний вираз плану, інструмент контролю та координації його виконання [10]	www.minfin.gov.ua
5	Бюджет — це попередній кошторис, який перед початком планового періоду дає інформацію по очікувані надходження і видатки, рух капіталу та всі результати ділової активності підприємства [2, с. 285]	<i>Голов С. Ф. Управленческий бухгалтерський учт.</i> — К., 1998. — 377 с.
6	Бюджет — кошторис доходів і видатків фірми [5]	Теория и практика анти кризисного управления / Под ред. С. Г. Беляева и В. И. Кошкина. — М.: Закон и право, 1996. — 339 с.

Бюджет стає частиною не просто бухгалтерського обліку, але і системи управлінського контролю, оскільки фактичні результати порівнюють із бюджетними для вживання необхідних заходів у майбутньому. Самий же процес складання бюджетів і контролю за їх виконанням отримав назву — бюджетування.

До основних характеристик бюджетування можна віднести:

- ❖ короткостроковість (до одного року);
- ❖ внутрішню спрямованість;
- ❖ високий рівень конкретизації;
- ❖ тісний взаємозв'язок з контролем та аналізом відхилень.

Основними функціями бюджетування вважаються [5, 6]:

1) регулювання фінансових компетенцій, тобто визначення потреби у фінансових ресурсах, необхідних для досягнення поставлених цілей окремими підрозділами;

2) прогнозування в бюджетах знаходять свій фінансовий вираз майбутні операції підприємства;

3) координації (наявні та мобілізовані фінансові ресурси повинні спрямовуватися на досягнення цілей, визначених у стратегії розвитку підприємства);

4) мотивації (виконання бюджетних показників є критерієм ефективності діяльності окремих осіб, структурних підприємств тощо).

Бюджети торговельних підприємств можуть бути складені для підприємства загалом, для структурних підрозділів. Бюджети підрозділів зводять в основний (зведений) бюджет, який складається з операційних бюджетів і фінансових бюджетів. Таким чином, операційний бюджет — це сукупність бюджетів, затрат і доходів, які забезпечують складання бюджету прибутку. До операційних бюджетів затрат належать: бюджет закупок — конкретизує затрати на закупівлю товарів, необхідних для реалізації планів; бюджет затрат на збут; бюджет адміністративних затрат; трудовий бюджет — веде облік прямих затрат праці, які неминучі при організації запланованих видів діяльності; бюджет затрат структурних підрозділів.

Необхідною передумовою успішного бюджетування на підприємстві є ефективно діюча система обліку, звітності та збору інформації. Для складання бюджетів кожному відповідальному підрозділу чи працівникові доводять спеціальні табличні форми, в яких у розрізі окремих періодів і позицій зазначається характер показників чи іншої інформації, яку слід представити.

Поточне планування та бюджетування є характерною рисою управління, що базується на контролі та управлінні «за відхиленнями». Загальними рисами поточного планування та бюджетування є їхній короткостроковий характер (на один рік) і внутрішня спрямованість без урахування зовнішніх умов функціонування підприємства: ринків, конкуренції, стану економіки, демографії тощо. Це їхній основний недолік, що не дає змоги забезпечувати надійний розвиток фірми.

Головна ціль бюджетування в підприємствах торгівлі — підвищення їх ринкової вартості. Бюджетування в торгівлі здійснюється з урахуванням наступних принципів: системність та інтегрованість бюджетів; обґрунтованість економічних показників; регламентація процедур; деталізація бюджетних показників; гнучкість; безперервність; економічна доцільність; узгодженість цілей стратегічного економічного розвитку із цілями, що реалізуються в системі бюджетування; прозорість; автоматизація;

побудова бюджетування на основі вимог бухгалтерського обліку; проведення аналізу відхилень показників бюджетів від фактичних.

Оптимальна модель бюджетування затрат звичайної діяльності торговельних підприємств базується на формуванні бюджету закупок, бюджету затрат на збут та адміністративних затрат, а також трудовий бюджет. Будова такої моделі ґрунтується на принципах повноти, координації, централізації та спеціалізації бюджетів затрат. Це дозволить створити модель складання бюджетів затрат звичайної діяльності торговельних підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Послідовність складання бюджетів затрат звичайної діяльності торговельних підприємств

**Висновки.** Результати дослідження показали, що система бюджетування є основою ефективного функціонування підприємства торгівлі та передумовою оптимізації затрат звичайної діяльності. Доведено, що підприємства торгівлі мають певні особливості діяльності, які необхідно враховувати при побудові моделі бюджетування затрат. У статті було надано позитивну оцінку перспектив впровадження бюджетування в управлінські системи торговельних підприємств, адже найцінніше, що дає підприємству бюджетування — це координація всіх сторін діяльності на досягнення кінцевого результату і, як наслідок, підвищення ефектив-

ності та фінансової стійкості. Обґрунтовано необхідність врахування системою бюджетування стратегічних цілей підприємства та об'єднання торгівлі, що забезпечується за допомогою новітнього підходу, який полягає в інтеграції бюджетування з системою збалансованих показників (забезпечує системність врахування показників, які відображають стратегію розвитку підприємства) та системою менеджменту якості (забезпечує врахування таких напрямків стимулюючого впливу на господарську систему: відповідальність керівництва; загальне керівництво ресурсами; реалізація товарів; вимірювання, аналіз, покращення). Доведено, що підприємства торгівлі мають певні особливості діяльності, які необхідно враховувати при побудові моделі бюджетування затрат.

### **Література**

1. Бюджетний Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (Редакція станом на 11.08.2013) / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К.: Парлам.
2. *Голов С. Ф.* Управленческий бухгалтерський учет. — К., 1998. — 377 с.
3. П(С)БО 16 «Витрати» від 19.01.2000 № 27/4248 (Редакція станом на 09.08.2013) / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К.: Парлам.
4. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К.: Парлам.
5. *Беляев С. Г.* Теория и практика антикризисного управления / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. — М.: Закон и право, 1996. — 339 с.
6. *Терещенко О. О.* Фінансова санація та банкрутство підприємства: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2000. — 412 с.
7. *Chandler A. D.* Strategy and Structure. — Boston, 1961. — 351 с.
8. *Chandler A. D.* Strategy and Structure Cambridge (MASS). 1962. — 512 с.
9. *Нападовська Л. В.* Управлінський облік: Навч. посіб. — К.: КНТЕУ, 2010.
10. [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)
11. [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

### **Reference**

1. Byudjetnyy kodeks Ukrainy vid 08.07.2010 № 2456-VI (Redakciya stanom na 11.08.2013)/ Verhovna Rada Ukrainy. — Ofic. vud.- K.: Parlam.
2. *Golov S. F.* Upravlencheskiy buhgalterskiy uchet. — K., 1998. — 377 s.
3. P(S)BO 16 «Vutraty» vid 19.01.2000 № 27/4248(Redakciya stanom na 09.08.2013) / Verhovna Rada Ukrainy. — Ofic. vud. — K.: Parlam.

4. Podatkovyuy kodeks Ukrainu vid 02.12.2010 p № 2755-VI / Verhovna Rada Ukrainu. — Ofic. vud. — K.: Parlam.
5. Teoriya i praktika antikrizisnogo upravleniya / Pod red. S.G. Belaeva i V.I. Koshkina. — M. :Zakon i Pravo, 1996. -339 s.
6. *Tereshenko O. O.* Finansova sanaciya ta bankrutstvo pidpruemstva: Navch. posib. — K.: KNEU, 2000. — 412 s.
7. *Chandler A. D.* Strategy and Structure. — Boston, 1961. — 351 c.
8. *Chandler A. D.* Strategy and Structure Cambridge (MASS). 1962. — 512 c.
9. *Napadovska L. B.* Upravlinskiy oblik: Navch.posib. — K. : KNTEU, 2010
10. [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)
11. [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

Стаття надійшла до редакції 04.06.2013 р.

УДК 657.471:006.3/8

**Строй Т. А.,**  
аспірантка кафедри бухгалтерського обліку

## **ГАРМОНІЗАЦІЯ ВИМОГ НАЦІОНАЛЬНИХ І МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ МАЙБУТНІХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ**

**T. Stroy,**  
PhD program's student of accounting department

### **HARMONIZATION OF THE REQUIREMENTS OF NATIONAL AND INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARTS OF PROVISIONS FOR LIABILITIES AND CHARGES**

АНОТАЦІЯ. У роботі відображено основні аспекти формування і управління забезпеченнями майбутніх витрат і платежів відповідно до національної та міжнародної практики. Розглянуто відмінності національної та міжнародної системи обліку у контексті забезпечень майбутніх витрат. Запропоновано шляхи гармонізації формування забезпечень відповідно до вимог міжнародних стандартів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: зобов'язання, забезпечення, майбутні події, невідомість, стандарти обліку.

ANNOTATION. The paper reflects the main aspects of formation and operation of provisions for liabilities and charges in accordance with national and international practice. Considered differences between national and international accounting systems in the context of provisions for liabilities. Article proposed the ways of harmonizing the formation of provisions for liabilities in accordance with international standards.

KEYWORDS: Obligation, provisions for liabilities and charges, future events, uncertainty, accounting standards.

