



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№3(28)2015



**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**
04078, м. Київ,
вул. Білицька, 41/43
(044) 430 15 77, 353 42 42
info@kibit.edu.ua

РЕКТОР: ЯКОВЛЕВА Олена В'ячеславівна
— кандидат філософських наук, професор
РІК ЗАСНУВАННЯ — 1961
КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ РІВЕНЬ:
бакалавр, спеціаліст, магістр
РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ — III, IV

ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ

Відкрита у 2004 році.
Надає повний обсяг
послуг з бізнес-освіти.
Діють короткострокові
програми PDS, MBA.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АД № 034560
від 04.05.2012 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

БІЛОЦЕРКІВСЬКА ФІЛІЯ
09100, вул. Логінова, 39/2,
тел.: 8 (0446) 333 108;
8 (04463) 512 77
e-mail: info_bc@kibit.edu.ua

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Тарногородського, 46
тел.: 8 (0432) 69 32 62;
8 (0432) 63 06 77
e-mail: info_vn@kibit.edu.ua

ЖИТОМИРСЬКА ФІЛІЯ
10029, вул. Комерційна, 2а
тел.: 8 (0412) 44 84 07;
8 (0412) 48-24-50
e-mail: info_gt@kibit.edu.ua

ЗАПОРІЗЬКА ФІЛІЯ
69123, вул. 14 Жовтня, 15
тел.: 8 (061) 270 60 87;
8 (061) 277 00 81
e-mail: info_zp@kibit.edu.ua

ЛУГАНСЬКА ФІЛІЯ
91006, кв. Южний, СШ № 51
тел.: 8 (0642) 711 706;
8 (0642) 710 798
e-mail: info_lg@kibit.edu.ua

НІЖИНСЬКА ФІЛІЯ
16604, вул. Незалежності, 42
тел.: 8 (04631) 9 03 51/52;
8 (04631) 7 51 41
e-mail: info_ng@kibit.edu.ua

УМАНСЬКА ФІЛІЯ
20300, пров. К. Цеткін, 2
тел.: 8 (04744) 4 28 20;
8 (04744) 3 50 44
e-mail: info_ym@kibit.edu.ua

ФАКУЛЬТЕТИ:

■ МЕНЕДЖМЕНТУ ■ ЕКОНОМІКИ ■ ПСИХОЛОГІЇ

0306

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ:

менеджмент туристичної індустрії
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
менеджмент підприємницької діяльності
менеджмент промислових підприємств
менеджмент охорони праці

0305

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:

фінанси
облік і аудит

0301

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ:

психологія праці та управління
педагогічна психологія
клінічна психологія

ДРУГА ВИЩА ОСВІТА

за всіма напрямками

МАГІСТРАТУРА

за спеціальністю «фінанси»

МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА:

власні навчальні приміщення,
комп'ютерні класи, доступ до Інтернет,
бібліотека, читальний зал,
власна поліграфічна база

ПРОФЕСОРСЬКО- ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:

висококваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста, магістра державного зразка. Студенти проходять практику у державних та комерційних установах. Працює служба працевлаштування студентів. Здійснюються мовні та фахові стажування студентів за кордоном. На запрошення Інституту лекції читають професори з провідних Університетів Західної Європи. Ведеться підготовка до незалежного зовнішнього тестування з математики, української мови та літератури, історії України.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 3 (28)

Київ
Видавництво КІБІТ
2015

*Висловлюємо подяку президенту Київського інституту бізнесу та технологій
Яковлевій Ірині Іванівні за підтримку видання*

Наукові статі присвячені актуальним проблемам економіки, управління, інформаційних технологій, економічного аналізу сучасного стану України.

Вісник розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питанням розвитку економіки України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

ПАСТУХОВА В.В., *д-р. екон. наук – голова редколегії*
ЯКОВЛЕВА О.В., *канд. філос. наук, ректор КІБІТ*
ЯЗИНІНА Р.О., *канд. екон. наук, д-р. географ. наук – відповідальний секретар*
ВСТЧИНОВ І.А., *д-р. екон. наук*
МИХАЙЛОВ В.С., *д-р. екон. наук*
ШИНКАРУК Л.В., *д-р. екон. наук*
ГЕРАСИМОВИЧ А.М., *д-р. екон. наук*
КОНЧИН В.І., *канд. екон. наук*
СВЕРДАН М.М., *канд. екон. наук*
ЄНА О.В., *канд. екон. наук*
КОРОСТЕЛЬОВ В.А., *канд. екон. наук*

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора та кандидата з економічних наук, затвердженого постановою президії ВАК України від 10.11.2010 р. № 1-05/7 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №12

Відповідальний за випуск – **ЯЗИНІНА Р.О.**, *д-р географ. наук*

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 3 (28) 2015

Видається з 2004 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
В Держкомітеті телебачення і радіомовлення
серія КВ № 880 від 01.06.2004

Засновник: ПВНЗ “КІБІТ” ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою
Київського інституту Бізнесу та технологій
Протокол № 3 від 28 жовтня 2015 року

Тираж 500

Адреса редакції:

04078, м. Київ, Білицька 41/43

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ

04078, м. Київ, Білицька 41/43

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

УДК 631.152

АТАМАНЧУК Ю.М., к.п.н.,

ГУЗАР Б.С., к.е.н.,

ШУПИЛО О.В.

м. Умань

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто проблеми формування ринку консалтингових послуг в Україні та перспективи подальшого функціонування цієї ланки фінансового ринку.

Авторами за результатами дослідження запропоновано власне трактування категорії "консалтинг".

Ключові слова: консалтинг, управлінське консультування, фінансові послуги, фінансовий менеджмент, проблеми надання консалтингових послуг, споживачі консалтингових послуг.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы формирования рынка консалтинговых услуг в Украине и перспективы дальнейшего функционирования этого звена финансового рынка.

Авторами по результатам исследования предложено собственную трактовку категории "консалтинг".

Ключевые слова: консалтинг, управленческое консультирование, финансовые услуги, финансовый менеджмент, проблемы предоставления консалтинговых услуг, потребители консалтинговых услуг.

Abstract. In the article the problem of forming consulting services market in Ukraine and prospects of further operation of the parts of the financial market.

The authors of the study suggested the actual interpretation of the category "consulting".

Key words: consulting, management consulting, financial services, financial management, problems consulting services, consumers of consulting services.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Поява менеджмент-консалтингу спричинена досить високим рівнем управлінського досвіду, коли підприємств уже усвідомлює необхідність допомоги консультантів для підвищення свого конкурентного статусу та найоптимальнішого вирішення проблем, що виникають у процесі його роботи. Розвиток управлінського консультування пов'язаний, перш за все, з потребою швидкого впровадження в практику нових теоретичних досягнень у сфері управління, необхідних як для керівництва підприємства, так і для менеджерів.

Високопрофесійне соціальне та юридичне становище консультування в усьому світі свідчить про його важливість та наявність певної державної підтримки менеджмент-консалтингу. Консалтинг як синтез професійної та комерційної діяльності потребує визначення методології ведення процесу консультування та забезпечення прибутковості консультаційного бізнесу.

Становлення та розвиток ринку консалтингових послуг в Україні пов'язані із появою підприємництва та розгортанням кампанії з роздержавлення власності. Виникла потреба у створенні методичної бази приватизаційних заходів на підприємствах та обґрунтуванні безлічі бізнес-планів з метою отримання інвестиційних коштів. Спочатку задоволення попиту на ці послуги взяли на себе консультаційні підрозділи

банків та організацій, що отримали право консультувати з питань приватизації. Однак з розвитком ринку товарів попит на консалтингові послуги в Україні зазнає суттєвих змін. Поступове надбання вітчизняним бізнесом рис цивілізованої діяльності потребує відповідної професіоналізації консалтингу. Сьогоднішні вітчизняні менеджери чітко усвідомлюють необхідність такого консультування, при якому консультант здійснює не лише локальне виправлення вузьких проблем, а, поглиблено вивчаючи специфіку клієнтської організації, займається комплексними питаннями стратегічного розвитку даного підприємства. Усе це неможливо здійснити без грамотної організації спілкування консультанта і клієнта, юридичного та фінансового визначення їх стосунків, а також відповідного побудування власне процесу надання управлінської допомоги.

Вітчизняні консультаційні фірми сьогодні мають схожі проблеми нормативно-організаційного характеру. Питання ліцензування консалтингової діяльності лишається невирішеним, і це затримує громадське визнання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Консалтинг як самостійна професійна діяльність своїм виникненням зобов'язаний менеджменту. Розвитку управлінської науки другої половини XIX ст. присвятили такі зарубіжні науковці Фредерік

Тейлор, Генрі Гант, Харрінгтон Емерсон, Френк, Ліліан Гілберт та інші. З пошвавленням розвитку промисловості та загостренням конкурентної боротьби очевидної цінності набув так званий четвертий фактор виробництва – інформація. Запорукою успіху в бізнесі стала не лише ринкова обізнаність підприємства (щодо цін, конкурентів, споживачів), але й його управлінська інформованість (про доцільну організацію виробництва, праці, мотивацію, менеджмент, контролінг). Теорія управління надавала численну кількість схем організації ефективного бізнесу та, водночас, ускладнювала оволодіння ними для окремого менеджера. Перша консалтингова фірма (“Служба ділових досліджень”) з’явилась на початку ХХ ст. в Чикаго. Пізніше соціолог Елтон Мейо своїм відомим готонським експериментом започаткував розвиток мотиваційних концепцій управління персоналом, а вже у 1925 році Джеймс О. Мак-Кінзі організував консалтингову фірму, яка надавала фінансово-аналітичну та бухгалтерську допомогу. Після другої світової війни сплеск ділової активності сприяв становленню консалтингу як офіційно визнаної професії та прибуткового бізнесу. Почалося загальне відновлення світової промисловості, фінансової і політичної систем, виникнення та закріплення на ринку більшості провідних консалтингових фірм. У цей час консалтингові фірми набувають повноцінних комерційних підприємств із власною стратегією розвитку, ринковою поведінкою та своїм, притаманним лише їм, асортиментом продукції. Інститут консалтингу отримує громадське визнання та набуває суттєвого значення для ринкових економічних систем. Зміст поняття “консалтинг” (з англійської – консультування), що увійшло до нашої мови як спеціальний термін, означає здійснення економічного консультування будь-якого масштабу [4].

Метою даної публікації є дослідження перспектив надання консалтингових послуг в Україні. З метою виконання поставленого завдання, під час дослідження використано монографічний та графічний методи дослідження..

Виклад основного матеріалу дослідження з поглибленим обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Консалтинг, або економічне консультування, може стосуватися як локальних суто економічних питань (фінансовий аналіз, бухгалтерія, аудит, оподаткування), так і глобальних управлінських проблем (стратегічний розвиток, реорганізація, інноваційний процес). Таким чином, управлінське консультування (management consulting) є видом консалтингової діяльності, що спрямований на надання допомоги у вирішенні управлінських проблем. Сучасний розвиток світового управлінського консультування характеризується порівняно високими темпами зростання.

За даними бюлетеня “Consultants News”, середньогалузевий щорічний темп приросту складає 10%, а у провідних фірм цей показник коливається від 20 до

30%. Якщо для інших сфер бізнесу десятивідсоткове зростання є більш-менш задовільним, то для консалтингу такий рівень вважається критичним. Бізнес-успіх консалтингу пов’язаний із складністю управлінських проблем, які виникають на сучасних підприємствах, та невизначеністю ділового середовища, що спричиняє невпевненість менеджерів та змушує їх звертатися за допомогою. Стрімкий поступ управлінського консалтингу спричинений також відсутністю узгоджених стандартів (на відміну від таких видів консалтингу, як юриспруденція чи облік), що дозволяє практично будь-якому спеціалістові, хоч трохи обізаному в цій справі, займатися консультуванням [5].

Консультаційна діяльність як професійна допомога і підтримка управлінських інновацій вітчизняних підприємств існувала і активно розвивалася в радянський період. Численні економічні та галузеві науково-дослідницькі інститути розробляли й удосконалювали методологію управління виробництвом, впроваджували нові принципи організації виробництва, що забезпечувало зростання ефективності праці, використання матеріальних та інших ресурсів. Умови розвитку економіки, що змінилися, процеси роздержавлення і приватизації власності надали управлінському консультуванню новий імпульс.

Консалтинг в Україні стає особливою індустрією, бізнесом. Сьогодні в Україні працює понад 350 вітчизняних консалтингових фірм, з яких 42% займаються виключно наданням послуг, що є лідерами консультаційного бізнесу, в тому числі “великої п’ятірки”. Серед українських організацій, котрі вважаються консалтинговими, 42% займаються тільки консультуванням, 30% – присвячують консультуванню лише 80% загального обсягу продажу. Окрім того, третина учбових організацій має власні консультаційні підрозділи. На відміну від розповсюдженого в розвинутих країнах планомірного співробітництва з консультантами, що здійснюють обслуговування компаній з питань управління, управлінське консультування в Україні використовується епізодично. Це пов’язано з тим, що переважна більшість підприємств, фірм і компаній звертаються за консультаційною допомогою в критичних ситуаціях, коли власними зусиллями не можна вирішити існуючі проблеми.

Відсутність статистичної інформації і охорона комерційних інтересів не дозволяють в грошових одиницях оцінити консалтинговий бізнес з точки зору його прибутковості та фінансової привабливості. Проте серйозний рівень конкуренції на даному ринку дозволяє зробити висновок про значний рівень рентабельності послуг, що надаються клієнтам. Сьогодні можна чітко виділити основних постачальників консалтингового продукту в Україні. Це:

- філіали великих іноземних багатofункціональних фірм, що мають консультаційні проекти з українськими державними структурами

з питань оподаткування, бюджетного регулювання, удосконалення нормативно-правової бази, а також обслуговуючі спільні та іноземні компанії в Україні банківські структури;

- представництва іноземних консультативних фірм, які здійснюють стратегію завоювання нових ринків та досліджують привабливість українського ринку;
- іноземні консультативні фірми, що працюють за програмами донорських організацій та надають технічну допомогу з питань управлінського консультування в пріоритетних галузях народного господарства (енергетика, транспорт, зв'язок, сільське господарство тощо);
- вітчизняні консультативні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг з питань приватизації підприємств, включаючи оцінку майна, підготовку документального супроводження процесу приватизації тощо;
- спеціалізовані консалтингові фірми, котрі надають консультативні послуги по окремих напрямках управлінського консультування (бізнес-планування, фінансова оцінка, маркетинг, податкове планування, митне регулювання та інше).

Стимулювання розвитку вітчизняного консультативного бізнесу пов'язане з необхідністю зменшити залежність української економіки від іноземних експертів та знизити витрати на іноземних високооплачуваних спеціалістів.

До переваг вітчизняних консультантів безперечно відносяться знання ними глибинних причин (пов'язаних з менталітетом, національними особливостями) існуючих управлінських проблем та з огляду на це оптимального їх вирішення, а також можливість адаптації сучасних методів управління до особливостей вітчизняних підприємств.

Зараз у діяльності консультативних фірм України намічаються якісні зміни, пов'язані зі зміною спеціалізації послуг, що надаються. Основними видами послуг консультативного обслуговування стають пост-приватизаційна підтримка підприємств, маркетингові дослідження, організація маркетингу на підприємствах, розробка ділових стратегій розвитку, пошук партнерів та інвесторів, формування public relations, проведення рекламної кампанії, запровадження контролінгу. Однак, незважаючи на те, що значна кількість компаній відчуває необхідність консультативної допо-

моги з питань управління, попит на консалтингові послуги в Україні залишається низьким. Основними причинами цього є наступні (рис. 1):



Рис. 1. Причини низького попиту на консалтингові послуги в Україні*

* Узагальнено авторами.

Однак управлінський консалтинг має свої перспективи. Поступове збільшення попиту на консалтингові продукти може відбутися в результаті поліпшення якості послуг, що надаються, оскільки при цьому неодмінно зростатиме професіоналізм вітчизняних консультантів, їх досвід, удосконалюватимуться навички роботи і методи виконання замовлення; переходу на постійне консультативне обслуговування, що є більш економічним для клієнта; усвідомлення вигоди від залучення консультантів для вирішення існуючих проблем і отримання нової інформації, ідей, пропозицій.

Можливий успіх консультативних організацій в Україні багато в чому залежить від їх готовності до нововведень, адаптованості набору послуг до потреб клієнтів, пошуку нових продуктів і ринків, застосування нових методів втручання та внесення змін під час реалізації консультативних пропозицій. Майбутнє консалтингу нерозривно пов'язане з підвищенням професіоналізму консультантів, високою якістю виконання замовлень, дотриманням етичних стандартів, здатних задовольнити потреби клієнтів.

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємствам з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Управлінське консультування дозволяє:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;

- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;
- надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними [3; 4; 6; 7; 8].

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації. Перелік консалтингових продуктів формується під впливом потреб клієнтів. До основних типів консалтингових продуктів слід віднести:

- дослідження та аналіз ринку, що охоплюють оцінку розміру, місткості, структури ринку, аналіз рівня конкурентного оточення з діагностикою споживачів та конкурентів, виявлення тенденцій та прогнозування динаміки розвитку ринку;
- розробку стратегії, що передбачає дослідження політики та ділової активності, проведення стратегічного аналізу компанії (виявлення сильних та слабких сторін організації, можливостей та загроз), визначення мети розвитку та методів досягнення стратегічного вибору;
- фінансовий менеджмент, що охоплює аналіз поточного фінансового стану компанії (її прибутковість, кредитоспроможність, платоспроможність ліквідність тощо), тенденцій змін, що відбуваються, оцінку систем та методів фінансового планування, визначення ефективності структури активів та капіталу, інвестиційної політики та поведінки на фінансових ринках;
- підготовку та експертизу інвестиційних проєктів, що забезпечують обґрунтування інституційної та технічної можливості здійснити проєкту, його аналіз з погляду комерційної, екологічної, соціальної доцільності, фінансової привабливості та реалізації в умовах непевності та ризику;
- управління маркетингом, що включає дослідження ринкового середовища (оточення) компанії, розробку маркетингової стратегії, оцінку

ефективності окремих елементів маркетингу (ціноутворення, організацію збуту, рекламу, управління товарними запасами та складським господарством), діагностику служби маркетингу фірми, її місце в корпоративній структурі, відповідність принципів та методів оперативного маркетингу загальним завданням та меті організації;

- управління виробництвом, що, як об'єкт консультативної допомоги, включає в себе аналіз виробництва з точки зору трьох найважливіших складових виробничого процесу продукції, що виробляє компанія (дизайн, сировина, що використовується, матеріали, якість), методів та принципів організації виробничого процесу та планування, організації існуючих трудових ресурсів;
- управління персоналом, яке охоплює оцінку та вирішення проблем кадрової політики фірми, включаючи планування трудових ресурсів, вибір та наймання робітників, навчання персоналу, системи комунікацій, мотивацію до праці та винагороди, психологічний клімат, планування кар'єри та розвиток організації;
- інформаційні технології, що включають надання допомоги у виборі, впровадженні та супроводженні програмних продуктів, розробку комп'ютерних методів управління виробництвом, фінансами, маркетингом, бухгалтерським та фінансовим обліком [1; 6-8].

Консалтингова послуга – інтелектуальний продукт, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування. Специфіка консалтингової послуги (рис. 2) полягає в її удаваній невідчутності та, як правило, у відсутності завершенної матеріальної форми.

Тому ідентичні консалтингові продукти, виконані двома консалтинговими фірмами, можуть відрізнятися не тільки за формою, але й мати різну методологію розробки та зміст. Клієнт може оцінити якість наданої йому послуги або відразу після завершення процесу консультування, або через деякий проміжок часу.

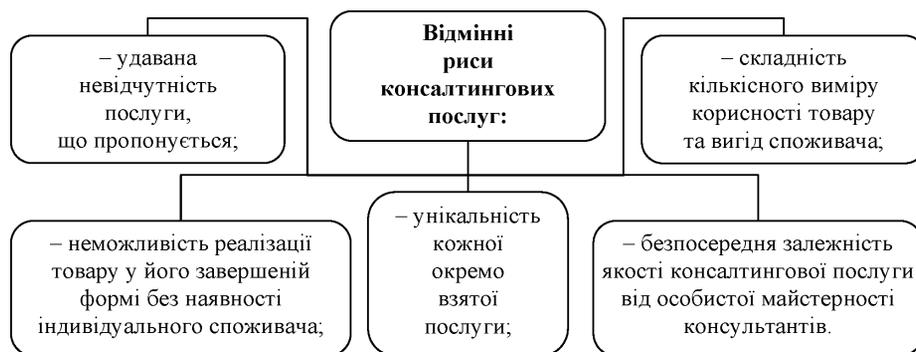


Рис. 2. Особливості товару "консалтингова послуга"

*Узагальнено авторами.

Окрім того, якість послуги та результативність консультування в цілому безпосередньо залежать від особистої участі та професіоналізму конкретного консультанта. У зв'язку з цим особливого значення набувають взаєморозуміння консультанта і клієнта та їх плідне співробітництво. У разі успіху клієнт схильний його ототожнювати на стільки із змістом та якістю проведених робіт, скільки із особистістю консультанта. Така персоналізація допомоги обумовлює певну специфіку попиту на ринку консалтингу: купують не лише певні послуги, а й окремих консультантів.

Кон'юнктура ринку консультаційних послуг визначається співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем ціноутворення і стратегією поведінки продавців та покупців на цьому ринку.

Потреба у допомозі консультантів обумовлена не тільки їх новими знаннями, аналітичними вміннями, заходами та методологічними підходами, які може привнести консультант в клієнтську організацію, а й тим, що сторонні консультанти покликані допомагати менеджерам орієнтуватися в складних умовах прискорення технологічних змін, швидкого зростання ділової активності, що надзвичайно впливає на майбутнє організації. Основними причинами залучення консультантів в організацію є наступні:

- поточна завантаженість менеджерів фірм, що перешкоджає їм самостійно вирішувати глобальні проблеми розвитку та оцінювати кризові проблеми компанії на сучасному рівні знань;
- прагнення одержати оцінку того, що робиться в організації, незалежними об'єктивними експертами;
- необхідність постійного підвищення ефективності виробництва та бізнесу в умовах жорсткої конкуренції та ускладнення управлінських проблем;
- відсутність чіткої та ефективної системи інформаційного забезпечення в галузі правового та економічного регулювання;
- інтеграція в світове економічне товариство, інтернаціоналізація вимог та стандартів;
- необхідність ініціювання змін в організації;
- подолання стереотипів у вирішенні існуючих проблем;
- навчання персоналу новим управлінським технологіям;
- подолання кризи, якщо вона настає в організації, ідентифікація проблем та надання виконавчої допомоги для їх вирішення.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна

віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. Проте проблема трансформації потреб в управлінському консультуванні у тривалий попит на нього є актуальною як для ринку в цілому, так і для кожної конкретної консультаційної фірми.

Консалтинг за своєю сутністю – це допомога, що надається з метою формування позиції та прийняття рішення тими особами, які перебувають в конкретній проблемній ситуації, та в яких недостатньо власних джерел інформації для вирішення певних проблем, з якими вони зіткнулись.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Таким чином, проведене дослідження показало, що консалтинг у будь-якій формі є важливою ланкою фінансового ринку, яка об'єднує науку та практику і має за основну мету доведення наукових розробок у вигляді доступної інформації до конкретних її споживачів. Консалтинг – це допомога з метою формування позиції та прийняття рішення тими особами, які перебувають в конкретній проблемній ситуації, та в яких недостатньо власних джерел інформації для вирішення певних проблем, з якими вони зіткнулись.

Моделюванню фінансових наслідків для конкретних підприємств від надання їм консалтингових послуг слід присвятити подальші наукові пошуки в обраному нами напрямі економічних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Капильцова В. В. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні. / В. В. Капильцова // Вісник Запорізького національного університету. №4 (8), 2010, С. 189-193
2. Безмовний М. Ф. Перспективи аграрного консалтингу: монографія. / М. Ф. Безмовний – Львів : Світ, 2010. – 228 с.
3. Турко В. В. Проблеми діяльності консалтингових фірм. [Електронний ресурс]. / В. В. Турко, О. Р. Кацедан – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8061/1/97.pdf>.
4. Самсонова В. В. Перспективи розвитку управлінського консалтингу в Україні. [Електронний ресурс]. / В. В. Самсонова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_2/10svv.pdf.
5. Бейч Э. Консалтинговый бизнес: основы профессионализма / Элейн Бейч ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 272 с.
6. Калачевська Л. І. Удосконалення роботи інформаційно-консультаційної служби в регіоні / Л. І. Калачевська // Вісник Сумського державного аграрного університету. Сер. Фінанси і кредит. – 2000. – №2(9). – С. 105-107.
7. Бойко Г. В. Информационно-консультационные услуги для сельскохозяйственных производителей / Г. В. Бойко // Экономичні науки: наук. праці ПФ "КАТУ" НАУ. – 2007. – Вип. 103. – С. 83-89.
8. Ольхова Г. В. Удосконалення господарського механізму інформаційно-консультаційної діяльності в АПК / Г. В. Ольхова // Вісник Сумського національного аграрного університету : науково-методичний журнал. Серія "Економіка та менеджмент". – 2008. – Вип. 8/1 (31) – С. 23-27.

УДК 336.77:334.72

БЕЧКО П.К., к.э.н.,
 НЕПОЧАТЕНКО Е.А., д.э.н.,
 БОРОВИК П.Н., к.э.н.,
 КОЛОТУХА С.Н., к.э.н.
 г. Умань

ПЕРСПЕКТИВЫ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ СУБЪЕКТОВ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА ЧЕРКАССКОГО РЕГИОНА

Аннотация. В статье проведено оценку перспектив финансового оздоровления субъектов аграрного производства Черкасской области Украины. Кризис отечественной экономики в целом и аграрной отрасли отрицательно сказывается на финансовой деятельности субъектов хозяйствования. Выходом из создавшегося положения являются приемы, направленные на финансовое оздоровление предприятий.

Ключевые слова: субъекты аграрного производства, финансовый кризис, кредитная рестрикция, финансовое оздоровление предприятий, внешние и внутренние факторы влияющие на деятельность субъектов аграрного производства, программа финансового оздоровления аграрного предприятия.

Анотація. У статті проведено оцінку перспектив фінансового оздоровлення суб'єктів аграрного виробництва Черкаської області України. Криза вітчизняної економіки в цілому і аграрної галузі негативно позначається на фінансовій діяльності суб'єктів господарювання. Виходом з положення є прийоми, спрямовані на фінансове оздоровлення підприємств.

Ключові слова: суб'єкти аграрного виробництва, фінансова криза, кредитна рестрикція, фінансове оздоровлення підприємств, зовнішні та внутрішні фактори впливають на діяльність суб'єктів аграрного виробництва, програма фінансового оздоровлення аграрного підприємства.

Abstract. The prospects estimation of financial recovery of agricultural production entities of Cherkassy region of Ukraine was made in the paper. The crisis of the national economy in general and the agricultural sector in particular has the negative impact on the financial activity of business entities. The way out of this situation are the instructional techniques aimed at the financial recovery of enterprises.

Key words: subjects of agricultural production, financial crisis, credit restriction, financial recovery of companies, internal and external factors affecting the activity of the subjects of agricultural production, the program of financial recovery of the agricultural enterprise.

Постановка проблемы. Проводимая в последнее десятилетие в Украине государственная финансовая политика не способствовала полной мере решению проблем, связанных с улучшением финансового состояния субъектов аграрного производства, выхода их из финансового кризиса. Следует отметить, что на финансовое состояние аграриев существенно влияют многие факторы, основными из которых являются:

- отсутствие долговременной стратегии развития аграрной отрасли;
- конкуренция импортной продукции;
- диспаритет цен, на сельскохозяйственную и промышленную продукцию;
- недостаточные объемы инвестиций в сельское хозяйство;
- отсутствие услуг небанковских финансовых учреждений на кредитном рынке;
- низкий уровень государственной поддержки аграрных производителей;
- ограниченные услуги по страхованию рисков;

- высокий уровень износа основных средств;
- наличие значительных размеров дебиторской и кредиторской задолженности.

В последние годы укреплению финансового состояния субъектов аграрного производства уделяется повышенное внимание в научных исследованиях. Во всех регионах страны реализуется закон “О государственной поддержке сельского хозяйства Украины” № 1877 от 24.06. 2004 г. [10]. Вместе с тем, до сих пор не получили должного развития теоретические и методические подходы относительно решения данной проблемы, а правовая база не содержит механизмов комплексного решения проблем финансового укрепления субъектов аграрного производства и основных направлений их функционирования в условиях кризиса.

Достижение поставленной цели возможно на основе совершенствования бюджетной, кредитной и амортизационной политики, развития страхования и всестороннего использования ресурсного потенциа-

ла аграриев. Широкий спектр проблем как теоретического, так и практического направления, связанных с укреплением финансовой устойчивости субъектов аграрного производства не исследованы в полной мере, что предопределяет актуальность темы исследования. Как результат, возникает необходимость более углубленного исследования теоретических и методических механизмов укрепления финансовой устойчивости субъектов аграрного производства в контексте роли государства, финансовых и кредитных институций в решении этой проблемы.

Анализ последних исследований и публикаций.

Значительное влияние на развитие теории финансовой устойчивости субъектов аграрного производства имеют работы современных украинских ученых в области финансов и кредита: теоретические и методические аспекты финансового состояния предприятий как объекта финансовой устойчивости научно обоснованные в трудах многих ученых. Наиболее значительными из них являются публикации украинских ученых Е. Гудзь [1], Н. Демьяненка [2], Н. Малика [6], П. Саблука [15], Р. Саблука [16], П. Стецюка [17], А. Шпичака [20], русских исследователей И. Егоровой [3], Н. Комолкиной [4], А. Куликова [5]. Кроме этого, без сомнения, наиболее известными в этой отрасли исследований являются публикации посвященные финансовому оздоровлению предприятий таких зарубежных ученых, как Е. Альтман [18], П. Грин [19], Р. Таффлер и Г. Тишоу [21], Н. Здравомислов [22].

В то же время, несмотря на значительное количество публикаций, посвященных проблемам финансовой устойчивости субъектов аграрного производства, указанная проблематика до сих пор остается остроактуальной как для государства, так и для общества, что и предопределило необходимость дальнейших научных поисков в указанной области экономической науки и обусловило потребность в проведении этого исследования.

Целью исследования является обобщение теоретических наработок относительно укрепления финансового состояния субъектов аграрного производства. Сущность и механизмы финансового укрепления, особенно в условиях финансового кризиса и кредитной рестрикции носят дискуссионный характер. Концепция решения данной научной проблемы нуждается в последующем исследовании теории финансов, финансового состояния субъектов сельскохозяйственного производства и укрепления их финансового состояния.

Кроме того, заданием исследования является развитие теоретико – методических основ укрепления финансового состояния субъектов аграрного производства в условиях финансового кризиса и кредитной рестрикции в Украине, разработка методических рекомендаций при оптимальном сочетании рыночной и государственной финансовой регуляции, и совер-

шенствовании финансовых отношений в процессе формирования и использования их финансовых ресурсов.

Изложение основного материала. Сельскохозяйственному производству присущие специфические особенности, которые выделяют эту отрасль среди других национальной экономики. Наиболее характерными особенностями аграрного производства является:

- высокая зависимость от внешних источников финансирования, предопределенная часовым разрывом между поступлением выручки от реализации продукции и расходами на производство сельскохозяйственной продукции на протяжении года;
- недостаточность собственных источников финансирования в связи с иммобилизацией финансовых ресурсов, направленных на создание сезонных сверхнормативных производственных запасов, необходимых для обеспечения процесса производства;
- прямая зависимость формирования финансовых результатов от природно-климатических условий;
- ограниченный доступ к кредитным ресурсам на рынке кредитных услуг в условиях кризисных явлений и кредитной рестрикции.

Как результат, деятельность субъектов аграрного производства сопровождается высокими рисками, влияющими на их финансовую деятельность, что объективно обуславливает активное участие государства в регуляции аграрного бизнеса посредством его субсидирования, изменения условий налогообложения, использования льготного кредитования, обеспечения отраслевого страхования. Наличие специфических рисков и нестабильность доходов по объективным причинам обуславливают необходимость непрерывного процесса укрепления финансового состояния субъектов аграрного производства на всех стадиях производственного цикла.

Особенность финансов субъектов сельскохозяйственного производства в условиях кризиса и кредитной рестрикции связана с отношениями формирования, распределения и использования финансовых ресурсов, путем сочетания государственной финансовой регуляции и рыночных методов ведения хозяйства с целью обеспечения расширенного воспроизводства на основе мероприятий по их финансовому оздоровлению [1, с. 74].

Специфика финансов субъектов аграрного производства существенно влияет на уровень стабильности их деятельности и играет ключевую роль в их финансовом оздоровлении, особенно в условиях разбалансирования финансовой системы. Анализ теоретических исследований посвященных этой проблеме свидетельствует, что до сих пор отсутствует единое трактование сущности категории “финансо-

вое состояние". Эта экономическая категория характеризуется как:

- размещение и использование средств и источников их формирования. Но при этом не учитывается результативность деятельности субъектов аграрного производства;
- процесс формирования и использования финансовых ресурсов. Финансовое состояние субъектов аграрного производства не является процессом, поскольку оно характеризуется конкретной временной датой;
- отражение конечных результатов деятельности субъектов аграрного производства. В то же время, такое трактование не содержит характеристику их платежеспособности, осуществления ими расчетов;
- оценка результатов анализа абсолютных и относительных показателей финансового состояния предприятий, и при этом нераскрывающийся содержательный аспект этого понятия [17, с. 108].

Финансовое состояние субъектов аграрного производства можно оценивать с точки зрения краткосрочной и долгосрочной перспективы. В первом случае, содержательным аспектом финансового состояния является ликвидность и платежеспособность. Для характеристики долгосрочной перспективы финансового состояния в отечественной практике в основном употребляется термин "финансовая устойчивость".

Финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами, дает возможность свободно маневрировать денежными средствами субъектов аграрного производства и путем эффективного их использования способствует непрерывности их финансово-хозяйственной деятельности.

В результате этого обеспечиваются их платежеспособность и возможность привлечения ими кредитов. Соответственно, финансовая устойчивость, за ее сущностью – это стабильное наличие финансовых ресурсов, дающее возможность обеспечивать платежеспособность субъектов аграрного производства, их кредитоспособность, позволяющие осуществлять расширенное воспроизводство на основе оптимального формирования и сбалансированного сочетания собственных и заемных финансовых ресурсов.

Вследствие этого, содержательный аспект финансового состояния отражает результат финансовых отношений в процессе формирования, распределения и использования финансовых ресурсов, которое характеризует ликвидность, платежеспособность, финансовую устойчивость и результативность субъектов аграрного производства на конкретную дату.

Теория финансовой устойчивости и оздоровления субъектов аграрного производства не нашла достаточного освещения в отечественной научной литературе. Украинскими учеными рассматриваются

разные подходы относительно определения сущности этой категории [1; 2; 7; 8; 15; 16]. Однако, внимание законодательных органов власти и отечественных ученых, как правило, акцентируется на "лечении" кризиса, а не на мероприятиях по его предотвращению.

Сущность финансового оздоровления, как в нормативных актах Украины, так и в высказываниях отдельных ученых сводится в основном к возобновлению платежеспособности субъектов аграрного производства [6, с. 42; 20, р. 160]. По нашему мнению, финансовое оздоровление предприятий должно рассматриваться с целью достижения не только роста платежеспособности, но и других характеристик финансового состояния как платежеспособных, так и неплатежеспособных предприятий. Причем, следует учитывать и то, что финансовое оздоровление должно осуществляться как до применения процедуры банкротства, так и к его процессу.

При всей значимости и необходимости максимального учета специфики финансов субъектов аграрного производства, действия на них внешней среды, совершенствования правовой регуляции ряда мероприятий финансового оздоровления, должно приниматься самими предприятиями в процессе формирования, распределения и использования финансовых ресурсов. Финансовое оздоровление субъектов аграрного производства в большой степени зависит от теоретического обоснования, а также своевременного определения ими внешних и внутренних причин неустойчивого финансового состояния.

Акцент на внешние и внутренние причины неустойчивого финансового состояния дает возможность установить основные направления его улучшения. Наиболее существенными направлениями финансового оздоровления субъектов аграрного производства являются бюджетная и кредитная поддержки, которые за своей совокупностью принадлежат к внешним факторам влияния на их финансовое состояние.

Важную роль в финансовом оздоровлении субъектов аграрного производства играют также внутренние факторы, которые непосредственно зависят от управленческой деятельности предприятия. Среди основных внутренних факторов можно выделить амортизационную политику, применение методов проведения финансового анализа, страхования, и перестрахования.