**Постановка проблеми.** Забезпечення сприяють достовірному відображенню в бухгалтерській звітності майнового і фінансового положення організації з урахуванням невизначеності щодо подій та умов, які можуть істотно вплинути на прийняття рішень зацікавленими користувачами. Облік забезпечень майбутніх витрат і платежів повинен бути побудований ефективно, з метою відображення інформативної, справедливої та прозорої інформації, її розкриттю у фінансовій звітності. Однак, між Міжнародними стандартами фінансової звітності та Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку існують деякі відмінності, що може призвести до суттєвих розходжень між фінансовими звітами, складеними за міжнародними і національними стандартами. Відмінність у методах обліку та оцінюванні забезпечень майбутніх витрат і платежів може мати неоднозначний вплив на фінансову звітність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань формування забезпечень майбутніх витрат і платежів підприємств відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності приділили значну увагу вітчизняні вчені. Зокрема, С. Ф. Голов [1] зазначає, що П(С)БО 11 «Зобов'язання» містить лише окремі положення МСБО 37 «Забезпечення, непередбачувані зобов'язання і непередбачувані активи». Крім того, П(С)БО 11 не містить положень щодо непередбачених активів і детальних пояснень щодо визнання і оцінки забезпечень. М. О. Козлова [2] приділила увагу таким питанням, як життєвий цикл резерву, принципи обліку, що застосовуються при формуванні резервів, процес облікового резервування як забезпечуючий бізнес-процес. Щодо гармонізації обліку з міжнародними стандартами, то, на думку Л. П. Нищенко [3], «гармонізація бухгалтерського обліку — це процес конструктивного зближення світових облікових систем шляхом узгодження і доповнення чинних вітчизняних стандартів бухгалтерського обліку, фінансової звітності, податкового законодавства з метою виходу на світові ринки капіталу». В. С. Терещенко [4] вважає, що визна-

чення забезпечень, застосовуване в нормативній базі України, не враховує їх резервну природу. У контексті впливу світової практики на розвиток вітчизняної науки врахована думка зарубіжних науковців. Зокрема П. Атрілл [5] стверджує, що облік забезпечень досі потребує вивчення із врахуванням потреб груп користувачів облікової інформації та варіантів її представлення. Е. Херст [6] дослідив вплив зміни створюваних забезпечень на фінансову звітність підприємства, наголосивши при цьому, що така інформація безпосередньо впливає на прийняття правильних рішень.

Однак, не зважаючи на наявні досягнення, враховуючи зміни у законодавстві, існують труднощі, з якими стикаються бухгалтери-практики при розрахунку розміру забезпечень під майбутні можливі витрати та підготовці консолідованої звітності згідно Міжнародних стандартів фінансової звітності. Враховуючи вищенаведені обставини, можна дійти висновку, що тематика статті є актуальною.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є здійснення порівняння теоретико-практичних питань щодо обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів згідно чинних національних і міжнародних стандартів фінансового обліку й розробка рекомендацій відносно удосконалення їх застосування в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про забезпечення майбутніх витрат і платежів та її розкриття у фінансовій звітності містяться у національному Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» (далі П(С)БО 11) [7] і Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» (далі МСБО 37) [8]. Визначення поняття «забезпечення» у даних стандартах тотожні. Так, забезпечення — це зобов'язання з невизначеним строком або сумою.

Зазначимо, що МСБО 37 містить інформацію про взаємозв'язок забезпечень і умовних зобов'язань підприємства. Зокрема, у п. 12—13 наголошується, що термін «умовне зобов'язання» застосовується до зобов'язань, які не відповідають критеріям визнання їх як забезпечень [8]. Тобто, забезпечення визнаються як зобов'язання (якщо припустити, що їх можна достовірно оцінити), оскільки вони є існуючим зобов'язанням і ймовірно, що погашення цього зобов'язання вимагатиме вибуття ресурсів, котрі втілюють у собі економічні вигоди. Таким чином, п. 13,б наголошує, що умовні зобов'язання не визнаються як зобов'язання,

тому що вони є або можливими зобов'язаннями, які ще необхідно підтвердити, чи має суб'єкт господарювання існуюче зобов'язання, що може спричинити вибуття ресурсів, що втілюють у собі економічні вигоди, або існуючим зобов'язанням, для якого відсутнє імовірність вибуття ресурсів або сума зобов'язання не може бути оцінена з достатньою достовірністю.

При формуванні забезпечень майбутніх витрат і платежів необхідно чітко знати, в яких випадках його можна визнавати. Що стосується цього, то національний і міжнародний стандарти дотримуються єдиних підходів. Так, забезпечення необхідно визнавати, якщо виконуються такі умови:

- існує зобов'язання, що виникло внаслідок минулих подій;
- для і виконання зобов'язання буде необхідним вибуття ресурсів, які втілюють у собі економічні вигоди;
- суму такого зобов'язання можна достовірно оцінити [7; 8].

Для уникнення непорозумінь МСБО 37 наголошує, що лише ті зобов'язання, які виникають внаслідок минулих подій, незалежних від майбутніх дій суб'єкта господарювання, визнаються як забезпечення.

Оскільки забезпечення за своєю природою є найбільш невизначеними, ніж більшість інших статей звіту про фінансовий стан, МСБО 37 дозволяє застосовувати наближену оцінку забезпечень, однак якщо вона не зменшує їхню достовірність. Відповідно до п. 36 МСБО 37 сума забезпечень повинна бути найкращою оцінкою видатків, необхідних для їх погашення на кінець звітного періоду. Найчастіше використовується метод «очікуваної вартості», що передбачає зважування всіх можливих результатів за пов'язаними з ними ймовірностями [8].

П(С)БО 11 визначає суму забезпечень за облікову оцінкою ресурсів, необхідних для погашення відповідного зобов'язання на дату балансу. Довгострокові забезпечення визнаються у сумі їх теперішньої вартості, а для обтяжливих контрактів — у сумі неминучих витрат, пов'язаних з його виконанням підприємством [7]. Таким чином, МСБО 37 містить ширший понятійний апарат у питанні оцінки забезпечень.

Не можна не згадати, що у МСБО 37 значну увагу приділено інформації, що стосується впливу ризиків і майбутніх подій на суму створюваних забезпечень. Зокрема, відповідно до п. 42 МСБО 37 для отримання найкращої оцінки забезпечення слід враховувати ризики та невизначеності, які неминуче пов'язані з багатьма подіями та обставинами [8]. Варто обачно здійснювати судження за невизначених умов, щоб не завищити дохід чи акти-

ви і не занижити витрати чи зобов'язання. Проте невизначеність не виправдовує створення надмірних забезпечень або навмисного завищення зобов'язань.

Принцип використання створених забезпечень у стандартах тотожне лише для тих видатків, для яких це забезпечення було створено з самого початку. Забороняється визнавати забезпечення для покриття майбутніх операційних збитків від діяльності підприємства. Забезпечення слід переглядати на кожну дату балансу та коригувати для відображення поточної найкращої оцінки. За П(С)БО 11 суми створених забезпечень визнаються витратами, тоді як МСБО 37 не забороняє і не вимагає капіталізації витрат, визнаних у момент створення забезпечення [7; 8].

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, порівняльний аналіз вимог національних і міжнародних стандартів щодо обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів дозволяє зробити такі висновки. Визначення поняття «забезпечення», критерії його визнання, мета створення та використання є тотожними. Однак, розділ МСБО 37, присвячений забезпеченням, на відміну від ПСБО 11, містить суттєво ширший діапазон необхідної та важливої інформації, якою варто керуватися при формуванні, оцінці, визнанні та відображенні забезпечень у бухгалтерському обліку. Крім того, положення міжнародного стандарту містять нові терміни та поняття, що є важливими для розрізнення забезпечень від інших зобов'язань. Таким чином, бажано удосконалити пункти П(С)БО 11 і розширювати методичні рекомендації бухгалтерського обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів у рамках програми наближення системи бухгалтерського обліку до вимог міжнародних стандартів.

### **Література**

1. *Голов С. Ф.* Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: монографія [Текст] / С. Ф. Голов. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 522 с.
2. *Козлова О. М.* Резервна система підприємства: поняття, необхідність, значення, функції та обліковий аспект / О.М. Козлова // Вісник ЖДТУ. — 2005. — № 1 (31). — С. 97—104.
3. *Нищенко Л. П.* Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з міжнародними стандартами: дис. канд. екон. на-

ук: 08.00.09 [Текст] / Л. П. Нищенко. — К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2008.

4. *Терещенко В. С.* Бухгалтерський облік забезпечень майбутніх витрат і платежів: теорія та методика: дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / В. С. Терещенко. — К., 2008.

5. *Атрілл П.* Фінансовий облік для прийняття рішень / П. Атрілл та Е. Маклейн. — 6-те вид. 1. Облік. 2. Прийняття рішень. Е. Майклейн. HF5636.A884 2010. [in English].

6. *Херст Е.* Випадки у фінансовій звітності. — Видавництво: Кембриджське бізнес-видання, 2009. [in English].

7. П(С)БО 11 «Зобов'язання». [Електронний ресурс]. Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00

8. МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» [Електронний ресурс]. Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929\_051

## Reference

1. *Golov S.* Accounting in Ukraine: analysis of the status and prospects of development: monograph [Text] / S. Golov. — K.: Centre of studying literature, 2007. — 522 p. [in Ukrainian]

2. *Kozlova O.* Reserve system of enterprise: concept, need, importance, functions and accounting aspect / O. Kozlova // Herald of GSTU. — 2005. — #1 (31). — P. 97—104. [in Ukrainian]

3. *Nishenko L.* Harmonization of the accounting and financial reporting of Ukraine in accordance with international standards: PhD Thesis: 08.00.09 [Text] / L. Nishenko / K. : Kyiv national University in the name of Taras Shevchenko, 2008. [in Ukrainian]

4. *Tereschenko V.* Accounting of provisions for liabilities and charges: theory and practice: PhD Thesis: 08.00.09 / V. Tereschenko. — K., 2008. [in Ukrainian]

5. *Atrill Peter.* Financial accounting for decision makers / Peter Atrill and Eddie McLaney. — 6th ed.p. 1. Accounting. 2. Decision making. I. McLaney, E. J. II. Title. HF5636.A884 2010.

6. *Hirst E.* Cases in Financial Reporting. — Publisher: Cambridge Business Publishers, — 2009.

7. NAS 11 «Obligations». [Available in electronically]. Access mode: zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00 [in Ukrainian]

8. IAS 37 «Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets. [Available in electronically]. Access mode: zakon2.rada.gov.ua / laws/ show/ 929\_051 [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 02.04.2013 р.

**Кузмінська О. Е.**,  
професор кафедри  
обліку в кредитних і бюджетних установах  
та економічного аналізу,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **ВЕКТОРИ АНАЛІЗУ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА**

**O. Kuzminska**  
professor of department of account in credit and budgetary  
establishments and ekonomichnoho analysis,  
DVNZ KNEU to the name of Vadym Get'mana

## **VECTORS OF STATEMENT OF ENTERPRISE ANALYSIS**

**АНОТАЦІЯ:** Розглянуто загальні теоретичні підходи щодо аналізу фінансового звіту «Баланс», конкретизовано сутність поняття «фінансовий стан підприємства», уточнено мету, завдання та напрями аналізу балансу підприємства у сучасних умовах гармонізації вітчизняної облікової системи з МСФЗ.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** баланс, фінансова звітність, фінансовий стан, аналіз, підприємство, ліквідність, платоспроможність

**ANNOTATION:** General theoretical approaches are considered in relation to the analysis of financial statement «Balance», essence of concept «the financial state of enterprise» is specified, a purpose, task and directions of statement of enterprise analysis, is specified in the modern terms of harmonization of the domestic accounting system with IFRS.

**KEYWORDS:** balance, financial reporting, financial state, analysis, enterprise, liquidity, solvency

Розвиток системи економічних відносин в Україні в напрямі міжнародної інтеграції спонукає до введення в управлінську практику вітчизняних суб'єктів господарювання корпоративної соціальної відповідальності. Дана реорганізація управлінських систем передбачає використання ефективних інструментів і важелів управління, дієвість яких має підкріплюватись відповідною обліково-аналітичною інформацією про діяльність підприємств.

Значний обсяг такої інформації формується в процесі аналізу фінансової звітності, що вмотивовує необхідність розширення сфери його застосування в напрямі формування й аналітичного осмислення інформаційних потоків щодо фінансового стану, ефективності діяльності підприємства та його вартості.

На фоні динамічного розвитку процесів стандартизації обліку й аудиту в Україні, які підкріплені відповідною законодавчою базою, питання аналізу фінансової звітності суб'єктів господарювання залишаються поза увагою науковців.

Актуальність даного підходу обумовлюється необхідністю дослідження змін і тенденцій розвитку методики й організації аналізу фінансової звітності суб'єктів господарювання в Україні на сучасному етапі поглиблення економічних реформ у контексті наближення вітчизняної облікової системи до міжнародної практики. Необхідність розроблення інноваційної концепції аналізу фінансової звітності підприємства диктується сучасними процесами інтеграції економічних систем, поглибленням господарських взаємозв'язків суб'єктів господарювання.

Розв'язанню теоретичних і практичних питань складання та аналізу фінансової звітності присвячено значну кількість досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, питання методики й організації фінансового аналізу розкриваються в роботах О. Я. Базилінської [1], М. І. Баканова і А. Д. Шеремета [2], Ф. Ф. Бутинця [3], А. М. Герасимовича [4], В. В. Ковальова та Віт. В. Ковальова [5], В. О. Мец [11], Є. В. Мниха [6], В. Я. Поповича [7], Г. В. Савицької [8], Ю. С. Цал-Цалка [9], М. Г. Чумаченка [10, 11].

Утім, вивчення економічної літератури свідчить, що численні теоретичні і практичні питання аналізу фінансової звітності як наукового інструменту обґрунтування і прийняття соціально-відповідальних рішень зацікавленими сторонами бізнес-середовища залишаються не вирішеними. Необхідність вироблення інноваційних підходів до методики й організації аналізу фінансової звітності підприємства обумовлюється динамікою економічних перетворень, притаманних вітчизняній економіці, і подальшим реформуванням системи бухгалтерського обліку в напрямку гармонізації з міжнародними стандартами фінансової звітності. Наявні суперечності теоретичного і методологічного характеру національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку та міжнародних стандартів фінансової звітності, а також відсутність у фінансовій звітності показників соціальної діяльності суб'єктів господарювання знижують якість інформаційно-

го забезпечення соціально-відповідального управління суб'єктів господарювання. Неврегульованими залишаються питання аналізу фінансової звітності, теоретико-методичні положення якого нечітко обгрунтовані в науці, а методика характеризується альтернативністю способів обчислення важливих аналітичних показників і варіативністю їх трактування при оцінці ефективності господарської діяльності підприємства, що призводить до необ'єктивності та неадекватності результатів аналізу. Відсутність цілісної концепції формування фінансової звітності та аналітичної інтерпретації її показників чинить суттєві перешкоди інформаційному забезпеченню учасників економічних відносин в умовах розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Важливим компонентом аналізу фінансової звітності є аналіз фінансового стану за даними балансу. Саме за його результатами оцінюється якість господарської діяльності підприємства. Аналітичні дослідження балансу підприємства надають можливість оцінити його платоспроможність і ліквідність, рівень фінансової стійкості й ділової активності, обсяги і якість дебіторської та кредиторської заборгованості.

Результати критичної оцінки інформації із вітчизняних і зарубіжних фахових видань показали відсутність єдиного визначення поняття «фінансовий стан підприємства». О. Я. Базилінська характеризує фінансовий стан підприємства сукупністю показників, що дають можливість оцінити наявність, розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів [1, с. 40]. В. О. Мец стверджує, що фінансовий стан є показником фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами [10, с. 204]. Г. В. Савицька визначає фінансовий стан як здатність підприємства фінансувати свою діяльність, яка характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення й ефективністю використання, фінансовими відносинами з іншими юридичними і фізичними особами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю [8, с. 409]. А. Д. Шермет доводить, що фінансовий стан підприємства визначається розміщенням і використанням засобів (активів) і джерелами їх формування (власного капіталу і зобов'язань) [12, с. 45]. В. В. Ковальов і Віт. В. Ковальов пов'язують фінансовий стан підприємства з його економічним потенціалом, який складається з двох елементів: майнового і фінансового

потенціалу; майновий потенціал відображає інвестиційно-фінансовий аспект діяльності підприємства (майно та джерела його фінансування), а фінансовий потенціал характеризує економічну доцільність, результативність й ефективність використання майнового потенціалу [5, с. 226].

Наведені визначення дозволяють уточнити зміст поняття «фінансовий стан підприємства» — це спроможність підприємства забезпечити необхідний рівень фінансування господарської діяльності, що характеризується сукупністю показників наявності, розміщення і використання ресурсів підприємства та джерел їх фінансування. Також варто відзначити, що саме баланс слугує основним інформаційним джерелом аналізу фінансового стану підприємства за даними фінансової звітності.

Згідно положень вітчизняних і міжнародних облікових стандартів метою складання фінансової звітності є надання інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства, яка є корисною для широкого кола користувачів у прийнятті ними економічних рішень [13, 14], що дозволяє визначити мету аналізу фінансового стану підприємства — оцінити якість його господарської діяльності, забезпечити можливість прийняття зваженого управлінського рішення щодо фінансового стану користувачами звітної інформації, насамперед, зовнішніми: акціонерами, інвесторами, постачальниками, кредиторами, державними наглядовими органами а також надати інформацію для прогнозних розрахунків фінансового стану досліджуваного підприємства. Мета аналізу деталізується у його завданнях:

- проведення оцінки фінансового стану підприємства;
- виявлення тенденцій і закономірностей розвитку підприємства;
- визначення чинників негативного впливу на фінансовий стан підприємства;
- виявлення резервів оптимізації фінансового стану підприємства.