Проведенные нами исследования дали возможность определить теоретическую сущность финансового оздоровления субъектов аграрного производства как экономических отношений, связанных с укреплением их финансового состояния. Укрепление финансового состояния возможно путем сочетания государственной финансовой поддержки и совершенствования механизмов формирования, распределения и использования финансовых ресурсов субъектов аграрного производства, на основе разработки и реализации комплекса взаимосвязанных, скоординированных правовых и финансово-кредитных

мероприятий. Наиболее характерными внешними факторами финансового оздоровления субъектов аграрного производства являются бюджетная и кредитная поддержки.

Проведенные исследования свидетельствуют, что усиление государственной поддержки субъектов аграрного производства через уменьшение процентных ставок за льготный кредит, увеличение сроков кредитования, предоставление кредитов на приобретение техники, оборудования, племенного скота на условиях лизинга способствует улучшению их финансового состояния.

Среди обследованных субъектов аграрного производства Черкасской области Украины темп роста производства сельскохозяйственной продукции в 2013 г. в сравнении с 2009 г. составил 10,8, а в сравнении с 2012 г. – 6,4 процентных пункта (табл. 1).

Удельный вес прибыльных предприятий в 2013 г в сравнении с 2009 г по области составил 90,5 % или на 11,4 процентных пункта больше. В 2009 г. существенно увеличилась рентабельность аграрного производства с 16,6 % до 27,1 % в 2013 г. Общая сумма прибыли в 2013 г. в сравнении с 2009 г. выросла в 2,9 разы и составила 1583,8 млн грн. Имеет место наращивание объемов производства продукции животноводства и растениеводства.

В то же время, производство таких стратегических для продовольственного рынка Украины культур, как сахарная свекла, плоды и ягоды по сравнению с 1990 г. составляет 22,8 % и 51,8 % соответственно. Объемы производства молока и молочной продукции в 2013 г. от объемов в 2009 г составили 40,3 %, шерсти 2,4 %, поголовье крупного рогатого скота 21,8 %, коров 30,9 %, свиней 46,2 %. Это привело к нарушению структурированности отрасли, экспансии продуктов питания импортного производства. Как результат, имеет место рост зависимости Украины от иностран-

ных товаропроизводителей. Это ставит под угрозу продовольственную безопасность страны.

Нарушение научно обоснованных рекомендаций относительно специализации сельскохозяйственного производства препятствует созданию условий для эффективного развития производства, повышению качества земель и охране окружающей среды, существенно влияет на финансовое оздоровление субъектов аграрного производства. Несмотря на результаты проведенных исследований, сохранились негативные тенденции, обусловленные существенными потерями от диспаритета цен. За исследуемый период цены по большей части промышленной продукции были значительно выше цен на сельскохозяйственную продукцию (рис. 1).

Приведенные данные свидетельствуют об опережающем росте цен на промышленную продукцию над ценами реализации сельскохозяйственной продукции. В 2010 г. цены на промышленную продукцию опережали на 25,2 процентных пункта цены на сельскохозяйственную продукцию. Из-за специфики отрасли при ограниченности источников собственных финансовых ресурсов субъектов аграрного производства имеет место рост потенциальной потребности в ссудных ресурсах, что приводит к ухудшению их платежеспособности и финансовой устойчивости, которые являются основными показателями, характеризующими их финансовое состояние. Одним из факторов, имеющих прямое влияние на финансовое состояние субъектов аграрного производства является обеспеченность их основными средствами.

Проведенный анализ свидетельствует, что темпы поступления основных средств субъектов аграрного производства области в процентах к существующей их стоимости с каждым годом сокращается (табл. 2).

В 2007 г. удельный вес введенных в эксплуатацию основных средств по отношению к их наличию на

Таблица 1.

Отдельные показатели производственной деятельности субъектов аграрного производства Черкасской области Украины

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Темпы роста производства продукции сельского хозяйства, % до 1990 г.	73,4	95,7	104,0	108,5	110,8
– к предыдущему году	95,4	130,3	108,7	104,3	106,4
Выращивание скота и птицы, тыс. т. живого веса	109,7	160,5	217,3	291,4	294,2
Производство молока, тыс. т	185,5	187,1	206,9	216,0	220,5
Производство яиц, млн. штук	370,0	434,7	430,0	506,7	573,3
Производство зерновых, культур всего, тыс. ц.	18424	29780	31949	25311	37619
Удельный вес прибыльных предприятий %	79,1	78,7	79,0	77,2	90,5
Удельный вес убыточных предприятий %	20,9	21,3	21,0	22,8	9,5
Убыток, млн. грн.	127,2	556,2	108,6	112,9	59,8
Общий финансовый результат деятельности аграрных предприятий (прибыль), млн. грн.	538,9	462,6	1222,7	1760	1583,8
Рентабельность производства, %	16,6	15,7	18,3	18,1	27,1
Сумма полученных льготных кредитов на 1 га сельскохозяйственных угодий, грн	430,0	180,3	73,8	39,6	32,5

Источник: данные годовых отчетов субъектов аграрного производства Черкасской области Украины.

начало года составил 8,7 %, в 2013 г. – на 7,3 процентных пункта меньше. За исследуемый период в результате роста валовой продукции сельского хозяйства в постоянных ценах 2010 г. в субъектах аграрного производства области наблюдается уменьшение доли инвестиций в стоимости основных средств.

Стоимость валовой продукции в постоянных ценах 2010 г. в 2013 г. в сравнении с предыдущим годом увеличилась на 17,6 %. Стоимость введенных в эксплуатацию основных средств сократилась за этот же период на 211,0 млн грн или 15,1 %.

Сравнивая размеры инвестиций в аграрную сферу области с суммой полученной чистой прибыли субъектов аграрного производства области следует заметить, что за анализируемый период сумма чистой прибыли имеет тенденцию к росту.

Только в 2013 г. в сравнении с 2010 г. сумма полученной чистой прибыли увеличилась в 3,4 раза. В сельском

хозяйстве дополнительные инвестиции в основные средства, особенно в биологический капитал, нуждаются в соответствующих пропорциях относительно роста инвестиций в оборотные активы.

Это связано с применением более качественных предметов труда (кормов, биодобавок, медикаментов, – в животноводстве, элитных семян, современных удобрений, средств защиты посевов от болезней, вредителей и тому подобное – в растениеводстве) для современных ресурсосберегающих технологий.

Исследования свидетельствуют, что финансово-кредитный механизм субъектов аграрного производства будет эффективнее при условии соблюдения соотношения между основными средствами и оборотными активами (табл. 3).

Приведенные данные свидетельствуют, что в 2008 г. В целом по субъектам аграрного производства Черкасской области на 1 грн основных средств приходи-

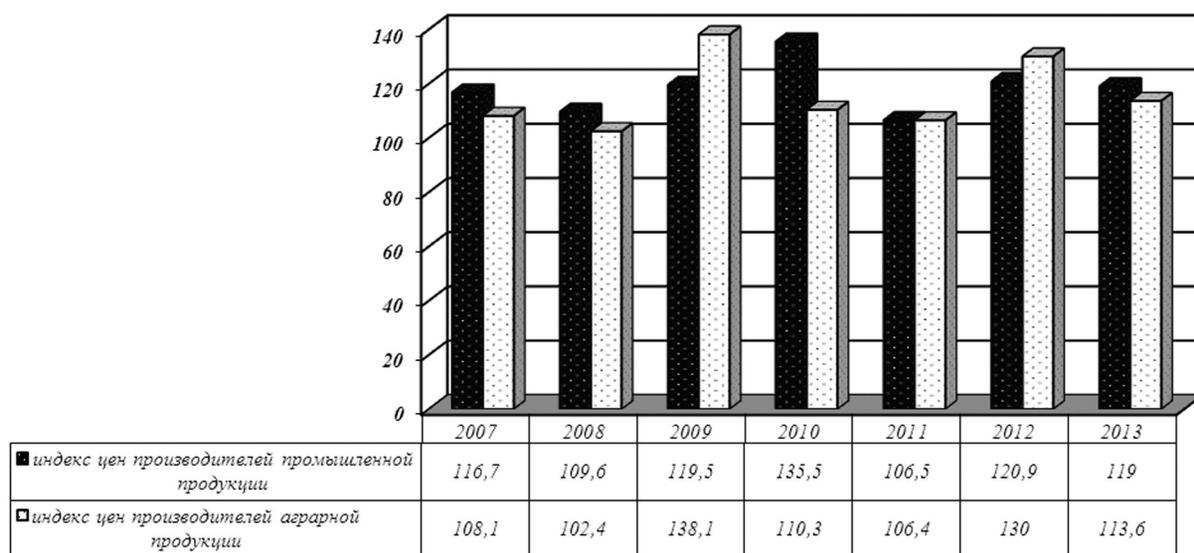


Рис. 1. Индексы цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, в % до предыдущего года по Украине

Источник: Основные экономические показатели производства продукции сельского хозяйства в сельскохозяйственных предприятиях за 2013 г. Статистический бюллетень. Киев: Знання, 2014. – 88 с.

Таблица 2.

Основные показатели инвестиционной деятельности субъектов аграрного производства Черкасской области Украины

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Введено в эксплуатацию новых основных средств (в фактических ценах), в % до предыдущего года	91,4	72,2	115,6	129,3	74,8	74,1	84,6
в % к имеющейся стоимости основных средств на начало года	8,7	3,9	3,9	4,4	3,0	1,9	1,4
Инвестиции в основной капитал (в фактических ценах), в % до предыдущего года	68,4	161,5	128,2	121,1	59,3	92,0	107,5
Индексы валовой продукции сельского хозяйства, в % до предыдущего года	106,6	105,7	95,8	129,6	109,0	104,3	117,6
Доля инвестиций в стоимости основных средств, %	7,6	5,9	6,5	6,8	3,7	2,9	2,4

Источник: данные годовых отчетов субъектов аграрного производства Черкасской области Украины.

лось 0,28 грн оборотных активов сферы производства. В 2013 году 0,59 грн или на 0,31 грн больше.

Научными исследованиями установлено, что нарушение пропорций между основными средствами и оборотными активами в пользу последних свидетельствует об уменьшении в структуре баланса стоимости основных средств вследствие их физического и морального износа [2, с. 84]. Если в 2008 г. удельный вес основных средств в структуре активов баланса занимал 65,5 %, то уже в 2013 году – 48,9 %. В то же время, удельный вес оборотных активов в структуре баланса, наоборот вырос за этот же период на 19,0 пунктов.

Соблюдение научно обоснованных соотношений между основными средствами и оборотными активами способствует финансовому оздоровлению субъектов аграрного производства. В частности, при соблюдении этих условий имеет место увеличения рентабельности, размера чистой прибыли и чистого дохода в расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий.

О влиянии соотношения между основными средствами и оборотными активами на эффективность производства свидетельствуют данные группирования субъектов аграрного производства Черкасской области (табл. 4).

Улучшение финансовых показателей имеет место в группе, где на 1 грн оборотных активов приходится

0,52 грн основных средств. Количество этих субъектов составляет 49,5 % их общего количества.

Отечественной наукой разработаны рекомендации в отношении оптимального уровня соотношения между основными средствами и оборотными активами. Учитывая имеющиеся различные источники, приводятся и разные уровни их соотношения. Однако, большинство ученых придерживаются мнения, что на 1 грн основных средств должно приходиться меньше 0,50 грн оборотных активов [2, с. 83]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что непомерный рост цен на основные средства сельскохозяйственного назначения, их моральный и физический износ приводит к нарушению пропорций соотношения между основными средствами и оборотными активами. В результате чего, за исследуемый период соотношения между основными средствами и оборотными активами не отвечают нормативному уровню.

Считаем, что такая практика является результатом преждевременной отмены нормативного порядка распределения прибыли для субъектов аграрного производства и, как следствие, необходимости возвращения к нормативному ее распределению с обязательным отчислением части прибыли на пополнение основных средств, а также оборотных активов. Вследствие этого, субъекты аграрного производства смогут сформировать на нормативном уровне

Таблица 3.

Соотношение между основными средствами и оборотными активами субъектов аграрного производства Черкасской области Украины

Годы	Оборотные активы сферы производства в расчете на 1 грн основных средств	Всего оборотных активов в расчете на 1 грн основных средств	Доля в активах баланса, %	
			основных средств	оборотных активов
2008	0,28	0,45	65,5	32,1
2009	0,38	0,65	56,9	36,3
2010	0,41	0,72	53,3	36,8
2011	0,44	0,92	48,2	42,3
2012	0,51	1,28	41,3	51,0
2013	0,59	1,29	48,9	51,1
В среднем за 2008–2013 гг.	0,42	0,83	50,6	41,9

Источник: данные годовых отчетов субъектов аграрного производства Черкасской области Украины.

Таблица 4.

Влияние соотношения между основными средствами и оборотными активами на эффективность производства субъектов аграрного производства Черкасской области Украины

Группы предприятий по соотношению между основными средствами и оборотными активами	Количество предприятий	Приходится оборотных активов сферы производства в расчете на 1 грн основных средств	Уровень рентабельности %	Чистая прибыль в расчете на 1 га сельхозугодий, грн	Чистый (валовой) доход в расчете на 1 га сельхозугодий, грн	Чистая прибыль в расчете на 1 грн оборотных активов сферы производства, грн
До 20,0	21	0,19	5,4	15,1	1071,2	0,01
20,1–30,0	92	0,28	6,2	20,4	1257,9	0,01
30,1–40,0	105	0,41	11,3	40,1	1281,8	0,02
Больше 40,1	289	0,68	15,3	106,9	1398,9	0,16
В среднем	507	0,52	13,5	52,61	1320,5	0,08

Источник: данные годовых отчетов субъектов аграрного производства области за 2008–2013 гг.

собственные источники финансирования как инвестиционной, так и операционной деятельности.

На финансовое состояние субъектов аграрного производства существенное влияние имеет обеспеченность оборотными активами, которые авансируются в процесс производства и полностью свою стоимость переносят на вновь созданный продукт. Формируя себестоимость, оборотные активы непосредственно влияют на финансовые результаты деятельности аграриев. Специфика функционирования субъектов аграрного производства свидетельствует о необходимости банковских заимствований для обеспечения непрерывности процесса производства.

В 2000 г. параллельно с проведением аграрной реформы в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Украины от 25 февраля в 2000 г. № 398 внедрен механизм государственной поддержки на удешевление кредитов [12].

Частичное возмещение кредитных ставок субъектам аграрного производства за счет бюджетных средств по своей сущности не является рыночным рычагом влияния на сельскохозяйственное производство, поскольку ее базовыми принципами является государственная регуляция функционирования рынка финансовых услуг. Однако, такие компенсационные выплаты на то время способствовали разблокированию для аграрных заемщиков кредитного процесса, дали возможность вовлечь ими кредитные ресурсы.

В основе льготного кредитования заложен принцип доступа субъектов аграрного производства к дешевым банковским заимствованиям на рынке кредитных услуг, поскольку аграрии не рассматриваются коммерческими банками, как потенциальные заемщики вследствие специфики их производства, которое сопровождается рядом рисков. Вследствие этого, коммерческие банки, которые занимают монопольное положение на рынке кредитных услуг и деятельность которых направлена на максимальное получение прибыли, постоянно повышают процентные ставки за кредит.

Воспользоваться банковскими кредитами в таких условиях могут исключительно высокоприбыльные заемщики, уровень рентабельности операционной деятельности которых существенно превышает процентные ставки за банковский кредит. Такая форма кредитования в условиях экономического кризиса делает невозможным доступ к кредитным ресурсам для низкорентабельных мелкотоварных субъектов хозяйствования, препятствуя обеспечению ими непрерывности процесса производства, осуществлению расширенного воспроизводства.

Особенная роль в системе государственной поддержки принадлежит финансово-кредитному механизму, способному обеспечить эффективное формирование, распределение и перераспределение финансовых ресурсов, необходимых для устойчивого развития аграрной отрасли. Основными направле-

ниями развития государственной финансово – кредитной поддержки аграриев являются:

- организация взаимодействия кредитных институций государственного, регионального и местного уровней;
- управление экономикой с применением принципов системного подхода к решению задач по развитию сельского хозяйства каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования;
- мониторинг финансово-кредитных взаимоотношений в аграрной сфере экономики и обеспечение финансовой безопасности кредитных институций, защиты их экономических интересов и собственности аграриев;
- методическое и аналитическое обеспечение финансово-кредитных взаимоотношений;
- проведение на условиях государственной поддержки закупок сельскохозяйственной продукции;
- финансовая поддержка инновационных проектов в сельском хозяйстве [11].

Государственная поддержка посредством льготного механизма кредитования существенно влияет на результаты ведения хозяйства субъектов аграрного производства [6, с. 56]. Объемы льготных кредитов, полученных аграриями исследуемой области, которые предоставлялись на условиях компенсации процентной ставки (табл. 5) свидетельствуют о снижении их размера. Причиной этого, без сомнения, является финансовый кризис.

В частности, в 2013 г. сумма выданных льготных кредитов в сравнении с 2007 г. составила всего 5,7 % из них краткосрочных 8,3 %. Снижается за исследованный период размер компенсаций из бюджета за полученные льготные кредиты размер которой в 2013 г. составил 8,3 %. Исследование свидетельствует о снижении количества предприятий, пользующихся льготными кредитами и уровня таких кредитов в расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий [15, с. 12].

В 2013 г. в результате различных субъективных и объективных причин льготное кредитование субъектов аграрного производства Черкасской области сокращено к минимуму. Краткосрочными льготными кредитами в области в этом году воспользовались два заемщика – ООО “Золотоношский Бекон” на сумму 7,06 млн. грн и ДП “Нива” Черкасского района на сумму 75,0 млн. грн.

В соответствии с Положением о механизме льготного кредитования выше перечисленные заемщики должны были бы получить из бюджета 6,06 млн. грн в виде компенсации платы за кредит [12]. В то же время, как свидетельствуют данные Главного управления агропромышленного развития Черкасской областной государственной администрации по состоянию на 01.01. 2014 г. ни одна копейка компенсации за льготные кредиты, полученные сельскохозяйственными заемщиками Черкасской области в 2013 г. не была

получена. В соответствии с нормами Закона Украины о Государственном бюджете Украины на 2014 год, аналогичным есть положение по льготному кредитованию сельхозпроизводителей в целом по Украине [9].

В то же время, развитие процесса производства, – писал К. Маркс, – приводит к росту объемов кредита, а кредит со своей стороны, приводит к росту промышленных и торговых операций [7, с. 63; 8, с. 65], который свидетельствует о необходимости привлечения аграриями кредитных ресурсов.

Финансовое оздоровление сельскохозяйственных предприятий является приоритетным заданием в условиях кризисной экономики [4, с. 13]. На финансовую ситуацию субъектов аграрного производства влияют также факторы, которые нельзя отнести к финансовым, в частности: низкий уровень менеджмента в отрасли; отсутствие достаточного количества в сельской местности лиц, которые имеют опыт ведения бизнеса; недостаточная адаптация сельских руководителей к рыночным условиям.

В этих условиях большинство субъектов аграрного производства не в состоянии воспользоваться благоприятной конъюнктурой аграрного рынка. С целью изменения такого состояния в аграрной сфере следует финансовое оздоровление аграриев проводить поэтапно (рис. 2).

Проведение поэтапного финансового оздоровления субъектов аграрного производства будет способствовать улучшению их финансового состояния, противодействию кризисным ситуациям, наращиванию объемов производства и реализации конкурентоспособной продукции, ограничению ввоза импортных продуктов питания, что в конечной цели, обеспечит продовольственную безопасность страны.

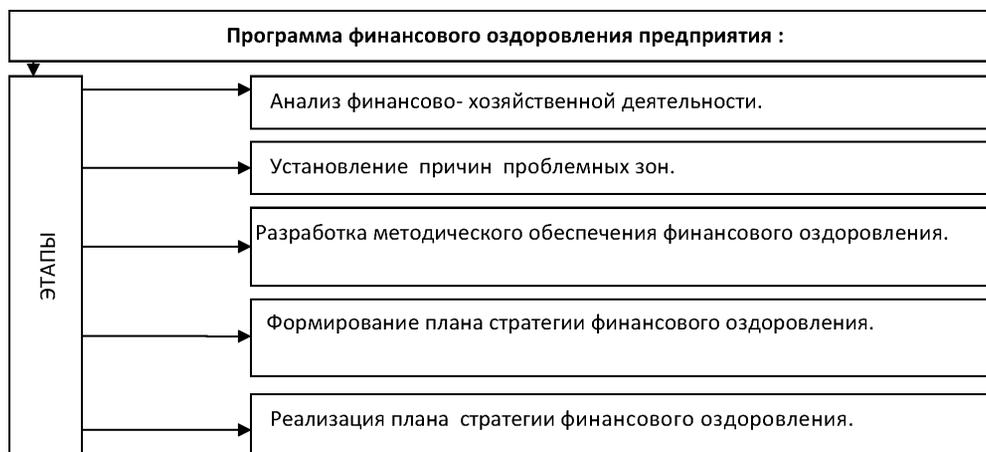
Выводы. Подводя итоги, следует отметить, что финансовое оздоровление субъектов аграрного производства в условиях финансового кризиса является одним из приоритетных заданий для Украины. Теоретическое обоснование категории “финансовое оздоровление” способствует очерчиванию последующих

Таблица 5.

Динамика объемов льготного банковского кредитования субъектов аграрного производства Черкасской области Украины

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Выдано льготных кредитов, % к предыдущему году	114,2	101,3	92,1	91,0	105,1	17,2	5,7
в т.ч. краткосрочных кредитов, % к предыдущему году	85,2	108,0	66,2	71,8	63,6	24,4	8,3
Фактически компенсировано из бюджета, % к предыдущему году	44,2	94,3	76,9	72,2	85,5	37,5	5,3
Удельный вес льготных краткосрочных кредитов к общей сумме краткосрочных заимствований, %	40,4	72,6	39,7	56,2	87,5	84,6	42,9
Количество предприятий, которые привлекали льготные кредиты, % к предыдущему году	54,5	139,1	112,8	65,8	97,2	11,9	6,3
Получено краткосрочных льготных кредитов в расчете на 1га сельскохозяйственных угодий, тыс. грн	101,5	185,7	123,5	211,2	332,0	128,3	36,3

Источник: данные годовых отчетов субъектов аграрного производства Черкасской области Украины.



*Рис. 2. Этапы финансового оздоровления предприятия**

* Разработано авторами.

путей относительно выхода субъектов аграрного производства из кризисного состояния.

Основные направления финансового оздоровления субъектов аграрного производства сводятся как к внешним, так и внутренним факторам. К внешним факторам относится бюджетная и кредитная поддержка, которая сводится к предоставлению субсидий, внедрению льготного режима кредитования, предоставлению преференций в налогообложении. Внутренние факторы финансового оздоровления субъектов аграрного производства заключаются в налаживании финансовой работы предприятий путем сокращения дебиторской и кредиторской задолженности, соблюдения нормативного соотношения между основными средствами и оборотными активами, проведения финансового анализа и постоянного мониторинга деятельности субъектов аграрного производства.

Дальнейшие научные исследования в выбранном направлении исследований следует посвятить перспективам введения службы финансового менеджмента на сельскохозяйственных предприятиях в Украине.

ЛИТЕРАТУРА

- Гудзь О. Є. Діагностика та управління фінансовим потенціалом підприємства / О. Є. Гудзь // Облік і фінанси. – 2015. – № 1. – С. 71-76.
- Демьяненко Н. Я. Повышение отдачи оборотных средств колхозов. [Текст] / Н. Я. Демьяненко – К.: Урожай, 1988. – 95 с.
- Егорова И. С. Диагностика вероятности банкротства предприятия и имитационное моделирование оптимальной структуры финансовых ресурсов [Текст] / И. С. Егорова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2005. – № 5. – С. 49-51.
- Комолкина Л. А. Финансовое оздоровление сельскохозяйственных организаций [Текст] / Л. А. Комолкина // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2003. – № 9. – С. 12-14.
- Куликов А. Г. Кредиты. Инвестиции. [Текст] / А.Г. Куликов – М.: Приор, 1995. – 144 с.
- Малік М Стан та проблеми сталого розвитку аграрної сфери України [Текст] / М. Малік, Л. Забуранна // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 53-63.
- Маркс К. Сочинения. – Издание второе. – т. 23. [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1960. – 796 с.
- Новикова И. В. Контроллинг как путь предупреждения банкротства предприятия [Текст] / И. В. Новикова // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 4. – С. 63-66.
- О Государственном бюджете Украины на 2014 год : Закон Украины от 16.01. 2014 г. № 719-VII. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/Zak_basa/Z719.
- О государственной поддержке сельского хозяйства Украины : Закон Украины № 1877 от 24.06.2004 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.agroinsurance.com/files/Ukr%20law%20on%20state%20support%20-%20Rus.pdf>.
- О выделении средств Стабилизационного фонда для удешевления кредитов и поддержки отдельных проектов в агропромышленном комплексе : Распоряжение Кабинета Министров Украины от 11 февраля 2012 г. №365-р. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR100365.html.
- О дополнительных мероприятиях по кредитованию комплекса сельскохозяйственных работ : Постановление Кабинета Министров Украины от 25 февраля 2000 г. № 398. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.bank.gov.ua/Inf_mat/Of_Pov/2010/11.10.2010_319.html.
- Основные экономические показатели производства продукции сельского хозяйства в сельскохозяйственных предприятиях за 2013 г. Статистический бюллетень. [Текст] – Киев: Знання, 2014. – 88 с.
- О частичной компенсации ставки за кредитами коммерческих банков, которые предоставляются сельскохозяйственным товаропроизводителям и другим предприятиям агропромышленного комплекса : Постановление Кабинета Министров Украины от 27.01. 2001 г. №59. [Текст] – К.: Официальный вестник Украины. 2001. № 5. – С. 41-42.
- Саблук П. Т. Стан і напрями розвитку аграрної реформи [Текст] / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2015. – № 2. – С. 10-17.
- Саблук Р.П. Финансовые проблемы малых аграрных предприятий в современных рыночных условиях [Текст] / Р.П. Саблук // АПК: экономика, управление. – 2011. – №9 – С. 40-43.
- Щецюк П. А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: монографія. [Текст] / П. А. Щецюк – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 370 с.
- Altman E. I. Financial Ratios. Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy [Текст] / E. I. Altman // Journal of Finance – 1968. – № 4 – p. 589-609.
- Green P. S. Reputation Risk Management. [Текст] / P. S. Green // Financial Times – 1992. – p. 97.
- Shpychak O. M. Economic problems of biofuel production regarding food safety of Ukraine. [Текст] / O. M. Shpychak // Earth Bioresources and Life Quality : International Scientific Electronic Journal – 2010. – № 1. – p. 151-163.
- Toffler R. Going, going, gone – four factors which predict. [Текст] / R. Toffler, H. Tishaw // Accountancy – 1977, March – p. 50-54.
- Zdrowomyslow N. Sanierung in Krisenzeiten. [Текст] / N. Zdrowomyslow, C. Spies, M. Gellink // Der Betriebswirtschaft – 1994 – № 2 – p. 25-32.

УДК 330.3

БЕЧКО В.П., к.е.н,
ВРАЧИНСЬКА О.В.
м. Умнь

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. У статті розроблено методику вибору типу інноваційної політики в залежності від інтегральної оцінки та оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі, яка побудована на співвідношенні їх рівнів та критеріїв.

Авторами запропоновано оцінку інноваційної політики доповнити фактором позиції підприємства в ринковому середовищі. Розроблено методичні підходи, межі та критерії оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі. Керуючись наявними результатами наукових досліджень щодо чотирьох типів інноваційної політики, виявлено загальність ознак, які потребують деталізації. Розроблено та доповнено до дев'яти типів інноваційної політики підприємства. На основі запропонованої типології, ідентифіковано типи інноваційної політики досліджуваних спиртзаводів та досліджено динаміку їх зміни. За результатами проведених досліджень стало можливим визначити типи інноваційної політики підприємства враховуючи інтегральні показники і ринкову позицію підприємства.

Ключові слова: інновації, інтегральна оцінка, інноваційна політика, типи інноваційної політики, ринкова позиція, ринкове середовище, інтегральний показник.

Аннотация. В статье разработана методика выбора типа инновационной политики в зависимости от интегральной оценки и оценки позиции предприятия в рыночной среде, которая построена на соотношении их уровней и критериев.

Авторами предложено оценку инновационной политики дополнить фактором позиции предприятия в рыночной среде. Разработаны методические подходы, границы и критерии оценки позиции предприятия в рыночной среде. Руководствуясь имеющимися результатами научных исследований по четырем типам инновационной политики, выявлено всеобщность признаков, требующих детализации. Разработаны и дополнены до девяти типов инновационной политики предприятия. На основе предложенной типологии, идентифицированы типы инновационной политики исследуемых спиртзаводов и исследована динамика их изменения. По результатам проведенных исследований стало возможным определить типы инновационной политики предприятия учитывая интегральные показатели и рыночную позицию предприятия.

Ключевые слова: инновации, интегральная оценка, инновационная политика, типы инновационной политики, рыночная позиция, рыночная среда, интегральный показатель.

Abstract. In the article the method of selecting the type of innovation policies based on integrated assessment and evaluation of the position of the company in a market environment that is based on the ratio of levels and criteria.

The authors proposed assessment of innovation policy complement factor positions the company in the market environment. Methodical approaches, limits and benchmarks position of the company in the market environment. Following the results of existing research on four types of innovation policy, detected signs of generality that require detail. Developed and expanded to nine types of innovative enterprise policy. Based on the proposed typology identified types of innovation policy distilleries studied and investigated the dynamics of their changes. The results of the research was to determine the possible types of innovation policy taking into account the integrated enterprise performance and market position of the company.

Keywords: innovations, integrated assessment, innovation policy, innovation policy types, market position, market environment, integrated indicator.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Належність до певної галузі значною мірою впливає на можливість стратегічного вибору типу інноваційної політики підприємства, що обумовлено рівнем конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, так і конкурентними позиціями підприємства на внутрішньому ринку. Це, у свою чергу, передбачає формування та реалізацію відповідної інноваційної політики підприємства.

На сьогодні конкурентних переваг підприємства досягають завдяки впровадженню інновацій. Вибір тих чи інших інноваційних змін по суті формує інноваційну політику підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженню методологічних підходів щодо визначення типу інноваційної політики присвячені праці багатьох зарубіжних вчених: І.Т. Балабанова

[2], С.Д. Ильенковой [5], Ф. Котлера [7], В. Г. Мединського [11], Л.Н. Оголевой [14], Э. Райе та Л. Райе [18], Р.А. Фатхутдинова [19]. Вагомий внесок у дослідження щодо даної проблеми зробили також і вітчизняні вчені: Л.Л. Антонюк [1], О.І. Волков [3], О.І. Дацій [4], С.М. Ілляшенко [6], Н.В. Краснокутська [8], Г.І. Лановська [9], В.С. Марцин [10], Є.В. Нагорний [13], В.Л. Осецький [15], Л.А. Полонська [17], І.В. Федулова [20], В.Г. Чабан [21] та ін. Проте в умовах трансформації економічних відносин багато аспектів цієї важливої проблеми потребують подальших досліджень з метою пошуку оптимальних шляхів її вирішення.

Метою даної публікації є дослідження типів та складових інноваційної політики, які забезпечать пошук нових ідей щодо задоволення споживчого попиту в певних товарах чи послугах, освоєння нових ринків і форм організації виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Аналіз наукових праць та економічної літератури [5, с. 101–104; 11, с. 31–34; 18, с. 48] показав, що в основному виділяють три типи інноваційної політики: наступальний, наступально-ризиковий та еволюційний.

Основою інноваційної діяльності на підприємстві є комерціалізація нових видів продукції або технологій виробництва. Обираючи напрям інноваційної діяльності, керівництво підприємства вирішує, який тип інноваційної політики буде доцільний для даного напрямку діяльності. Саме обраний тип інноваційної політики підприємства повинен передбачати послідовну комплексну інноваційну діяльність щодо зміни будь-якого із елементів бізнесу.

Наступальний тип інноваційної політики властивий зазвичай потужним фірмам з власними дослідницькими лабораторіями, відділами, що постійно працюють над створенням нових продуктів у відповідній галузі. Або компаніям, спроможним виділяти значні кошти на придбання права на випуск нового продукту в іншій фірмі [5, с. 101]. Завдяки своїм великим фінансовим можливостям вони можуть швидко розгорнути масове виробництво нового продукту, завоювати значну частку ринку. Головними завданнями інноваційної політики наступального типу є:

- моніторинг споживчого ринку з метою своєчасного виявлення нових запитів споживачів та нових ринкових сегментів;
- моніторинг ринку інновацій для оперативного залучення тих із них, що можуть бути вигідними зараз і у майбутньому;
- підтримка діяльності власних спеціалізованих науково-дослідницьких підрозділів;
- стимулювання ініціативності працівників фірми у продукуванні нових ідей, організація внутрішнього підприємництва;
- оцінювання перспективності нових ідей і їх конструктивне розроблення та запровадження;

- внесення змін у внутрішнє середовище фірми, необхідних для швидкого впровадження інновацій.

Наступально-ризиковий тип інноваційної політики спрямований на піонерне впровадження радикальних інновацій, створених підприємством [5, с. 102]. В основному така політика притаманна венчурним (ризиковим) фірмам, які спеціалізуються на створенні нового продукту та відрізняються ризикованістю, великою наукомісткістю створених продуктів, оперативністю впровадження інновацій. Реалізація такої політики можлива за умов значного потенціалу підприємства, високої гнучкості його структурних елементів, готовності менеджерів вищої ланки ризику, їх здатності акумулювати фінансові кошти, необхідні для впровадження інноваційних проєктів. Головними завданнями інноваційної політики наступального-ризикового типу є [10]:

- моніторинг споживчого ринку з метою своєчасного виявлення змін ринкової кон'юнктури;
- формування високопрофесійних науково-дослідницьких колективів, здатних створювати новий продукт у різних сферах діяльності;
- стимулювання ініціативності працівників фірми у продукуванні нових ідей;
- відбір перспективних ідей та концентрація зусиль на доведенні їх до стадії комерціалізації.

Еволюційний тип інноваційної політики підприємства властивий тим фірмам, що виготовляють продукцію із тривалим стабільним попитом [5, с. 103]. Тривалий життєвий цикл продукції дає змогу їм не лише вдосконалювати поточну діяльність, а й накопичувати кошти для поступового переходу від випуску одного виду продукту до іншого. Цей тип інноваційної політики формує умови для удосконалення рішень поточної діяльності підприємства (технології виготовлення продукції, її модифікації в межах базової конструкції, розширення ринкової ніші, вдосконалення маркетингових інструментів). Це дає змогу підприємству протягом тривалого часу утримувати стійкі позиції на ринку. Головними завданнями інноваційної політики еволюційного типу є [17]:

- створення атмосфери креативності;
- заохочення ініціативності усіх працівників фірми (в тому числі і робітників) у вдосконаленні своєї роботи, підвищенні її якості, продуктивності та результативності.

На нашу думку, типи інноваційної політики мають прямий зв'язок з інноваційною стратегією підприємства, як однією із основних її елементів і потребують подальшого дослідження.

Проведене дослідження дало змогу встановити, що науковці визначають три типи інноваційної політики, а саме: наступально-ризиковий, наступальний та еволюційний. Ми вважаємо, що дана класифікація є досить обмеженою та узагальнюючою.

На думку автора, потрібно врахувати специфіку підприємств різних галузей та їх можливостей щодо формування та реалізації інноваційної політики, за складовими та напрямками. Також, можливість кожного підприємства реалізовувати стратегічні цілі з урахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей та з огляду на ринкову ситуацію.

Виходячи з цього ми вважаємо за потрібне розширити можливості вибору підприємств щодо типу інноваційної політики. Для цього потрібно провести ще додаткові дослідження щодо позиції кожного

спиртзаводу в ринковому середовищі. Визначити на якому рівні знаходиться той чи інший спиртзавод на ринку, а також порівняти ці дослідження з інтегральною оцінкою інноваційної політики кожного досліджуваного підприємства спиртової галузі.

Отже, на нашу думку, поряд із інтегральною оцінкою інноваційної політики для покращення її формування та реалізації потрібно оцінити позиції підприємства в ринковому середовищі та його вплив на обраний той чи інший тип інноваційної політики (табл. 1).

Таблиця 1.

Оцінка позицій підприємств в ринковому середовищі

Показники	2010	2011	2012	2013	2014
ДП “Бершадський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	24192,00	18582,00	25948,00	40277,50	44108,90
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	74,82	76,81	139,64	155,22	109,51
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	0,71	0,70	0,89	1,28	1,06
ДП “Немирівський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	58467,42	64890,56	99602,00	112753,50	121833,10
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	105,41	110,99	153,49	113,20	108,05
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	79207,60	77785,20	120633,00	163092,50	165176,30
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	101,32	98,20	155,08	135,20	101,28
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,04	1,13	0,99	0,84	1,07
ДП “Овечацький спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	13063,20	16996,60	22555,40	20885,80	23846,80
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	102,44	130,11	132,71	92,60	114,18
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	0,97	1,19	0,85	0,76	1,11
ДП “Сторонибаський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	15883,80	18458,00	27007,00	34544,00	42528,00
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	107,35	116,21	146,32	127,91	123,11
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,02	1,06	0,93	1,05	1,19
ДП “Козлівський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	26787,60	31859,00	50514,00	65448,00	67179,00
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	104,25	118,93	158,55	129,56	102,64
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	110887	110817	169721	210398	219830
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	98,42	99,94	153,15	123,97	104,48
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,06	1,19	1,04	1,05	0,98
ДП “Червонослобідський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	28228,00	27344,20	44171,00	57367,00	53888,40
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	103,41	96,87	161,54	129,87	93,94
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	109447,02	115331,56	176064,00	218479,00	233121,00
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	99,46	105,38	152,66	124,09	106,70
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,04	0,92	1,06	1,05	0,88

Оцінивши позицію кожного досліджуваного спиртзаводу в ринковому середовищі ми за допомогою методу вибіркового спостереження, що є найпоширенішим з усіх видів несучільного спостереження розрахуємо довірчі інтервали.

Під час проведення вибіркового спостереження вивчаються не всі одиниці досліджуваного об'єкта, а лише деяка відібрана частина цих одиниць (табл. 2).

Однак спостереження організоване таким чином, що ця частина відібраних одиниць відображає всю сукупність наче у зменшеному масштабі.

Загальну сукупність однорідних об'єктів (одиниць) з якої здійснюється відбір для дослідження у статистиці називають генеральною сукупністю. Відібрана для обстеження частина генеральної сукупності має назву вибірки або вибіркової сукупності.

На підставі результатів дослідження вибіркової сукупності можна зробити висновки про властивості генеральної сукупності, тобто теоретичні характеристики замінити статистичними.

До теоретичних (шуканих) характеристик належать узагальнюючі показники генеральної сукупності – середній розмір ознаки ($X_{\text{сер.}}$), частка (P), генеральна дисперсія (σ^2), які називають параметрами.

Статистичними характеристиками (оцінками) є характеристики вибіркової сукупності – середня вибірка ($x_{\text{сер. в.}}$), вибірка частка (W), вибірка дисперсія ($\sigma^2 \text{ в.}$), які називають статистиками. Отже завдання вибіркового спостереження – за результатами обстеженої частини надати характеристику усій сукупності в цілому та визначити довірчі інтервали (табл. 3).

Довірчі інтервали, у яких при заданій ймовірності перебуває величина x , обчислюються за формулою $x = X \pm \Delta$. У дослідженнях довірчі інтервали розраховуються із певним заданим ступенем достовірності, який називають надійною або довірчою ймовірністю P . Вона має бути достатньо великою.

Зазвичай у дослідженнях обирають $P = 0,95$ та $0,954$ (відповідні їм величини t становлять 1,96 та 2,00).

Це означає, що лише приблизно в одному випадку із 20 спостережень буде зафіксовано вихід середнього з інтервалу. Таким чином розраховувавши довірчі інтервали оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі для досліджуваних спиртзаводів ми визначили межі та їх критерії (табл. 4).

Виходячи з даних табл. 1, керуючись межами критеріїв наведеними в табл. 4 був визначений рівень для досліджуваних спиртзаводів щодо їх позиції на ринку (табл. 5).

Аналізуючи дані наведені в табл. 5 можна відзначити, що всі спиртзаводи за період 2010–2014 роках знаходились в межах тільки двох рівнів: достатнього та високого. Це свідчить про те, що темп росту обсягу ринку майже у всіх підприємств стабільно збільшується за рахунок цього вони можуть втримувати свої позиції на ринку. Щодо ДП "Немирівський спиртзавод" то на протязі 2010–2011 років та на кінець періоду наші дослідження підтвердили його позиції щодо лідерства в галузі. ДП "Козлівський спиртзавод" теж займав високий рівень на протязі 2010–2013 років в ринковому середовищі, але на кінець досліджуваного періоду він уже перебуває на достатньому рівні. Щодо загальної тенденції спиртзаводів то як ми уже

Таблиця 2.

Вибіркова сукупність показника оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі досліджуваних підприємств

Досліджувані спиртзаводи	Значення показника, $O_{p,c}$		Помилка вибірки, $\eta_{\bar{x}}$	
	max	min	max	min
ДП «Бершадський спиртзавод»	1,28	0,70	0,004225	0,026678
ДП «Немирівський спиртзавод»	1,13	0,84	0,007225	0,000544
ДП «Овечацький спиртзавод»	1,19	0,76	0,000625	0,010678
ДП «Сторонибаський спиртзавод»	1,44	1,02	0,050625	0,024544
ДП «Козлівський спиртзавод»	1,19	0,98	0,000625	0,013611
ДП «Червонослобідський спиртзавод»	1,06	0,88	0,024025	0,000278
Разом	7,29	5,18	0,08735	0,076333

Таблиця 3.

Розрахунок довірчих інтервалів оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі для досліджуваних спиртзаводів

Середнє значення показників $O_{p,c} (X_{\text{сер.}})$		Середня помилка вибірки ($x_{\text{сер. в.}}$)		Гранична помилка вибірки (Δ) (для довірчої ймовірності $P = 0,954$; коефіцієнт довіри $t=2$)		Довірчий інтервал (max) $O_{p,c} X \pm \Delta$		Довірчий інтервал (min) $O_{p,c} X \pm \Delta$	
max	min	max	min	max	min	max	min	max	min
1,215	0,86333	0,13217413	0,12355835	0,264348255	0,24711671	1,479348	0,950652	1,11045	0,616217

Таблиця 4.

Межі та їх критерії позиції підприємства в ринковому середовищі (Орс.)

низький рівень	середній рівень	достатній рівень	високий рівень
$0 \geq O_{p,c} \leq 0,36$	$0,36 \geq O_{p,c} < 0,67$	$0,68 \geq O_{p,c} < 0,99$	$O_{p,c} \geq 1$

значали вони всі знаходяться в межах достатнього та високого рівня в ринковому середовищі – це можна пояснити тим, що спиртова галузь є монополізована державою і позиції кожного спиртзаводу на ринку регулюється централізовано.

Результативно маємо оцінку за інтегральним показником та за позицією підприємства в ринковому середовищі. Це дає двостороннє враження щодо оцінки інноваційної політики підприємства. Враховуючи критерії обох ознак автор розробив типи інноваційної політики (табл. 6).

Керуючись наявними результатами наукових досліджень щодо типів інноваційної політики, авторами визначено, що їм притаманні загальні ознаки, які потребують деталізації. Наступальний тип інноваційної політики досить різниться, зокрема йому може бути притаманний силовий, ризиковий та стабільний характер. Еволюційний тип інноваційної політики може набувати стабільного та захисного характеру. Крім того можуть формуватись чітко стабільний та захисний тип інноваційної політики. Кожне підприємство обираючи той чи інший тип інноваційної політики має можливість спрогнозувати результативність

своєї діяльності в цілому. Характеристику кожного запропонованого типу інноваційної політики викладено в табл. 7.

Проведений аналіз дає змогу визначити який тип інноваційної політики був притаманний кожному досліджуваному спиртзаводі на протязі 2010–2014 років, враховуючи обидві ознаки (табл. 8).

Аналізуючи табл. 8 бачимо, що у 2010 році чотири спиртзаводи формували свою інноваційну політику орієнтовану на еволюційний тип (ДП “Бершадський спиртзавод”, ДП “Немирівський спиртзавод”, ДП “Козлівський спиртзавод”, ДП “Червонослобідський спиртзавод”). ДП “Овечацький спиртзавод” був зорієнтований на еволюційно-стабільний тип інноваційної політики та ДП “Сторонибабський спиртзавод” на наступально-стабільний. У 2011 році ДП “Немирівський спиртзавод” та ДП “Козлівський спиртзавод” повернулись до еволюційного типу інноваційної політики. Цей тип також обрав і ДП “Овечацький спиртзавод”. ДП “Сторонибабський спиртзавод” та ДП “Червонослобідський спиртзавод” у 2011 році зорієнтувалися і обрали еволюційно-стабільний тип, що дав їм можливість провести модифікацію продукції в

Таблиця 5.

Визначення рівнів підприємств щодо оцінки їх позиції в ринковому середовищі

Досліджувані спиртзаводи	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ДП «Бершадський спиртзавод»	достатній рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень
ДП «Немирівський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень
ДП «Овечацький спиртзавод»	достатній рівень	високий рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень
ДП «Сторонибабський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень
ДП «Козлівський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	високий рівень	високий рівень	достатній рівень
ДП «Червонослобідський спиртзавод»	високий рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень	достатній рівень

Таблиця 6.

Визначення типів інноваційної політики підприємства

		Інтегральна оцінка інноваційної політики ($ZI.p$)				
		Високий рівень	достатній рівень	середній рівень	низький рівень	
		$0,66 \leq Zi.p \leq 1$	$0,35 \leq Zi.p \leq 0,65$	$0,34 \leq Zi.p \leq 0,64$	$0 \leq Zi.p \leq 0,33$	
Оцінка підприємств в ринковому серед середовищі (Op.c)	Високий рівень	$0,71 \leq Op.c \leq 1$	наступально-силовий тип	наступально-стабільний тип	еволюційний тип	еволюційно-стабільний тип
	достатній рівень	$0,62 \leq Op.c \leq 0,99$	наступально-ризиковий тип	еволюційний тип	еволюційно-стабільний тип	еволюційно-захисний тип
	середній рівень	$0,36 \leq Op.c \leq 0,67$	наступальний тип	еволюційно-стабільний тип	еволюційно-захисний тип	стабільний тип
	низький рівень	$0 \leq Op.c \leq 0,36$	наступально-стабільний тип	еволюційно-захисний тип	стабільний тип	захисний тип

межах базової конструкції, розширення ринкової ніші та стимулювання збуту.

На кінець періоду чотири з шести досліджуваних спиртзаводів обрали еволюційний тип сформованої інноваційної політики, а саме: ДП "Бершадський спиртзавод", ДП "Немирівський спиртзавод", ДП "Овечацький спиртзавод", ДП "Сторонибабський спиртзавод". Так як, даний тип спрямований на підтримання існуючих розмірів підприємства і його ділової активності, підвищення конкурентоспроможності продукції із тривалим життєвим циклом з метою утримання позицій і частки ринку, ми вважаємо, для підприємств спиртової галузі це найоптимальніший вибір.

Щодо двох інших спиртзаводів ДП "Козлівський спиртзавод" та ДП "Червонослобідський спиртзавод", які у 2014 році сформували інноваційну політику еволюційно-стабільного типу. Вона дала можливість втримати свої конкурентні позиції на ринку за рахунок досконалих рішень поточної діяльності підприємства.

Виходячи з проведеного аналізу, можна відмітити, що жодне з досліджуваних підприємств не сформувало інноваційну політику на високому рівні.

На підставі вище викладеного можна рекомендувати кожному підприємству певний тип інноваційної політики (табл. 9).

Таблиця 7.

Зміст типів інноваційної політики підприємств

Тип інноваційної політики	Зміст типу інноваційної політики
Наступально-силовий	Спрямована на створення принципово нових або на радикальне перетворення старих сегментів ринку, пошук та реалізацію революційних рішень.
Наступально-ризиковий	Спрямована на: збільшення масштабів виробництва; створення наукоємної інноваційної продукції та оперативність її впровадження; готовність менеджерів вищої ланки до ризику.
Наступальний	Спрямована на: створення власних дослідницьких лабораторій та відділів, що постійно працюють над створенням нових продуктів у відповідній галузі; виділення коштів для придбання права випуску нового продукту іншого підприємства; спроможність швидко розгорнути масове виробництво нової продукції, завдяки своїм фінансовим можливостям.
Наступально-стабільний	Спрямована на: збільшення масштабів виробництва за рахунок масового виробництва продукції достатньої якості за низькими цінами; освоєння нових товарів і послуг та вихід на нові ринки збуту; завоювання конкурентних переваг
Еволюційний	Спрямована на: підтримання існуючих розмірів підприємства і його ділової активності; підвищення конкурентоспроможності продукції із тривалим життєвим циклом з метою утримання позицій і частки ринку.
Еволюційно-стабільний	Спрямована на формування умов для досконалих рішень поточної діяльності підприємства: технології виготовлення продукції, її модифікації в межах базової конструкції; розширення ринкової ніші; вдосконалення маркетингових інструментів.
Еволюційно-захисний	Спрямована на утримання позицій на ринку, вносячи поліпшувальні зміни у технологію, дизайн продукту, заохочення та ініціативність усіх працівників підприємства у вдосконаленні своєї роботи, підвищення її якості, продуктивності та результативності збуту.
Стабільний	Спрямована на пошук споріднених видів бізнесу, перехід до яких не потребує значних коштів, водночас даючи змогу підприємству ще певний час протриматись на ринку.
Захисний	Спрямована на: утримання позицій підприємства на ринку і попередження банкрутства; інноваційний пошук, що через обмеженість фінансових ресурсів зосереджуються на заходах, які дають змогу скорочувати витрати на випуск продукції з метою зниження її ціни і збереження конкурентоспроможності.

Таблиця 8.

Визначення типів інноваційної політики досліджуваних спиртзаводів за 2010–2014 роки

Досліджувані спиртзаводи	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ДП "Бершадський спиртзавод"	еволюційний	еволюційно-захисний	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний
ДП "Немирівський спиртзавод"	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційно-стабільний	еволюційний
ДП "Овечацький спиртзавод"	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційний
ДП "Сторонибабський спиртзавод"	наступально-стабільний	еволюційно-стабільний	еволюційно-захисний	еволюційний	еволюційний
ДП "Козлівський спиртзавод"	еволюційний	еволюційний	еволюційний	наступально-стабільний	еволюційно-стабільний
ДП "Червонослобідський спиртзавод"	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний

Таблиця 9.

Пропоновані типи інноваційної політики підприємства для досліджуваних спиртзаводів на 2015–2018 роки

Досліджувані спиртзаводи	Роки			
	2015 фактичний	2016	2017	2018
ДП “Бершадський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступальний	наступальний
ДП “Немирівський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний й	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Овечацький спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Сторонибабський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Козлівський спиртзавод”	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційний
ДП “Червонослобідський спиртзавод”	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційний

Інноваційна політика спиртзаводів враховуючи галузеві особливості не повинна бути нижче рівня еволюційного типу. Взагалі ж, потрібно орієнтувати підприємства на підвищення інтенсивності інноваційних змін, зокрема вони повинні формувати інноваційну політику на наступний трьохрічний період хоча б на щабель вище. Це необхідно для того щоб запровадити зміни в системі, закріпити їх і надалі вдосконалити. Визначити які саме напрямки за складовими інноваційної політики необхідно вдосконалювати і які заходи розробляти допоможуть початкові показники нашої методики. В той же час необхідно накопичити фінансові ресурси достатні для вищого рівня типу інноваційної політики.

Сповільнення інноваційних процесів може призвести до погіршення конкурентоспроможності підприємства, спаду виробництва та втрати сегменту ринку. Відсутність інноваційних змін, не сформованість системами, яка б забезпечувала формування інноваційної політики є стратегічною помилкою, що може призвести до стратегічної кризи, а надалі банкрутства підприємства.

Необхідно окремо розглянути ДП “Немирівський спиртзавод” як лідера галузі за обсягами виробництва. Суттєві інноваційні зміни відбулися ще до 2010 року, а система формування інноваційної політики є не досконалою про що свідчить інтегральний показник. На нашу думку, якщо це не буде усунено підприємство може погіршити і свій ринковий статус. Маючи достатній обсяг фінансових ресурсів підприємство має можливість в подальшому швидшими темпами змінювати тип інноваційної політики.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Проаналізувавши структуру сформованості інноваційної політики виявлено недоліки і запропоновано типи інноваційної політики враховуючи галузеві та індивідуальні особливості кожного досліджуваного підприємства. Зокрема, ДП “Немирівський спиртзавод”, як лідеру галузі необхідно

сформувати відсутню складову в загальній структурі інноваційної політики, а саме політику в галузі науково-дослідницьких та дослідницько-конструкторських робіт та посилити політику структурних змін, що стане запорукою можливої лідируючої позиції в ринковому середовищі на майбутній період. На нашу думку, інноваційна політика спиртозаводів враховуючи галузеві особливості не повинна бути нижче рівня еволюційного типу. Взагалі ж, потрібно орієнтувати підприємства на підвищення інтенсивності інноваційних змін, зокрема вони повинні формувати інноваційну політику на наступний трьохрічний період хоча б на щабель вище. Це необхідно для того щоб запровадити зміни в системі, закріпити їх і надалі вдосконалити. В той же час необхідно накопичити фінансові ресурси достатні для вищого рівня типу інноваційної політики.

Запропоновані вище методичні підходи до формування інноваційної політики, її оцінки, вибору типу, створення механізму контролю за інноваційними перетвореннями підприємства дають можливість визначити напрямки оновлення, оцінити можливість їх запровадження, сформувати управлінську структуру яка б легко сприймала інновації, забезпечити мінімізацію витрат пов’язаних з впровадженням ефективних інноваційних проектів та джерел фінансування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук; монографія – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: / И.Т. Балабанов – СПб.: Питер, 2000. – 207 с.
3. Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності / О.І. Волков, М.П. Денисенко. – [3-е вид, перероб та доп.] – К., 2012. – 660 с.
4. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Дацій – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.
5. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др.; под.

- Ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 318 с.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 278 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – Питер: СПб., 2011. – 464 с.
8. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент / Н.В. Краснокутська – К. ; КНЕУ, 2003. – 504 с.
9. Лановська Г.І. Основні принципи інноваційної політики підприємства / Г.І. Лановська: тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. ["Проблеми економіки підприємств в умовах сталого розвитку"], (Київ, 314 квіт. 2013 р.), М-во освіти і науки України, М-во агропрот. політики України, Нац. ун-т харч. технологій. – К.: НУХТ, 2013. – С. 16-17.
10. Марцин В.С. Економічне регулювання інноваційної діяльності. / Фінанси України: науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал Міністерства фінансів України / В.С. Марцин – 2010. – № 5 – С.44 – 54.
11. Мединський В. Г. Інноваційний менеджмент / В.Г.Мединський. – Москва ; ИНФРА-М 2002. – 295 с.
12. Менеджмент та маркетинг інновацій: монографія / за заг. рек. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2004. – 616 с.
13. Нагорний Є.В. Інноваційні напрямки розвитку цукрової та спиртової галузей харчової промисловості: журнал / Є. В. Нагорний // Проблеми науки: Міжгалуз. наук.-практ. журнал [гол. ред. Семиноженко В.П.]. – К.: Київ ЦНТЕІ, ЦДПН ім. Г.М. Доброва НАНУ, 2014. – № 1. – С. 37-40.
14. Оголева Л.Н. Інноваційний менеджмент./ Л.Н. Оголева. – М.: Инфа-М, 2013. – 240 с.
15. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики: монографія / В.Л. Орлов. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.
16. Петруха С. Інноваційна активність підприємств харчової промисловості / С. Пеструха, М. Колотуша. // Економіст. – 2012. – №3. – С. 36-81.
17. Полонська Л.А. Інноваційна політика торговельних підприємств: теорія та методологія: монографія / Л.А. Полонська, Н.В. Лохман. – Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2014. – 221 с.
18. Райе Э. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму./ Э. Райе, Л. Райе. – М.: АСТ: Транзиткнига, 2011. – 17 с.
19. Федулова І.В. Інноваційний потенціал підприємства: монографія / І.В. Федулова, Г.О. Кундєєва. – К.: НУХТ, 2015. – 346 с.
20. Чабан В. Г. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка: журнал / В.Г. Чабан. – Фінанси України: науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал Міністерства фінансів України – 2011. – №5. с. 142-149.

УДК 005.21

ГАРАФОНОВА О.І., д.е.н.

м. Київ

ІНКОРПОРАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗМІН В СТРАТЕГІЧНУ СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. В статті обґрунтовано науковий підхід щодо використання терміну "потенціал змін". Визначено умови та фактори щодо формування потенціалу змін в системі управління промисловим підприємством. Визначено умови впровадження потенціалу змін, а також конкурентного і стратегічного потенціалу.

Ключові слова: зміни, потенціал змін, види змін, концепція управління змінами в стратегічній системі управління промисловим підприємством.

Аннотация. В статье обоснован научный подход к использованию термина "потенциал перемен". Определены условия и факторы по формированию потенциала изменений в системе управления промышленным предприятием. Определены условия внедрения потенциала изменений, а также конкурентного и стратегического потенциала.

Ключевые слова: изменения, потенциал изменений, виды изменений, концепция управления изменениями в стратегической системе управления промышленным предприятием.

Abstract. In the article the scientific approach to the use of the term "potential change". The conditions and factors on forming potential changes in the management of industrial enterprise. The conditions of implementation capacity changes as well as competitive and strategic potential.

Key words: changes, potential changes types of changes, the concept of strategic change management in industrial enterprise management system.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зростання добробуту населення України та покращення становища нашої держави на міжнародній економічній і політичній аренах на сьогодні залежить не лише від рівня промислового розвитку країни. Зрос-

тання обсягів виробленого національного продукту, збільшення експорту продукції, що відповідає міжнародним світовим стандартам та стандартам якості ISO і є конкурентоспроможною на міжнародному ринку, передусім, зумовлено наявністю стратегічного

потенціалу промислових підприємств та діючими організаційно-економічними механізмами його використання та відтворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Своєю чергою, стратегічний потенціал промислового підприємства спирається на його конкурентний потенціал, формується під впливом різних видів потенціалу, а також безпосередньо залежить від рівня розвитку потенціалу змін. Оскільки саме зміни є джерелом руху та трансформації підприємства і країни в цілому. Теоретичним і прикладним аспектам формування потенціалу в умовах розвитку підприємств виробничої та невиробничої сфери діяльності присвячені праці О. Алімова, І. Грищенко, Ю. Гончарова, М. Денисенка, С. Захаріна, О. Левченка, І. Отенко, І. Тарасенко та ін.

Мета статті: обґрунтування формування потенціалу змін в системі управління промисловим підприємством в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому. Тому предмет управління потенціалом змін підприємства є досить актуальним для вітчизняних підприємств. Вітчизняні промислові підприємства змушені ініціювати процес введення змін для покращення ринкового становища, збільшення вартості акціонерного капіталу або для впровадження урядових стратегій.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття потенціалу закономірно та абсолютно адекватно посіло важливе місце в категорійному апараті економічної теорії. Цьому сприяли насамперед радикальні зміни в стратегічних пріоритетах глобальних організацій, серед яких зміна філософії підприємництва: замість "отримання прибутку нині" – "формування потенціалу нині", що гарантує "отримання прибутку завтра". Така філософія підприємництва є чи не єдиним можливим напрямом забезпечення стабільного економічного зростання в умовах швидкозмінного ринкового середовища.

Життєдіяльність та розвиток відповідної багатокомпонентної економічної системи багато в чому визначається наявністю і використанням власного потенціалу країни та її промислових підприємств.

Як вже було зазначено, поняття "потенціал" закономірно посіло важливе місце в категорійному апараті теорії управління змінами. Але для розвитку цієї теорії в її категорійному апараті не вистачає поняття "потенціал змін". Хоча Д. К. Воронков використовує термін "**потенціал змін**", під яким розуміє "сукупність можливостей для переходу від поточного стану підприємства до нового стану в майбутньому в процесі розвитку, причому цей перехід забезпечується наявністю у підприємства ресурсів, які можуть бути використані для здійснення змін: матеріальних, фінансових, інноваційних, інформаційних, людських, організаційних тощо" [1], але дане визначення

не розкриває повною мірою змістовного наповнення складових зазначеного потенціалу змін.

Підприємство має в своєму розпорядженні виробничий, майновий, науковий, технічний, трудовий або кадровий (потенціал управління персоналом), фінансовий, організаційний та інші види потенціалу. Виходячи з наявності всіх видів потенціалу здійснюється планування розвитку бізнесу, яке полягає в розробці заходів щодо використання наявного потенціалу.

Принцип діючого підприємства передбачає безперервність його діяльності, яка може бути забезпечена наявністю і постійним зростанням загального потенціалу підприємства. Отже, перед керівниками вітчизняних підприємств стоїть завдання не тільки не допустити спаду та банкрутства, а й забезпечити зростання та вдосконалення потенціалу.

Прагнення отримувати максимально можливий прибуток в умовах жорсткої обмеженості ресурсів спонукає сучасні підприємства до перегляду наявного потенціалу, переоцінки власних можливостей, пошуку додаткових резервів підвищення доходності своєї діяльності, що в майбутньому може розраховувати на трансформацію діяльності за рахунок реалізації потенціалу змін.

Як показав проведений аналіз цього категоріального апарату, в основі значної кількості визначень категорії "потенціал" є ресурси підприємства та досягнення поставлених цілей підприємства за допомогою цих ресурсів.

Проте тільки наявність ресурсів не може гарантувати досягнення цілей підприємства, треба враховувати також потенційні можливості підприємства щодо мобілізації ресурсів для досягнення цілей.

Моніторинг та діагностика потенціалу підприємства дає можливість виявити сильні і слабкі сторони його діяльності і на цьому фоні чіткіше визначити сильні та слабкі сторони конкурентів, а також позитивні і негативні фактори середовища підприємства. За рахунок всебічного аналізу діяльності підприємства можливо визначити основні можливості для росту підприємства, слабкі сторони – для трансформації, сильні сторони – для підтримання конкурентної позиції. В наступному розділі нами буде проведено моніторинг потенціалу різних промислових підприємств.

Виокремлюють різні види потенціалу підприємства, а саме: виробничий, економічний, фінансовий, маркетинговий, інформаційний, техніко-технологічний, організаційний, соціальний тощо.

Спираючись на дослідження різних видів потенціалу [2-10] та підходи, що існують у вітчизняній та зарубіжній літературі, з авторської точки зору (на основі даних рис. 1) слід виділити такі: виробничий, фінансовий, маркетинговий, кадровий потенціал (або трудовий), організаційний (включаючи управлінський потенціал), інноваційний.

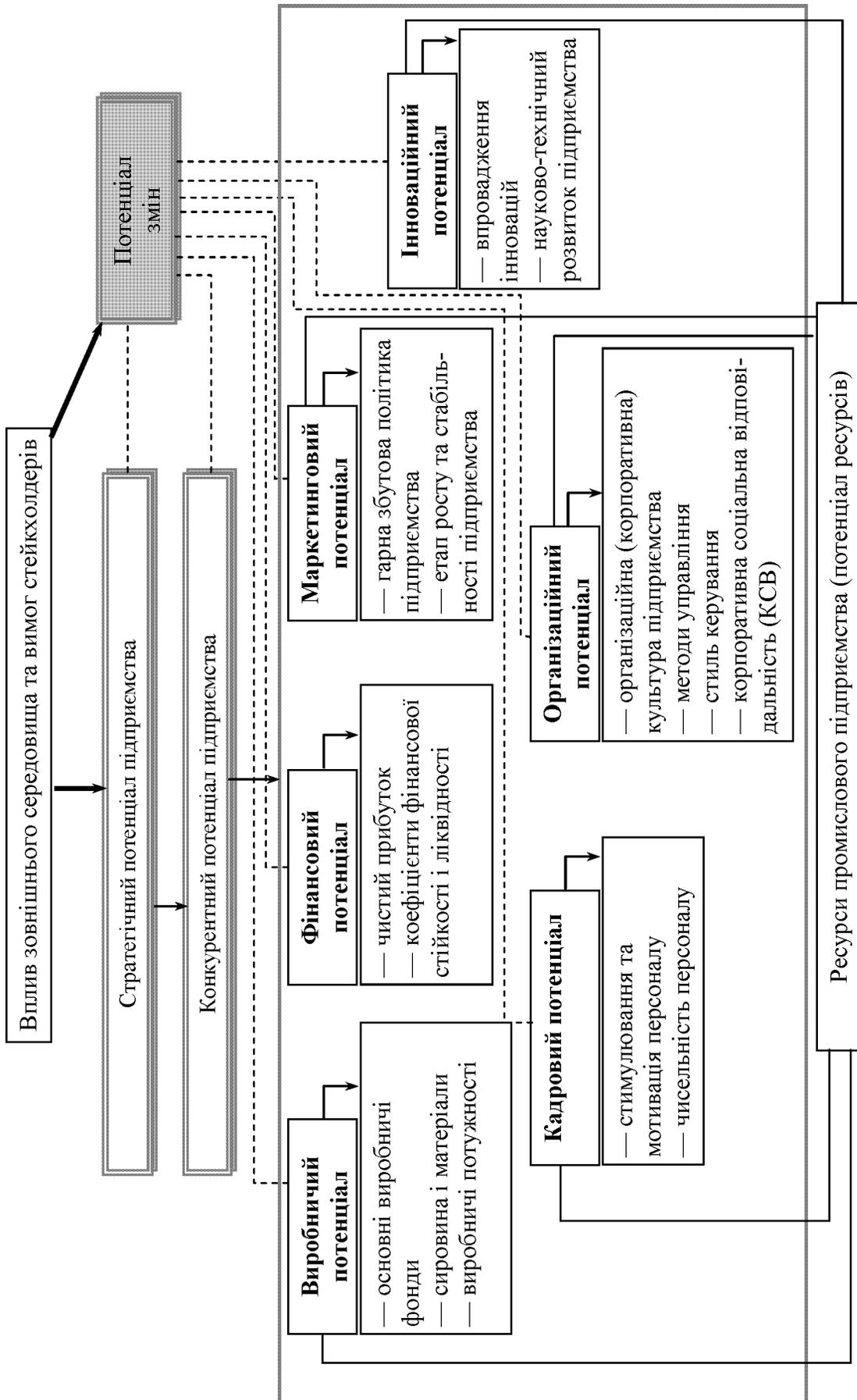


Рис. 1. Загальна схема формування потенціалу промислового підприємства*

* Джерело: складено та побудовано автором.

Все розмаїття наявних на підприємстві локальних видів потенціалів може бути інтегровано в загальне поняття “конкурентний потенціал підприємства. Який, в свою чергу, підпорядкований наступному рівню – стратегічний потенціал підприємства.

В сучасних умовах трансформації України, коли продовжує відбуватися реформування всіх сфер національної економіки, конкурентоспроможність потенціалу змін підприємства є важливою характеристикою і показником саме розвитку промислового виробництва. Визначення свого місця в конкурентному середовищі є першим і одним з найважливіших кроків в управлінні підприємством.

Отже, підтримання набутих та створення нових конкурентних переваг є необхідною складовою частиною діяльності кожного підприємства для вдосконалення його конкурентного потенціалу, так само як і конкурентоспроможність, яка є однією із найважливіших інтегрованих та синергійних характеристик, що використовуються для аналізу конкурентних позицій на ринку. Для забезпечення ефективного функціонування в ринковій економіці необхідно навчитися вдосконалювати конкурентний потенціал підприємства, що є “стелею” для інших видів потенціалу підприємства.

Конкурентний потенціал – систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус [11].

Конкурентний потенціал є “внутрішніми і зовнішніми конкурентними можливостями фірми, які дозволяють підприємству проводити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів” [12, с. 24; 94].

Таким чином, проаналізовані наукові підходи щодо сутності потенціалу підприємства дозволили зробити висновки, що конкурентний потенціал підприємства “система взаємоузгоджених ресурсів, можливостей, конкурентних переваг та ключових компетенцій, функціонування якої базується на ефективній реалізації стратегічних, інкрементальних та організаційних змін, досягненні стратегічних цілей підприємства.

На сьогодні країна перебуває у дуже скрутному становищі. Більшість підприємств стоять перед вибором напрямку подальшої своєї діяльності. В умовах постійно нестабільного зовнішнього економіко-політичного стану країни перехід до нового механізму господарювання значно підвищив актуальність дослідження тих ринкових ознак конкурентного потенціалу, котрі найповніше виражають, на нашу думку,

поняття “конкурентний потенціал підприємства”. Таким чином, *конкурентний потенціал підприємства* – потенційна можливість підприємства зберігати свою конкурентну позицію за постійно змінних умов зовнішнього середовища функціонування. У такому разі зміна конкурентної позиції будь-якого підприємства залежить, з одного боку, від сили дії того або іншого чинника зовнішнього середовища, а з другого – від здатності самого підприємства “тримати удар” серед своїх конкурентів в єдиному конкурентному середовищі функціонування [13].

Конкурентний потенціал, що об’єднує в собі і просторові, і тимчасові характеристики, концентрує одночасно три рівні зв’язків і відносин [14]. По-перше, він відображає минуле, тобто сукупність властивостей, нагромаджених системою в процесі її становлення і таких, що зумовлюють можливість її функціонування та розвитку. У цьому плані поняття “конкурентний потенціал” фактично набуває значення поняття “ресурс”. По-друге, він характеризує рівень практичного застосування і використання наявних можливостей. Це забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей. У цій своїй функції поняття “конкурентний потенціал” частково збігається з поняттям “резерв”. По-третє, він орієнтується на розвиток (на майбутнє). Будучи єдністю стійкого і мінливого станів, конкурентний потенціал містить елементи майбутнього розвитку.

Разом усі ці можливості створюють сукупний соціально-економічний конкурентний потенціал підприємства, який стосовно аналогічного потенціалу, будь-якого іншого підприємства відображає рівень його конкурентоспроможності, конкурентну позицію. Своєю чергою, конкурентний потенціал підприємства формує стратегічний рівень його розвитку, тобто стратегічний потенціал підприємства.

Теоретико-методичною базою оцінки ринкової вартості потенціалу змін підприємства є сукупність методів, інструментів, взаємозв’язаних принципів, в основу формування яких покладено багаторічний досвід зарубіжних експертів-оцінювачів і вітчизняну практику оцінювання майнових комплексів промислових підприємств.

Структурні елементи стратегічного потенціалу підприємства являють собою визначені локальні потенціали (див. рис. 1), які складаються із сукупності ресурсних компонентів, поєднання яких залежить від стратегічних напрямів розвитку підприємства. Усі вищезазначені види локальних потенціалів є взаємозв’язаними та взаємозалежними. Проведений комплексний аналіз даних складових стратегічного потенціалу дозволяє отримати найбільш повну та достовірну оцінку не лише стратегічного потенціалу, а й усього стану підприємства.

Отже, обов’язковою умовою формування стратегічного потенціалу підприємства повинне бути врахування всіх цих складових та нарощення їх якісних

характеристик. Для реалізації потенціалу підприємства необхідно забезпечити поєднання та взаємоордионацію всіх елементів загального потенціалу підприємства. Оскільки відомо, що потенціал підприємства не є статичною величиною, він суттєво залежить від дії факторів зовнішнього середовища, і тому постійно змінюється, гнучко реагує на будь-які зміни.

Стратегічний потенціал є надбудовою для конкурентного потенціалу підприємства. Структура стратегічного потенціалу підприємства розглядається, як правило, з розмежуванням його суб'єктних та об'єктних складових. Суб'єктні складові пов'язані з суспільною формою їх прояву. Вони не споживаються, а виступають як передумова, як загальноекономічний, загальногосподарський соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

Термін "потенціал" характерний для різних рівнів управління національної економіки: потенціал країни, галузі, регіону, підприємства, виробничого підрозділу, окремого працівника. Цілком зрозуміло, що структура ресурсів, що використовуються, і їх характеристики (параметри) на різних рівнях управління економікою є однаковими.

Нині однією з основних умов формування розвитку конкурентоспроможної стратегічної перспективи промислового підприємства є його інноваційна активність. Підприємства прийшли до розуміння необхідності здійснення інноваційної діяльності, яка розглядається ними як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів, підтримки високих темпів розвитку та забезпечення стійкості. Основною конкурентною перевагою є застосування підприємствами інновацій, а також це є основою для реалізації потенціалу змін на підприємстві. Необхідність інноваційного розвитку підприємств висуває нові вимоги до змісту, організації, форм і методів управлінської діяльності, що через реалізацію організаційного потенціалу підприємства, про який йшлося раніше, впливає на формування потенціалу змін на промисловому підприємстві.