Оцінка інформації фахових джерел показала відсутність єдиних підходів щодо напрямів аналізу фінансового стану підприємства за даними фінансової звітності. Зокрема, О. Я. Базилінська називає напрями аналізу фінансового стану підприємства етапами аналізу і наводить такий їх перелік: аналіз ефективності управління активами підприємства, аналіз джерел формування капіталу підприємства, аналіз ліквідності, аналіз фінансової стійкості, аналіз ділової активності, аналіз рентабельності, ана-

ліз позиції підприємства на фінансовому ринку, визначення резервів підвищення ефективності діяльності підприємства [1, с. 40]. А. М. Герасимович виокремлює такі напрями аналізу фінансового стану, як оцінка фінансової стійкості, ділової активності, ліквідності й ефективності управління [4, с. 555]. В. О. Мец розглянула такі напрями аналізу фінансового стану, як аналіз активів і пасивів, аналіз ліквідності й платоспроможності, аналіз фінансової стабільності, аналіз оборотності оборотних коштів, аналіз руху коштів, аналіз дебіторської й кредиторської заборгованості, аналіз використання капіталу [11, с. 207]. Г. В. Савицька пропонує аналізувати фінансовий стан підприємства за такими напрямками: аналіз активів і пасивів, оцінка фінансової стійкості підприємства, аналіз ефективності й інтенсивності використання капіталу, оцінка ділової активності підприємства, оцінка виробничо-фінансового левеїджу, аналіз платоспроможності й кредитоспроможності підприємства, аналіз запасу фінансової стійкості підприємства (зони безпеки) [8, с. 447]. Ю. С. Цал-Цалко визначає такі напрями комплексного аналізу фінансового стану підприємства, як оцінка стану активів, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, ефективності діяльності та ринкової активності [9, с. 30]. А. Д. Шеремет називає напрями аналізу фінансового стану блоками аналізу, які охоплюють загальну оцінку фінансового стану та його змін, аналіз фінансової стійкості підприємства, аналіз ліквідності балансу, аналіз ділової активності й платоспроможності підприємства [12, с. 43]. В. В. Ковальов і Віт. В. Ковальов наголошують на необхідності проведення аналізу економічного потенціалу підприємства за такими напрямками: вертикальний і горизонтальний аналіз балансу, аналіз якісних зрушень у майновому потенціалі, оцінка ліквідності й платоспроможності, оцінка фінансової стабільності [5, с. 226]. Варто зазначити, що В. В. Ковальов і Віт. В. Ковальов рекомендують здійснювати аналіз ділової активності у процесі оцінки ефективності поточної діяльності, що традиційно є компонентом аналізу результативності діяльності підприємства за даними звіту про фінансові результати [5, с. 226]. Зважаючи на той факт, що ефективність поточної господарської діяльності підприємства пов'язана з тривалістю операційного циклу, залежною від оборотності коштів, втілених у різних видах активів (як правило, прискорення оборотності свідчить про підвищення ефективності поточної діяльності), і основні коефіцієнти, що характеризують ділову активність, розраховуються з використанням даних балансу, доці-

льно ділову активність підприємства аналізувати у процесі аналізу фінансового стану.

Проведене дослідження дозволяє уточнити перелік напрямів аналізу фінансового стану підприємства за даними балансу:

— загальний аналіз активів, зобов'язань і капіталу (елементів балансу);

— аналіз ліквідності й платоспроможності;

— аналіз ділової активності;

— аналіз фінансової стійкості;

— аналіз рентабельності.

Дослідження інформації фахових джерел щодо методів аналізу балансу показало, що до їх складу більшість науковців відносять методи горизонтального аналізу, вертикального аналізу і коефіцієнтного аналізу (О. Я. Базилінська [1, с. 9], В. О. Мец [11, с. 207], В. В. Ковальова і Віт. В. Ковальова [5, с. 227], Ю. С. Цал-Цалко [9, с. 38], А. Д. Шеремет [12, с. 6]). Слід зауважити, що О. Я. Базилінська [1, с. 9] та А. Д. Шеремет [12, с. 6], крім наведених методів, виокремлюють метод трендового аналізу. Сутність даного методу полягає у порівнянні кожної позиції балансу з аналогічними показниками попередніх періодів і визначення тренду, як основної тенденції динаміки зміни показника, що дозволяє розрахувати можливі значення показників у майбутньому і слугує інформаційною основою розроблення прогнозів. Варто підкреслити, що наведене визначення трендового аналізу відповідає змісту горизонтального аналізу, у процесі якого визначаються абсолютні і відносні зміни за різними статтями балансу за визначені періоди, тому виокремлювати трендовий аналіз не доцільно. Також відзначається певною дискусійністю можливість застосування факторного аналізу з метою оцінки фінансового стану підприємства (факторний аналіз віднесено до переліку методів аналізу фінансового стану у роботах О. Я. Базилінської [1, с. 9], В. О. Мец [11, с. 207], Ю. С. Цал-Цалко [9, с. 45], А. Д. Шеремета [12, с. 6]). Факторний аналіз традиційно застосовується для визначення причин змін абсолютних і відносних показників, а також для розрахунку впливу кількісних і якісних факторів на зміну аналізованого показника. М.Г. Чумаченко довів необхідність застосування підходу обережності щодо застосування факторного аналізу: «Традиційний підхід до економічного аналізу показників діяльності підприємства — максимальне поглиблення розрахунків впливу факторів і резервів ефективності» не враховує у якій мірі ці, здебільшого громіздкі, розрахунки вплинули на зростання ефективності виробництва [10, с. 18]. Отже, з метою ана-

лізу фінансового стану підприємства доцільно застосовувати методи:

- вертикального аналізу, зміст процедур якого зводиться до аналізу структури балансу (здійснюється розрахунок питомої ваги окремих статей у валюті балансу);

- горизонтального аналізу (у тому числі, трендового аналізу), технологічні операції якого охоплюють аналіз динаміки статей балансу за певні періоди часу, визначення абсолютних і відносних показників змін за статтями балансу та визначення тенденцій розвитку в часі (тренду) показників;

- коефіцієнтного аналізу, за допомогою якого встановлюються взаємозв'язки між показниками на основі розрахунку відношень між статтями балансу та/або іншими абсолютними показниками, які розкриваються у фінансовій звітності.

Результати проведеного дослідження векторів аналізу балансу підприємства узагальнено в табл. 1.

*Таблиця 1*

**ЗАГАЛЬНІ ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ  
БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА**

Концептуальні складові аналізу балансу підприємства	Зміст концептуальних складових аналізу балансу підприємства
<i>1</i>	<i>2</i>
Мета аналізу	Надати обґрунтовану характеристику фінансового стану підприємства як його спроможності забезпечити необхідний рівень фінансування господарської діяльності, що характеризується сукупністю показників наявності, розміщення і використання ресурсів підприємства та джерел їх фінансування; оцінити якість господарської діяльності; забезпечити можливість прийняття зваженого управлінського рішення щодо фінансового стану користувачами звітної інформації; надати інформацію для прогнозних розрахунків фінансового стану досліджуваного підприємства
Завдання аналізу	— Проведення оцінки фінансового стану підприємства; — Виявлення тенденцій і закономірностей розвитку підприємства; — Визначення чинників негативного впливу на фінансовий стан підприємства; — Виявлення резервів оптимізації фінансового стану підприємства

1	2
Напрями аналізу	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Загальний аналіз активів, зобов'язань і капіталу;</li> <li>— Аналіз ліквідності й платоспроможності;</li> <li>— Аналіз ділової активності;</li> <li>— Аналіз фінансової стійкості;</li> <li>— Аналіз рентабельності</li> </ul>
Методи	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Вертикального аналізу;</li> <li>— Горизонтального (трендового) аналізу;</li> <li>— Коефіцієнтного аналізу</li> </ul>

Дослідження концептуальних складових аналізу балансу підприємства може слугувати основою оновлення методики аналізу фінансової звітності суб'єктів господарювання та розроблення порядку його здійснення в умовах стандартизації національної облікової системи України. Необхідність інноваційних змін у методиці й організації аналізу фінансової звітності підтверджується результатами реформування системи обліку та державним курсом на запровадження міжнародних стандартів фінансової звітності у вітчизняну облікову практику.

### **Література**

1. *Базилінська О. Я.* Фінансовий аналіз: теорія та практика / О. Я. Базилінська. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 328 с.
2. *Баканов М. И., Мельник М. В., Шеремет А. Д.* Теория экономического анализа: Учебник / Под ред. М. И. Баканова. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 536 с.
3. *Бутинець Ф. Ф., Мних Є. В., Олійник О. В.* Економічний аналіз. Практикум: Навч. посіб. для студ. вузів / Ф. Ф. Бутинець, Є. В. Мних, О. В. Олійник. — Житомир: ЖІТІ, 2000. — 416 с.
4. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За заг. ред. А. М. Герасимовича. — К.: КНЕУ, 2005. — 599 с.
5. *Ковалев В. В., Ковалев Вит. В.* Финансовая отчетность и ее анализ (основы балансоведения): Учеб. пособие / В.В. Ковалев, Вит.В. Ковалев. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. — 432 с.
6. *Мних Є. В.* Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник / Є. В. Мних. — К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. — 514 с.
7. *Попович В. Я.* Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник / В. Я. Попович. — К.: Знання, 2008. — 630 с.