Потенціал змін на підприємстві – це не тільки наявні для використання ресурси і можливості підприємства, а й здатність підприємства ефективно їх використовувати з синергійним ефектом в рамках реалізації інноваційної діяльності підприємства. Неповне та невміле їх застосування може призвести до нульового прибутку і до банкрутства. Тому правильне використання, оцінка складу та за необхідності реструктуризація потенціалу підприємства є досить важливими для подальшого його ефективного функціонування.

Відмітимо, що дослідження потенціалу змін підприємства як складного економіко-соціального явища неможливе без вивчення його внутрішньої будови. Базова структура потенціалу змін промислового підприємства незалежно від сфери діяльності для

всіх видів однакова і залежить від рівня втілення (наявний потенціал і потенціал розвитку), рівня використання (реалізований і нереалізований потенціал) та доцільності існування невикористаного потенціалу (резерв і надлишок ресурсного фонду).

Потенціал змін підприємства (в узагальненому сенсі з авторських позицій) – це багатокомпонентна сукупність стратегічних ресурсів промислового підприємства, які реалізуються завдяки функціонуванню підсистем загального потенціалу підприємства, та мають визначальне значення для розвитку можливостей і меж функціонування підприємства в тих чи інших умовах, навіть в умовах гострої економічної та політичної кризи країни.

Це спричинено тим, що потенціал змін є не лише необхідною, а й постійно дієвою умовою функціонування сучасних підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища країни [15].

Потенціал змін є базовим елементом сучасного підприємства, що об'єднує в собі цілі, рушійні сили і джерела його розвитку. Його зміст визначають такі характеристики:

- використання потенціалу повинно супроводжуватися його зростанням;
- потенціал змін є динамічною характеристикою і проявляється тільки в процесі його використання, оскільки самі зміни і є рушійними силами;
- процес використання та нарощування потенціалу змін є безперервним і доповнює один одного.

Таким чином, управління потенціалом підприємства в цілому в умовах ринкової економіки зводиться, переважно, до управління його соціально-економічним стратегічним потенціалом (до оцінки і аналізу чинників, що підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства, вибору і реалізації відповідної стратегії і тактики для досягнення тієї або іншої поставленої мети). Щоб вибрати вірну стратегію для розвитку підприємства, керівникові необхідно, перш за все, знати, що являє собою конкурентний потенціал підприємства, який формує основу для його стратегічного потенціалу.

Висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Сучасні умови функціонування підприємств перетворюють процес оцінки потенціалу підприємства на самостійну сферу аналітичної роботи, результати якої можна використовувати як інформаційну базу при прийнятті стратегічних рішень, при плануванні та здійсненні інноваційної, технічної і продуктової політики, а також при формуванні механізму управління потенціалом підприємства, при визначенні резервів його конкурентоспроможності і посиленні конкурентних позицій цього підприємства на ринку функціонування.

В такому розумінні конкурентні переваги є пріоритетною ціллю підприємства, інтегральним показником його ефективності, що закладено в сам термін

“потенціал змін”. Стратегія стає засобом розвитку потенціалу змін підприємства. А зміни є рушійною силою та важелями, що приводять у дію механізм формування потенціалу підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воронков Д.К. Критерії успішності проведення стратегічних змін на підприємстві [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2011_23_1/17Voron.htm.
2. Абдикеев Н.М., Данько Т.П., Ильдеменов С.В., Киселев А.Д. Реинжиниринг бизнес-процессов. [Текст] – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 592с. – (МВА).
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. [Текст] – СПб: Изд-во “Питер”, 1999. – 416 с.
4. Воронков Д.К. Методологічні засади управління стратегічними змінами в діяльності підприємства [Текст]: дис.... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Воронков Денис Костянтинович; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. – Луганськ, 2011. – 539с.
5. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти [Текст]: монографія / Д. К. Воронков; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. – Х.: ІНЖЕК, 2010. – 359с.
6. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография [Текст] / А.Э. Воронкова. – Луганск: СНУ ім. В.Далы, 2004. – 314 с.
7. Олексюк О.І. Управління потенціалом акціонерних товариств (на матеріалах підприємств цементної промисловості України): автореф.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 “Економіка підприємства і організація виробництва” [Текст] / О.І. Олексюк. – К., 2001. – 22 с.

8. Отенко В.І., Гронь О.В. Стратегічні зміни на підприємстві: сутність, види, інструментарій [Текст] // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2011. – № 8. – С. 204-207.
9. Отенко И. П. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия: научное издание [Текст] / И. П. Отенко, Н. А. Москаленко. — Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 216 с.
10. Отенко И.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия: Научное издание [Текст] / И.П. Отенко. – Харьков: Изд. ХНЕУ, 2006. – 256 с.
11. Злидень І.М. Конкурентні засади системного управління конкурентним потенціалом [Текст] // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна: Зб.наук.праць. – Економічна серія. – Харків: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2008. – С. 63-67.
12. Бабіна О.Є. Потенціал як економічна категорія [Текст] / О.Є. Бабіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – № 36.- 2011. – С.23-26.
13. Garafonova Olga The management of the changes: conceptual bases and strategic way to realization [Text] // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія І, Економіка: збірник наукових праць. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2013. – № 4(20). – 208 с.– С. 122-128.
14. Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / С.М. Клименко Т.В. Омеляненко Д.О. Барабась О.С. Дуброва А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ 2008. – 520с.
15. Гарафонов О.І. Створення потенціалу змін в системі управління промисловим підприємством [Текст] // Вісник КІБІТ.- м. Київ: Видавництво КІБІТ – Випуск №1 (23). – 2014. – 124с. – С. 40-44.
16. Гарафонов О.І. Управління змінами: теорія, методологія та практика: монографія. Київ: КНУТД, 2014. – 364с.

УДК 330.1

ГОРОДЕЦЬКА М.О., к.е.н.
м. Ніжин

ПОСТІНДУСТРІАЛЬНА ПЕРСПЕКТИВА УКРАЇНИ

Анотація. Досліджується сутність інформаційно-технологічної (постіндустріальної) моделі економічного розвитку. Аналізуються загальні тенденції формування виробничо-технологічних укладів і визначається місце України в системі цих укладів.

Ключові слова: інформаційно-технологічна (постіндустріальна) модель, індустріальна модель, виробничо-технологічний уклад.

Аннотация. Раскрывается сущность информационно-технологической (постиндустриальной) модели экономического развития. Анализируются общие тенденции формирования производственно-технологических укладов и определяется место Украины в системе этих укладов.

Ключевые слова: информационно-технологическая (постиндустриальная) модель, индустриальная модель, производственно-технологический уклад.

Annotation. There is the revelation of essence of information and technological (post-industrial) model of economic development in this issue. The general trends of shaping industrial and technological structures are analyzed and Ukraine's place in the system of these forms is defined.

Key words: information and technological (post-industrial) model, industrial model, industrial-technological structure.

Постановка проблеми. Світова фінансово-економічна криза надала країнам чергову можливість все змінити. Для України ця можливість проявляється в

оцінці кризи як позитивного явища з точки зору “перезавантаження” національної економіки на “трансформаційний” лад. Адже недаремно в перекладі з

грецької *krisis* – це рішення, поворотний пункт, різка зміна, крутий злам у будь-чому. Криза дозволяє виявити проблеми тактичного і стратегічного рівнів функціонування об'єкту, безвідносно до бажання суб'єкта. Тоді як рішення цих проблем цілком залежить від волі і бажання суб'єкта. Оскільки суб'єктність у даному випадку втілена в обличчі Української держави, а об'єктом перетворень виступає українська економіка, то цілком логічним є визначення стратегічних і тактичних задач, які проявилися в результаті каталізуючого впливу кризи.

Метою статті є наукове обґрунтування теоретичних і методичних положень щодо сутності інформаційно-технологічної (постіндустріальної) моделі економічного розвитку суспільства. Завданням дослідження, відповідно до вказаної мети, є аналіз загальних тенденцій формування виробничо-технологічних укладів і визначення місця України в системі цих укладів.

Виклад основного матеріалу. Формування нового, а саме інформаційно-технологічного, способу виробництва – стратегічний напрямок розвитку Української держави. Характерними рисами інформаційно-технологічного способу виробництва є широка інформатизація виробництва і всього суспільного життя, переважання сучасних технологій та науково-технічних розробок у виробничій сфері, накопичення знань, а не матеріально-речових елементів виробництва. За даними ЮНЕСКО, в розвинутих країнах більше половини зайнятих у тій чи іншій формі приймають участь у процесі виробництва інформації, що створює умови для формування нового, інформаційного типу економічного зростання, однією з головних рис якого є продукування і використання інформації у якості як предмету, так і засобу праці. В науковій літературі висувається гіпотеза щодо четвертого великого розподілу праці на основі виділення інформаційної діяльності в особливу сферу суспільно-економічного життя [1, с. 25].

Домінантною моделлю сучасного економічного розвитку стає постіндустріальна (інформаційно-технологічна) модель, реалізація якої буде визначати головні закономірності і тенденції світового економічного поступу. Серед загальних рис цієї моделі – поступовий, але неухильний перехід від енергетичної до інформаційної основи, від матеріального до постматеріального суспільства, від системи експлуатації природи до системи використання людського розуму, від системи відтворення до системи творчості. Головним ресурсом життя стає сама людина, її "ментальний простір".

Постіндустріальне суспільство – поняття, яке виникло внаслідок розвитку теорії стадій економічного зростання так званого індустріального суспільства такими відомими американськими соціологами, економістами і політологами, як Д. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, Г. Кан, А. Тоффлер та ін. Розглядаючи поступальний розвиток людства як соціальний прогрес, в основу якого покладено технічний прогрес,

вони зауважують, що залежно від рівня техніки в суспільстві послідовно домінують різні сфери економічної діяльності: спочатку аграрна, потім індустріальна, а нині – сфера послуг, де провідну роль відіграють наука й освіта. На кожній із цих стадій панівне становище посідають відповідні соціальні верстви: феодалі і священники – в аграрному суспільстві, підприємці й бюрократи – в індустріальному, вчені та фахівці (технократи) – на нинішній стадії економічного розвитку.

Перехід від однієї стадії до іншої зумовлюють не соціальні революції, а технологічні перевороти. І саме нова хвиля науково-технічної революції, що охопила людство впродовж останніх десятиліть, зумовила перехід від індустріального суспільства до більш розвинутого, яке різні автори називають по різному: постіндустріальне (Д. Белл та ін.), технотронне (З. Бжезінський), надіндустріальне (А. Тоффлер), технократичне (Дж. Гелбрейт) тощо.

На даному етапі поєднуються постіндустріальна модель економічного розвитку (економічно розвинуті країни Європейського союзу, США, Японія), індустріальна модель (сучасна периферія, до якої належить і економіка України) та елементи доіндустріальних форм (найменш розвинені країни). Підрахунок спеціалістів свідчить, що рівня техніко-економічного розвитку, який був у США ще 30 років тому, Україна за самими оптимістичними прогнозами досягне лише через 15–20 років [2, с. 47].

З метою подальшого аналізу технологічного розвитку суспільства в цілому, й України зокрема, звернімося до економічної історії. Будь-яка технологія базується на використанні певних видів енергії і пристроїв, які її генерують і перетворюють. Спочатку були дрова і локомотиви, потім вугілля і парові машини, в подальшому – уран і атомний реактор. За прогнозами в подальшому будуть використовуватися нетрадиційні джерела і такі ж нетрадиційні енергоперетворюючі пристрої, як наприклад, вуглецевий двигун. Логіка і послідовність цього розвитку відповідають загальним тенденціям формування виробничо-технологічних укладів.

Сучасна концепція науково-технічного прогресу розглядає його як ланцюг виробничо-технологічних укладів, які, змінюючи один одного, забезпечують динамічний розвиток продуктивних сил суспільства. відрізняються складом провідних галузей, видами домінуючих енергоносіїв, конструкційних матеріалів, спеціального обладнання, засобами транспорту, зв'язку та ін. Всі складові технологічних структур взаємопов'язані, а тому трансформація однієї чи декількох з них потребує майже синхронних змін інших. Якщо хоча б один з компонентів цих структур відстає від інших, то гальмується рух всього виробничо-технологічного укладу. Саме це відбувалося з економікою України.

Перший виробничо-технологічний уклад науково-технічного прогресу пов'язаний з розвитком електроенергетики та електротехнічного машинобудування. До основних економічних наслідків розвитку цього укладу

необхідно віднести: механізацію основних технологічних процесів, що передбачало споживання великої кількості сталі, прокату, інших засобів промислового виробництва; головний енергоносіє – вугілля, а головний вид транспорту – залізниця; видобуток великої кількості вугілля та сировинних ресурсів, виробництво маси універсальних станків, засобів транспорту (паровозів, вагонів, пароплавів); швидка урбанізація і зростання чисельності кваліфікованих кадрів.

Другий виробничо-технологічний уклад отримав свій розвиток у першій чверті ХХ століття, коли на фоні загальної концентрації виробництва все більшу роль почали відігравати хімічна промисловість, автомобілебудування, телекомунікації. Але допоки не відбулася перебудова виробництва, діяли старі технології і нові галузі розвивалися доволі повільно. Лише в 30-ті роки після економічної кризи, яка виникла внаслідок того, що старий виробничо-технологічний уклад вичерпав свій ресурс, а його капітал знецінився, був відкритий шлях до нового. Головними економічними наслідками розвитку другого укладу були: значні модифікації в сировинній і паливно-енергетичній базі, якості технологічного обладнання; збільшення частки нових конструкційних матеріалів, якісних сталей та ін.; широке розповсюдження середньої освіти, зростання рівня кваліфікації і культури виробництва; розгортання масового виробництва з певною технологією – автомобілів, електроапаратури, побутової техніки та ін.; у сільському господарстві відбулася “зелена революція”, яка сприяла виробництву продукції рослинництва і тваринництва.

Зміни, що відбуваються в сучасному світі, дозволяють стверджувати про початок розвитку четвертого виробничо-технологічного укладу (постіндустріального). Про це свідчать впровадження у виробництво біотехнології, нейрокомп’ютерів, найновіших засобів інформаційного забезпечення, що буде сприяти переходу суспільства на якісно новий етап його соціально-економічного розвитку.

Виходячи з домінування того чи іншого виробничо-технологічного укладу, всі країни світу можуть бути поділені на три групи: високо індустріальні; ті, які розвиваються; ті, які знаходяться на стадії стагнації. Україна на сучасному етапі свого розвитку знаходиться між країнами другої і третьої групи. Панівним виробничо-технологічним укладом для неї є другий уклад, хоча і перший не зійшов зі шляху її розвитку. Що стосується третього укладу, то він проявляється лише в окремих галузях виробництва (космічна техніка). Такий стан України обумовлений тим, що за роки радянської влади (навіть в повоєнний період) головна увага приділялась розвитку першого укладу. Виникали виробництва, які базувалися на універсальному обладнанні по обробці металу, використанню низькоякісних видів сталі та вугілля. Спроби зробити наголос на розвитку нафтової, газової, хімічної промисловості, зіткнувшись з проблемою сировини та енергоносіїв, не отримали підтримки. Величезний комплекс

вугільно-металургічної промисловості, створений ще в роки індустріалізації, панує в промисловості України і в теперішній час. Важка промисловість і паливно-енергетичний комплекс складають біля 70% потужностей її промисловості. Відтворення старих технологій потребує значних матеріально-технічних затрат і зусиль суспільства, хоча віддача від цього невелика.

“Українське” технологічне сьогодні потребує прискореного руху в напрямку комплексного освоєння третього виробничо-технологічного укладу. Адже в США, Японії, Західній Європі, деяких країнах Південно-Східної Азії в інформатику інвестується більше коштів, ніж в такі сфери, як енергетика, сировинні та навіть переробні галузі. Сектор послуг у найбільш розвинених країнах складає 70-75%. [3] Саме ці країни і будуть мати переваги в побудові інформаційно-технологічної моделі економічного розвитку, яка базується на формуванні четвертого, постіндустріального виробничо-технологічного укладу.

Обмеження глобального завдання трансформації суспільства вузькими рамками “ринкових реформ” є принципово хибним. А їх безсистемне та непослідовне впровадження тим більше не призводить до реструктуризації й технологічного переоснащення економіки, підвищення її ефективності. Головним наслідком є створення виняткових можливостей для збагачення “нових українців” та прискорене безпрецедентне руйнування суспільства, що також супроводжується руйнацією економічного та технологічного потенціалу країни.

В умовах, коли значна частина багатства та влади зосереджена в руках кланово-корпоративних структур, держава не бореться з монополізмом, а конкурентне середовище є нерозвиненим, ринкові механізми не виконують регулятивної функції – головної ролі ринку. Реалізація а ні м’яких кейнсіанських, а ні жорстких монетаристських рецептів в економічному середовищі, що не реагує згідно класичних теоретичних постулатів, не можуть вивести і не виводять економіку України з кризи. Натомість, їх впровадження в умовах безсистемності “ринкових реформ” має навіть деструктивні наслідки.

Зокрема, штучна фінансова стабілізація призвела до того, що в тенета всеохоплюючої платіжної кризи потрапили навіть ефективні підприємства, невпинно скорочуються внутрішні інвестиції, прискорилося руйнування інвестиційної системи. Так само, економічна політика держави сприяє розриву між низькорентабельним й неплатоспроможним виробничим сектором економіки та високорентабельним торговельно-фінансовим посередництвом, а також катастрофічному розриву між споживанням та накопиченням.

Висновки. З метою комплексного освоєння третього виробничо-технологічного укладу тактичними задачами Української держави в сфері державних фінансів, банківській системі, на фондовому ринку, в судочинній системі, в соціальній сфері повинні бути: прийняття реалістичних, збалансованих державних

бюджетів; наведення порядку в публічних фінансах; поновлення економічно ефективного кредитування реального сектору економіки; розвиток платоспроможного внутрішнього ринку; забезпечення позитивного сальдо зовнішньоторговельного балансу; переорієнтація експортних виробництв на внутрішній ринок; стабілізація національної валюти; стабілізація банківського сектору і повернення довіри до банків; реалізація великих інфраструктурних проєктів; впровадження антикорупційних стандартів і процедур; проведення податкових, бюджетних, судових, освітніх реформ; впровадження енергозберігаючих технологій; модернізація житлово-комунального господарства; вдосконалення розвитку агропромислового

комплексу; пріоритетне фінансування передових науково-технічних розробок. Усе це буде сприяти заміщенню старих виробничих потужностей (металургія, хімія, гірничо-видобувна промисловість) високотехнологічними виробництвами і виробництвом послуг, забезпечить високі щорічні темпи економічного зростання, дозволить наблизити стандарти і якість життя в Україні до передових світових позицій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Економіка зарубіжних країн / за заг. ред. А.С.Філіпенка. – К.: Либідь, 1996. – С. 11-39.
2. Новицький В. Імперативи інноваційного розвитку / Економіка України. – №2 / 2007. – С. 45-52.
3. <http://qeopub.narod.ru/>

УДК: 336.32

ЗАМЛИНСЬКИЙ В.А. к.е.н.,

м. Умань

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Анотація Стаття присвячена дослідженню особливостей та передумов венчурного інвестування аграрного бізнесу, можливостей сучасних інструментів і технологій ризикового фінансування підприємств та обґрунтуванню рекомендації щодо їх ефективного використання в аграрному секторі національної економіки. Розкрито процедури взаємодії венчурного капіталу та бізнесу. Оцінено доцільність використання тих чи інших венчурних технологій фінансування в залежності від конкретних потреб та певних етапів розвитку аграрного бізнесу. Розкрито відмінності колективного та індивідуального венчурного інвестування та причини, що стримують використання ризикового капіталу для фінансового забезпечення діяльності аграрних підприємств. Запропоновано заходи щодо поширення венчурного інвестування в аграрній сфері, зокрема сформульовано рекомендації щодо удосконалення законодавчої бази функціонування венчурного капіталу та податкового стимулювання венчурних інвесторів.

Ключові слова: аграрний бізнес, венчурний капітал, венчурне фінансування.

Аннотация: Статья посвящена исследованию особенностей и предпосылок венчурного инвестирования бизнеса, возможностей современных инструментов и технологий рискованного финансирования предприятий и обоснованию рекомендации по их эффективному использованию в аграрном секторе национальной экономики. Раскрыты процедуры взаимодействия венчурного капитала и бизнеса. Оценена целесообразность использования тех или иных венчурных технологий финансирования в зависимости от конкретных потребностей и определенных этапов развития бизнеса. Рассмотрены различия коллективного и индивидуального венчурного инвестирования и причины, сдерживающие использование рискованного капитала для финансового обеспечения деятельности сельскохозяйственных предприятий. Предложены мероприятия по распространению венчурного инвестирования в аграрной сфере, в частности сформулированы рекомендации по совершенствованию законодательной базы функционирования венчурного капитала и налогового стимулирования венчурных инвесторов.

Ключевые слова: аграрный бизнес, венчурный капитал, венчурное финансирование.

Abstract. The article is devoted to study of features and prerequisites of venture investing of business, possibilities of modern tools and technologies of risk financing of companies, and substantiation of recommendations for their efficient application in agrarian sector of national economy. Interaction procedures between venture capital and business are disclosed. Expediency of various venture financing technologies is estimated depending on specific needs and certain stages of business development. Distinctions between collective and individual venture investing are considered and also the reasons why application of risk capital for financial provision of agricultural companies is restrained. The measures are suggested for wider venture investing in agrarian sphere; in particular, recommendations are formulated for improvement of legislative framework of venture capital functioning and tax stimulation of venture investors.

Key words: agrarian business, venture capital, venture financing.

Постановка проблеми. В Україні працюють представники як формального, так і неформального сек-

торів, однак повноцінний ринок венчурних інвестицій ще не сформовано. Враховуючи актуальність та

новизну використання венчурного капіталу для вітчизняних переробних підприємств, з метою формування такого ринку вважаємо доцільним більш глибоко дослідити існуючі у світі механізми венчурного інвестування і шляхи їх ефективного використання на практиці. Ризиковий характер виробництва в аграрній сфері та ускладнений доступ аграрних підприємств до традиційних джерел фінансових ресурсів зумовлює необхідність використання венчурних інструментів інвестування, а отже потребує проведення поглиблених досліджень сучасних технологій ризикового фінансування аграрного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика венчурного інвестування підприємств в аграрній сфері у вітчизняній економічній літературі набуває все більшої уваги з боку відомих науковців-аграрників, що присвячені переважно розкриттю сутності венчурного капіталу та його ролі у впровадженні інновацій в агропромисловому комплексі: Лупенко Ю.О., Фещенко В.В., Малік М.Й., Стоянова-Коваль С.С., Гришова І.Ю., Дубина М.В., Кужель В.В., Хома І.Б., Худолій Л.М., Шкарлет С.М., Шабатура Т.С., Чирва О.Г., Язлюк Б.О. [1-14]. Разом з тим сучасний інструментарій венчурного фінансування та механізми його використання фактично не використовуються, що унеможливує застосування результатів теоретико-методологічних досліджень в практичній діяльності аграрних підприємств.

Метою статті є дослідження особливостей венчурного інвестування аграрного бізнесу, можливості впровадження сучасних інструментів і технологій ризикового фінансування підприємств щодо їх ефективного використання в аграрній сфері.

Виклад основного матеріалу. Аграрному бізнесу притаманна величезна кількість різноманітних ризиків як природно-кліматичних, так і фінансово-економічного характеру, що обумовлюють необхідність венчурного фінансування в якості альтернативи фінансування ризиків аграрної сфери. Ці ризики особливо відчутно діють у вітчизняному аграрному секторі за умов відсутності розвиненої ринкової інфраструктури та обмеженого доступу аграрних підприємств до банківського кредитування.

Так, за даними [1], вітчизняними підприємствами агропромислового комплексу станом на кінець жовтня 2014 року було залучено кредитів загальним обсягом понад 8,7 млрд. грн., що на 2,9 млрд. грн. менше, ніж за аналогічний період минулого року. Кількість банків-кредиторів аграрного бізнесу в Україні з кожним роком постійно скорочується. Якщо 2 роки тому в сільському господарстві активно працювали близько 10 банків, то зараз, за інформацією Міжнародної фінансової корпорації, тільки три. При цьому, за оцінками експертів, загальна потреба аграрної галузі в кредитах становить близько 250 млрд. грн. З них щорічна потреба в оборотних засобах складає близько 10 млрд. грн., а інша частина коштів необхідна для онов-

лення основних фондів [1]. Тому вітчизняні вчені-аграрники наголошують, що забезпечення доступу аграрного бізнесу до альтернативних фінансових джерел, зокрема венчурного капіталу набуває особливої уваги в умовах інноваційного розвитку аграрного сектору [3-6].

Механізми венчурного фінансування стали поширюватись у світі лише у другій половині минулого століття, проте в сучасних умовах отримали визнання на зарубіжних ринках. Як правило, його пов'язують з впровадження інноваційних проектів. Проте ознайомлення із світовим досвідом використання венчурного капіталу засвідчує, що функціонує він для будь-яких ризикових бізнесових проектів, які обіцяють потенційну прибутковість високого рівня. Шанси на його отримання мають, як правила, підприємства з великим потенціалом зростання, що не можуть залучити фінансові ресурси зі звичайних ринків капіталу (фондового і облігаційного) та від банківських установ.

Венчурне фінансування – це середньострокові прямі інвестиції, що здійснюються в ризиковий бізнес з метою отримання прибутку від приросту вартості вкладених коштів. Таке фінансування може проводитися як шляхом придбання частини статутного капіталу компаній-реципієнтів, так і у формі інвестиційного кредитування підприємств [14].

Основними джерелами венчурного капіталу є кошти компаній, що спеціалізуються на ризиковому фінансуванні (венчурних фірм та фондів) і приватних осіб, які й виступають у якості венчурних інвесторів. Особливістю венчурного фінансування є те, що кошти надаються на безповоротній основі та без застави. Вони не підлягають вилученню з бізнесу упродовж усього періоду дії угоди між власником підприємства, яке залучає кошти, та венчурним інвестором, що фіксується договором на придбання останнім частки бізнесу (паю або пакету акцій). Повернення вкладених коштів відбувається у момент виходу венчурного інвестора із бізнесу, коли він продає частку, що йому належить. Таким чином прибуток венчурного інвестора складає різницю між вартістю вкладеної суми та тієї, яку він отримує при реалізації своєї частки.

Ще одна особливість венчурного фінансування полягає у тому, що воно не передбачає встановлення стратегічного контролю над підприємством-отримувачем такого фінансування з боку інвесторів.

Але при цьому, останні беруть активну участь в управлінні виробничим процесом, що має свої специфічні ризики в аграрній сфері. В результаті аграрні підприємства, які залучають венчурний капітал, одержують, не тільки доступ до фінансових ресурсів на довгостроковій основі, а також до унікального досвіду венчурних інвесторів, можливості отримання консультацій з питань виробництва, фінансів та менеджменту.

Венчурний капітал традиційно орієнтується на малі та середні підприємства, віддаючи перевагу приватним компаніям. При прийнятті рішення щодо

надання фінансування власники венчурного капіталу зазвичай звертають першочергову увагу на дві обставини. Насамперед береться до уваги на те, чи має бізнес, в який планується вкладення коштів, значний потенціал зростання. Обов'язковою умовою виступає наявність розгорнутого бізнес-плану з викладеною стратегією розвитку підприємства та кваліфікований персонал, здатний її реалізувати. Другою обставиною, без існування якої не варто розраховувати на отримання венчурного фінансування, є прозорість бізнесу та зрозуміла схеми виходу із нього.

Якщо подивитися на підприємства вітчизняного аграрного сектору під кутом відповідності зазначеним вимогам, то треба констатувати, що аграрна галузь економіки України має величезний потенціал розвитку який за експертними оцінками, використовується менш, ніж на половину. Рентабельність аграрного бізнесу є досить привабливою з точки зору підприємницької діяльності, у тому числі і венчурної.

Що стосується організації бізнесу та рівня кваліфікації персоналу, особливо на підприємствах малого та середнього розміру, то справи тут набагато гірші. Ну і зовсім неприйнятною, з точки зору венчурного інвестора, є ситуація з прозорістю ведення бізнесу та можливістю простого виходу з нього, а відсутність зрозумілих та прийнятних процедур виходу із бізнесу – нерозвиненістю фінансового ринку в Україні.

Традиційною схемою входження венчурного капіталу в бізнес є придбання інвестором певного пакету акцій або інших корпоративних прав господарського товариства, в яке вливається венчурний капітал. Відповідно вихід із бізнесу передбачає продаж частки, що належить венчурному інвестору, на фондовому ринку. Це в свою чергу вимагає, щоб підприємство, яке приймає венчурне фінансування, існувало в організаційно-правовій формі акціонерного товариства, а ринок, на якому продаються та купуються корпоративні права, був ліквідним, з мало витратними транзакціями та зрозумілими процедурами оформлення прав власності на корпоративні права. На жаль, усього цього поки що в Україні немає. Проте наявність інфраструктури з такими параметрами є однією з базових передумов функціонування ризикового капіталу, без створення якої розраховувати на значні обсяги венчурного фінансування не варто. Ще однією важливою передумовою виступає наявність сучасних інструментів венчурного фінансування та володіння технологіями їхнього використання.

Під технологіями венчурного фінансування розуміємо сукупність прийомів та рекомендацій щодо застосування інструментів інвестування (залучення) коштів в ризикові підприємницькі проекти. До сучасних інструментів венчурного фінансування можна віднести венчурні фонди, бізнес-ангелів інвестиційних проектів та краудфандінг.[13]

Ефективність венчурного фінансування зумовлюється розумінням можливостей даних інстру-

ментів, правильним їх вибором в залежності від обсягу потреб у венчурному капіталі та урахування стадії життєвого циклу бізнесу, в якій залучається таке фінансування. Класичним інструментом ризикового фінансування вважається венчурний інвестиційний фонд. В розвинених країнах світу це, як правило, взаємний фонд, що існує у формі акціонерного товариства, яке інвестує кошти його учасників (акціонерів) у різноманітні потенційно прибуткові підприємницькі проекти, насамперед, високотехнологічні.

В Україні до початку 2001 року також діяли взаємні інвестиційні фонди з виключно іноземним капіталом, які брали активну участь у процесах масової приватизації. З прийняттям Закону України "Про інститути спільного інвестування" (далі Закон) поняття венчурного інвестиційного фонду почало суттєво відрізнятися від загальноприйнятого.

Відповідно до чинного законодавства венчурним фондом в Україні вважається не диверсифікований інститут спільного інвестування (далі – ІСІ), активи якого можуть складатися з коштів, нерухомості, корпоративних прав, прав вимоги та цінних паперів, що не допущені до торгів на біржі [5].

Відсутність жорстких вимог щодо складу активів та інші особливості венчурних фондів, на характеристиці яких зупинимося нижче, роблять ці фонди досить гнучким та привабливим інвестиційним інструментом в порівнянні з іншими ІСІ. Так, за даними НКЦПФР, станом на 1 жовтня поточного року в Україні налічувалося 2045 ІСІ. Понад 95 % загальної вартості їхніх активів (які на кінець другого кварталу 2014 року склали 199 млрд. 919 млн. гривень), припадало на венчурні фонди [2, ст. 48].

Венчурні фонди можуть існувати у вигляді корпоративних та пайових фондів. В першому випадку вони створюються у формі акціонерного товариства, виключною діяльністю якого є інвестування. Пайові фонди, на відміну від корпоративних, не мають статусу юридичної особи і створюються компанією з управління активами (далі – КА).

Первинні фінансові ресурси для подальшого інвестування корпоративні венчурні фонди отримують за допомогою випуску акцій, а пайові венчурні фонди – шляхом розміщення інвестиційних сертифікатів. Учасниками венчурних фондів можуть бути як юридичні, так і фізичні особи. Однак щоб стати учасником венчурного фонду фізична особа, згідно п. 2 статті 4 Закону про ІСІ, повинна придбати цінних паперів такого фонду (акцій або інвестсертифікатів) за номінальною вартістю на суму, що не менша 1500 мінімальних заробітних плат (близько 2 млн. грн.).

Венчурні фонди відносяться до ІСІ закритого типу, тобто вони створюються на певний термін, по завершенню якого зобов'язані викуповувати емітовані ними цінні папери в учасників (інвесторів). При цьому венчурні фонди мають право упродовж періоду свого функціонування нараховувати та сплачувати

дивіденди інвесторам (власникам акцій чи інвестиційних сертифікатів).

Згідно українському законодавству, венчурні фонди, як і будь-який інший інститут спільного інвестування звільняється від сплати податку на прибуток та додану вартість (ПДВ) до моменту завершення своєї роботи. Це дозволяє венчурному фонду забезпечувати беззбиткове реінвестування залучених коштів, в тому числі і отриманого прибутку, без сплати податків. При цьому, на відміну від інших ІСІ, венчурні фонди, відповідно до п. 4 статті 48 Закону, можуть надавати позики юридичним особам, за умови, що не менше 10 % статутного капіталу такої юридичної особи належить венчурному фонду (входить до його активів).

Усі ці особливості зумовили надзвичайну популярність вітчизняних венчурних фондів серед інституціональних інвесторів, які використовують їх в якості універсального інструмента, за допомогою якого консолідується капітали фінансово-промислових груп, оптимізуються податки і навіть забезпечується анонімність справжніх набувачів інвестиційного доходу.

Зазначені переваги венчурних фондів мали б знайти широке застосування і в аграрному секторі. Проте за експертними оцінками, сьогодні в аграрній сфері працює не більше 7 % венчурного капіталу, що функціонує в Україні [6, ст. 29].

До початку світової фінансової кризи у вітчизняному аграрному секторі активно діяли так звані “земельні” венчурні фонди, які займалися купівлею земельних ділянок, зміною їх цільового призначення та спекуляцією. Можна очікувати, що у випадку скасування мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення, діяльність таких фондів знову активізується. А поки що, згідно інвестиційних декларацій венчурних фондів, їхні фінансові ресурси задіяні переважно у будівництві та у сфері переробки сільськогосподарської продукції. Проте значного припливу інвестиційного капіталу потребують насамперед виробники сільськогосподарської продукції і у першу чергу ті, що існують у формі сімейних фермерських господарств та невеликих агрофірм.

Специфіка таких господарств дозволяє займатися виробництвом унікальних, зокрема, екологічно чистих видів продукції. Інтерес до такої продукції, ціни на неї та її ринок останніми роками у світі, в тому числі і в Україні, невпинно зростають. З огляду на ці обставини саме виробники такої сільськогосподарської продукції, малий та середній агробізнес є потенційними реципієнтами венчурного капіталу.

Для того щоб активізувати діяльність венчурних інвестиційних фондів в аграрній сфері необхідно зробити багато речей. Першочерговими заходами у цьому напрямку, як вважають експерти [13,14], мають стати наступні кроки: зняття заборони щодо надання венчурними фондами позик бізнесу, який не має ста-

туса юридичної особи, та скасування існуючих обмежень щодо залучення коштів фізичних осіб до венчурних фондів.

Необхідно також відмовитись від виключно приватного (закритого) формату розміщення цінних паперів венчурних інвестиційних фондів, що працюватимуть в аграрному секторі вітчизняної економіки. Можливість публічного розміщення цінних паперів венчурних фондів серед широкого кола юридичних та фізичних осіб значно збільшить ресурсну базу фінансування аграрного бізнесу, а зрозумілий характер останнього та забезпечення його належної прозорості унеможливить здійснення шахрайських операцій із залученими коштами.

Реалізація цих та інших заходів безумовно сприятиме більш активному застосуванню венчурних інвестиційних фондів як інструменту фінансування потреб аграрного сектору вітчизняної економіки.

Венчурні фонди є інституційними інвесторами. В силу своєї природи та існуючих регуляторних обмежень, вони звичайно використовуються для фінансування вже діючого бізнесу з метою його розширення. На ранній же стадії розвитку бізнесу, коли ступінь невизначеності його рентабельності та ризики особливо великі, кошти венчурних інститутів задіяти не можливо. У цьому випадку в якості венчурних інвесторів виступають бізнес – ангели. Бізнес-ангели (business angels) – це приватні індивідуальні інвестори, які вкладають власні кошти у ризикові та перспективні проекти на початковому етапі існування підприємства в обмін на частку в його статутному капіталі [13].

На сьогодні у світі працюють понад 500 000 бізнес-ангелів. У США обсяг ангельських інвестицій практично дорівнює обсягу інвестицій венчурних фондів і складає десятки мільярдів доларів. При цьому ангели здійснюють у 20 разів більше угод за менших обсягів [1, с. 24]. Дослідження, які були проведені у Великій Британії та Фінляндії, показують, що загальний обсяг інвестицій бізнес-ангелів в європейських країнах на теперішній час удвічі перевищує фінансування венчурних фондів [8, с. 14].