8. *Савицкая Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. — Мн.: ИП «Экоперспектива», 1997. — 498 с.
9. *Цал-Цалко Ю. С.* Финансовый анализ. Підручник / Ю. С. Цал-Цалко. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 566 с.
10. *Чумаченко М. Г.* Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства»: Наукова доповідь / М. Г. Чумаченко. — К.: КНЕУ, 2001. — 88 с.
11. *Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток, В. О. Мец; за заг. ред. академіка НАНУ, професора М. Г. Чумаченка.* — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.
12. *Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С.* Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 176 с.
13. П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// <http://www.rada.gov.ua>
14. Міжнародні стандарти фінансової звітності. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// <http://www.minfin.gov.ua>

## Reference

1. *Bazilins'ka O. Ya.* Finansovyy analiz: teoriya ta praktyka / O. Ya. Bazilins'ka. — К.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2011. — 328 s. [in English]
2. *Bakanov M. Y., Mel'nyk M. V., Sheremet A. D.* Teoriya ekonomycheskoho analiza: Uchebnyk / Pod red. M. Y. Bakanova. — М.: Fynansy y statystyka, 2005. — 536 s. [in Russian]
3. *Butynets' F. F., Mnykh Ye. V., Oliynyk O. V.* Ekonomichnyy analiz. Praktykum: Navch. posib. dlya stud. vuziv / F.F. Butynets', Ye.V. Mnykh, O.V. Oliynyk. — Zhytomyr: ZhITI, 2000. — 416 s. [in English]
4. *Analiz bankivs'koyi diyal'nosti: Pidruchnyk / A. M. Herasymovych, M. D. Alekseyenko, I. M. Parasiy-Verhunencko ta in.; Za zah.red. A. M. Herasymovycha.* — К.: КНЕУ, 2005. — 599 s. [in English]
5. *Kovalev V. V., Kovalev Vyt. V.* Fynansovaya otchetnost' y ee analiz (osnovy balansovedeniya): Ucheb. posobye / V. V. Kovalev, Vyt. V. Kovalev. — М.: ТК Velby, Yzd-vo Prospekt, 2004. — 432 s. [in Russian]
6. *Mnykh Ye. V.* Ekonomichnyy analiz diyal'nosti pidpryyemstva: Pidruchnyk / Ye. V. Mnykh. — К.: Kyivys'kyy natsional'nyy torhovel'no-ekonomichnyy universytet, 2008. — 514 s. [in English]
7. *Popovych V. Ya.* Ekonomichnyy analiz diyal'nosti sub»yektiv hospodaryuvannya: Pidruchnyk / V. Ya. Popovych. — К.: Znannya, 2008. — 630 s. [in English]
8. *Savytskaya H. V.* Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti predpryyatiya / H. V. Savytskaya. — Мн.: YP «Экоперспектыва», 1997. — 498 s. [in Russian]
9. *Tsal-Tsalko Yu.S.* Finansovyy analiz. Pidruchnyk / Yu.S. Tsal-Tsalko. — К.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2008. — 566 s. [in English]

10. *Chumachenko M. H.* Transformatsiya kursu «Ekonomichnyy analiz diyal'nosti pidpryyemstva»: Naukova dopovid' / M. H. Chumachenko. — K.:KNEU, 2001. — 88 s. [in English]

11. *Ekonomichnyy analiz: Navch. posibnyk* / M. A. Bolyukh, V. Z. Burchevs'kyy, M. I. Horbatok, V. O. Mets; za zah. red. akademika NANU, profesora M. H. Chumachenka. — K.: KNEU, 2001. — 540 s. [in English]

12. *Sheremet A. D., Sayfulyn R. S.* Metodyka fynansovoho analyza / A. D. Sheremet, R.S. Sayfulyn. — M.: YNFRA-M, 1996 — 176 s. [in English]

13. P(S)BO 1 «Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti». [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu:// <http://www.rada.gov.ua> [in English]

14. Mizhnarodni standarty finansovoyi zvitnosti. [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu:// <http://www.minfin.gov.ua> [in English]

Стаття надійшла до редакції 15.05.2013 р.

# СТАТИСТИКА

УДК 311:[336:664] - 048.78

**Вдовенко Ю. В.**,  
аспірантка кафедри економічної теорії  
та прикладної статистики

## **СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ РЕГІОНУ**

**Yu. V. Vdovenko**  
postgraduate of department of economic theory  
and applied statistic

### **STATISTICAL ANALYSIS OF THE FINANCIAL SUPPORT OF INNOVATION ACTIVITIES OF FOOD INDUSTRY IN THE REGION**

#### **АНОТАЦІЯ**

Проведено статистичний аналіз фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості Луганської області. Виявлено чинники, що впливають на розвиток інноваційних процесів у галузі. Запропоновано кластерну модель розвитку харчової промисловості регіону.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інноваційна діяльність, фінансування інноваційних проектів, інвестиції, стратегія кластерного розвитку.

#### **ANNOTATION.**

In this paper was carried out statistical analysis of the financial support of innovation activities of food industry enterprises of Lugansk region. Identified factors influencing the development of innovative processes in the industry. The cluster model was proposed in the food industry in the region.

**KEYWORDS:** innovation, funding of innovative projects, investment, strategy of cluster development.

**Вступ.** Світовий досвід підтверджує, що НТП (науково-технічний прогрес) є єдиною реальною основою ефективних соціально-економічних перетворень як на макро-, так і на мікрорівні. Проте сьогодні на багатьох підприємствах харчової промисловості спостерігається хронічна недооцінка наукової та

інноваційної діяльності, що призводить до застою в розвитку виробництва, втрати авторитету цієї галузі, тоді як харчова промисловість є дуже важливою для економіки України. Таким чином, велике значення має забезпечення інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості, що передбачає розв'язання фінансових проблем пов'язаних із залученням і використанням інвестицій.

Наукове вирішення проблем інвестиційного й інноваційного розвитку економіки досліджували зарубіжні науковці В. В. Бочаров, Є. В. Нагашев, Є. С. Стоянова, Ю. В. Яковець та ін. Проблемам інноваційного розвитку й інвестиційної привабливості присвятили багато праць відомі українські економісти: А. В. Ротар, Л. І. Федулова, В. М. Геєць, Т. В. Майорова; інноваційного розвитку харчової промисловості — Д. Ф. Крисанов, С. В. Петруха, Н. І. Жужукіна, О. І. Грицай; інноваційного розвитку регіону — С. Б. Колодинський, В. І. Колеснік. Але існує багато проблем пов'язаних з інвестиційно-інноваційною діяльністю, що потребують всебічного їх розв'язання.

**Постановка задачі.** Для стійкого розвитку галузей харчової промисловості регіону та й усієї країни в цілому потрібне істотне розширення інноваційної діяльності. Одним із важливих чинників впливу на її розвиток є достатнє фінансування інноваційних проектів і забезпечення їх результативності з урахуванням особливостей економічного розвитку регіону.

**Метою статті** є проведення статистичного аналізу сучасного стану фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості Луганської області та обґрунтування напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку галузі регіону.

**Результати дослідження.** Харчова промисловість займає особливе місце в АПК регіону. Стійкий розвиток цієї галузі має величезне соціальне значення. У Луганській області є унікальні природні передумови для високоефективного розвитку агропромислового комплексу завдяки наявності родючих земель і сприятливих агрокліматичних умов. Проте на сучасному етапі соціально-економічного розвитку відбувається занепад агропромислового виробництва. Сільське господарство регіону, як і всієї України, має низький технологічний рівень розвитку. Продуктивність праці у 1,3 разу нижче, ніж у Польщі, та у 4,3 разу — ніж у Франції. Як наслідок цього — низька якість і висока собівартість продукції, низький рівень розвитку виробничої і транспортної інфраструктури у сільській місцевості [2].

Розв'язання окреслених проблем потребує запровадження ефективних заходів органами державного управління із прискорення інноваційної діяльності. Оскільки впровадження інновацій є запорукою швидкого технічного й технологічного оновлення підприємства, зміцнення його конкурентних позицій. Рівень інноваційної активності підприємств харчової промисловості Луганської області характеризується часткою підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність у загальній кількості підприємств (рис. 1).

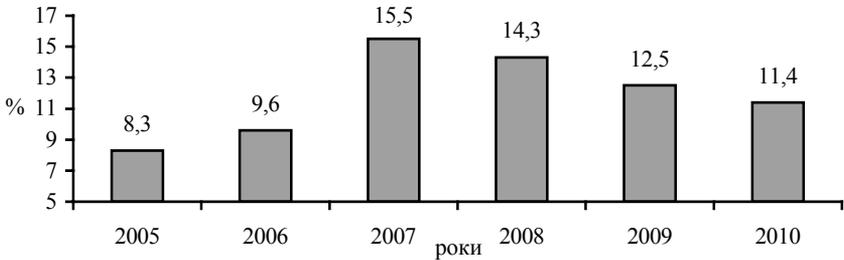


Рис. 1. Динаміка інноваційної активності підприємств харчової промисловості Луганської області за 2005—2010 рр. (складено автором за даними [6])

Вивчення інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості Луганської області протягом 2005—2010 рр. дозволяє виявити найзначущі тенденції. Так, протягом 2005—2007 рр. відбулося зростання інноваційної активності підприємств харчової промисловості на 7,2 %, але починаючи з 2008 року інноваційна активність підприємств почала знижуватися і в 2010 році становила 11,4 %.