Грошові ресурси бізнес-ангелів, зазвичай залучаються підприємствами, що вже мають свій продукт і намагаються закріпитися на ринку. Це саме та стадія життєвого циклу бізнесу, коли його “смертність” коливається у діапазоні від 70 до 90 %.

На даному етапі існування підприємства, його ризики ще дуже високі, інформації щодо комерційних перспектив мало, тому бізнес-ангели при прийнятті рішень щодо інвестування коштів покладаються переважно на свою інтуїцію. Бізнес-ангели – це як правило високоосвічені люди середнього та старшого віку з досвідом роботи в бізнесі. Вони інвестують лише незначну частину свого капіталу, тому комерційна невдача і втрата грошей при інвестуванні не сильно впливає на їхнє фінансове становище. Проте вони прагнуть отримати задоволення від фінансового

успіху нового підприємства, а також від особистої участі в управлінні ним. При цьому бізнес-ангели – не філантропи. Основна їхня мотивація – перспективи значного зростання вартості вкладеного капіталу. Розмір коштів, які інвестуються бізнес-ангелами коливається від 10 до 100 тис. дол., хоча трапляються і більш великі інвестиції. Венчурний капітал, що надається бізнес-ангелами, прийнято називати "терплячим капіталом" (patient capital) оскільки, надавши підприємству інвестиції, бізнес-ангели не вимагають виплати дивідендів протягом всього інвестиційного періоду, на який припадає в середньому близько 5 років. Що стосується виходу з бізнесу, в який інвестують ангели, то на відміну від венчурних фондів вони, як правило, не реалізують належний їм пакет корпоративних прав на фондовій біржі, а продають його власникам підприємства в узгоджений з ними термін. Таким чином, важливою особливістю венчурного капіталу бізнес-ангелів є те, що він надає фінансову підтримку підприємствам на початковому етапі діяльності, коли не можна отримати фінансування від банківських установ та венчурних фондів. Крім того бізнес-ангели приймають рішення про вкладення коштів порівняно з венчурними фондами більш оперативно. Це робить процес фінансування підприємств в цілому більш динамічним та гнучким. Бізнес-ангели більшою мірою, ніж інституційні венчурні інвестори, здійснюють підтримку профінансованих господарств, надаючи їм комплексні послуги з управління, маркетингу, налагодження контактів, що, зокрема, спрощує надалі отримання цими підприємствами фінансування з інших джерел.

Зазначені переваги венчурного фінансування бізнес-ангелів, роблять цей спосіб інвестування надзвичайно привабливим для невеликих підприємств аграрного сектору, які хочуть розвивати свою господарську діяльність. Однак щоб розраховувати на фінансові ресурси бізнес-ангелів, власники таких підприємств мають вміти ефективно презентувати свою діяльність, використовувати різноманітні канали поширення інформації про переваги своєї продукції, налагоджувати потрібні комунікації.

При цьому вони повинні підтримувати правильні стосунки з венчурними інвесторами щоб участь останніх у бізнесі стала джерелом нових можливостей зростання, і не призвела до втрати контролю над підприємством.

На відміну від венчурних фондів, які виступають інституційним інструментом ризикового фінансування, бізнес-ангели є індивідуальними інвесторами, що представляють неформальний ринок венчурного капіталу.

Ризики діяльності на цьому ринку є незрівнянно вищими, ніж на ринку венчурних ІСІ, оскільки бізнес-ангели діють у невизначеному правовому полі за відсутності законодавчих актів, що захищали би їхні права та інтереси. При цьому діяльність індивідуаль-

них інвесторів має особливе соціально-економічне значення, оскільки вони своїми коштами підтримують бізнес на такому етапі його існування, коли він не спроможний скористатися іншими більш традиційними джерелами фінансування.

З огляду на дані обставини та з метою активізації індивідуальних інвесторів у сфері венчурного фінансування вітчизняного аграрного бізнесу було б доцільно створити відповідну правову базу, яка має легалізувати даний спосіб інвестування коштів та заохочувати його використання. З метою збільшення обсягів інвестування ризикових бізнес-проектів у сфері сільськогосподарського виробництва, на думку фахівців, було б доцільно також заснувати Українську асоціацію венчурного фінансування аграрного бізнесу, що об'єднувала би приватних власників венчурного капіталу, інституціональних інвесторів і сільськогосподарських підприємців [14]. Дана структура могла би займатися презентацією бізнесових проектів, що потребують фінансування, налагодженням контактів між венчурними інвесторами та одержувачами коштів, організацією краудфандінгових платформ та розробкою принципів і правил діяльності у сфері венчурного фінансування аграрного бізнесу.

Висновки. Головними передумовами поширення венчурного фінансування в аграрній сфері є детінізація підприємницької діяльності, подальший розвиток фінансового ринку, наявність сучасних інструментів венчурного інвестування та володіння технологіями їх ефективного використання. Основними інструментами венчурного фінансування в сучасних умовах виступають спеціалізовані інститути спільного інвестування. На сьогоднішній день обсяги застосування венчурного капіталу в аграрній сфері України не відповідають ні його можливостям, ні потребам аграрних підприємств. Першочерговими заходами активізації венчурних інституціональних інвесторів в аграрному секторі національної економіки мають стати: зняття існуючих обмежень щодо кредитної діяльності венчурних фондів і залучення ними коштів від фізичних осіб та скасування заборони на публічне розміщення їхніх цінних паперів. Поширення технологій венчурного фінансування, у вітчизняному аграрному секторі потребує розповсюдження інформації щодо їхніх можливостей, створення відповідної законодавчої бази для легалізації та нормального функціонування приватного венчурного капіталу, а також податкового заохочення індивідуальних інвесторів, які вкладають кошти в інноваційні аграрні проекти. Активне впровадження сучасних венчурних технологій фінансування, в свою чергу, вимагає проведення подальших наукових досліджень цієї важливої проблематики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Замлинський В.А. Структурні елементи інвестиційного ринку. / В.А.Замлинський// Науковий вісник Херсонського

державного університету. Економічні науки. – Херсон. Випуск 6. Частина 1. – 2014 – С. 187-192

2. Замлинський В.А. Інститути спільного інвестування та їх роль в інноваційному розвитку агропродовольчої сфери України. / В.А.Замлинський//Інвестиції: практика і досвід, 2014. – № 13. – С. 46-50.

3. Kuzhel V. The theoretical basis of investment support of the development of the enterprises of agro food sphere. / V. Kuzhel// Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Науковий збірник. Серія “Економічні науки”. – 2014. – № 1(72). – С. 144-149.

4. Кужель В.В. Імунізація економіки агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу. / В.В. Кужель // Економічний форум. Науковий журнал. – 2014. – № 3. С. 17-22

5. Митяй О.В. Альтернативні джерела підтримки та зміцнення економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери / О.В. Митяй, О.А. Хлестун // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: “Економічні науки”. – Вип. 9-1. – Ч.1. – 2014.– С. 57-60.

6. Mityay O. The evaluation of the factors of agricultural production financial facilities development / I. Gryshova, O. Mityay, V. Kuzhel // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 10. – С. 23–26.

7. Крюкова І.О. Методологічні засади формування механізму інноваційного розвитку підприємства на основі управління фінансовими потоками: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. 26-30 листопада 2013р. [“Економічний розвиток: теорія, методологія, управління”]

8.Крюкова І.О. Стратегія інноваційного розвитку пріоритетних галузей аграрного виробництва / І.О. Крюкова, В.О. Не-

початенко // Економіка: реалії часу. – Одеський національний політехнічний університет, 2013. – № 4(9). – С. 133-142.

9. Гришова І.Ю. Аналітичне забезпечення економічного розвитку підприємств з позицій інвестиційної привабливості / І.Ю. Гришова, С.С. Стоянова-Коваль // Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – № 2. – С. 195-204.

10. Гришова І.Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В.О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2. – С. 47-51. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

11. Гришова І.Ю. Розробка заходів управління ризиками фінансової безпеки підприємства. / І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура // Вісник Сумського національного аграрного університету: науково-методичний журнал. Серія: фінанси і кредит. №2, 2012. – с.15-21.

12. Хома І. Б. Діагностика ризику втрати прибутків у підприємницькій діяльності внаслідок виникнення бізнес-конфліктів / І. Б. Хома // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2014. – № 10,Т. 2. – С. 283 – 292

13. Лупенко Ю.О., Сучасні технології венчурного фінансування аграрного бізнесу/ Ю.О.Лупенко, В.В.Фещенко// Фінанси та оподаткування. К.: – 2015, – №1(67),- С.81-87

14. Чужмир К. Венчурне фінансування інноваційної діяльності в аграрному секторі/ К. Чужмир // Економіст – 2012. – № 2. – С. 48-49.

15. Аналітичний огляд ІСІ у другому кварталі 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uaib.com.ua/analituaib/publ_ici_quart/197573.html.

УДК 332.122

ЗАХАРЧЕНКО В. І., д.е.н.

м. Вінниця

ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТЕОРІЇ РОЗМІЩЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ: МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ РІВЕНЬ

Анотація. У розрізі основних напрямів економічної науки розглядаються особливості розвитку теорії розміщення промисловості на мікроекономічному рівні. Наведено системну інтерпретацію сучасної теорії розміщення промисловості на мікрорівні, зокрема основи теорії елементарних промислово-територіальних систем.

Ключові слова: теорія (економічної науки, розміщення промисловості), системний підхід, промислова територіальна система (елементарна та ін.).

Аннотация. В разрезе основных направлений экономической науки рассматриваются особенности развития теории размещения промышленности на микроэкономическом уровне. Приведена системная интерпретация современной теории размещения промышленности на микроуровне, в частности основы теории элементарных промышленно-территориальных систем.

Ключевые слова: теория (экономической науки, размещение промышленности), системный подход, промышленная территориальная система (элементарная и др.).

Abstract. Within the main areas of economics theory of the features of the distribution of industry at the micro level. Shows the systematic interpretation of the modern theory of the distribution of industry at the micro level, including basic theory of elementary industrial and territorial systems.

Постановка проблеми. Сучасна теорія розміщення промисловості є “гілкою” більш загальної теорії –

використання простору та розміщення виробництва. Але, розглядаючи її в рамках останньої, слід було б,

вслід за М. Блаугом, визнати, що до середини ХХ ст. вона розвивалася “в повній відокремленості від основних напрямів як класичної, так і некласичної економічної науки” [1, с. 546]. Точніше, як справедливо відмічають А.Д. Сапожников та ін., “спроби безпосередньої інтеграції просторового фактора (теорій розміщення виробництва, в т. ч. й промислового. – В. 3.) в систему загальноекономічних теоретичних побудов можна перерахувати по пальцях” [2, с. 29].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нечисленні спроби узагальнення теорій розміщення промисловості знаходимо як у більш ранніх працях (О. Енгландер, А. Предель, Г. Ритчль, Т. Паландер, А. Льош, Е. Гувер У. Ізард, О. Пчелінцев), так і в працях останнього періоду (П.Я. Бакланов, М. Блауг, В.А. Васильєв, А.Д. Сапожников, М.В. Смольников). Однак у них (за рідким винятком) теорія розміщення промисловості розглядається поза контекстом основних напрямів економічної думки і, переважно, в термінах класичної теорії, започаткованої ще в працях В. Лаунгардта та А. Вебера, хоча в практичному сенсі більше значення має її системна інтерпретація.

Мета статті. Оскільки “розвиток самостійного розмісницького напрямку економічної думки не в стані зняти питання про інтеграцію просторового фактора в рамках загальної економічної теорії” [2, с. 20], то варто розглянути особливості розвитку теорії розміщення промисловості у контексті основних напрямів економічної науки і системного підходу. При цьому ми вважаємо, що немає сенсу розглядати теорію розміщення промисловості в рамках вузьких напрямів економічної теорії, типу австрійської чи шведської школи, оскільки окремі теорії розміщення промисловості інколи важко співвіднести навіть із загальними напрямками економічної науки.

Виклад основного матеріалу. Вважається, що теорія розміщення промисловості зародилася в кінці ХІХ ст. Однак її “коріння” простежуються вже у Р. Кантільона – одного з попередників першої значної школи економічної теорії *меркантилізму* (рис. 1). У праці “Про природу торгівлі” (1756) він, зокрема, вважав вигідним наближення підприємств переробної промисловості до сільської місцевості, як місця виробництва сировини для неї.

Але лише *класична політична економія* створила необхідні передумови для становлення класичної теорії розміщення промисловості. Її видатні представники А. Сміт, Д. Рікардо та С. Міль показали, що розміщення промисловості є до певної міри функцією просторового розподілу сільськогосподарських надлишків, необхідних, як продовольство, для промислових робітників і, як сировина, – для виробництва. А. Сміт, крім того, довів, що розміщення промислового виробництва сильно залежить від транспортного фактора і тому має тяжіти до морських і річкових берегів задля здешевлення збуту продукції [4, с. 133–134].

Класична політична економія, з її розвинутою теорією диференціальної ренти (Д. Рікардо та ін.), сприяла виникненню спочатку теорії розміщення сільськогосподарського виробництва (на початку ХІХ ст.), а вже потім (наприкінці ХІХ ст.) – промислового виробництва, що відповідало логіці трансформації аграрного суспільства в індустріальне.

Фундатор теорії розміщення сільського господарства німецький економіст Й. Тюнен у праці “Ізольована держава у відношенні до сільського господарства й національної економії” (1826) розробив власну (на відміну від теорії Д. Рікардо) теорію земельної ренти, яка лягла в основу моделі концентричного розміщення сільськогосподарських зон навколо міста як ринка збуту. З позицій теорії розміщення промисловості “кільця” Тюнена можна розглядати як сировинні зони підприємств з різним рівнем матеріалоємності їхнього виробництва. Хоча існує думка, що особливо великого значення для розвитку теорії розміщення промисловості ідеї Й. Тюнена не мали [5, с. 536].

Становлення теорії розміщення промисловості було викликано промисловим переворотом у Німеччині (всередині ХІХ ст.) і було тісно пов’язане з *історичною школою*. Її представник А. Шеффле (1873) одним з перших застосував підхід Й. Тюнена до розміщення промисловості. Він розглядав єдиний штандортний фактор – відстань підприємства від міста, положення якого вважається заданим. На цій основі він будував класифікацію підприємств різних галузей промисловості: за їх поведінкою при віддаленні від міста як місця чистого споживання.

Ще один представник історичної школи В. Рошер у праці “Дослідження про закони, які визначають доцільне розміщення галузей промисловості” (1865) при аналізі розміщення промисловості виходив не з емпіричних посилок, а з *теорії трьох факторів виробництва* (землі, праці та капіталу), яка стала предтечею неокласики. У залежності від частки окремих факторів у загальних витратах виробництва Рошер будував схеми розміщення промислових підприємств.

Але фундаментальні засади теорії розміщення промисловості розробили німецькі економісти В. Лаунгардт та А. Вебер. Своїм завданням вони ставили відкриття “вічних” законів розміщення промисловості за умов досконалої конкуренції. Причому на перший план висувались не виробничо-економічні, а техніко-економічні відносини, що було дуже характерним для *маржиналізму*. З позицій останнього, механізм вільної конкуренції забезпечує об’єктивну оцінку корисності (значимості) кожного з факторів розміщення виробництва.

В. Лаунгардт у праці “Визначення ефективного розміщення промислового підприємства” (1882) вперше сформулював задачу оптимального розміщення промислового підприємства або задачу “трьох точок”. В сучасному трактуванні вона формулюється так: як знайти оптимальне місце для підприємства,

є його думка про те, що фактори місцеположення можуть бути виражені у грошовій формі – як “зовнішня економія”. Отже, А. Маршалл, як і багато інших економістів, задовольнявся тією формою врахування просторових аспектів економіки, яка передбачала включення транспортних витрат у сукупні витрати виробництва [2, с. 19-20]

Отже, до початку ХХ ст. теорія розміщення промисловості уже мала досить чимало напрацювань і певний вихід на практику. Зокрема, у додатку до матеріалів ХІІ промислового цензу США (1990 р.) визначалося сім факторів розміщення виробництва: 1) близькість матеріалів; 2) близькість ринку; 3) можливість використання водної енергії; 4) кліматичні умови; 5) наявність робочої сили; 6) можливість використання капіталу; 7) вплив уже існуючих в даному пункті виробництв [6, с. 44].

Але найбільший вклад у розробку теорії розміщення (штандортної теорії) промисловості вніс Альфред Вебер (брат знаменитого соціолога Макса Вебера). Його головна праця “Теорія розміщення промисловості” [7], базувалася не скільки на підходах маржиналістів, стільки була нав'язана неокласичними ідеями А. Маршалла [2, с. 22]. Її теоретичні засади високо оцінювались як на Заході, так і в СРСР, зокрема відомим радянським вченим в галузі економічної географії М.М. Баранським (в передмові до російського видання книги Вебера).

Вебер спочатку припускає, що виробничі витрати певної виробничої одиниці (технологічні коефіцієнти) в межах певної території однакові. І тому задача її розміщення зводиться до визначення точки, в якій транспортні витрати будуть мінімальними.

Вебер вважав, і такої ж думки дотримуємося й ми, що теорія розміщення промисловості основним об'єктом дослідження повинна мати не підприємство, а виробничу одиницю: “... підприємство як господарсько-організаційна одиниця, – писав він, – не складає ніякої локальної одиниці, і тому не може служити об'єктом дослідження для штандортної теорії” [7, с. 139].

Для визначення транспортної орієнтації виробничої одиниці, яка поєднує матеріальну й споживчу орієнтацію, Вебер використовує геометричні побудови (трикутник) В. Лаунгардта, матеріальний індекс (відношення ваги локалізованих матеріалів до ваги готового продукту) та штандортну вагу (відношення сукупної ваги матеріалів і продукту до ваги продукту).

Якщо ж витрати на робочу силу територіально змінюються, то А. Вебер пропонує визначати не лише транспортну, але й “робочу орієнтацію”. Остання обумовлюється просторовими відмінностями у рівні заробітної плати та продуктивності праці. Для встановлення робочої орієнтації Вебер використовував трудовий коефіцієнт – відношення витрат на робочу силу в розрахунку на тону продукції до загальної ваги перевезених матеріалів і готової продукції.

А. Вебер цілком слушно вважав, що крім транспортної і робочої орієнтації на розміщення окремо взятої виробничої одиниці впливає й агломерація – просторова концентрація й виробнича взаємодія в певному місці декількох чи багатьох виробничих одиниць.

Для кількісного виразу всіх факторів розміщення промислового виробництва А. Вебер запропонував графічну систему ізодапан (ліній однакової величини окремих і сукупних витрат). Правда, ця система не відзначалася високою репрезентативністю, оскільки методично було складно дати оцінку всіх факторів, особливо агломераційного, для багатьох місць одночасно.

З неокласичних позицій у першій половині ХХ ст. теорію А. Вебера розвивали О. Енгландер, А. Предель, Г. Ритчль, Т. Паландер, А. Льош, Е. Гувер та ін. Так, Енгландер (1924) розвивав її в напрямку вартісного аналізу витрат виробництва. Ритчль (1927) спробував поєднати такий аналіз з натурально-технічними показниками, запропонованими Вебером. Льош (1939) теоретично довів тезу А. Лорія, що місцеположення підприємства визначає не мінімум транспортних витрат, а прибуток підприємця [8, с. 46]. Виходячи з цього, Гувер (1947) рекомендував підприємцям розміщувати промислові підприємства у місцях масового безробіття, де вартість робочої сили є найменшою.

Розвинути теорію А. Вебера з позицій *інституціоналізму* намагався німецький економіст-географ А. Рюль (1931). При обґрунтуванні розміщення підприємств він вважав доцільним більше уваги приділяти “соціальному оточенню” та “економічній етиці” [9, с. 100].

Представники *національної регіоналістики* особливу увагу звертали на аналіз факторів розвитку і розміщення промислового виробництва в руслі ідей А. Вебера. Але спектр факторів, які вони вивчали, і розширився, і поглибився. Так, В. Садовський (1919–1920) найбільше уваги приділив фактору робочої сили. Він, зокрема, показав, що розміщення великої промисловості в Україні супроводжується припливом неукраїнського робітництва, що гальмує підготовку власних кадрів [10, с. 136].

В. Іванис (1938), окрім веберівських “орієнтацій”, враховував розміри наявного капіталу, місткість споживчого ринку та ін. Це дало йому змогу розкрити капіталомісткий і недостатньо ефективний характер української промисловості, що визначався імперськими центрами.

Р. Димінський (1943) спеціально виділяв фактор якісної (кваліфікованої) праці, комунікаційні, політичні та інші чинники. Він, як і А. Лорія та А. Льош, вважав, що критерієм розміщення промислового виробництва є максимум його прибутковості.

Слід спеціально підкреслити, що представники національної регіоналістики традиційно розробку теорії розміщення промислового виробництва поєднували

із захистом національних інтересів України у її імперському оточенні.

Зміцнити теоретичні засади класичної теорії розміщення промисловості прагнули й окремі вчені в рамках *теорії планової економіки*; тим більше, що цього вимагала практика соціалістичної індустріалізації. Наприкінці 1920-х років, як зауважив М. Морозов, “по відношенню до промисловості доводиться констатувати зяючу порожнечу в нашій оригінальній літературі... з теорії штандорту...” [11, с. 221].

Багато вчених вважали за можливо повністю пристосувати теорію А. Вебера до потреб розміщення соціалістичної промисловості (М. Баранський, Є. Варга, М. Морозов, М. Чарновський), деякі (І. Александров, С. Бернштейн-Коган) – лише частково (використовувати матеріальний індекс та ін.). Чимало вчених критикували її за надмірну абстрактність (А. Гінзбург, С. Бернштейн-Коган, А. Буковецький та ін.). І все-таки на основі теорії Вебера була сформульована *теорія мінімальних витрат*, яка й була взята за основу розміщення соціалістичного виробництва. Найбільш чітко її виразив М. Чарновський. Він писав, що “загальною підставою для орієнтування виробництва при виборі місця розташування підприємства в першу чергу служить принцип мінімальних витрат виробництва, включаючи також транспортування готового продукту до місця споживання...” [цит. за: 12, с. 327].

Як відгалуження від цієї теорії розвивалися концепції сировинної орієнтації (А. Гінзбург, В. Михайлов), орієнтації на робочу силу (В. Жуковський, Є. Шаган), транспортної орієнтації (С. Бессонов, І. Дашковський). Характерним для них було перебільшення ролі одного із факторів розміщення виробництва.

Деякі вчені намагалися довести, що загальних (по-заісторичних) закономірностей розміщення виробництва бути не може й робили спроби встановити закономірності розміщення, власне, соціалістичної промисловості (В. Пищаєв, 1931; В. Покшишевський, 1932; М. Ковалевський, 1932; та ін.).

Слід віддати належне тим авторам, які в умовах тоталітарного режиму намагалися дати об’єктивну оцінку теорії Вебера, зокрема С.В. Бернштейн-Когану (1925), М.М. Баранському (1926), М.В. Морозову (1927), А. Гінзбургу (1931) та ін. Наукові погляди Бернштейн-Когана, Гінзбурга та інших вчених були визнані “шкідливими”, а самі вони проходили за політичними процесами меньшевиків, “Промпартії” та ін.

В довоєнний період в колишньому СРСР принципово нових положень до теорії Вебера внесено не було. Цьому були об’єктивні й суб’єктивні причини. Головна з них – це поширення суб’єктивних методів у плануванні розміщення соціалістичної промисловості. З позицій теорії Вебера (економічної раціональності), зрозуміло, неможливо було довести необхідність розміщення індустріальних гігантів у

східних районах Росії. Відповідно, теорія розміщення соціалістичної промисловості все більшої ваги надавала політичним факторам [11, с. 232]. Причини такого “дрейфу” І.-С. Корецький вбачав у тому, що за тоталітарних часів “головна мета політики розміщення промисловості полягає у зміцненні режиму” [13, с. 130].

В аналогічному ключі теорія розміщення соціалістичної промисловості розвивалася і в післявоєнні роки (Степанов, 1955, 1961; Фейгин, 1958; Особенности и факторы..., 1960; та ін.).

За кордоном у перші післявоєнні десятиліття фундатор регіональної науки У. Ізард (Айзард) прагнув якомога більше зблизити класичну теорію розміщення виробництва з *неокласичним напрямом економічної теорії*. Так, у книзі “Розміщення виробництва та просторова економіка” (1956) він відмічає: якщо “транспортні витрати” визначати як переміщення одиниці ваги на одиницю відстані, а “транспортні тарифи” як ціну цих витрат, то базового принципу неокласики – рівності граничних норм заміщення – буде цілком достатньо для надання теорії розміщення виробництва справжнього узагальнення. Фактично мається на увазі повна “асиміляція” теорії розміщення виробництва, передусім промислового, із загальною мікроекономічною теорією. Цю думку ще більше розвинув Л. Мозес (1970). Виходячи з того, що оптимальне місцеположення підприємства пов’язане з мінімальними виробничими витратами, він ставив питання про повну інтеграцію теорії розміщення виробництва з *теорією фірми*.

Але якщо всі фактори можуть замінювати один одного, то оптимальне розміщення підприємства уже залежатиме від обсягу виробництва, а тому необхідно брати до уваги й загальні виробничі рішення [1, с. 557].

Таким чином, створюються передумови для використання в класичній теорії розміщення і ідей *неоінституціоналізму*. Особливо значну цінність представляють ті з них, що базуються на синтезі теорій людської поведінки та трансакційних витрат. Вплив поведінки окремих підприємців та фірм на розміщення промисловості уже доведено Я. Гамільтоном (1971). А ідея Р. Коуза щодо ролі трансакційних витрат у розміщенні промисловості ще потребує змістовної інтерпретації. На думку Р. Коуза, неокласична теорія дає очікувані результати у сфері розміщення ресурсів лише за відсутності трансакційних витрат; за їх наявності розміщення ресурсів знаходиться під впливом структури права власності [14, с. 42].

Аж у першій половині 1960-х років (у зв’язку зі становленням регіональної парадигми в управлінні промисловістю та системного підходу) зародилася *теорія розміщення промисловості на засадах системного підходу*.

Формально ця теорія бере початок з 1963 р., коли П.М. Алампов увів у науковий вжиток поняття елементарного техніко-економічного комплексу. Під

ним він розумів стійке функціональне поєднання підприємств різних галузей [15, с. 73].

На мікроекономічному рівні поняття елементарно-техніко-економічного комплексу дозволяло переосмислити класичну теорію розміщення промисловості: розглянути і виробництво, і фактори його розміщення як рівноправні складові – в рамках елементарної промислово-територіальної системи (ПТС).

Але, як згодом показав П.Я. Бакланов, елементарний техніко-економічний комплекс далеко не повною мірою визначав сутність елементарної ПТС, оскільки не акцентував увагу на територіальних зв'язках усередині самого комплексу [16, с. 47].

Якщо виходити з того, що всі інші елементи елементарної ПТС (ресурсні, споживчі тощо) по відношенню до виробництва виступають як фактори його розміщення, то можна стверджувати, що теорія цих систем довгий час визрівала "під дахом" класичної теорії розміщення промисловості, точніше її відгалуження, яке А.В. Колодійчук представляє як *локалізаційні теорії* [17].

Услід за П.М. Алампєвим, своє розуміння сутності елементарної ПТС представили М.М. Паламарчук (1969), П.М. Степанов (1970), В.С. Міхєєва (1971), П.М. Полян (1976), О.І. Шаблій (1976) та ін. Але справжній прорив в трактуванні елементарної ПТС було зроблено П.Я. Баклановим. Промислові системи, які поєднували в собі просторову диференціацію цілісного виробничого процесу він назвав просторовими, а системи на базі його "характерної ланки", що поєднувала ресурсні й споживчі елементи (вузли) – елементарними просторовими системами промисловості [16, с. 39]. Трохи згодом, автор цих рядків спробував довести, що такими характерними ланками елементарних ПТС виступають окремі виробництва або їх просторово стійкі сукупності – окремі виробництва або їх прості інтеграції (основного з обслуговуючими та допоміжними) [18, с. 82].

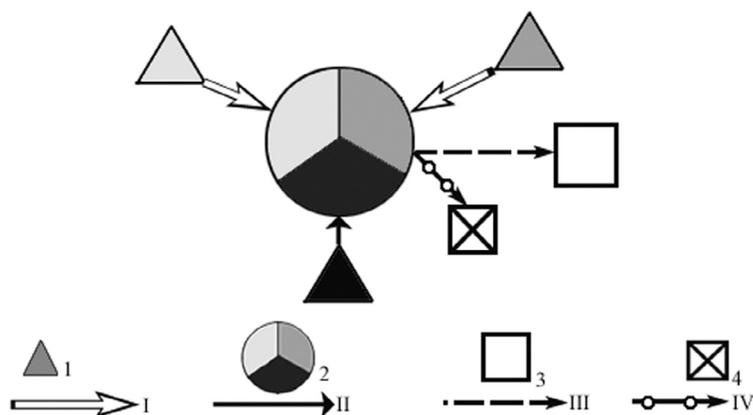


Рис. 2. Елементарна ПТС

Елементи системи: 1 – джерела ресурсів виробництва; 2 – ядро системи (виробництво, з відображенням співвідношення між елементами виробництва); 3 – споживачі продукції; 4 – об'єкти, що утилізують відходи виробництва.
Горизонтальні зв'язки: I – за матеріально-технічним постачанням; II – за трудовими ресурсами; III – збутові; IV – виробничо-екологічні.

Загалом структуру елементарної ПТС формує її ядро разом із його "оточенням" – сукупністю горизонтальних зв'язків (рис. 2).

Через те, що ядра елементарних ПТС можуть бути дуже різними – виступати чи то стадіями виробничого процесу, чи то ступенями спеціалізації виробництва (за класами, видами, типами, типорозмірами й моделями продукції), ми запропонуємо виділяти два типи елементарних ПТС – постадійної та ступінчастої спеціалізації. Наприклад, в ливарній елементарній ПТС постадійної спеціалізації можна виділити такі (ще більш вузькі) елементарні ПТС ступінчастої спеціалізації: за розплавами – чавунним, сталевим, кольорових металів (тобто за класом); за конструктивно-технологічною однорідністю (тобто за видами виробів); за типом виробництва (литво в кокіль і литво в земляні форми); за типорозмірами (вагою відливок тощо) [19, с. 53-54].

Таким чином, у теорії елементарних ПТС чітко окреслилось два напрями: 1) теорії систем, що формуються на основі підприємств (П.М. Алампєв, М.М. Паламарчук та ін.); 2) теорії систем, що формуються на основі окремих виробництв чи їх просторово стійких сукупностей (П.Я. Бакланов, В.І. Захарченко та ін.).

Звичайно, перший теоретичний підхід є зручнішим в плані збору й обробки статистичної інформації. Але він більше прийнятний для дослідження статичного аспекту системно-територіальної організації промисловості. Але як тільки підприємства в процесі розвитку, зокрема ринкових трансформацій, починають дробитися чи, навпаки, обростати новими виробництвами, стає зрозуміло, що вивчення динамічних аспектів елементарних ПТС можливе, передусім, на основі другого підходу.

Плідною в цьому контексті нам уявляється *концепція докорінної реорганізації виробництва*, яка була сформульована М. Хеммером (1991). Згідно з цією концепцією при реорганізації виробництва слід виділяти групи взаємозв'язаних видів діяльності, які споживають ресурси і перетворюють їх у продукцію, цінну для споживача [19, с.133]. По-суті, мова йде про необхідність переходу на позиції теорії елементарних ПТС, яка передбачає виділення ресурсного, виробничого та споживчого блоків систем, при взаємодії яких і слід вивчати вплив транзакційних витрат на розміщення виробництва.

Висновки. Звичайно, ми не повною мірою простежили розвиток теорії розміщення промисловості із історико-економічних та системних позицій. Але й викладеного, на нашу думку, достатньо для того, щоб пере-

конатися, що вона розвивалися під певним впливом основних напрямів економічної думки, а в останній десятиліття – в руслі ідей системного підходу, що більше орієнтує її на практику розміщення промислових об’єктів та раціональну організацію територіально-економічних зв’язків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / Марк Блауг ; пер. з англ. – К.: Основи, 2001. – 670 с.
2. Буржуазная региональная теория и государственно-монополистическое регулирование размещения производительных сил (критический анализ) / Сапожников А. Д., Смольников М. В., Васильев В. А. – М.: Мысль, 1981. – 252 с.
3. Микроэкономика: теория и практика / под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова. – М.: ИТД “КноРус”, 1999. – 542 с.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (1776) / Адам Смит. – М.: Наука, 1993. – 572 с.
5. Теорія місця розташування // Словник сучасної економіки МАКМІЛЛАНА / гол. ред. Д. Пірс ; пер. з англ. – К.: АртЕк, 2000. – С. 535-537.
6. Пчелинцев О.С. Экономическое обоснование размещения производства: Методы, применяемые в капиталистических странах / Пчелинцев О.С. – М.: Наука, 1966. – 264 с.
7. Вебер А. Теория размещения промышленности (1909) / Альфред Вебер ; пер. с нем. – Л.; М.: Книга, 1926. – 224 с.
8. Леш А. Географическое размещение хозяйства (1939) / Август Леш ; пер. с англ. – М.: изд-во иностр. лит., 1959. – 455 с.
9. Харке Г. Вклад Альфреда Рюля в развитие экономической географии / Г. Харке // Вест. Моск. ун-та. Сер. 5: География. – 1986. – № 4. – С. 96-101.

10. Шаблій О. І. Видатний український економіст і економіко-географ Валентин Садовський (до 110-річчя від народження) / О. І. Шаблій // Регіональна економіка. – 1996. – № 1-2. – С. 132-141.
11. Морозов Н. Веберовская теория промышленности штандорта и ее критики / Н. Морозов // Соц. хоз-во. – 1927. – Кн. 3. – С. 220-238.
12. Дроздов В.В. Теория рационального размещения производительных сил // Всемирная история экономической мысли. – [в 6 т.] / ред. кол.: В.Н. Черковец (гл. ред.) и др. – М.: Мысль, 1990. – Т. 4. – С. 326-331.
13. Коропецький І.-С. Економічні праці: [зб. вибр. ст.] / Пчелинцев О.С. – К.: Смолоскип, 1998. – 414 с.
14. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Дуглас Норт ; пер. з англ. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
15. Алампиєв П.М. Экономическое районирование СССР / Алампиєв П. М. – [в 2 кн.]. – М.: Экономиздат, 1963. – Кн. 2. – 248 с.
16. Бакланов П. Я. Динамические пространственные системы промышленности: Теоретический анализ / Бакланов П. Я. – М.: Наука, 1978. – 132 с.
17. Колодійчук А.В. Середовищні теорії розвитку промисловості [Електронний ресурс] / А. В. Колодійчук // Ефективна економіка: [Електрон. наук. фах. вид.]. – 2012. – № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1146>
18. Захарченко В. И. Экономический анализ элементарных промышленно-территориальных систем / В. И. Захарченко // Экономическая география: [респ. межвед. науч. сб.]. – К.: изд-во Киев. ун-та, 1983. – Вып. 35. – С. 82-89.
19. Захарченко В. І. Трансформаційні процеси у промислових територіальних системах України / Захарченко В. І. – Вінниця: Гіпаніс, 2004. – 548 с.