Особливу увагу необхідно приділити питанню фінансування розвитку інновацій, яке в Луганській області, зокрема в харчовій промисловості, не здійснюється повною мірою. Джерела фінансування інноваційної діяльності наведено на рис. 2.

Головним джерелом фінансування інновацій у харчовій промисловості регіону залишаються власні кошти підприємств (рис. 3). Проте у 2008—2009 рр. майже 50 % ресурсів підприємства галузі отримали за рахунок кредитування комерційних банків. Ресурси залучені за рахунок видатків державного й місцевого бюджетів, включаючи цільові фонди, взагалі відсутні. Інноваційний розвиток підприємств не можливий без належного фінансування, тому потрібно значно збільшити обсяги фінансування. За даними Головного управління статистики у Луганській області за 2010 рік підприємств

ва харчової промисловості регіону зазнали збитків на суму 24983,7 тис. грн, а за 11 місяців 2011 р. — отримали збиток у сумі 10476,7 тис. грн. При цьому спостерігається негативна тенденція до збільшення частки збиткових підприємств: протягом січня — листопада 2011 року вона зросла до 53,7 % (у 2010-му — 40,0 %) [7].



Рис. 2. Джерела фінансування інновацій (складено автором за даними [10])

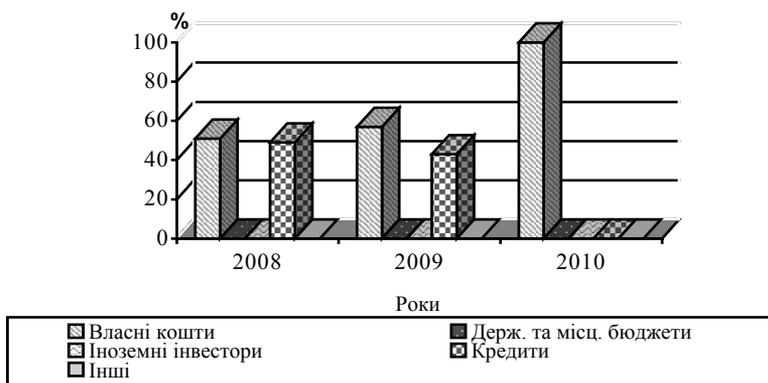


Рис. 3. Структура джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості у Луганській області за 2008—2010 рр. (складено автором за даними [5, 6])

Результати дослідження свідчать, що для близько 50 % підприємств харчової промисловості регіону використання прибутку для забезпечення інноваційної діяльності є неможливим. У цьому відношенні державна підтримка інноваційного розвитку підприємств є дуже важливою. З боку держави необхідно збільшити фінансування та стимулювати розробку й запровадження інноваційних проектів цієї галузі.

Оскільки у підприємств постійно виникають труднощі щодо нагромадження власних джерел формування як основних, так і оборотних засобів виробництва, важливим чинником забезпечення їх ефективної діяльності остається залучення додаткових фінансових ресурсів.

Інвестиції грають провідну роль у відтворенні виробничих ресурсів. В Україні цей термін ідентифікується з терміном «капітальні вкладення», що розглядаються як вклади у відтворення основних фондів (споруд, обладнання, транспортних засобів). Також інвестиції можуть спрямовуватися на поповнення обігових коштів, придбання нематеріальних активів (патентів, ліцензій, ноу-хау). На думку російських науковців «інновації — це душа інвестицій, без інновацій капітальні вкладення можуть виявитися неефективними чи навіть шкідливими, продовжуючи життя неконкурентоспроможним товарам» [3]. Роль інвестицій як рушійної сили розвитку підприємств проявляється в тому, що вони є могутнім стимулом для розвитку науково-технічного прогресу. Використання нової техніки і технологій сприяє зниженню витрат виробництва, збільшенню обсягу випуску продукції, поліпшення її якості та створює для підприємств значні переваги над конкурентами. Лише застосування високоефективної техніки та передових технологій дає змогу підприємствам виживати і розвиватися. Ігнорування технологічного прогресу неминуче призводить до економічного занепаду [4].

Сучасна криза української економіки призводить до необхідності залучення іноземних інвестицій. За даними Мінагрополітики, станом на 01.01.2012, починаючи з 1992 року, в агропромисловий комплекс України залучено 2879,1 млн дол. США прямих іноземних інвестицій (6 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку). З них 2065,7 млн дол. США вкладено у підприємства харчової та переробної промисловості та 813,4 млн дол. США у сільськогосподарські підприємства.

Основними інвесторами в харчову промисловість є Нідерланди (596,2 млн дол. США), Кіпр (481,5 млн дол. США), Швеція (220,9 млн дол. США), Великобританія (150,8 млн дол. США), Німеччина (67,5 млн дол. США), Франція (63,0 млн дол. США), Російська Федерація (57,3 млн дол. США) та США (52,2 млн дол. США).

Регіонами-лідерами по залученню іноземних інвестицій у галузі харчової промисловості є Київська (524,2 млн дол. США), Запорізька (151,7 млн дол. США), м. Київ (150,2 млн дол. США), Харківська (147,8 млн дол. США), Одеська (131,3 млн дол. США), Івано-Франківська (116,3 млн дол. США), Донецька (85,8 млн дол. США), Вінницька (64,8 млн дол. США) та Львівська області (63,2 млн дол. США) [9]. Дуже прикро, що Луганська область не потрапила в групу лідерів за кількістю залучених інвестицій у харчову промисловість.

За даними Луганської обласної адміністрації в економіку області за перше півріччя 2011 року іноземними інвесторами вкладено 80,8 млн дол. США прямих інвестиції. З країн ЄС надійшло 15,8 млн дол. США (19,6 % загального обсягу), з країн СНД — 7,5 млн дол. США (9,3 % загального обсягу), з інших країн світу — 57,5 млн дол. США (71,1 % загального обсягу). Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, що були направлені в область на 1 липня 2011 року, складав 713,4 млн дол. США, що на 12,5 млн дол. США більше обсягів інвестицій на початок 2011 року. Значні обсяги інвестицій вкладені в підприємства таких видів економічної діяльності, як хімічна та нафтохімічна промисловість, металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів, торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт, транспорт і зв'язок. А сільське господарство, харчова промисловість майже не викликають належного інтересу у іноземних інвесторів [8].

Як свідчать результати проведеного аналізу актуальними питаннями для розвитку харчової промисловості регіону залишаються: створення якісно нових умов інвестиційного клімату та залучення в інноваційний процес інвесторів. З метою забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості Луганської області пропонуємо створення галузевого кластеру.

Ефективна регіональна стратегія є каталізатором інноваційних процесів в регіоні. Нове покоління регіональних програм ЄС на 2007—2013 роки базується на регіональних кластерах.

Країни Європейського Союзу запроваджують кластерну політику конкурентоспроможності країни або регіону шляхом стимулювання розвитку національних, регіональних і локальних кластерів на основі використання індивідуального підходу щодо передумов і проблем формування окремих кластерів. Яскравим прикладом впровадження ефективної стратегії підвищення конкурентоспроможності на основі кластерів можуть слугувати скандинавські країни, такі як Фінляндія, Швеція, Данія. Фінляндія вже понад десять років є одним з лідерів міжнародної конкурентоспроможності. В країні була обрана стратегія кластерного розвитку, галузеві кластери були обрані як ключовий елемент економіки країни. За програмою Уряду, в країні було сформовано 5 «мегакластерів», що були сформовані на базі конкурентоспроможних галузей економіки країни, у тому числі і харчової промисловості [11].

В Україні перспективним державним проектом є розроблена в 2009 році Державним агентством з інвестицій та інновацій схема створення національних інноваційних кластерів відповідно до інноваційних пріоритетів держави. Згідно з цією схемою у Київській області був утворений кластер «Нові продукти харчування» [1]. Формування подібного кластеру в харчовій промисловості Луганської області приведе до прискорення обороту капіталу, підвищить ефективність використання виробничих потужностей галузі. В результаті цього інвестиційна привабливість галузі зросте та приведе до залучення додаткового капіталу. Таким чином, основний фактор, що стримує інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості регіону буде «переможений».

**Висновки.** Харчова промисловість Луганської області займає особливе місце в АПК регіону. Однак на сучасному етапі соціально-економічного розвитку відбувається занепад агропромислового виробництва. Сільське господарство регіону, має низький технологічний рівень розвитку. Розв'язання окреслених проблем потребує запровадження заходів із прискорення інноваційного розвитку.

Вивчення інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості регіону протягом 2005—2010 рр. свідчить, що починаючи з 2008 року інноваційна активність підприємств знизилась і у 2010 році склала 11,4 %.

Важливим чинником, що впливає на інноваційний розвиток харчової промисловості регіону є достатнє фінансування інноваційних проектів, яке не здійснюється належною мірою. Головним

джерелом фінансування інновацій у харчовій промисловості регіону залишаються власні кошти підприємств, однак близько 50 % підприємств харчової промисловості регіону використати прибуток для забезпечення інноваційної діяльності не мають можливості.

З метою підвищення інноваційної активності підприємств харчової промисловості Луганської області пропонуємо з боку держави збільшити фінансування та стимулювати розробку й запровадження інноваційних проектів цієї галузі. Підтримати пропозиції щодо створення кластеру в цій галузі, а це приведе до залучення інвестиційних ресурсів, які так необхідні для стійкого розвитку харчової промисловості регіону.

### **Література**

1. *Захарін С. В.* Маркетингові можливості залучення інвестицій у розвиток технологічних кластерів [Електронний ресурс] / С. В. Захарін. — 2010 р. — Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11952/1/103.pdf>

2. *Кириченко О. А.* Концептуальні засади формування і реалізації національних аграрних інноваційних програм / О. А. Кириченко, Ю. І. Вигівська // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 9(123). — С. 93—103.

3. *Кузык Б. Н.* Россия — 2050: стратегия инновационного прорыва / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковець. — 2-ге изд., доп. — М.: ЗАО «Изд-во» «Экономика», 2005. — 382 с.

4. *Лищинський М. П.* Формування інвестиційної привабливості аграрних корпорацій України // Формування ринкових відносин в Україні. — 2012. — № 1. — С. 61—68.

5. Наукова та інноваційна діяльність в Луганській області: [стат. зб.] / [за ред. Т.П. Браги]. — Луганськ: Головне управління статистики у Луганській області. Держкомстат України, 2010. — 133 с.

6. Наукова та інноваційна діяльність в Луганській області: [стат. зб.] / [за ред. Т.П. Браги]. — Луганськ: Головне управління статистики у Луганській області. Держкомстат України, 2011. — 94 с.

7. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Луганській області. — Режим доступу: [http://lg.ukrstat.gov.ua/sinf/nauiniv/nauiniv0410\\_5.php](http://lg.ukrstat.gov.ua/sinf/nauiniv/nauiniv0410_5.php)

8. Офіційний сайт Луганської облдержадміністрації: [www.loga.gov.ua](http://www.loga.gov.ua)

9. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики [електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.minagro.gov.ua](http://www.minagro.gov.ua)

10. *Поддєрьогін А. М.* Інновації та їх фінансове забезпечення в харчовій промисловості України / А. М. Поддєрьогін, А. В. Корнилюк // *Фінанси України*. — 2009. — № 11. — С. 94—100.

11. *Рибак Ю. В.* Стратегія підвищення міжнародної конкурентоспроможності регіонів // *Формування ринкових відносин в Українію* — 2011. — № 1 (116). — С. 192—199.

## Reference

1. *Zakharin S. V.* (2010). Marketynhovi mozhlyvosti zaluchennia investysii u rozvytok tekhnolohichnykh klasteriv [Marketing opportunities to attract investments in the development of technology clusters] — Retrieved from : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11952/1/103.pdf> [in Ukrainian].

2. *Kyrychenko O.A. & Vyhivska Yu.I.* (2011). Kontseptualni zasady formuvannia i realizatsii natsionalnykh ahrarnykh innovatsiinykh proham [The conceptual basis for the formation and implementation of national agricultural innovation programs]. *Aktualni problemy ekonomiky* — Actual Problems of Economics. — № 9(123). — P. 93—103 [in Ukrainian].

3. *Kuzyik B. N. & Yakovets Yu. V.* (2005). Rossiya — 2050: strategiia innovatsionnogo pryoryva [Russia — 2050: a strategy for an innovative breakthrough]. — Moskva: ZAO «Izdatelstvo» «Ekonomika» [in Russian].

4. *Lishchynskiyi M. P.* (2012). Formuvannia investysiiinoi pryvablyvosti ahrarnykh korporatsii Ukrainy [Formation of investment attractiveness of Ukraine agricultural corporations] // *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. — Formation of Market Relations in Ukraine. — № 1. — P. 61—68 [in Ukrainian].

5. *Braha T. P.* (Eds.). (2010). Naukova ta innovatsiina diialnist v Luhanskii oblasti: statystychnyi zbirnyk [Research and Innovation in Lugansk Oblast: statistical yearbook]. — Luhansk: Holovne upravlinnia statystyky u Luhanskii oblasti. Derzhkomstat Ukrainy [in Ukrainian].

6. *Braha T. P.* (Eds.). (2011). Naukova ta innovatsiina diialnist v Luhanskii oblasti: statystychnyi zbirnyk [Research and Innovation in Lugansk Oblast: statistical yearbook]. Luhansk: Holovne upravlinnia statystyky u Luhanskii oblasti. Derzhkomstat Ukrainy [in Ukrainian].

7. Ofitsiinyi veb-sait Holovnoho upravlinnia statystyky u Luhanskii oblasti [The official website of the Central Statistical Office in Luhansk region]. [lg.ukrstat.gov.ua](http://lg.ukrstat.gov.ua) — Retrieved fom : [http://lg.ukrstat.gov.ua/sinf/nauinv/nauinv0410\\_5.php](http://lg.ukrstat.gov.ua/sinf/nauinv/nauinv0410_5.php) [in Ukrainian].

8. Ofitsiynyi sait Luhanskoï oblderzhadministratsii [Official Site Lugansk Regional State Administration]. loga.gov.ua. Retrieved from : <http://www.loga.gov.ua> [in Ukrainian].

9. Ofitsiynyi sait Ministerstva aharnoi polityky [Official site of the Ministry of Agriculture]. minagro.gov.ua. Retrieved from: <http://www.minagro.gov.ua> [in Ukrainian].

10. *Poddierohin A. M. & Kornyluk A. V.* (2009). Innovatsii ta yikh finansove zabezpechennia v kharchovii promyslovosti Ukrainy [Innovations and their financial security in the food industry in Ukraine] // *Finansy Ukrainy — Finance Ukraine.* — № 11. — P. 94—100 [in Ukrainian].

11. *Rybak Yu. V.* (2011). Stratehiia pidvyshchennia mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti rehioniv [The strategy of increasing the international competitiveness of regions] // *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukrainiiu — Formation of Market Relations in Ukraine.* — № 1 (116). — P. 192—199 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 21.06.2013 р.

УДК

**Бараник З. П.,**

д.е.н., професор кафедри статистики

**Петухова О. А.,**

старший викладач кафедри статистики  
Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана

## **СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ**

**Baranik Z.P.**

professor of the Department of Statistics

**Petyhova O.A.**

senior Lecturer, Department of Statistics  
SHEE «KNEU named after Vadym Hetman»

## **STATISTICAL ANALYSIS OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE: A GENDER PERSPECTIVE**

АНОТАЦІЯ. В статті представлено результати статистичного аналізу ринку праці України у 2013 році. Розглянуто його гендерний аспект: зайнятість, безробіття, оплата праці. Обґрунтовано необхідність вирішення цієї проблеми, оскільки Україна буде сучасну соціальну модель розвитку суспільства.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ринок праці, гендер, нерівність, чоловіки, жінки, соціальна модель.

**ABSTRACT.** The article presents the results of statistical analysis of labor market in Ukraine in 2013. It outlines the gender perspective: employment, unemployment, wages. It stresses the necessity of solving this problem, because Ukraine is building a modern social model of society.

**KEYWORDS:** labor market, gender, inequality, men, women, social model.

Сучасна соціальна модель суспільства передбачає наявність ефективних державних соціальних інститутів і обмеження нерівності. В країнах світу існують великі розбіжності в соціальних системах, рівнях соціального розшарування та деяких інших сферах.

Одним з ключових критеріїв соціальної справедливості є міцна соціальна система, яка значною мірою забезпечує ефективний захист усім громадянам і більш за все найуразливішим верствам суспільства.

В основі сучасної соціальної моделі лежить велика кількість постулатів, але в першу чергу це стосується нерівності, яка загрожує соціальній справедливості. На особливу увагу заслуговує гендерна нерівність.

У Законі України «Про забезпечення рівня прав та можливостей жінок і чоловіків» передбачено рівні можливості обох статей по відношенню до праці та одержання винагороди за неї. Гендерна рівність до праці, особливо, до оплати праці, представляє собою процес справедливого відношення до жінок і чоловіків. Для забезпечення справедливості, особливо на ринку праці, країна повинна виключити будь-яку дискримінацію у сфері праці по відношенню до жінок.

Основною причиною збереження гендерної нерівності в Україні, що, відповідно, враховується при оцінці людського розвитку є, в першу чергу, — відмінності в економічних можливостях чоловіків та жінок. Так, показники освіти не мають суттєвих відмінностей за статтю, а якщо брати до уваги показники тривалості життя, то різниця на користь жінок, тому істотним фактором гендерної нерівномірності у суспільстві є відмінності у заробітній платі жінок та чоловіків. Все це доводить необхідність ґрунтовного аналізу ситуації на ринку праці України, визначення основних елементів гендерної нерівномірності в економічній сфері та розробці стратегічних напрямів її подолання.