УДК 339.18

КОНДРАТЮК Д.М., к. е. н.
м. Житомир

**ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЙ
“МАРКЕТИНГ” ТА “АГРОМАРКЕТИНГ”**

***Анотація.** У статті розглянуто та систематизовано існуючі підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до трактування дефініцій “маркетинг” та “агромакетинг”. На основі аналізу їх думок визначено основні положення зазначених дефініцій, проаналізовано та обгрунтовано їх зміст та мету. Запропоновано трактування агромакетингу та ідентифіковано його основні завдання з урахуванням специфіки аграрного виробництва.*

***Ключові слова:** маркетинг, агромакетинг, виробник, споживач.*

***Аннотация.** В статье рассмотрены и систематизированы существующие подходы отечественных и зарубежных ученых к трактовке дефиниций “маркетинг” и “агромакетинг”. На основе анализа их мнений определены основные положения указанных дефиниций, проанализированы и обоснованы их содержание и цель. Предложено трактовку агромакетинга и идентифицировано его основные задачи с учетом специфики аграрного производства.*

***Ключевые слова:** маркетинг, агромакетинг, производитель, потребитель.*

***Abstract.** The article reviews and systematizes the existing approaches of local and foreign scholars to the interpretation of definitions of “marketing” and “agromarketing”. On the basis of their opinions the main tenets of these definitions are analyzed and their content and purpose are justified. An interpretation of agromarketing is suggested and identified its main tasks taking into account the specificity of agricultural production.*

***Key words:** marketing, agromarketing, producer, consumer.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. З розвитком ринкових відносин актуальності набуває оріє-

нтація виробничих процесів підприємства відповідно до запитів його зовнішнього середовища. Ринок

відносно товаровиробника трансформується з позиції диктування умов до стану, за яким споживач має можливість обирати товар, що більшою мірою задовольняє його потреби. Менеджмент підприємства має вивчати бажання та потреби споживачів з метою формування відповідних якісних характеристик товару. За таких умов центральною ланкою у ринкових відносинах стає споживач з його вподобаннями, смаками, потребами та купівельною спроможністю. Товаровиробник має враховувати зазначені фактори при здійсненні господарської діяльності. Інформаційним забезпеченням виступають маркетингові дослідження, а сам маркетинг стає невід’ємною складовою системи управління підприємством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Пошуку вирішення теоретичних і прикладних аспектів маркетингу та розвитку підприємств присвячені роботи як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так маркетинговими аспектами управління підприємствами серед зарубіжних вчених займалися: Дж. Ул. Колз, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, У. Руделіус та ін., серед вітчизняних науковців слід виділити: Л. Балабанову, С. Гаркавенко, Є. Голубков, Т. Данько, С. Ілляшенко, А. Павленко, О. Прокопенко, С. Хамініч, Т. Циганкова та ін. Разом з тим, вагомий внесок у дослідження маркетингу в сільському господарстві зробили такі вчені аграрники як: В. Андрійчук, Г. Андрусенко, П. Гайдучський, Т. Дудар, В. Зіновчук, О. Єранкін, Д. Карич, С. Кваша, С. Кравченко, Т. Лозинська, В. Писаренко, П. Саблук, М. Сохацький, І. Соловійов, В. Рибінцев, О. Шпичак та ін.

Мета статті. Метою статті є систематизація підходів до трактування поняття маркетинг та формування й обґрунтування авторського бачення його суті з позицій сільськогосподарського виробництва. Теоретичною та методологічною базою дослідження стали загально визнані методи фундаментальної, загальнонаукової і конкретно наукової методології пізнання досліджуваних явищ і процесів. Зокрема, при вивченні методологічних основ та узагальнення наукових джерел використані наступні методи: абстрактно-логічний, монографічний, порівняння, аналізу і синтезу, індукції та дедукції.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття маркетингу тісно пов’язане з функціонуванням і розвитком ринкових відносин та ринку зокрема. У свою чергу, ринок можна трактувати як місце зустрічі продавця і покупця, де виникають економічні відносини з приводу привласнення або відчуження певного блага. Як зазначає Т. Данько маркетинг – діяльність фірми з формування власної позиційно-діяльничної поведінки на ринку, що базується на експертно-аналітичному (рефлексивному) відстеженні процесів просування і обігу товарів у межах здійснення конкурентної цінової політики під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища для досяг-

нення максимально можливих результатів [4, с. 12]. Таким чином, автор акцентує увагу на тому, що маркетинг забезпечує підприємство необхідною інформацією про ринок, а також допомагає вибудувати певну лінію поведінки на ньому, що створює певні конкурентні переваги серед інших продавців.

Будь-який продавець, що функціонує на ринку, намагається передати право власності на створений ним продукт з найвищим рівнем вигоди для себе. Саме з таких позицій Б. Райзберг у економічному словнику трактує маркетинг – як широку за своїм спектром діяльність у сфері ринку товарів, послуг, цінних паперів, здійснювану в умовах стимулювання збуту товарів, розвитку й прискорення обміну на благо кращого задоволення потреб і отримання прибутків [10, с. 218]. При цьому акцент зміщується у бік стимулювання покупця отримати певний продукт.

Покупець у свою чергу намагається отримати у своє розпорядження товар найвищої якості при цьому мінімізувавши витрати на нього. На аспекті найкращого задоволення потреб споживача наголошують цілий ряд науковців (табл. 1). Такий підхід цілком виправданий, адже, саме покупець є тією рушійною силою, що дозволяє товаровиробникам ефективно функціонувати та розвиватись, створюючи нові продукти.

Наведені вище дефініції поняття “маркетинг” передбачають у собі сформований ринок та існування на ньому ряду покупців та продавців. Такий підхід цілком прийнятний для продуктів, що вже стали звичними для споживача. Стосовно інноваційних продуктів, то маркетинг починається задовго до створення продукту, виникнення попиту та формування ринку. Маркетинг починається тоді, коли виробник замислюється над питаннями: “А чого саме хоче клієнт?”, “Що не влаштує споживача у продукції, яка вже представлена на ринку?”, “Яку ціну споживач готовий заплатити за те чи інше благо?” та ін. Можна стверджувати, що зародження принципово нового або удосконалення вже існуючого товару починається з маркетингу.

На початковому етапі свого становлення маркетинг розглядався науковцями як процес узгодження можливостей компанії та запитів споживачів, а також як соціально-управлінський процес, за допомогою якого індивідууми та групи людей шляхом створення продуктів їхнього обміну одержують те, в чому виникла потреба [3]. На сучасному етапі маркетинг розглядається як філософія, стратегія і тактика ринкової діяльності, що має визначені загальні принципи, цілі та засоби їх досягнення [9, с. 9]. Таким чином, маркетинг трансформувався від певної функції менеджменту до певної системи управління підприємством. Такої ж думки дотримується В. Дорошев, що розглядає маркетинг як ринкову філософію, стратегію, тактику мислення та дій всіх суб’єктів ринкових відносин, причому не тільки виробників, посередників у комерційній діяльності, але й споживачів, а також поста-

Таблиця 1.

Трактування дефініції “маркетинг” з орієнтацією на споживача

№ з/п	Автор	Трактування поняття “маркетинг”
	Ф. Котлер [7, с. 41]	– передбачає управління ринком, що направлене на здійснення обміну та створення відносин з метою надання споживчої вартості та задоволення потреб і запитів споживача;
	Американська асоціація маркетингу [2, с. 17]	– є діяльністю, набором інституцій та процесів для створення, зв’язку і обміну пропозиціями, що мають цінність для замовників, клієнтів, партнерів та суспільства у цілому;
	Р. Фатхурдінов [11, с. 3]	– концепція орієнтації на споживачів будь-якої діяльності на будь-якій стадії життєвого циклу об’єктів управління на основі прогнозування їхніх потреб і організації просування товару;
	В. Федько [12, с. 4]	– виробляти те, що хоче (що вимагає) покупець і що, у загальному, зможе задовольнити його потреби, і за тією ціною, що він готовий при цьому заплатити.

чальників, практичних економістів, учених, організацій, аж до урядових органів [5, с. 30].

Оцінюючи підходи науковців до трактування понять “маркетинг”, можна виділити певні елементи, які присутні у більшості науковців, зокрема це:

1) товар або продукт, без якого неможливе виникнення економічних відносин між учасниками ринку;

2) ціна, вартість або цінність, що виступає ключовим елементом процесу обміну;

3) стимулювання або мотивація до отримання певного блага.

Разом з тим, визнаючи маркетинг як певну систему управління підприємством, слід відмітити, що в залежності від вектору діяльності господарюючого суб’єкта він матиме певні особливості та специфіку. Зважаючи на це, особливої уваги набуває питання маркетингу сільськогосподарських підприємств або агромаркетинг. Так, американські науковці Р. Бренсон і Д. Норвел розглядають сільськогосподарський маркетинг (агромаркетинг) як всю активність, пов’язану з сільськогосподарським виробництвом і харчовими продуктами, насінням, збиранням врожаю, переробкою й доставкою кінцевому споживачу, з аналізом споживчих потреб, мотивації покупок та поведінки споживачів [1, с. 48]. Проте половина складових, що наводяться авторами, носять лише опосередкований вплив на ринок та в цілому відносяться більше до логістики (активність, пов’язану з сільськогосподарським виробництвом; збиранням врожаю, переробкою й доставкою кінцевому споживачу). Беззаперечно маркетинговий характер носить друга частина визначення, що безпосередньо акцентує увагу на таких аспектах як “аналіз споживчих потреб, мотивації покупок та поведінки споживачів”.

У свою чергу вітчизняний науковець Н. Козуб трактує агромаркетинг як цілісне явище соціально-економічної природи, сучасний зміст якого відображає еволюцію ринку сільськогосподарської продукції й товарів її промислової переробки, послідовно поєднує процеси ринкових досліджень, аграрного виробництва та переробки його продукції, товарообіг, формування попиту і стимулювання збуту [6, с. 11].

Цікавим є орієнтація автора не лише на продукцію сільськогосподарських товаровиробників, що як правило є сировинною базою для промислових підприємств, а й на товари промислового виробництва, що створені з використанням продукції аграрних підприємств. Разом з тим, не деталізується за рахунок чого здійснюється формування попиту та стимулювання збуту такої продукції.

Більш комплексно розкрити суть агромаркетингу в сучасних умовах намагається П. Островський. Автор визначає агромаркетинг як комплекс заходів, спрямованих на поліпшення виробництва, збільшення обсягів реалізації та покращення якості сільськогосподарської продукції, пошук нових каналів збуту продукції, налагодження тривалих і довготермінових відносин з основними та потенційними споживачами [8, с. 9]. Аналізуючи дефініції “агромаркетинг”, можна зробити висновок, що ключова його відмінність від поняття “маркетинг” полягає у конкретизації об’єкту взаємовідносин між покупцем та продавцем. Якщо при трактуванні поняття “маркетинг” науковці за об’єкт беруть певне благо, що цікавить споживача, то при визначенні “агромаркетингу” чітко прослідковується використання у ролі об’єкта аграрної продукції.

Акцентування уваги саме на аграрній продукції зумовлює необхідність врахування особливостей сільськогосподарського виробництва. З огляду на це у трактуванні агромаркетингу слід орієнтуватись саме на специфіку сільського господарства. Серед ключових відмінностей можна виділити:

1. Продукт, що створюється сільськогосподарським підприємством, є біологічним організмом, що вимагає швидкого споживання або спеціалізованих об’єктів для зберігання. Все це вимагає від виробника використання спеціальної упаковки та оперативного постачання своєї продукції споживачу;

2. Сезонність виробництва, що зумовлено розбіжністю у часі робочого періоду з періодом виробництва, який зумовлює необхідність виробництва і розподілу продукції таким чином, щоб забезпечувати потреби споживачів протягом тривалого періоду. Отже, для сільськогосподарського підприємства

важливим є не просто відстеження кон'юнктури ринку, а її прогнозування з високим ступенем надійності;

3. Взаємозалежність галузей, яка проявляється у тому, що галузь рослинництва є кормовою базою для галузі тваринництва, яка є джерелом органічних добрив. Разом з тим, вдале поєднання цих двох галузей забезпечує максимально ефективне використання людських ресурсів протягом року;

4. Значний вплив на екологію, який полягає у тому, що при використанні мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин і боротьби з бур'янами значно знижується собівартість продукції, що є одним з головних чинників конкурентної боротьби. При цьому можуть виникати такі негативні наслідки як зниження природної родючості ґрунтів, забруднення поверхневих вод, збільшення шкідливих речовин у кінцевій продукції та ін. У свою чергу виробництво за технологіями, які мінімізують вплив на екологію, підвищує собівартість продукції, що знижує її конкурентоздатність на ринку. При цьому в останні роки зростає інтерес споживачів саме до екологічно чистої продукції;

5. Обмеженість каналів реалізації полягає у тому, що продукція сільськогосподарських товаровиробників потребує подальшої обробки, яка передбачає використання спеціалізованих засобів. Незначні обсяги виробництва з одного боку роблять не доцільним закупівлю виробниками обладнання та формування власного бренду, а з іншого боку вони не можуть співпрацювати із переробними підприємствами, що орієнтовані на закупівлю значних за об'ємом партій. Таким чином значну частку в каналах реалізації (наприклад, зернові до 87%) займають так звані агро-трейдери, що пропонують не найкращу ціну.

Наведені особливості сільськогосподарського виробництва підтверджують необхідність розгляду агро-маркетингу не просто як управлінської функції, а як певної системи, яка забезпечує ефективне функціонування сільськогосподарського підприємства. Отже, агро-маркетинг слід розглядати як інтегративну систему управління підприємством, яка націлена на формування сталих взаємовідносин між виробником та споживачем. Для досягнення зазначеної мети, має забезпечуватись:

- здійснення не просто моніторингу ринку аграрної продукції, а і прогнозування його кон'юнктури на перспективу з високим ступенем надійності;
- формування оптимальної структури виробництва, за якої розвивається як тваринництво, так і рослинництво;
- мінімізація впливу на навколишнє середовище та виробництво якісної продукції;
- формування якісної матеріально-технічної бази для зберігання аграрної продукції;
- мінімізація у каналах реалізації посередницьких структур.

Агро-маркетинг, у цілому, має забезпечувати отримання позитивних ефектів у трьох площинах: економічній, соціальній та екологічній. У економічній площині – це підвищення ефективності діяльності та прибутковості аграрних підприємств. Соціальній – забезпечення сільського населення робочими місцями та розбудова інфраструктури. Екологічній – мінімізація техногенного впливу на навколишнє природне середовище через використання сівозміни та сучасних технологій обробітку ґрунту.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. На сучасному етапі розвитку економічної науки відсутнє єдине загальноприйняте трактування дефініцій "маркетинг" та "агро-маркетинг". Пояснюється це тим, що вони тісно пов'язані з ринком та ринковими відносинами, що є досить динамічними, а, отже, й підходи до трактування даних понять також зазнають постійних коригувань. Встановлено, що принципова відмінність між тлумаченнями "маркетингу" та "агро-маркетингу" полягає у конкретизації об'єкту взаємовідносин між покупцем та продавцем. Враховуючи особливості сільськогосподарського виробництва, запропоновано розглядати агро-маркетинг як інтегративну систему управління підприємством, яка націлена на формування сталих взаємовідносин між виробником та споживачем, і завданням якої є отримання позитивних ефектів у трьох площинах: економічній, соціальній та екологічній.

ЛІТЕРАТУРА

1. Branson R. E. Agricultural Marketing / R. E. Branson, D. G. Norwell. – USA, IOWA University Press, 1991. – pp. 45-59
2. Definition of marketing [Electronic resource]. – Available from: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
3. Голубков Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Издательство "Финпресс", 1999. – 656 с.
4. Данько Т. П. Управление маркетингом / Т. П. Данько. – 2-е изд., перераб. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 334 с.
5. Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга / В.И. Дорошев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 285 с.
6. Козуб Н. М. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств Причорноморського регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / Н.М. Козуб. – Харків, 2004. – 20 с.
7. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 1200 с.
8. Островський П. І. Аграрний маркетинг: / П.І. Островський. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 224 с.
9. Панкрухин А. П. Маркетинг / А. П. Панкрухин. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 656 с.
10. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 480 с.
11. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 640 с.
12. Федько В. П. Маркетинг / В.П. Федько. – Ростов н/Д. Феникс, 2000. – 416 с.

УДК [379.85+351.757](075.8)

МОМОНТ Т.В.

м. Житомир

МОДЕЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЯК СКЛАДОВА МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБЛІКОВИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Анотація. У статті визначається сутність процесу моделювання та його складових. Визначено базовий перелік нормативно-правових документів, необхідних для ведення бухгалтерського обліку. Конкретизовано ряд організаційних об'єднань, які причетні до формування та розвитку системи бухгалтерського обліку в Україні. Зпрогнозовано можливості моделювання бухгалтерського обліку окремими підприємствами в залежності від виду господарської діяльності. Виокремлено актуальні проблеми моделювання в бухгалтерському обліку. Проведено дослідження дефініційних визначень "моделювання" в бухгалтерському обліку.

Ключові слова: моделювання, елементи методу, метод бухгалтерського обліку, туристична індустрія.

Аннотация. В статье определяется сущность процесса моделирования и его составляющих. Определен базовый перечень нормативно-правовых документов, необходимых для ведения бухгалтерского учета. Конкретизированы ряд организационных объединений, причастных к формированию и развитию системы бухгалтерского учета в Украине. Спрогнозированы возможности моделирования бухгалтерского учета отдельными предприятиями в зависимости от вида хозяйственной деятельности. Выделены актуальные проблемы моделирования в бухгалтерском учете. Проведено исследование дефиниционных определений "моделирование" в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: моделирование, элементы метода, метод бухгалтерского учета, туристическая индустрия.

Abstract. In the article the author defined the essence of the modeling process and its components. Basic legal documents necessary for accounting are defined. The number of organizational associations involved in the formation and development of accounting in Ukraine are concretized. The possibility of modeling analyzes accounting individual businesses depending on the type of business is prognosed. Actual problems of simulation in financial accounting are highlighted. The investigation of the definitional definitions of "simulation" in accounting is conducted.

Key words: modeling elements method, accounting, tourism industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Процеси трансформації бухгалтерського обліку, що відбуваються в останнє десятиріччя в Україні, продовжують динамічну адаптацію теорії бухгалтерського обліку до нових потреб практики його ведення, що розгортається на світовому рівні. Разом з цим нові можливості комплексної автоматизації бухгалтерського обліку та, передусім, нові вимоги управлінського персоналу до облікової інформації, вимагають створення якісно нової методичної моделі обліку та перегляду моделі теорії бухгалтерського обліку, який виступає основним джерелом надходження інформації, на основі якої приймаються управлінські рішення. На підставі зазначеного вище дослідниками піднімається питання необхідності наукового обґрунтування проблем організації та методики бухгалтерського обліку на підприємствах туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В сучасних наукових публікаціях переважає об'єктний підхід до розвитку теорії бухгалтерського обліку. Авторами переважно розвивається технологія

облікового процесу в рамках відображення операцій з різними об'єктами – необоротними активами, запасами, коштами, розрахунками, власним капіталом, зобов'язаннями тощо.

Конкретизуємо науковців, які працюють над зазначеною проблемою, до них відносяться Шигун М.М. [1-4], Жук В. М. [5], Саух І. В. [6], Соколов Я. В. [7], Кузьмінський Ю. А. [8], Бутинець Ф. Ф. [9], Євдокимов В. В. [10].

Сучасні дослідники визначають наступні завдання дослідження моделювання бухгалтерського обліку: актуалізація важливості моделювання методичних підходів, методик, методичних рекомендацій в науковому забезпеченні розвитку бухгалтерського обліку та вирішенні завдань, поставлених перед ним практикою та розвитком економічної теорії; обґрунтування першочерговості організації робіт з моделювання в науковій та регуляторній сферах бухгалтерського обліку; уточнення місії моделювання методик та методичних рекомендацій в бухгалтерському обліку; формування підходів до побудови системи розробки й запровадження методик та методичних рекомен-

дацій; означення головних завдань моделювання в бухгалтерському обліку туристичного сектору економіки. Однак питання щодо застосування моделювання в практичній діяльності потребують подальшого опрацювання, вимагають більш глибокого дослідження та узагальнення.

Мета статті. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів моделювання бухгалтерського обліку та визначення можливості його застосування при розробці методики дослідження облікових процесів на підприємствах туристичної індустрії.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Усі суб'єкти господарювання, юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності, а також представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності, зобов'язані вести бухгалтерський облік та складати фінансову звітність відповідно до нижченаведених нормативно-правових документів:

– Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [11];

– Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, розроблених на принципах міжнародних вимог до підготовки інформації, що подається зовнішнім групам зацікавлених користувачів;

– Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [12, 13].

Існує ряд організаційних об'єднань, які причетні до формування та розвитку системи бухгалтерського обліку в Україні:

– Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України – професійна організація, яка покликана виконувати організаційно-методологічну роль в розвитку діяльності практикуючих бухгалтерів і аудиторів;

– Управління методології бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України – державний орган, який здійснює нормативне регулювання організації та ведення бухгалтерського обліку, виступає розробником П(С)БО та інших нормативно-правових актів з ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності;

– Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та створений при ній Комітет з інтерпретації міжнародних стандартів фінансової звітності, який відповідає за розробку методичних підходів, рекомендацій щодо застосування МСФЗ і метою його діяльності визнано своєчасно розглядати й розв'язувати поширені бухгалтерські проблеми, які виникають при застосуванні існуючих МСФЗ, робота спрямована на досягнення консенсусу по відповідних бухгалтерських підходах і надання авторитетного методичного керівництва в даних питаннях. Аналіз роботи цього Комітету дозволяє зробити припущення, що його інтерпретації МСФЗ все більше схиляються до підходів і схем, що нагадують методики чи мето-

дичні рекомендації щодо застосування тих чи інших МСФЗ [5].

Проте, за діючою редакцією Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" не зазначено важливість та зобов'язання Мінфіну України (його Методологічної ради з бухгалтерського обліку) моделювати шляхи вирішення поставлених перед бухгалтерським обліком завдань.

Опираючись на аналіз специфіки законодавчого регулювання організації та ведення бухгалтерського обліку в Україні, що опосередковується високим ступенем державного втручання, паралельно з функціонуванням професійних організацій в сфері бухгалтерського обліку та використанням міжнародних стандартів обліку і звітності, проведений М. М. Шигун в науковій роботі "Моделювання в бухгалтерському обліку на макро- та макрорівнях", можна говорити про створення змішаного типу моделі бухгалтерського обліку [1].

До ознак, що виводять бухгалтерський облік на новий якісний рівень як універсальну систему забезпечення інформацією різних категорій користувачів та особливо управлінців на мікро- та макроекономічних рівнях, відносяться:

- розширення можливостей автоматизації ведення обліку;
- глобалізація підприємницької діяльності;
- вихід господарюючих суб'єктів на зовнішні ринки;
- укрупнення бізнес-структур;
- розвиток інфраструктури ринку;
- ускладнення процесів державного управління;
- регулювання економіки в сукупності.

Бухгалтерський облік, таким чином, відчуває вплив внутрішніх та зовнішніх чинників, що обумовлюють потребу видозміни середовища, в якому відбувається накопичення, обробка, інтерпретація та зведення даних про господарські події [1].

Отже, в процесі нашого дослідження актуалізується розгляд можливості моделювання бухгалтерського обліку окремими підприємствами туристичної індустрії в залежності від виду господарської діяльності.

Надамо загальну характеристику процесу моделювання в бухгалтерському обліку. На думку [1-4], моделювання в бухгалтерському обліку посідає важливе місце як базовий метод розвитку його теорії та методології. Йому відводиться ключова роль у розвитку обліку та діяльності суб'єктів методологічного впливу. Важливо здійснити теоретичне обґрунтування місця та місії моделювання (методик, методичних рекомендацій) в науці та практиці бухгалтерського обліку, в системі його регулювання та означення головних завдань процесу моделювання бухгалтерського обліку.

Наявність елементів (складових) організації бухгалтерського обліку створює широкі можливості для

моделювання системи бухгалтерського обліку на рівні її організації.

У цілому моделювання вважається могутнім знаряддям наукового пізнання та вирішення практичних завдань, широко використовується як в науці, так і в багатьох сферах виробничої діяльності. Як загальнонауковий метод дослідження, моделювання застосовується і в теорії та практиці бухгалтерського обліку.

Систематизація наукових публікацій дає змогу виділити найбільш актуальні проблеми моделювання в бухгалтерському обліку:

- питання теорії облікового моделювання;
- моделювання бухгалтерського обліку для цілей управління;
- розробки моделей балансу і звітності;
- моделювання організації бухгалтерського обліку та облікової політики;
- моделей інформаційних технологій і комп’ютеризації бухгалтерського обліку;
- моделювання нормативного обліку витрат і калькулювання.

У науковій роботі [2] моделювання облікової системи визначено складним процесом, який опосередковується постійним розвитком суспільства, зміною його інформаційних потреб, ускладненням економічних зв’язків і відносин, якісним прогресом у сфері методів прийняття економічних рішень і методів управління економічними системами.

Зазначимо, що при розробці облікових моделей обов’язково повинні враховуватися специфічні особливості розвитку вітчизняної економіки, сформований менталітет нації, її традиції та суспільний устрій, сформований за останні десятиліття.

Крім цього, повинно забезпечуватись динамічне пристосування методик ведення бухгалтерського обліку до змін потреб користувачів економічної інформації, створюватись умови для порівнянності фінансових показників в межах видів економічної діяльності та на рівні країни, інформація повинна надаватись оперативно і з достатнім рівнем достовірності [2].

Розглянемо підходи до трактування моделювання в бухгалтерському обліку.

Таблиця 1.

Дослідження дефініційних визначень “моделювання” в бухгалтерському обліку

№ з/п	Автор	Визначення	Джерело
1	2	3	4
1.	Я. В. Соколов	дає визначення моделюванню як “метод бухгалтерського обліку, що дозволяє вивчати факти господарського життя і господарські процеси не прямо і безпосередньо, а через навмисно створені ним образи та описи – символи” [с. 127] і далі: “Метод будь-якої науки залежить від предмету і задач, які вона вирішує ... предмет і метод науки створюють нерозривну цілісність” [с. 161]. “Метод бухгалтерського обліку, відмічає Я. В. Соколов, багато авторів намагалися і ще намагаються тлумачити як набір певних інструментів, кожен з яких розглядається як ізольований елемент (документи, інвентаризація, калькуляція, баланс, рахунки, подвійний запис, оцінка, звітність – так звана “восьмихвістка”) і далі “Слід зазначити, що деякі фахівці в галузі обліку трактують моделювання як специфічно новий додатковий елемент бухгалтерського методу. Перелік цих елементів вони просто доповнюють моделюванням. Однак таке трактування помилкове. Моделювання не додатковий елемент, а новий більш важливий аспект, що дозволяє глибше і детальніше розглянути проблеми бухгалтерського обліку” [с. 170]	[7]
2.	Ю. Кузьмінський	трактує визначення методу бухгалтерського обліку як послідовне застосування пар методів: документації та інвентаризації, оцінки і калькуляції, рахунків та подвійного запису, балансу та звітності, для моделювання предмета і відображення інформації про нього	[8].
3.	Ф. Ф. Бутинець	метод визнає елементом методології. “Якщо методологія є генеральним шляхом пізнання, то методи вивчають, як саме йти цим шляхом. Методи характеризують складні пізнавальні процеси, що включають набір різних прийомів дослідження”. Метод науки – це не щось встановлене, а процес, що відбувається постійно, абстрагований від суспільних явищ. А тому науковий метод, подібно самій науці, не піддається визначенню [с. 384]	[9]
4.	В. М. Жук	моделювання є творчим процесом цільового використання знань, у ньому методи, як набір специфічних прийомів, з одного боку, є елементами методології бухгалтерського обліку, а з іншого – через моделювання забезпечують реалізацію поставлених перед обліком завдань	[5]
5.	Словник сучасної економіки	модель – логічний або математичний опис компонентів і функцій, які відображають суттєві властивості об’єкта чи процесу, що моделюється. Загальноприйнятої єдиної класифікації моделей не існує. Розрізняють матеріальні або речові моделі, знакові (графічні і математичні), матеріально-ідеальні, словесний опис об’єкта (явища, процесу) [с. 300]. А моделювання розглядається в двох аспектах: як дослідження об’єктів пізнання на моделях, і як побудова і вивчення моделей реально існуючих предметів та явищ, а також об’єктів, що передбачаються (конструюються) [с. 299]	[14]

Продовження табл. 1.

1	2	3	4
6.	Економічна енциклопедія	модель – це матеріальний або уявний об'єкт, який у процесі дослідження реального об'єкта замінює його таким чином, що дослідження об'єкта-замінника дає нові знання про об'єкт-оригінал. Модель є інструментом дослідження об'єкта через його опосередковане пізнання за допомогою об'єкта-замінника. Саме ця властивість методу моделювання визначає особливі форми використання абстракцій, аналогій, припущень, гіпотез, а також способи створення й розвитку теорій побудови моделей, інструментарію дослідження об'єкта [с. 453]	[15]
7.	М. М. Шигун.	моделювання в організації бухгалтерського обліку охоплює процеси створення або вибору моделей форм організації та форм ведення обліку, структури облікової служби, розподілу облікових функцій, процедури вибору облікової політики, формування схем і графіків документообороту, вибору форм, методів і процедур бухгалтерського контролю та інших елементів	[3]
8.	В. В. Євдокимов	Основним завданням моделювання системи бухгалтерського обліку є дії, пов'язані зі збором, обробкою даних та їх узагальненням у вигляді облікової інформації, сутність якої має відповідати вимогам релевантності та потребам і запитам користувачів	[10]

*систематизовано автором на основі джерел [3, 7-10,14,15].

Для нас важливими є підходи щодо застосування моделювання (методів) в забезпеченні запитів, що ставляться перед бухгалтерським обліком завданнями практики, у вирішенні проблемних питань бухгалтерського обліку діяльності підприємств туристичної сфери. І хоча моделювання є надбанням науки, але результати, отримані в процесі моделювання організації бухгалтерського обліку туристичних підприємств безперечно мають значну вагу.

Крім того, моделювання в бухгалтерському обліку розглядається на мікро- та макрорівнях. Рівень макромоделювання пов'язаний з порівняльною характеристикою світових моделей бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Науковці вивчають також проблеми застосування математичних методів при моделюванні бухгалтерського обліку, податковому моделюванні, обліковому моделюванні операцій з інвестиціями, моделюванні руху оборотних активів та грошових коштів, моделюванні фінансових результатів, моделюванні обліку для цілей контролю [4].

До облікових моделей, на основі яких можна вивчити суть бухгалтерського обліку як інформаційної системи і як виду професійної діяльності, відносять:

- Т-рахунок;
- журнал реєстрації господарських операцій;
- оборотно-сальдову відомість;
- пробний баланс;
- форми первинних документів та облікових реєстрів та ін. [4].

Таким чином, моделювання в основному стосується окремих елементів облікової системи та облікової політики конкретного підприємства. Безумовно, облікові моделі на рівні підприємства дозволять визначити найбільш доцільні, оптимальні методичні прийоми бухгалтерського обліку для підвищення якості інформації, покращення процесів підготовки і прийняття рішень, прогнозування результатів госпо-

дарської діяльності та шляхів удосконалення бухгалтерського обліку в рамках окремого суб'єкта господарювання. Зазначимо, що побудова моделі "обліку на будь-якому підприємстві розпочинається з детального дослідження, вивчення та оцінки характеру і специфіки галузі" [1]. Проте виявлення найбільш істотних характерних рис і особливостей систем бухгалтерського обліку у світовому масштабі в умовах глобалізації створює передумови для вирішення існуючих проблем у сфері теорії та практики бухгалтерського обліку.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. На підставі вищевикладеного стверджуємо, що моделювання є складовою методики дослідження облікового процесу та може бути застосованим в практичній діяльності підприємствами туристичної сфери. Воно є одним з найпоширеніших в науці підходів до вивчення об'єктів, які, в даному випадку, асоціюються з методами. За допомогою моделювання досліджуються, осмислюються, аналізуються і пізнаються факти господарського життя. Саме тому побудові облікової моделі, що може бути використана на туристичних підприємствах, будуть присвячені подальші доробки і дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шигун М. М. Моделювання в бухгалтерському обліку на макро- та мікрорівнях / М. М. Шигун // ВІСНИК ЖДТУ. – № 4 (46) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/2756/1/151.pdf>.
2. Шигун М. М. Види моделей в бухгалтерському обліку / М. М. Шигун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com /16_NPM_2007/Economics/22083.doc.htm.
3. Шигун М. М. Моделювання елементів організації бухгалтерського обліку / М. М. Шигун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/40.pdf.

4. Шигун М. М. Моделювання в наукових публікаціях з бухгалтерського обліку / М. М. Шигун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/handle/123456789/1581>.

5. Жук В. М. Розвиток моделювання в бухгалтерському обліку / В. М. Жук // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 3. – С. 26-32.

6. Саух І. В. Документальне забезпечення розрахунків з оплати праці / І. В. Саух // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнародний збірник наукових праць. / Серія: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз. Випуск 1 (19) / [Відпов. редактор д.е.н., проф. Ф. Ф. Бутинець]. – Житомир: ЖДТУ, 2011.

7. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 496 с.

8. Кузьмінський Ю. А. Що таке система бухгалтерського обліку? / Ю. Кузьмінський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 6. – С. 8-11.

9. Бутинець Ф. Ф. Теорія бухгалтерського обліку: підручник; [3-тє вид., доп. і перероб.] / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: Рута, 2003. – 444 с.

10. Євдокимов В. В. Моделювання системи бухгалтерського обліку: теорія і практика застосування: [текст]: Автореф. дис.

канд. екон. наук: 08.06.04. / В. В. Євдокимов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dissert.com.ua/contents/35792.html>.

11. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

12. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. №291. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.com.ua/taxes/-/bo_planrah.html.

13. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку господарських операцій підприємств і організацій: Наказ МФУ від 30.11.99 р. №291. Зі змінами та доповненнями, внесеними наказами Мінфіну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>. Редакція від 18.03.2014.

14. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь / Словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников. – М.: Издательство "АВФ", 1996. – 704 с.

15. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редактор: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2001. – 848 с.

УДК 336.71

НЕСТЕРЕНКО Н.В., доц.
м. Запоріжжя

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ІНДИКАТОРІВ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УКРАЇНІ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню поняття фінансової стійкості комерційного банку та систематизації індикаторів її визначення, ключові ознаки фінансової стійкості та механізм інформаційного забезпечення її оцінки. Докладно проаналізовано динаміку ключових показників базового і рекомендованого наборів, що дають оцінку фінансової стійкості комерційних банків України.

Ключові слова: комерційний банк, фінансова стійкість, індикатори, систематизація, аналіз, моніторинг.

Аннотация. Статья посвящена исследованию понятия финансовой устойчивости коммерческого банка и систематизации индикаторов ее определения, ключевые признаки финансовой устойчивости и механизм информационного обеспечения ее оценки. Подробно проанализирована динамика ключевых показателей базового и рекомендуемого наборов, которые дают оценку финансовой устойчивости коммерческих банков Украины.

Ключевые слова: коммерческий банк, финансовая устойчивость, индикаторы, систематизация, анализ, мониторинг.

Abstract. The article is dedicated to investigation the concept of financial stability of commercial banks and systematization indicators of its determination, key signs of financial stability and the information support's mechanism of its assessment. Been thoroughly analyzed the dynamics of key indicators of basic and recommended set, which evaluate financial stability of Ukrainian commercial banks.

Key words: commercial bank, financial stability indicators, systematization, analysis, monitoring.

Постановка проблеми. Актуальність розгляду фінансової стійкості комерційного банку в Україні проявляється насамперед у тому, що на сьогоднішній день, в умовах, що склалися, однією з основних задач комерційних банків залишається їх "виживання", забезпечення власної конкурентоздатності та стійкості, в умовах постійних змін в економіці, політиці та соціальної сфері. Адже лише фінансово стійкий банк

з зможе продовжувати свою діяльність навіть при виникненні непередбачуваних подій чи ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань щодо аналізу, оцінки та шляхів забезпечення фінансової стійкості банків значну увагу приділяли такі зарубіжні науковці, як П. Роуз, Дж. Сінкі, Ю. С. Масленченков та інші, а також вітчизняні вчені, а саме В. В. Вітлінський, О. Д. Заруба, Н. М. Шелудько,

В.П. Пантелєєв, С.П. Халява та інші. Фінансова стійкість є важливою складовою діяльності комерційного банку, адже від її достатності залежить майбутній фінансовий стан комерційного банку, довіра до нього з боку третіх осіб, які є як споживачами послуг банку, так і його кредиторами.

На сьогоднішній день не сформовано єдиного підходу до визначення фінансової стійкості комерційного банку як економічної категорії, адже науковці всього світу так і не змогли дійти згоди що ж собою являє фінансова стійкість банку. Одні ототожнюють її з його платоспроможністю або рентабельністю, інші – із ефективною діяльністю банку, його здатністю сформулювати таку структуру активів та пасивів, котра буде найменш вразливою при виникненні непередбачуваних обставин або кризових явищ. Не визначена також й система індикаторів, за допомогою якої можливо визначити фінансову стійкість комерційного банку в Україні.

Метою статті є визначення сутності та систематизація індикаторів фінансової стійкості комерційного банку та ефективних шляхів її забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Стосовно фінансової стійкості комерційного банку існує досить багато підходів до її визначення.

Так, Г.С. Панова, О.Д. Заруба, С.А. Святко, Р.І. Шиллер обґрунтовують фінансову стійкість комерційного банку з точки зору ключових параметрів, що характеризують окремі аспекти його фінансового стану [1; 2; 3]. Масленченков Ю.С., Вітлінський В. В. фінансову стійкість розглядають як “відповідність (невідповідність) діяльності банку основним плановим (нормативним) узагальнюючим показникам, що синтезують характеристики економічних складових фінансової стійкості: обсягу й структури власних засобів, рівня доходів і прибутку, норми прибутку на власний капітал, достатності ліквідності, мультиплікативної ефективності власного капіталу, створення банком доданої вартості” [4; 5].

У працях Н.Г. Антонова, М.А. Песселя, В.Г. Андрєва, Н. Н. Захарова поняття “фінансової стійкості” ототожнюється з ліквідністю та платоспроможністю [6, 7].

На думку деяких авторів, зокрема В.В. Пантелєєва та С.П. Халяви, Л. П. Бєлих поняття фінансової стійкості деякою мірою ототожнюється з прибутковістю банку [7; 8]. Зокрема, як зазначив Л. П. Бєлих, “рівень фінансової стійкості визначає прибутковість банку та його здатність виплачувати дивіденди за акціями”. Пантелєєв В.В. та Халява С.П. наголосили, що “своєрідним відображенням стійкого перевищення доходів над витратами і є фінансова стійкість”.

Бакало І.І. трактує, що фінансова стійкість банку – це головна умова його існування та активної діяльності. Вона формується під впливом об’єктивних та суб’єктивних факторів і оцінюється за допомогою як окремих показників, так і зведених комплексних показників, які лежать в основі рейтингових оцінок діяльності банків [9].

Лєгостаєва О.О. та Самохіна Т.В. зазначили, що фінансова стійкість повинна бути не лише короточасним досягненнями банків, а й стратегією їхнього розвитку. Належний рівень фінансової стійкості банків є відображенням їх високоєфективного функціонування, достатнього нарощування фінансових ресурсів та раціонального управління ними [10].

Деякі науковці розглядають фінансову стійкість як складову стійкості (стійкості в широкому розумінні) банку, до якої, окрім фінансової, введено капітальну, комерційну та організаційно-функціональну стійкість.

Глосарій банківської термінології Національного банку України визначає фінансову стійкість банку як стан банку, який характеризується збалансованістю фінансових потоків, достатністю коштів для підтримки своєї платоспроможності та ліквідності, а також рентабельною діяльністю. Фінансова стійкість банку означає постійну здатність банку відповідати за своїми зобов’язаннями і забезпечувати прибутковість на рівні, достатньому для нормального функціонування у конкурентному середовищі [11].

Проаналізувавши підходи до визначення сутності фінансової стійкості комерційного банку можемо виокремити кілька напрямів (рис. 1).

Таким чином, фінансова стійкість комерційного банку залежить від багатьох аспектів його діяльності, має складну структуру та є складовою загальної стійкості банку. До неї відносять інтегральні фінансово-економічні показники діяльності банку: обсяг, структуру капіталу, рівень фінансових результатів, достатність ліквідності, параметри діяльності, пов’язані з інформаційно-аналітичною підтримкою управління фінансами. Ознакою стійкості банку є здатність перебувати у відносно менш уразливому становищі під час криз та здатність їх переборювати.

Оцінка фінансової стійкості комерційного банку в Україні набуває все більшого значення, оскільки вона дозволяє проаналізувати сучасний стан банку та виявити чинники, які негативно впливають на його діяльність. Оцінка фінансової стійкості відбувається за допомогою індикаторів.

Індикатори фінансової стійкості (financial stability indicators) – це показники поточного фінансового стану та стійкості комерційного банку.

У 2001 р. МВФ представив першу систему індикаторів фінансової стійкості, а в 2004 р. вона була уточнена і базовий набір показників визнано значущим для всіх країн світу. З цього часу центральні банки провідних країн світу почали створювати відповідні підрозділи для аналізу та прогнозування стійкості функціонування банківських і фінансових установ.

Розроблені та запропоновані МВФ індикатори характеризують поточний стан і надійність комерційних банків та їх корпоративних контрагентів. Вони містять агреговані дані за групами установ, а також представницькі показники щодо ринків, на яких фінансові установи здійснюють свої операції [12].

Індикатори фінансової стійкості відповідно до положень МВФ можливо згрупувати наступним чином:

1. На базі капіталу:
 - співвідношення регулятивного капіталу до зважених за ризиком активів;
 - співвідношення регулятивного капіталу I рівня до зважених за ризиком активів;
 - співвідношення капіталу до активів;
 - співвідношення недіючих кредитів за мінусом резервів до капіталу;
 - співвідношення чистого доходу до середнього капіталу;
 - співвідношення великих відкритих позицій до капіталу;
 - співвідношення чистої відкритої позиції в іноземній валюті до капіталу;
 - співвідношення валової позиції за фінансовими деривативами з боку активів та зобов’язань до капіталу;
 - співвідношення чистої відкритої позиції за інструментами участі в капіталі до капіталу.
2. На базі активів:
 - співвідношення ліквідних активів до сукупних активів;
 - співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов’язань;
 - співвідношення депозитів клієнтів до сукупних валових кредитів (крім міжбанківських);
 - співвідношення чистого доходу до середніх сукупних активів;

- співвідношення недіючих кредитів до сукупних валових кредитів;
 - співвідношення кредитів за секторами економіки до сукупних валових кредитів;
 - співвідношення кредитів на жилу нерухомість до загальних кредитів;
 - співвідношення кредитів на комерційну нерухомість до загальних кредитів;
 - співвідношення кредитів за географічним розподілом до сукупних валових кредитів;
 - співвідношення кредитів в іноземній валюті до сукупних валових кредитів;
 - співвідношення зобов’язань в іноземній валюті до сукупних зобов’язань.
3. За доходами та витратами:
 - співвідношення прибутку за процентами до валового доходу;
 - співвідношення трейдингового доходу до сукупного доходу;
 - співвідношення непроцентних витрат до валового доходу;
 - співвідношення витрат на утримання персоналу до непроцентних витрат.
 4. За процентними ставками:
 - спред між базовими ставками за кредитами та депозитами;
 - спред між найвищою та найнижчою міжбанківськими ставками.

Динаміка індикаторів фінансової стійкості відповідно до положень МВФ наведено в таблиці 1.

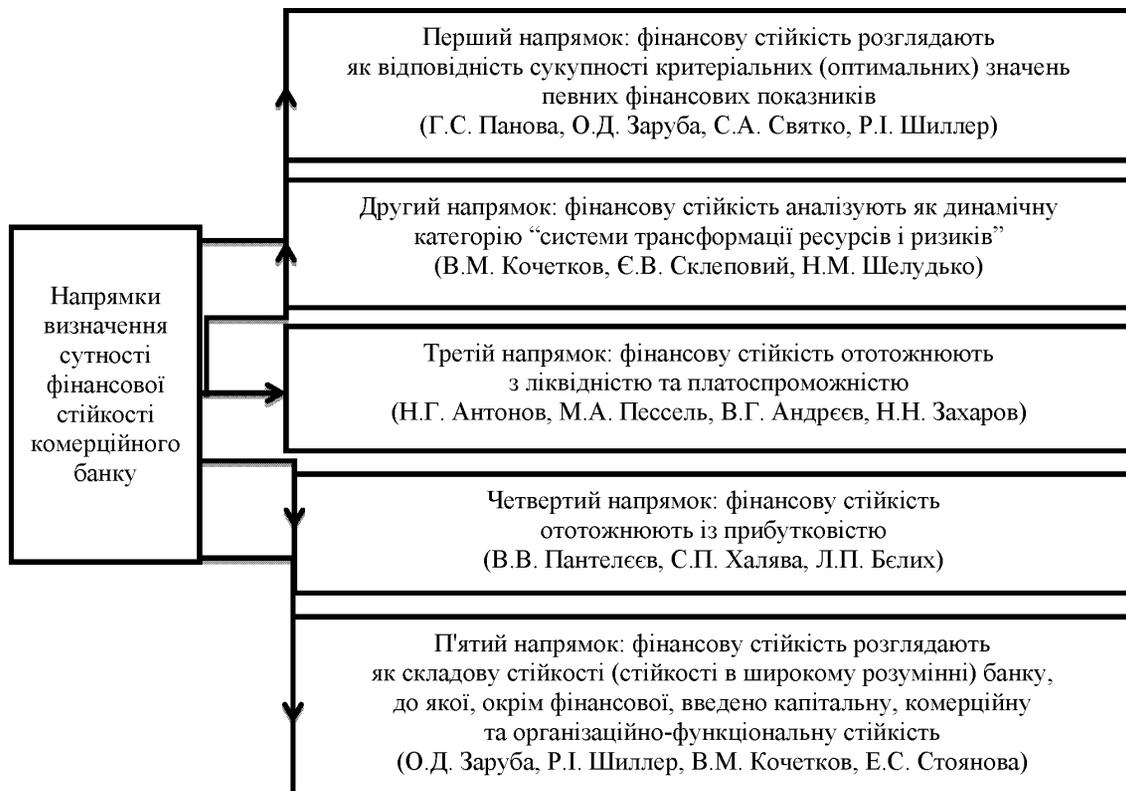


Рис. 1. Напрямки визначення сутності фінансової стійкості комерційного банку різними науковцями

Динаміка деяких індикаторів фінансової стійкості на базі капіталу наведено на рисунку 2.

Аналіз динаміки індикаторів фінансової стійкості комерційних банків України свідчить, що починаючи з 2010 року усі індикатори на базі капіталу мають тенденцію на зменшення, що стверджує про зменшення частки власників у капіталі комерційних банків.

Динаміка індикаторів фінансової стійкості за нормами прибутку наведено на рисунку 3.

Динаміка норм прибутку як на активи так й на капітал постійно зменшується, що свідчить про неефективне використання банками України своїх активів та капіталу.

Аналіз системи індикаторів фінансової стійкості комерційного банку, розробленої МВФ, та досвід її практичного використання свідчать, що вона має як певні позитивні риси, так і недоліки.

Основні позитивні риси:

- введення в широку практику сигнального підходу, який передбачає періодичний розрахунок і регулярний моніторинг показників на квартальній та річній основі;
- застосування системного підходу дало змогу відобразити особливості функціонування різних;
- побудова системи індикаторів та розробка критеріїв відбору показників;
- урахування структурних змін.

Таблиця 1.

Динаміка індикаторів фінансової стійкості відповідно до положень МВФ [13]

Найменування показника	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Співвідношення регулятивного капіталу до зважених за ризиком активів	14,01	18,08	20,83	18,9	18,06	18,26	15,6
Співвідношення регулятивного капіталу I рівня до зважених за ризиком активів	11,15	14,23	15,11	13,99	13,77	13,89	11,21
Співвідношення капіталу до активів	12,86	13,1	14,63	14,76	15,03	15,06	11,23
Співвідношення недіючих кредитів без урахування резервів до капіталу	9,16	31,97	29,17	25,76	36,03	30,65	61,07
Співвідношення недіючих кредитів до сукупних валових кредитів	3,88	13,7	15,27	14,73	16,54	12,89	18,98
Норма прибутку на активи	1,28	-4,46	-1,41	-0,62	0,47	0,24	-4,26
Норма прибутку на капітал	10,53	-32,82	-9,82	-4,22	3,15	1,68	-35,01
Співвідношення процентної маржі до валового доходу	51,16	66,76	65,98	63,07	64,15	58,56	48,46
Співвідношення непроцентних витрат до валового доходу	52,95	61,08	61,89	68,26	61,45	65,95	59,85
Співвідношення ліквідних активів до сукупних активів	9,35	11,45	18,84	18,65	22,15	20,63	26,4
Співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань	32,99	35,88	91,19	94,73	90,28	89,11	86,14
Співвідношення чистої відкритої позиції в іноземній валюті до капіталу	33,1	28,51	21,61	8,41	2,5	6,94	31,69
Співвідношення великих відкритих позицій до капіталу	187,36	169,21	161,21	164,46	172,91	172,05	250,04
Співвідношення валової позиції похідних фінансових інструментів в активах до капіталу	0,38	0,03	0,33	1,13	1,25	1,3	2,83
Співвідношення валової позиції похідних фінансових інструментів у зобов'язаннях до капіталу	0,27	0,04	0,04	0,1	0,09	0,13	0,27
Співвідношення доходу від торговельних операцій до валового доходу	16,46	4,45	3,22	5,12	3,71	3,83	14,26
Співвідношення витрат на утримання персоналу до непроцентних витрат	48,13	40,67	40,73	38,91	41,32	41,04	35,48
Спред між ставками за кредитами та депозитами (базисні пункти)	816	586	721	567	485	383	540
Спред між найвищою та найнижчою міжбанківськими ставками (базисні пункти)	2753	2 499	1 790	2 900	4 494	6490	4660
Співвідношення депозитів клієнтів до сукупних валових кредитів (крім міжбанківських)	48,36	45,27	56,01	61,19	69,8	73,34	64,45
Співвідношення кредитів в іноземній валюті до сукупних валових кредитів	60,32	52,59	48,23	42,13	37,66	34,72	47,77
Співвідношення зобов'язань в іноземній валюті до сукупних зобов'язань	59,04	55,83	51,25	49,76	49,22	43,25	49,27

Основні недоліки:

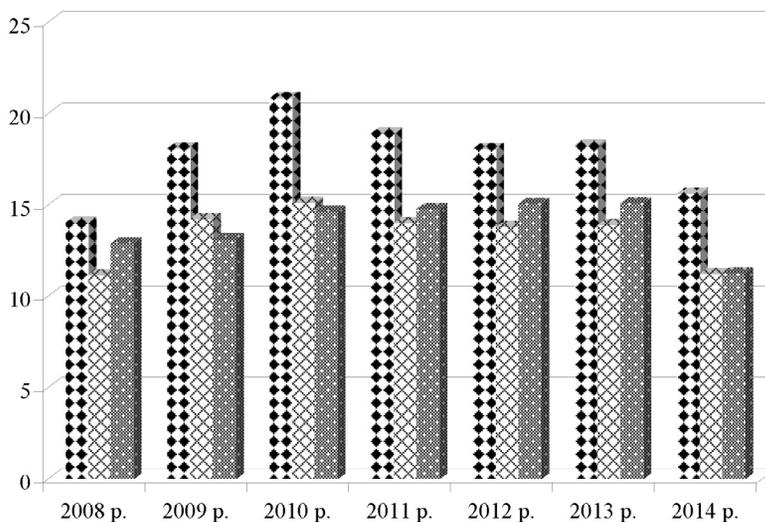
- значну частину показників, як свідчить вітчизняний досвід, або неможливо, або вкрай складно розрахувати, спираючись на наявні статистичні дані;
- занадто широкий спектр показників, унаслідок чого вони дублюють один одного;
- існує проблема порівнянності даних різних країн, а також порівнянності певних показників за секторами, групами, організаційними формами окремих банків;
- бракує граничних, нормативних значень запропонованих показників, що пояснюється різними економічними умовами в різних країнах.

З усього переліку індикаторів, а їх майже 40, найвищі оцінки можуть бути надані лише одинадцять по-

казникам. Власне, й автори настанов МВФ визнають недосконалість запропонованих індикаторів.

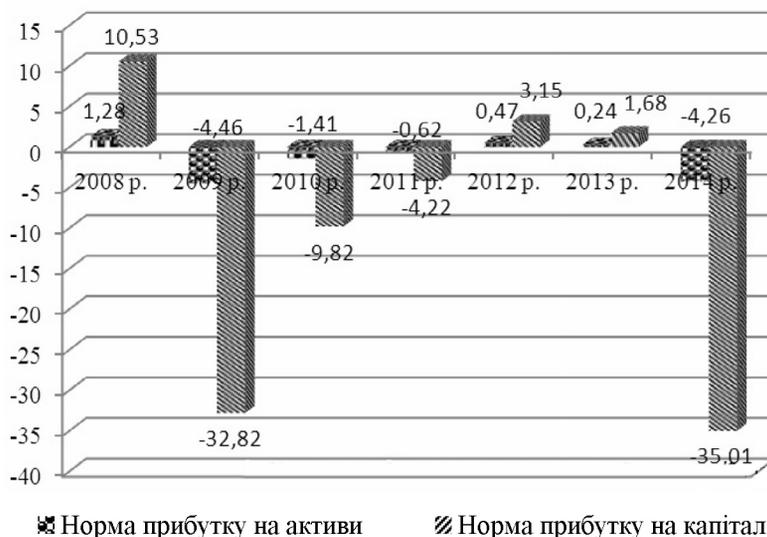
Сьогодні індикатори фінансової стійкості є тільки одним із вихідних елементів аналізу. Істотного значення набувають також:

- показники, що дають більш широкую картину економічної і фінансової ситуації (наприклад, ціни активів, зростання кредиту, ВВП та його компонент, рівень інфляції і стан зовнішньоекономічної позиції);
- нормативно-правові основи та система регулювання економіки (особливо оцінки відповідності й виконання міжнародних стандартів);
- результати стрес-тестів;
- структура фінансової системи і міцність фінансової інфраструктури.



◆ Співвідношення регулятивного капіталу до зважених за ризиком активів
 ⊠ Співвідношення регулятивного капіталу 1 рівня до зважених за ризиком активів
 ■ Співвідношення капіталу до активів

Рис. 2. Динаміка індикаторів фінансової стійкості банків України на базі капіталу



▨ Норма прибутку на активи ⊠ Норма прибутку на капітал

Рис. 3. Динаміка індикаторів фінансової стійкості банків України за нормами прибутку

За такого підходу індикатори фінансової стійкості доповнюють використання систем раннього попередження кризи, сприяють прозорості та порівняльності даних у міжнародному вимірі.

Висновки. Фінансова стійкість комерційного банку залежить від багатьох аспектів його діяльності і має складну структуру. Аналіз наведених індикаторів дозволяє сформулювати висновки про існуючі показники та ймовірність виникнення відхилень у розвитку банку, розробити пропозиції щодо застосування інструментів управління фінансовою стійкістю комерційного банку. Індикатори фінансової стійкості МВФ дають змогу здійснювати моніторинг розвитку комерційних банків, є важливим інструментарієм діагностики ризиків та основою вироблення заходів із запобігання їхнім наслідкам. Для України активне впровадження індикаторів фінансової стійкості у практичну діяльність є реальним кроком до розбудови системи оцінки фінансової стійкості банківської системи в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Панова, Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка [Текст] / Г. С. Панова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 272 с.
2. Заруба, О. Д. Фінансова стійкість комерційного банку: способи визначення [Текст] / О. Д. Заруба, Р. І. Шиллер // Вісник Національного банку України. – 1997. – № 7. – С. 33-36.
3. Святко, С. А. Аналіз і оцінка фінансової стійкості банку як необхідна умова ефективного банківського менеджменту [Текст] / С. А. Святко, Р. І. Шиллер // Банківська справа. – 1997. – № 8. – С. 48-54.
4. Масленченков, Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: технология финансового менеджмента клиента [Текст] / Ю.С. Масленченков. – М.: Перспектива, 1997. – 214 с.
5. Вітлінський, В. Фінансова стійкість як системна характеристика комерційного банку [Текст] / В. Вітлінський, О. Пернарівський // Банківська справа. – 2000. – № 6. – С. 48-51.
6. Антонов, Н. Г. Денежное обращение, кредит и банки [Текст] / Н. Г. Антонов, М. А. Пессель. – М.: Финстатинформ, 1995. – 272 с.
7. Бельх, Л. П. Устойчивость коммерческих банков. Как банкам избежать банкротства [Текст] / Л. П. Бельх. – М.: Банки и биржи, 1996. – 192 с.
8. Пантелеев, В. П. Фінансова стійкість комерційного банку: проблеми регулювання [Текст] / В. П. Пантелеев, С.П. Халява // Банківська справа. – 1996. – № 1. – С. 32-39.
9. Бакало, І. І. Забезпечення фінансової стійкості банків / І. І. Бакало // Економіка, менеджмент, бізнес. – 2012. – №1.
10. Легостаєва, О.О. Самохіна, Т.В. Забезпечення фінансової стійкості банків в сучасних умовах [Електронний ресурс] / О.О. Легостаєва, Т.В. Самохіна. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2012_2/part1/2.pdf. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.
11. Глосарій банківської термінології [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=1233254. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.
12. Показатели финансовой устойчивости: руководство по составлению. [Електронний ресурс] – Вашингтон: МВФ, 2007. – 312 с.
13. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www/bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua)

УДК: 368(075.8)+351.84

НІКІТЧИНА О. В.
м. Житомир

НЕДЕРЖАВНІ ПЕНСІЙНІ ФОНДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРОМАДЯН

Анотація. У статті висвітлено основні особливості розвитку недержавних пенсійних фондів, обґрунтовано шляхи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні.

Ключові слова: недержавне пенсійне забезпечення, недержавні пенсійні фонди, компанія з управління активами.

Аннотация. В статье отражены основные особенности развития негосударственных пенсионных фондов, обоснованно пути развития негосударственного пенсионного обеспечения в Украине.

Ключевые слова: негосударственное пенсионное обеспечение, негосударственные пенсионные фонды, компания по управлению активами.

Abstract. The basic features of development of non-state pension fund are reflected in the article, the ways of development of the non-state pension system in Ukraine are grounded.

Key words: the non-state pension system, non-state pension fund, company, is on the management of assets.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні в Україні система пенсійного забезпечення знаходиться в стадії трансформації. Діюча пенсійна система в період переходу до ринкової економіки виявила неспроможність забезпечити достатні виплати пенсіонерам. Побудова пенсійної системи, яка

відповідає вимогам ринкової економіки є одним з найбільш важливих завдань, яке необхідно вирішити в соціальній сфері країни.

На функціонування пенсійної системи впливає ряд факторів, за допомогою яких формуються не лише напрями соціальної політики, а й економічна

стабільність країни. Сьогодні постає питання удосконалення чинної системи соціального захисту та розвиток не лише загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, з метою створення стійкої фінансової бази для забезпечення людини у старості, а й формування міцної пенсійної системи в цілому. Процес старіння населення та зростання частки осіб пенсійного віку посилює соціальне та фінансове навантаження на працююче населення країни і стало причиною підвищеної уваги сучасного суспільства до розвитку системи недержавних пенсійних фондів. Саме тому визначення особливостей розвитку ринку фінансових послуг недержавних пенсійних фондів в Україні виступає надзвичайно важливим напрямом досліджень на сучасному етапі. Рівень розвитку недержавного пенсійного забезпечення є показником економічного та соціального рівня життя населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Питання створення і діяльності недержавних пенсійних фондів в Україні залишається також актуальним і на науковому рівні. Воно досліджувалося у публікаціях Сивак С., Бахмач А., Вітка Ю., Стичинського Б., Васильченко О., Кравченко Н., Сташків Б., Синчук С., Болотіна Н. Проте більшість із вказаних вчених ґрунтували свої роботи на положеннях цивільного законодавства, а не на нормах права соціального забезпечення. Це зумовлено тим, що серед науковців немає одностайності щодо галузевої належності недержавного пенсійного забезпечення.

Мета статті. Метою дослідження є вивчення теоретичних основ та практичних аспектів функціонування недержавних пенсійних фондів, наукове обґрунтування ролі недержавних пенсійних фондів на фінансовому ринку, виявлення особливостей його функціонування та розробка рекомендацій щодо шляхів покращення їх подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Побудова ефективно функціонуючих недержавних пенсійних фондів в Україні означає створення нового потужного механізму пенсійного забезпечення. Значущість таких фондів визначається їх спроможністю бути суттєвим джерелом підтримки соціальних стандартів та одночасно акумулятором внутрішніх інвестиційних ресурсів для прискореного розвитку національної економіки.

У сучасних умовах, коли запроваджуються економічні системи, які ґрунтуються на ринкових принципах та керуються приватним сектором, звичайні розподільчі пенсійні системи, які знаходяться в державному управлінні, потребують реформування. Саме тому поряд із системою загальнообов'язкового виділяють недержавне пенсійне страхування. Система недержавного пенсійного страхування – це складова частина системи накопичувального пенсійного

забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного страхування пенсійних виплат.

Відповідно до чинного законодавства недержавне пенсійне страхування (третій рівень) здійснюється:

а) недержавними пенсійними фондами шляхом укладення пенсійних контрактів між адміністраторами пенсійних фондів та вкладниками таких фондів;

б) страховими організаціями шляхом укладення договорів страхування довічної пенсії, страхування ризику настання інвалідності або смерті учасника фонду;

в) банківськими установами шляхом укладення договорів про відкриття пенсійних депозитних рахунків для накопичення пенсійних заощаджень у межах суми, визначеної для відшкодування вкладів Фондом гарантування вкладів фізичних осіб [2].

Недержавний пенсійний фонд – це фінансова установа, призначена для накопичення коштів на додаткову недержавну пенсію та здійснення пенсійних виплат учасникам фонду [2]. Система недержавного пенсійного забезпечення – це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного забезпечення додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат [3]. Для забезпечення ефективної діяльності недержавні пенсійні фонди користуються послугами адміністратора, компанії з управління активами, банку-зберігача та аудитора. Їх взаємодію можна розглянути в одному з підходів функціонування недержавних пенсійних фондів, який зображено на рис. 1 [4].

Всі суб'єкти, зазначені на рис. 1, мають певні завдання, виконуючи які вони забезпечують ефективне функціонування недержавних пенсійних фондів. Органом управління недержавного пенсійного фонду є рада фонду, яка контролює поточну діяльність недержавного пенсійного фонду і вирішує основні питання його роботи (зокрема, затверджує інвестиційну декларацію фонду).

Недержавний пенсійний фонд для виконання своїх функцій використовує послуги інших юридичних осіб – адміністратора, компанії з управління активами і банка-зберігача. Рада фонду вибирає такі компанії, укладає з ними договори про обслуговування фонду і контролює їх роботу.

Вкладники перераховують пенсійні внески на рахунок недержавного пенсійного фонду, відкритий у банку-зберігачі. Адміністратор недержавного пенсійного фонду обліковує інформацію про суми внесків та інвестиційного доходу на індивідуальних пенсійних

рахунках учасників. Компанія з управління активами примножує кошти, що надходять, шляхом їх інвестування в акції, облігації та інші інвестиційні продукти. Але, компанія з управління активами не має прямого доступу до пенсійних коштів. Усі операції з пенсійними коштами здійснюються через банк-зберігач, який після перевірки відповідності вимогам з інвестування перераховує гроші на придбання різних фінансових інструментів.

Така структура недержавних пенсійних фондів була передбачена з метою недопущення втрати пенсійних накопичень і забезпечення “прозорості” діяльності фондів. Недержавний пенсійний фонд юридично відокремлений від засновників, роботодавців-вкладників і компаній, які надають послуги. Тому, навіть у разі банкрутства або ліквідації будь-якої з цих компаній, в тому числі й зберігача, пенсійні кошти не будуть втрачені.

Діяльність у системі недержавного пенсійного забезпечення контролюється Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України, Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку і Національним банком України. Крім того, учасники фонду можуть самі контролювати ефективність роботи недержавного пенсійного фонду, отримуючи інформацію про стан своїх накопичень (в тому числі і про інвестиційний дохід), і у разі незадовільної роботи фонду переводити свої кошти до іншого недержавного пенсійного фонду [5].

В Україні недержавні пенсійні фонди функціонують у трьох формах: корпоративні, професійні та відкриті. Корпоративний фонд створюється одним або кількома юридичними особами-роботодавцями, до яких можуть приєднуватись інші роботодавці-платники.

Роботодавець-платник не є засновником корпоративного пенсійного фонду, але користується багатьма правами і обов’язками по відношенню до обслуговування своїх працівників у такому НПФ. Такий роботодавець має укласти договір про участь у корпоративному пенсійному фонді з радою цього фонду.

Юридична особа, діяльність якої фінансується за рахунок державного бюджету України або місцевих бюджетів, має право бути засновником корпоративного пенсійного фонду або здійснювати пенсійні внески до вже створених пенсійних фондів лише у випадках, коли створення таких фондів або здійснення пенсійних внесків передбачено законами України або рішеннями відповідних місцевих рад.

Засновниками корпоративного пенсійного фонду можуть бути роботодавці – юридичні особи, якщо вони здійснюють свою діяльність беззбитково не менше ніж впродовж одного фінансового року.

Учасниками корпоративного НПФ можуть бути виключно фізичні особи, які перебувають, або перебували у трудових відносинах з роботодавцями-засновниками та роботодавцями-платниками цього фонду.

Професійний фонд може бути заснований об’єднанням юридичних осіб-роботодавців, об’єднанням фізичних осіб, включаючи професійні спілки, або фізичними особами, пов’язаними за родом їх професійної діяльності. Учасниками такого фонду можуть бути виключно фізичні особи, пов’язані за родом їх професійної діяльності, визначеної у статуті НПФ.

Відкритий фонд створюється однією або кількома юридичними особами і є доступним для будь-яких юридичних та фізичних осіб як вкладників фонду. Відкритий недержавний пенсійний фонд є прийнятним для всіх. Головне, що відрізняє відкритий фонд від інших, це можливості:

- більшої гнучкості щодо розміру пенсійних внесків;
- участі в недержавному пенсійному забезпеченні лише частини колективу роботодавця на відміну від корпоративного фонду, де роботодавець зобов’язаний робити перерахування коштів на користь усіх без винятку своїх працівників;
- участі будь-яких фізичних осіб як вкладників на свою користь або на користь своїх найближчих родичів;
- залишитися учасником фонду після припинення трудових відносин з роботодавцем [1].

Основні відмінності між відкритим, корпоративним і професійним НПФ узагальнено в табл. 1.

Недержавна пенсійна система відіграє надзвичайно важливу роль у пенсійному забезпеченні населен-

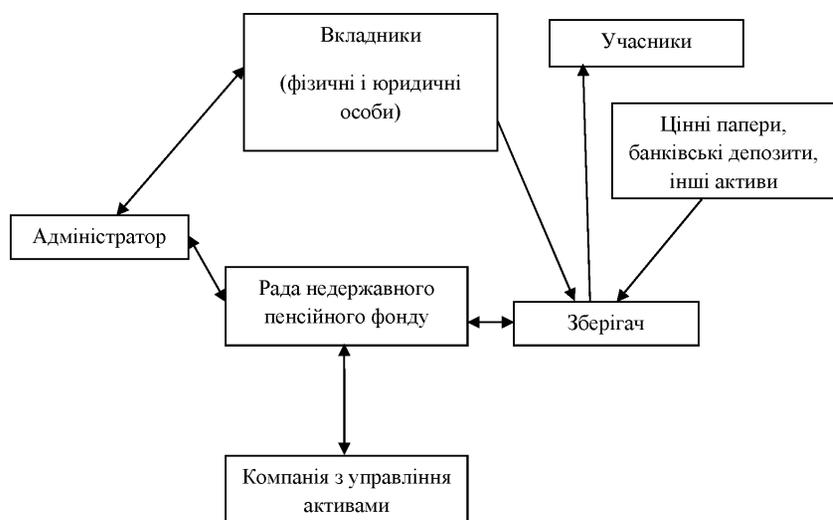


Рис. 1. Схема функціонування недержавних пенсійних фондів

ня. Вона є безпечним, а у більшості випадків і пільговим засобом забезпечення гідного рівня життя після виходу на пенсію.

Активи НПФ формуються за рахунок пенсійних внесків та прибутку (збитку) від інвестування пенсійних внесків. Операції з пенсійними активами здійсню-

ються згідно з інвестиційною декларацією пенсійного фонду та укладеним договором про управління активами. Напрями використання активів недержавного пенсійного фонду представлено на рис. 2.

Управління активами – вид діяльності професійних учасників фондового ринку. Його мета – збере-

Таблиця 1.

Відмінності між видами недержавного пенсійного фонду

Недержавний пенсійний фонд	Засновники	Учасники
Відкритий	Одна чи кілька юридичних осіб, які можуть бути засновником одного чи кількох відкритих НПФ. Не може бути засновником відкритих НПФ юридична особа, діяльність якої фінансується за рахунок Державного бюджету України або місцевих бюджетів.	Фізичні особи (громадяни України, іноземці та особи без громадянства) незалежно від характеру і місця роботи.
Корпоративний	Юридична особа – працедавець або кілька юридичних осіб – працедавців, до яких можуть приєднуватися інші працедавці-платники. При цьому юридична особа може бути одночасно засновником не більше як одного корпоративного НПФ.	Виключно фізичні особи, які перебувають чи перебували у трудових відносинах із працедавцями-засновниками і працедавцями-платниками цього фонду.
Професійний	Об'єднання юридичних осіб – працедавців, які можуть бути одночасно засновником не більше одного корпоративного НПФ. Об'єднання фізичних осіб, включаючи професійні союзи (об'єднання профспілок). Фізичні особи, пов'язані родом їхньої професійної діяльності (занять).	Виключно фізичні особи, пов'язані родом їхньої професійної діяльності (занять), визначеної у статутному фонді НПФ.



Рис. 2. Напрями використання активів недержавного пенсійного фонду

ження і примноження активів недержавних пенсійних фондів [6]. Інакше кажучи, управління активами – це інвестування активів НПФ у різноманітні інвестиційні інструменти: акції, облігації, нерухомість, депозити, золото тощо, з метою отримання інвестиційного доходу, що розподіляється між усіма учасниками та обліковується на рахунку кожного учасника фонду.

Активами НПФ управляє компанія з управління активами (КУА) – це господарське товариство, яке здійснює професійну діяльність з управління активами НПФ та інститутів спільного інвестування на

підставі ліцензії, що видається Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Це єдиний вид діяльності, який має право здійснювати КУА. Його можна розділити на кілька сегментів: управління публічними фондами; управління клієнтськими фондами; управління недержавними пенсійними фондами. Структура активів НПФ в управлінні КУА у розрізі видів фондів зображена на рис. 3–5.

Український ринок управління активами почав свій розвиток у 2001 році з прийняттям Закону України "Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)". За даними Української асоціації інвестиційного бізнесу (УАІБ), на 30.12.2014 року в Україні діяло 346 КУА, а в 2010 році – 409 КУА, відхилення склало – 63. Динаміку кількості КУА за 2010-2014 роки показано на рис. 6.

Щодо вимог до договору про управління активами пенсійного фонду то, рада пенсійного фонду має право укласти договір про управління активами НПФ з особою, яка отримала ліцензію на провадження діяльності з управління активами. Істотними умовами договору про управління активами пенсійного фонду є повна назва та місцезнаходження (юридична адреса) органів управління договірних сторін, вид пенсійного фонду (відкритий, корпоративний чи професійний), предмет договору, права і обов'язки сторін, порядок подання звітності та інформації, термін дії договору, розмір винагороди за надання послуг з управління активами, порядок зміни умов договору, умови дострокового розірвання договору. Також, рада фонду може замінити компанію, що провадить діяльність з управління активами Пенсійного фонду, з обов'язковим повідомленням про це Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України та Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку із зазначенням причин такої заміни протягом одного робочого дня з дати прийняття цього рішення [7].

Компанія, яка провадить діяльність з управління пенсійними активами, зобов'язана:

- здійснювати операції щодо управління активами відповідно до інвестиційної декларації пенсійного фонду та укладеного договору про управління активами;

- подавати щороку раді фонду пропозиції щодо внесення змін до інвестиційної декларації фонду;

- надавати звітність.

КУА завжди отримує грошову винагороду за управління активами. Граничні розміри такої винагороди встановлюються Державною комісією з цінних паперів та фондового



Рис. 3. Структура активів НПФ у розрізі відкритих фондів станом на 31.12.2014 р.

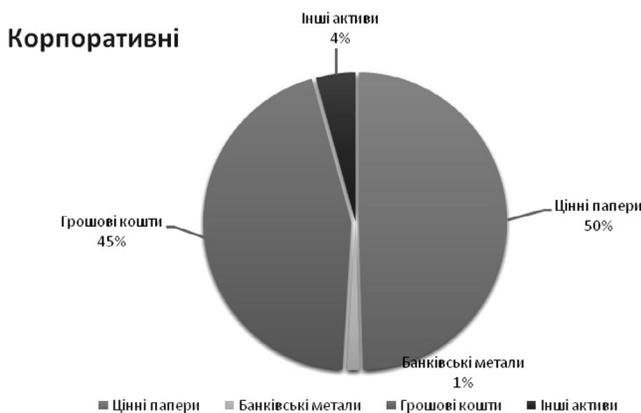


Рис. 4. Структура активів НПФ у розрізі корпоративних фондів станом на 31.12.2014 р.



Рис. 5. Структура активів НПФ у розрізі професійних фондів станом на 31.12.2014 р.

ринку за погодженням з Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України. КУА також несе відповідальність перед НПФ за виконання своїх зобов’язань і збитки, завдані пенсійному фонду внаслідок порушення цією особою законодавства, положень інвестиційної декларації пенсійного фонду або договору про управління активами пенсійного фонду, всім майном, що належить їй на праві власності.

Станом на 31.12.2014 р. загальна кількість учасників НПФ становила 833,7 тис. осіб (станом на 31.12.2013 р. – 840,6 тис. осіб).