Вивченням гендерних нерівностей на ринку праці займаються видатні українські та зарубіжні вчені, такі як В. Буланов, Н. Влащенко, Л. Віноградова, М. Волгін, І. Калачова, Е. Лібанова, О. Палій, В. Онікієнко та інші. Вони розглядають економічні, соціальні та політичні наслідки нерівноправного становища жінок в країні, висвітлюють та аналізують існуючі гендерні відмінності на ринку праці.

Стаття 24 Конституції України, Стаття 2—1 Кодексу законів про працю України, Закон «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» передбачають заборону дискримінації за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками. Не зважаючи на дію цих законів, в Україні до сих пір присутня дискримінація жінок на ринку праці, і в першу чергу це стосується процесів працевлаштування та звільнення, оплати праці, підвищення конкурентоспроможності, тощо.

За даними Державної служби статистики України у 2013 році кількість зайнятого населення у віці 15—70 років, у порівнянні з відповідним періодом 2012 року, збільшилася на 49,8 тис. осіб та становила 20,4 млн осіб, у тому числі 10,6 млн. осіб склали чоловіки, а 9,8 млн осіб — жінки.

Рівень зайнятості зріс як серед чоловіків, так і серед жінок: серед чоловіків — з 65,2 % у 2012 році до 65,9 % у 2013 році, серед жінок — з 54,8 % до 55,3 % економічно-активного населення.

Починаючи з 2009 року питома вага жінок у загальній чисельності зайнятого населення зменшується (з 49,4 % у 2009 році до 48,3 % у 2013 році).

В середньому за 2013 рік рівень безробіття серед чоловіків становив 8,0 % економічно-активного населення (у 2012 році — 8,5 %). Серед жінок цей показник знизився з 6,4 % до 6,2 % економічно-активного населення. Питома вага жінок у загальній чисельності безробітного населення в останні роки зростає. Так, у 2013 році частка їх складала 41,4 % (у 2009 році — 40,2 %).

Жінкам, які звертаються до державної служби зайнятості, надаються всі послуги щодо сприяння у працевлаштуванні, передбачені законодавством, незалежно від статі.

У державній службі зайнятості протягом 2013 року було зареєстровано 1,5 млн безробітних, з яких жінки становили 52 %, або 796,5 тис. осіб.

Середньомісячна заробітна плата жінок у 2013 році складала 2866 грн, порівняно з чоловіками — 77,2 %. Співвідношення за-

робітної плати жінок і чоловіків за всіма видами економічної діяльності на користь останніх, виключення складає «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок», з них «музеїв та інших закладів культури». В цій галузі економіки заробітна плата жінок на 220 грн вища, ніж у чоловіків. Жіноча зайнятість традиційно переважає у видах діяльності з найнижчими рівнями середньої заробітної плати — наданні комунальних та індивідуальних послуг, діяльності готелів та ресторанів, освіти, охороні здоров'я та соціальному забезпеченні, у яких жінки становлять переважну частку (60—83 %) працівників.

Істотні відмінності у розмірі гендерного розриву в оплаті праці простежуються і в регіональному аспекті: якщо для західних областей характерні менші гендерні відмінності в рівні заробітної плати, то в більшості областей сходу середня заробітна плата жінок не перевищує 70 % чоловічого аналога.

На розмір заробітної плати впливає багато чинників, у тому числі умови праці. В Україні законодавство про працю забороняє використання праці жінок на важких та шкідливих роботах. А чоловіки, які працюють на таких виробництвах, отримують пільги і компенсації, що відповідно впливає на рівень їхньої оплати праці.

Слід зазначити, що справжній рівень гендерної нерівності в оплаті праці може виявити лише аналіз цього показника за професіями. Здійснення такого аналізу можливе після запровадження в статистичну практику спеціального обстеження та накопичення певних динамічних рядів даних.

Найбільше жінок, які мали статус беробітного зафіксовано в наступних видах економічної діяльності:

- сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство — 39,2 %;
- переробна промисловість — 19,7 %;
- оптова та роздрібна торгівля — 9,2 %;
- державне управління та оборона і обов'язкове соціальне страхування — 5,6 %;
- будівництво — 5,3 %;
- транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність — 4,4 %.

За направленням державної служби зайнятості у 2013 році отримали роботу 541,9 тис. безробітних, зокрема 253,3 тис. безробітних жінок та 288,6 тис. безробітних чоловіків. Рівень працевлаштування серед жінок становив — 32 %, серед чоловіків — 39 %. Серед регіонів найбільший рівень працевлаштування жінок

був в АР Крим, Запорізькій та Харківській областях, серед чоловіків — в Одеській, Харківській та Черкаській областях.

Серед зареєстрованих безробітних жінок кожна п'ята отримала роботу у торгівлі, у сільському господарстві — 16 %; у промисловості — 15 %, майже кожна десята — в охороні здоров'я та надання соціальної допомоги. Серед чоловіків третина працевлаштувалися у сільському господарстві, кожний п'ятий — у промисловості, 9 % — у торгівлі, 6 % — в освіті.

Як чоловікам, так і жінкам, державною службою зайнятості надаються профінформаційні й профконсультаційні послуги з питань вибору або зміни професії, з урахуванням потреб регіонального ринку праці, та подальшого працевлаштування. У центрах зайнятості розміщені уніфіковані інформаційні матеріали й комп'ютери вільного доступу для шукаючих роботу й роботодавців. Відповідно до Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків», інформація про вакансії не містить дискримінаційних вимог за віком і статтю.

Чисельність безробітних чоловіків, які отримували профорієнтаційні послуги у 2013 році, становила 713,4 тис. осіб, а жінок — 756,8 тис. безробітних.

Для підвищення конкурентоздатності на ринку праці у 2013 році до професійного навчання було залучено 217,0 тис. безробітних, зокрема 102,8 тис. жінок, та 114,2 тис. чоловіків. Рівень охоплення професійним навчанням становив 12,9 % та 15,4 %, відповідно.

З метою тимчасового працевлаштування та одержання матеріальної підтримки для незайнятих та безробітних громадян місцевими органами влади, разом із службою зайнятості, організовуються оплачувані громадські та інші роботи тимчасового характеру.

У 2013 році в них брали участь 230,6 тис. безробітних, з яких жінки становили 48,9 %, або 112,7 тисяч. Рівень залучення до громадських робіт серед жінок, становив 14,1 %, серед чоловіків — 15,9 %.

Для підтримання конкурентоспроможності осіб старше 45 років на ринку праці у січні-липні 2014 року ваучер на навчання та підвищення кваліфікації отримали 3,3 тис. осіб.

Станом на 1 серпня 2014 року, кількість зареєстрованих безробітних становила 433,5 тис. осіб, з них отримували допомогу по безробіттю 342,2 тис. осіб. Середній розмір допомоги по безробіттю у липні 2014 року становив 1201 грн.

Низький рівень розвитку сфери соціального забезпечення не дозволяє жінкам звільнитися з роботи й вести домашнє господарство, виховувати дітей. Українська система соціального забезпечення та страхування перебуває на етапі становлення, і жінки змушені працювати в суспільному виробництві, виконуючи одночасно функції матері та працівника.

Активізація підтримки державними та місцевими органами виконавчої влади зайнятості жінок повинна розглядатись як основний чинник оптимізації гендерних відмінностей на ринку праці України.

Проведення комплексного статистичного оцінювання рівня заробітної плати чоловіків і жінок дозволить органам державного управління та регулювання політикою зайнятості розробити активні заходи, спрямовані на покращення функціонування ринку праці, особливо, по відношенню до забезпечення гідного рівня життя як чоловіків, так і жінок, затвердження в суспільстві соціальної справедливості, «захист від дискримінації, зокрема за гендерною ознакою».

Результати проведеного статистичного оцінювання оплати праці жінок і чоловіків підкреслюють наявні гендерні відмінності на ринку праці України. Існуюча різниця між заробітками чоловіків і жінок є наслідком професійної сегрегації та прямої дискримінації (gender pay differential). Цей факт має особливе значення для формування поведінки жінок на ринку праці. Причому гендерні відмінності обмежують як попит, так і пропозицію жіночої робочої сили. Це відбувається за рахунок дії старих стереотипів поведінки чоловіків та жінок у суспільстві, які впливають не тільки на найманих працівників, а й на роботодавців, які під час наймання на роботу віддають перевагу чоловікам, оскільки будь-яку жінку вважають невиконувачем і нестабільним працівником.

### **Література**

1. Бараник З. П. Функціонування ринку праці: статистична оцінка. — К.: КНЕУ, 2007. — 370 с.
2. Курило І. О. Статистичне дослідження гендерних особливостей соціально-економічної структури населення // Статистика України. — 2005. — № 4. — С. 37—43.
3. Економічна активність населення України 2012: Стат. Збірник / Державна служба статистики України;
4. Економічна активність населення України 2012: Стат. Збірник / Державна служба статистики України.

5. Ринок праці України у 2012 році: Аналітично — статистичний збірник /Державний центр зайнятості Міністерства соціальної політики України.

6. Ринок праці України у 2013 році: Аналітично — статистичний збірник /Державний центр зайнятості Міністерства соціальної політики України.

Стаття надійшла до редакції 21.06.2013 р.

Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. 2013. Вип. 30. 1—296.

*Для нотаток*

*Для нотаток*

*Для нотаток*