Сукупно недержавними пенсійними фондами станом на 30.06.2014 р. було здійснено пенсійних виплат (одноразових та на визначений термін) 71,0 тисячі

учасників, тобто 8,5% від загальної кількості учасників отримали пенсійні виплати. Середній розмір пенсійної виплати, станом на 31.12.2014 р., на одного учасника НПФ, який отримує пенсійні виплати становить 4,8 тис. грн. (станом на 31.12.2013 р. – 4,4 тис. грн.) [8].

На рисунку 8 відображено основну частину учасників НПФ. Їх становлять особи віком від 25 до 50 років, а саме 63,9%, та особи вікової групи від 50 до 60 років, що становлять 25,4%. Частка учасників НПФ вікової групи старше 60 років становить 6,6%, вікової групи до 25 років – 4,2%.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Таким чином, збільшення обсягів укладених контрактів, відповідно і кількості учасників,

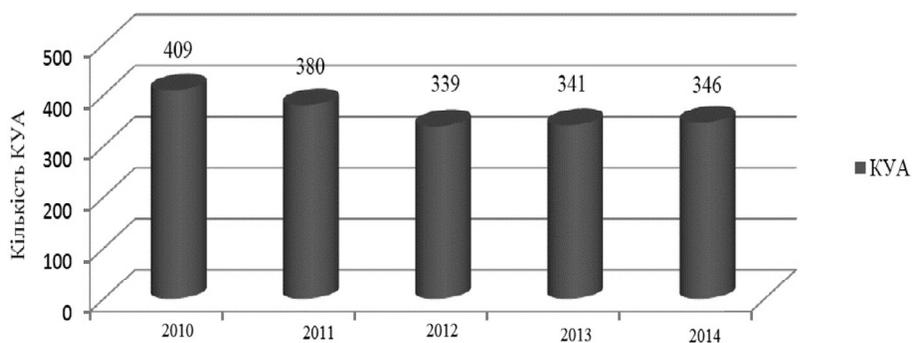


Рис. 6. Динаміка кількості КУА за 2010–2014 роки в Україні

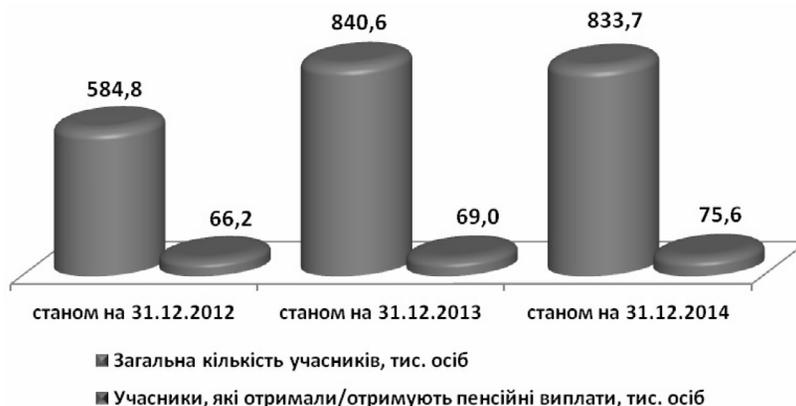


Рис. 7. Динаміка кількості учасників недержавних пенсійних фондів

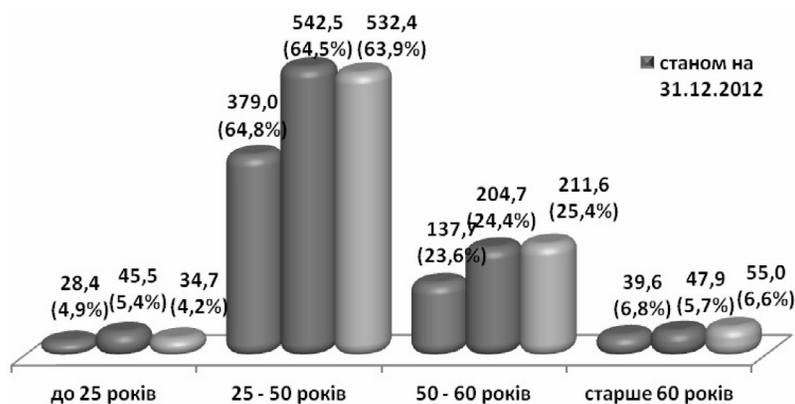


Рис. 8. Кількість учасників НПФ за віковими групами (тис. осіб)

спричиняє збільшення кількості внесків у недержавні пенсійні фонди та підвищує доходи недержавних пенсійних фондів, які потім трансформуються у позиковий або інвестиційний капітал.

Виходячи з викладеного матеріалу, можна дійти таких висновків та узагальнень: по-перше, недержавна пенсійна система відіграє надзвичайно важливу роль у пенсійному забезпеченні населення, вона є засобом гарантування гідного рівня життя після виходу на пенсію; по-друге, кошти НПФ є джерелом довготермінових інвестицій, необхідних для економічного розвитку країни; по-третє, активи НПФ знаходяться в надійних компаніях з управління активами. Система добровільного недержавного пенсійного забезпечення є важливим моментом у загальному компенсаційному пакеті соціального забезпечення працівника поряд із заробітною платою, преміями, бонусами за період праці, медичним страхуванням тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні: Постанова правління

Національного банку України від 15.12.2004 № 637 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Бачинська О. В. Роль недержавних пенсійних фондів у системі пенсійного забезпечення / О. В. Бачинська, О. М. Кравчук // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. – 2010. – № 2. – С. 177-180.

4. Говорушко Т. А. Страхіві послуги: навчальний посібник / Т. А. Говорушко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 376 с.

5. Кондрат І. Ю. Особливості функціонування системи недержавного пенсійного забезпечення в Україні / І. Ю. Кондрат, М. Б. Юринець // Наук. вісн. Нац. лісотех. ун-т України: Економіка, планування і управління галузі. – 2009. – № 19. – С. 25-29.

6. Ленчик Я. В. Шляхи розвитку державного пенсійного забезпечення в Україні / Я. В. Ленчик // Вісник Дніпропетровського університету: економіка. – 2010. – № 4. – С. 73-77.

7. Марченко Н. А. Особливості становлення та розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / Н. А. Марченко, В. В. Строга // Молодий вчений. – 2014. – № 4. – С. 83-86.

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nfp.gov.ua>.

УДК 338.48(075.8)

ОЛЕКСІЄВЕЦЬ І. Л., к.геогр.н.,
м. Житомир

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Анотація. В статті автором ідентифіковано основні принципи і прийоми логістики у сферах дистрибуції та популяризації туристичних послуг. Визначено та проаналізовано головні переваги логістичного управління туристичним підприємством, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Ключові слова: логістичний підхід, логістична концепція управління, логістичні системи, інтегрована логістика, синергія.

Анотация. В статье автором идентифицированы основные принципы и приемы логистики в сферах дистрибуции и популяризации туристических услуг. Определены и проанализированы главные преимущества логистического управления туристическим предприятием, которое способствует повышению конкурентоспособности туристических предприятий.

Ключевые слова: логистический подход, логистическая концепция управления, логистические системы, интегрированная логистика, синергия.

Abstract. In the article the author identified basic principles and receptions of logistic in the spheres of distribution and popularization of tourist services. Certainly and main advantages are analysed of logistic management a tourist enterprise that assists the increase of competitiveness of tourist enterprises.

Key words: logistic approach, logistic conception of management, logistic systems, integrated logistic, synergy.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Світовий та національний досвіди господарювання свідчать, що популярною практикою підвищення конкурентоспроможності підприємств є логістична концепція управління. Особливої актуальності вона набуває сьогодні, в період кризи, коли підприємства

повинні організувати свою діяльність так, щоб мінімізувати витрати.

Організація туристичного обслуговування являє собою ускладнений за своєю структурою процес, який забезпечує взаємодію господарюючих суб'єктів туристичної індустрії і є постачальниками туристич-

них послуг в рамках створення інтегрованого туристичного продукту.

Новизна логістичного підходу в управлінні туристичним продуктом полягає в зміні пріоритетів господарської діяльності. Головне значення має не продукт, а процес у формі потоку (матеріального, інформаційного, фінансового тощо). Управління поточковими процесами, їх перетворення й інтеграція є новою формою, що перевершує традиційні, як за рівнем творчого потенціалу, так і за ефективністю кінцевих результатів.

Тому, головною метою логістичної концепції управління є збалансування рівня сервісу і величини логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Засади логістичної концепції управління висвітлені у працях Банько В., Бондарчук В., Васюк І., Гудзь П., Молдован Л., Кабанець І., Кальченко А., Курдицького С., Луїс Р., Рудюк Л., Таньков К., Тяпухін А., Фролової Л. Разом з тим, проблеми застосування логістичної концепції управління підприємством з використанням зарубіжного досвіду для її адаптації у вітчизняних реаліях потребують подальшого дослідження.

Мета статті. Метою даного наукового дослідження є визначення економічної сутності логістичного управління в туризмі та обґрунтування його основних принципів в умовах сучасної української економіки.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Логістичний підхід до управління підприємством націлений на забезпечення раціоналізації поточкових процесів у рамках керованої системи з позиції єдиного матеріалопровідного ланцюга, інтеграція окремих частин якого здійснюється на технічному, технологічному, економічному, методологічному рівнях, а мінімізація витрат часу і ресурсів досягається шляхом оптимізації наскрізного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками. Таким чином, логістичне управління полягає в цілеспрямованому впливі на логістичні потоки з метою синхронізації їхньої взаємодії і досягнення ефекту синергізму.

Центром ефективного управління туризмом на всіх його ієрархічних рівнях виступає інноваційний підхід, що ґрунтується на логістиці.

Сутність і переваги логістичної концепції управління найкраще проявляються при формуванні логістичних систем, логістичних ланцюгів та інших логістичних структур, створюваних з метою оптимізації економічних потоків. Ця концепція передбачає перехід від традиційного управління поточковими процесами до нового, більш ефективного, і визначає ступінь проникнення логістики шляхом логістизації базових потоків в туристичній компанії, що припускає раціоналізацію та оптимізацію управління людськими, фінансовими та інформаційними потоками на корпо-

ративному рівні. Результатом трансформації управлінського процесу в логістичне забезпечення має стати підвищення рівня керованості, мобільності ресурсного потенціалу туристичної компанії, оптимізація та раціоналізація всіх економічних потоків.

В цілому, найкращих результатів можуть досягти ті компанії, які будуть використовувати концепцію інтегрованої логістики, що дозволяє об'єднати зусилля менеджменту компаній, їх структурних підрозділів та логістичних партнерів для наскрізного управління основними і супутніми потоками в інтегрованій структурі бізнесу: проектування тур-послуги-розподіл-продаж.

Принципи та методи даного підходу повинні бути спрямовані на отримання оптимального рішення, зокрема, мінімізацію загальних логістичних витрат компаній. Скорочення всіх видів витрат, пов'язаних з управлінням туристичним потоком, управлінням турами, зменшення логістичних ризиків дозволить компаніям вивільнити фінансові ресурси на додаткові інвестиції в інформаційно-автоматизовані системи, рекламу, маркетингові дослідження тощо. Оптимальні логістичні рішення можуть бути отримані не тільки за критерієм мінімуму загальних витрат, але і за такими ключовими показниками як час виконання замовлення та якість логістичного сервісу.

Таким чином, система управління в туристичній фірмі на основі логістичного підходу б \square це система, що базується на інтегрованому підході, яка дозволить створити реальну можливість об'єднання функціональних областей логістики шляхом координації дій, виконуваних незалежними ланками логістичної системи, поділяючими спільну відповідальність у рамках цільової функції управління резервами ефективності туристичних компаній.

Логістика туристичного підприємства має характерні особливості, які проявляються у структурі процесів і логістичних рішеннях.

Специфіку логістичної системи туристичного підприємства визначають такі ознаки його продукту:

- різноманітність задоволення потреб, тобто пропозиція туристичного підприємства є результатом не лише надання послуг (у цей час набуває нематеріальної форми), а й виробничого процесу (і тоді має місце вимір матеріальних благ);
- одночасність виробництва і споживання туристичних послуг, а отже, клієнт “втягнений” у процес виробництва;
- значна віддаленість місця споживання від місця постійного проживання клієнта, що, у зв'язку з необхідністю його присутності в процесі створення послуги, спричинює потребу транспортування споживачів до місць надання послуг [2].

Серед принципів управління логістичною системою туристичного підприємства вирізняють [3]:

- системний, що передбачає вплив кожного елемента на інший та на логістичну систему підприємства в цілому;

- ринковий – потреба пристосування логістики туристичного підприємства до вимог ринку, що робить обов'язковим логістичні дослідження потоків клієнтів;
- фаховий – тісний зв'язок процесів розроблення турів, їх реалізації та надання відповідних туристичних послуг;
- інтеграційний – передбачає об'єднання різних видів діяльності у туристичному бізнесі. Наприклад, якщо немає зв'язку між перевезенням туристів, бронюванням місць у літаках та продажем турів, то прийняті рішення не будуть оптимальними.

Наведена вище інформація дає змогу узагальнити та сформулювати висновки, які стосуються логістики туристичних підприємств:

1. З огляду на те, що діяльність у туризмі в багатьох випадках поєднує три основні складові господарської активності, а саме: послуги, виробництво і продаж, то туристичні підприємства, прагнучи здобути ринкову перевагу, використовують принципи і прийоми логістики у сферах дистрибуції та популяризації.

2. Домінуюча діяльність з надання послуг у туризмі та безпосередній контакт виробника і споживача робить логістику обслуговування клієнта найважливішим елементом логістичної системи туристичних підприємств.

3. Негнучкий характер пропозиції туристичних послуг спричиняє те, що логістика туристичних підприємств не стосується надходження готових виробів з місця їх виробництва до місця споживання. Натомість, особливістю є управління туристичним рухом, тобто рухом осіб, які прямують і повертаються до місць виникнення пропозиції.

4. Відсутність матеріального виміру туристичних послуг є наслідком того, що логістика дистрибуції в основному представлена переміщенням інформації у часі й просторі, а логістичні електронні канали відіграватимуть все більшу роль в ефективному функціонуванні туристичного підприємства.

5. Вимірною ознакою послуг є час їх надання. З цієї причини серед логістичних рішень у межах туристичного підприємства вагомого значення набуває проблематика черг під час обслуговування клієнтів.

6. Специфічні ознаки туристичних послуг знаходять своє відображення також у сфері логістики постачання. Поруч з традиційними рішеннями, які характерні для логістики матеріальних продуктів, таких як придбання і зберігання сировини і матеріалів для виробництва (приклад гастрономії), існують також інші типові форми. Це може бути, наприклад, забезпечення готовності готельного закладу надавати послуги, особливо ті, що стосуються нагромадження "запасів" відповідних людських умінь та ефективно діючого оснащення, яке використовується в процесі обслуговування клієнта [2].

Отже, поняття логістики у сфері туристичних послуг можна визначити як стратегічне і оперативне

управління функціями постачання, збереження і транспортування на туристичних підприємствах, метою яких є надання клієнтам послуг очікуваної якості, у відповідний час і місце, за мінімальних витрат реалізації цих функцій. Логістичне управління туристичними послугами полягає у плануванні, виконанні й контролі якості з урахуванням потреб, можливостей і способів їх надання на шляху від виробника до кінцевого споживача. Необхідність переміщення туристів до місць надання їм послуг підкреслює значущість логістики, яка дає змогу краще задовольняти потреби туристів та забезпечує ефективнішу діяльність туристичних підприємств [2].

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. В умовах формування туристичного ринку все більшої актуальності набувають питання вдосконалення управління процесами обслуговування споживачів на туристичних підприємствах. Коливання попиту на туристичні послуги вимагає від туристичних підприємств постійного здійснення аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг для того, щоб змінювати їх асортиментну структуру в обсягах, достатніх для задоволення споживачів.

Вирішення цих питань потребує підвищення ефективності управління логістичною діяльністю підприємств у туристичній сфері, розробки конкретних програм щодо зниження витрат за всіма напрямками діяльності туристичного підприємства, створення логістичних підрозділів. З метою досягнення конкурентоспроможності туристичне підприємство повинне так організувати свою діяльність, щоб мінімізувати ризики, збитки та витрати, які пов'язані з процесами формування асортименту туристичних послуг, розробкою туристичних маршрутів та їх продажем, максимізувати прибутки від їх реалізації.

Це можливо здійснити за рахунок удосконалення управління логістичною діяльністю. Раціональне планування продажів путівок, укладання договорів з надання комплексу туристичних послуг, контроль збутової діяльності дозволять значно підвищити ефективність управління логістичною діяльністю туристичних підприємств. При цьому, у сфері туризму дуже важливо побудувати логістичну діяльність таким чином, щоб перелік всіх процесів логістичної діяльності здійснювався в єдиному комплексі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бауэрокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь: пер. с англ. / Д. Дж. Бауэрокс, Д. Дж. Клосс. – М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2004. – 640 с.
2. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства / Н.Є. Кудла.– К.: Знання, 2012. – 343 с.
3. Смирнов І. Г. Логістика туризму / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
4. Антоненко І. Я. Логістична стратегія як управлінська інновація в індустрії туризму / І. Я. Антоненко, Г. І. Михайліченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – №714: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 281–291.

УДК 334:335.41

ПАХОМОВА Т.М., к.е.н.

м. Ніжин

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Стаття розкриває особливості функціонування недержавного пенсійного забезпечення; поточний стан та перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів в Україні. Велика увага приділяється також перевагам і недолікам недержавного пенсійного забезпечення на сучасному етапі розвитку.

Ключові слова: недержавний пенсійний фонд, фінансова установа, вкладник, пенсія, пенсійна реформа, пенсійна система.

Аннотация. Статья раскрывает особенности функционирования негосударственного пенсионного обеспечения; текущее состояние и перспективы развития негосударственных пенсионных фондов в Украине. Большое внимание уделяется также преимуществам и недостаткам негосударственного пенсионного обеспечения на современном этапе развития.

Ключевые слова: негосударственный пенсионный фонд, финансовое учреждение, вкладчик, пенсия, пенсионная реформа, пенсионная система.

Abstract. This article discloses peculiarities of functioning of the non-governmental provision of pensions; current state and prospects of development of non-governmental pension funds in Ukraine. Much attention is also given to advantages and disadvantages of the non-governmental provision of pensions at the current stage of development.

Key words: non-governmental pension fund, financial institutions, depositor (investor), pension, pension reform, pension system.

Постановка проблеми. Після 2010 року (коли у працездатний вік почне входити покоління громадян, які народилися у період низької народжуваності 90-х років) відбудеться не тільки кількісне скорочення працездатного населення, але і якісне погіршення – старіння його економічно активної частини. Такі демографічні перспективи вимагають пристосування суспільства й економіки до особливостей "старіючого" суспільства, де кількість споживачів перевищує чисельність зайнятого населення. Процеси депопуляції та старіння населення справляють дуже негативний вплив на фінансову спроможність пенсійної системи.

Водночас за результатами обстежень Державної служби статистики України з питань економічної активності населення чисельність зайнятого населення працездатного віку значно перевищує чисельність платників страхових внесків до Пенсійного фонду України, що свідчить про неефективну державну політику у цій сфері, створення невиправданих преференцій із сплати страхових внесків, а також низький рівень контролю за станом їх сплати.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність теми полягає в тому, що перехід до ринкових відносин викликав глибокі перетворення у пенсійній системі. Для України, як і для більшості країн світу головною демографічною тенденцією поточного століття є процес старіння населення, що виявляється у зростанні частки осіб похилого віку. Вже нині у

пенсійній системі України на 10 платників страхових внесків припадає 9 пенсіонерів. Хоча в останні роки рівень старіння дещо знизився через підвищення народжуваності, в найближчі роки процес старіння населення прискориться (за прогнозними розрахунками, протягом 2011–2015 років середньорічна чисельність наявного населення України буде зменшуватися. Серед вчених економістів, котрі досліджували ці питання в своїх наукових працях, зазначимо наступних: І. Сирота, О. Василик, Б. Зайчук, М. Захарко, О. Коваленко, З. Коровіна, Л. Ларіонова, О. Мельник, О. Огій, К. Окольніков, Д. Остапенко, В. Шумський, В. Діхтерьова та багато інших.

Метою статті є характеристика особливостей функціонування та розвитку недержавних пенсійних фондів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Кожен із нас мріє про забезпечену старість із пристойною пенсією. Проте державі з року в рік важче наповнювати Пенсійний фонд та забезпечувати безбідне існування для людей пенсійного віку. Складна політична, економічна ситуація в країні, демографічні проблеми, зокрема швидке старіння населення, роблять солідарну пенсійну систему забезпечення неефективною. Тому необхідно перейти до багаторівневої системи пенсійного забезпечення, одним з напрямків якого є недержавне пенсійне забезпечення.

Недержавне пенсійне забезпечення здійснюється шляхом укладання пенсійних контрактів між адмініст-

раторами пенсійних фондів та вкладниками. Крім пенсійних фондів, недержавне пенсійне забезпечення може здійснюватися страховими організаціями і банківськими установами.

Система недержавного пенсійного забезпечення – це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного страхування пенсійних виплат.

Недержавний пенсійний фонд (НПФ) – юридична особа, яка має статус неприбуткової організації, функціонує та провадить діяльність виключно з метою накопичення пенсійних внесків на користь учасників пенсійного фонду з подальшим управлінням пенсійними активами, а також здійснює пенсійні виплати учасникам зазначеного фонду у визначеному порядку.

Питання щодо участі в НПФ як для громадян, так і для роботодавців є справою добровільною.

Пенсійні накопичення учасника НПФ формуються за рахунок пенсійних внесків, сплачених самим учасником, його роботодавцем або членами сім'ї, та інвестиційного доходу, отриманого в результаті інвестування коштів. Усі кошти, що обліковуються на індивідуальному пенсійному рахунку учасника фонду (пенсійні внески та інвестиційний дохід), є власністю учасника НПФ незалежно від того, хто платив внески – сам учасник, його роботодавець або родичі. Тому ніхто інший, крім учасника, не може розпоряджатися цими коштами. Пенсійні кошти учасника можуть успадковуватись його спадкоємцями.

Єдиним критерієм, за яким можна провести розподіл НПФ за законодавством України, є природа участі в НПФ. Відповідно до цього критерію та відповідно до Закону України "Про недержавне пенсійне забезпечення" в Україні можуть створюватися недержавні пенсійні фонди трьох типів: відкриті, корпоративні та професійні (таблиця 1).

Активи пенсійного фонду формуються за рахунок пенсійних внесків та доходу від їх інвестування. Він може діяти тільки на підставі статуту, який затверджується засновниками фонду. Організаційна структура недержавного пенсійного фонду складається з органів управління, органів контролю та нагляду.

Основні підходи до функціонування НПФ подані на наступній схемі (рис. 1).

Єдиним органом управління НПФ є **рада фонду**, яка формується з представників засновників у кількості не менше 5 осіб та погоджується з Нацкомфінпослуг. Члени ради обов'язково проходять спеціальне навчання та отримують сертифікати спеціалістів з питань недержавного пенсійного забезпечення, періодично підтверджуючи свою кваліфікацію.

Починаючи з 2004 р., діяльність НПФ в Україні регламентована Законом України "Про недержавне пенсійне забезпечення", відповідно до якого в Україні з'явилися недержавні пенсійні фонди.

Станом на 30.06.2014 в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 80 недержавних пенсійних фондів та 27 адміністраторів НПФ (довідково: станом на 30.06.2013 у Державному реєстрі налічувалось 89 НПФ та 34 адміністраторів).

Згідно з даними Державного реєстру фінансових установ недержавні пенсійні фонди зареєстровано у 9 регіонах України (рис. 2). Найбільша кількість НПФ зосереджена у м. Києві – 60, або 75,0% від загальної кількості зареєстрованих НПФ.

Засновниками найбільших НПФ є: серед банків – Національний банк України і Укресімбанк; серед підприємств – ВАТ "Укртелеком", ВАТ "Стирол", Державне підприємство "Укрпошта", ВАТ "Запорізький завод високовольтної апаратури"; серед профспілок – профспілка працівників енергетики та електротехнічної промисловості та профспілка трудящих металургійної і гірничодобувної промисловості.

Основні показники діяльності НПФ, згідно з поданими звітними даними, та темпи їх приросту наведені в таблиці 2.

Найпопулярнішими серед населення є такі НПФ:

- "Соціальний стандарт" – сума пенсійних внесків 858 тис. грн., кількість вкладників 1825 осіб;
- "Україна" – сума пенсійних внесків 690,59 тис. грн., кількість вкладників 4645 осіб;
- "Перший національний відкритий пенсійний фонд" – сума пенсійних внесків 473,2 тис. грн., кількість вкладників 12730 осіб;
- "Європейський пенсійний фонд" – сума пенсійних внесків 187,82 тис. грн., кількість вкладників 8817 осіб.

Таблиця 1.

Типи недержавних пенсійних фондів

Тип фонду	Засновники фонду	Учасники фонду
Відкритий пенсійний фонд	Будь-які фізичні та юридичні особи (крім бюджетних установ та організацій)	Громадяни України, іноземці та особи без громадянства незалежно від місця та характеру їх роботи
Корпоративний пенсійний фонд	Юридична особа-роботодавець або декілька юридичних осіб роботодавців	Виключно громадяни, які перебувають у трудових відносинах з засновниками фонду
Професійний пенсійний фонд	Об'єднання громадян або юридичних осіб, які утворюються за професійною ознакою	Виключно фізичні особи, пов'язані за родом їх професійної діяльності, визначені статутом фонду

До основних причин недостатнього розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні можна віднести:

- низький рівень дохідності пенсійних активів
- законодавчу неврегульованість окремих питань діяльності ринку недержавного пенсійного забезпечення;
- низький рівень довіри населення до недержавного пенсійного забезпечення, банківської системи та інших фінансових установ;
- недостатню заінтересованість роботодавців у фінансуванні недержавних пенсійних програм для працівників низький фінансовий рівень

спроможності громадян для участі у системі недержавного пенсійного забезпечення;

- обмежений вибір фінансових інструментів, придатних для інвестування в них пенсійних коштів, унаслідок відставання розвитку ринку капіталу від потреб інституційних інвесторів;
- низький рівень роз’яснювальної роботи щодо змісту та ролі системи накопичувального пенсійного забезпечення в суспільстві та недостатність її фінансування.

Перша і головна перевага недержавного пенсійного фонду для пересічного вкладника – це можливість отримати додаткову пенсію, яка може бути

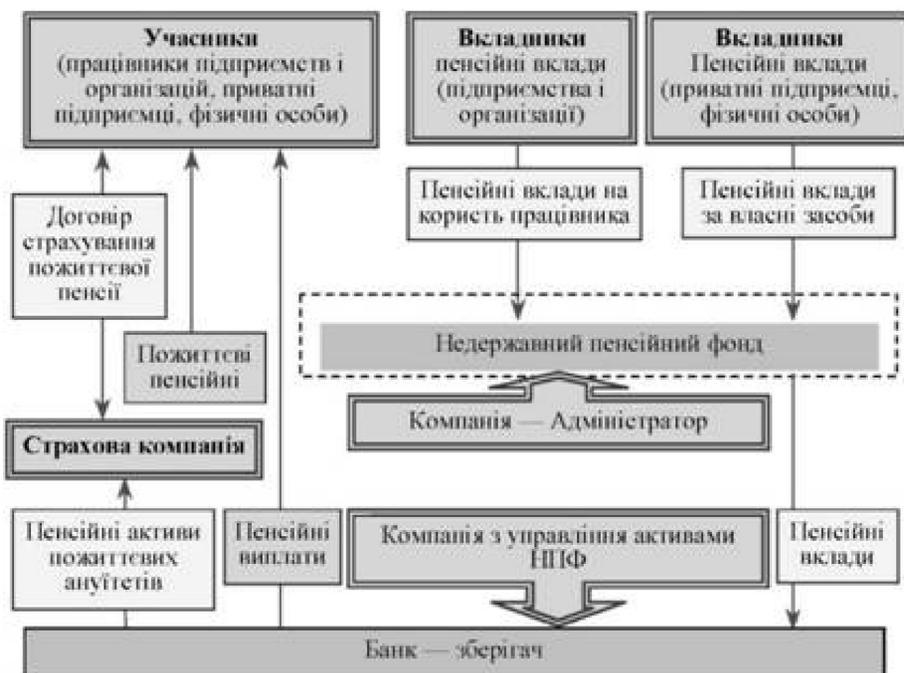


Рис. 1. Система накопичувального недержавного пенсійного забезпечення

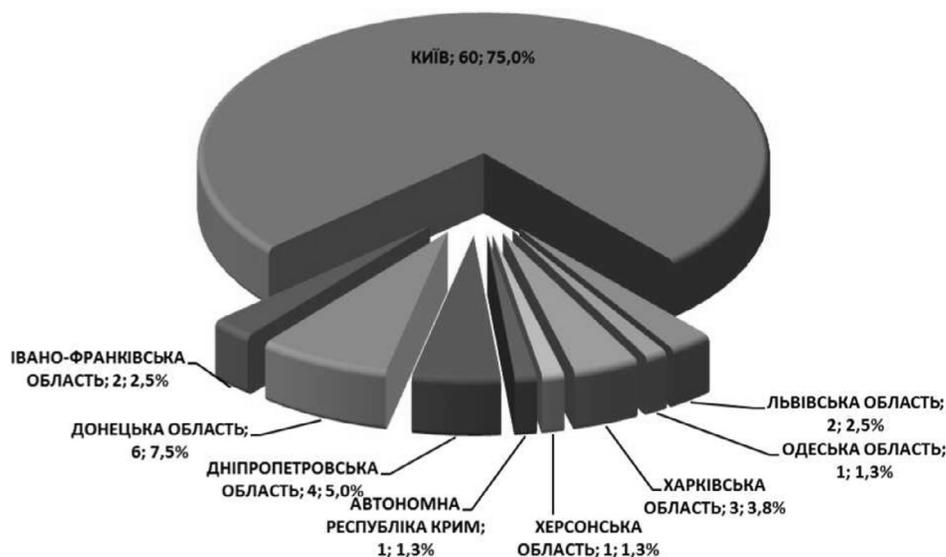


Рис. 2. Територіальний розподіл НПФ (шт.)

Таблиця 2.

Динаміка основних показників діяльності недержавних пенсійних фондів

Показники	Станом на 31.12.2013	Станом на 30.06.2013	Станом на 30.06.14	Темпи приросту %	
				Станом на 30.06.2014/ станом на 31.12.2013	Станом на 30.06.2014/ станом на 30.06.2013
Кількість укладених пенсійних контрактів, тис. шт.	61,4	61,3	56,5	-8,0%	-7,8%
Загальна кількість учасників НПФ, тис. осіб	840,6	588,5	837,7	-0,3%	42,3%
Загальна вартість активів НПФ, млн. грн.	2 089,8	1 831,8	2 381,3	13,9%	30,0%
Пенсійні внески, всього млн. грн.	1 587,5	1 442,7	1 722,8	8,5%	19,4%
у тому числі:					
– від фізичні осіб	66,5	62,7	114,0	71,4%	81,8%
– від фізичних осіб-підприємців	0,2	0,2	0,2	0,0%	0,0%
– від юридичних осіб	1 520,5	1 379,8	1 608,3	5,8%	16,6%
Пенсійні виплати, млн. грн.	300,2	274,3	339,7	13,2%	23,8%
Кількість учасників, що отримали/ отримують пенсійні виплати, тис. осіб	69,0	68,9	71,0	2,9%	3,0%
Сума інвестиційного доходу	953,3	807,4	1 167,6	22,5%	44,6%
Прибуток від інвестування активів недержавного пенсійного фонду, млн. грн.	818,0	685,9	1 013,4	23,9%	47,7%
Сума витрат, що відшкодовуються за рахунок пенсійних активів, млн. грн.	135,3	121,5	154,2	14,0%	26,9%

набагато більша, ніж державна. При цьому майбутній пенсіонер може самостійно визначати частоту і розмір внесків, термін виходу на пенсію (від 50 до 70 років для чоловіків і від 45 до 65 для жінок), а також суму і тривалість пенсійних виплат. Клієнт **недержавного пенсійного фонду** може також зменшити суму регулярних платежів або перестати вносити їх зовсім безштрафів.

Друга перевага:

Ще один цікавий аспект: кожен працюючий щомісячно приносить Пенсійному фонду 600 гривень, за 25 років стажу – 180 000 гривень. Фонд, теоретично, позичає ці кошти, тому до цієї суми слід додати банківський відсоток. За 25 років "набійть" з капіталізацією відсотків близько 760 тисяч гривень

Поверне ж держава пенсіонеру, якщо той проживе п'ять років після виходу на пенсію 60 000 гривень, або у 13 разів менше, ніж працівник вніс за життя. Другий плюс: пенсійні внески учасника недержавних пенсійних фондів не зливаються в загальний казан, як у солідарній пенсійній системі, а зараховуються на персональний рахунок вкладника. Він може в будь-який момент дізнатися, скільки він вже накопичив.

Третя перевага: майбутня пенсія добре захищена. Всі накопичення є власністю вкладника (або його спадкоємців). Він може в будь-який час перевести гроші в інший пенсійний фонд, страхову компанію або банк. Держава висуває жорсткі вимоги і до самого недержавного пенсійного фонду, і до компанії, яка управляє пенсійними активами. Такий контроль виключає шахрайство та гарантує збереження майбутньої пенсії.

Більша частина активів недержавних **пенсійних фондів** вкладається в інструменти з високим ступенем надійності – банківські депозити, цінні державні

папери, дорогоцінні метали. Вони дають не найбільший дохід, але дозволяють мінімізувати ризики. **Крім того, недержавні пенсійні фонди**, відповідно до законодавства, не можуть бути визнані банкрутом.

Ще один присклиний бонус внески в недержавний пенсійний фонд звільняються від оподаткування аж до настання пенсійного віку вкладника.

Основний мінус.

Недержавних пенсійних фондів обумовлений їхньою метою – накопиченням пенсій. Тому отримати гроші з недержавного пенсійного фонду до настання обумовленого пенсійного віку буде дуже проблематично. На руки вкладника всю накопичену суму видають лише у випадку критичного стану його здоров'я (інвалідність, рак, інсульт) або ж якщо клієнт **недержавного пенсійного фонду** виїжджає на постійне місце проживання за кордон. У всіх інших випадках накопичення переводяться в інший фонд, страхову компанію або банк.

Другий недолік – пенсійний накопичувальний рахунок може бути лише в гривнях. Тому, щоб гроші вкладника не знецінилися, прибутковість фонду повинна бути вище рівня інфляції протягом на 10-25 років. Іншими словами, сума ваших основних накопичень не зміниться, а ось рівень додаткового доходу від інвестиційної діяльності недержавних пенсійних фондів передбачити складно.

Третя неприємність – податки з накопиченої суми таки доведеться заплатити, але з настанням обумовленого в контракті пенсійного віку. Щоправда, закон передбачає пільгу: податком на доходи (15%) обкладається лише 60% виплат. Таким чином, ставка податку становитиме 9%. Але вкладник недержавного пенсійного фонду по досягненню 70 років звільняється

ся від податків, якщо йому виплачується пенсія на визначений термін (не менше 10 років). **Це правило не поширюється на суб’єктів підприємницької діяльності, а також тих, хто в працездатному віці був звільнений від прибуткового податку.**

Четвертий мінус – недосвідченість приватних пенсійних фондів. Далеко не кожен ризикне довірити свої гроші структурі, яка працює на ринку всього 3–4 роки. Більшість недержавних пенсійних фондів поки тільки збирають гроші, а масових виплат недержавних пенсій найближчим часом чекати не доводиться.

На сьогодні Україна залишається країною з відносно невисоким рівнем пенсійного забезпечення. Основним показником, який характеризує ефективність пенсійної системи, є коефіцієнт заміщення, що розраховується як відношення середньої пенсії до середньої заробітної плати. За останні 15 років коефіцієнт знизився з 40 до 25%. Разом з тим у більшості країн світу достойний рівень життя пенсіонерів забезпечується не тільки за рахунок державної пенсійної системи. Як показав аналіз пенсійних систем розвинутих країн, за рахунок держави компенсується лише близько 30% середньої заробітної плати. Інша частина, а це порядку 30–40%, формується в приватних пенсійних системах. Що стосується перспектив розвитку НПФ в Україні, то варто наголосити, що фактично у нашій країні є достатні можливості впровадження недержавного пенсійного забезпечення, а для цього перш за все необхідно посилити інтерес потенційних учасників НПФ до недержавного пенсійного страхування, здійснити заходи з надання впевненості та довіри до НПЗ. Проте, слід відмітити, що доки більшість населення України буде отримувати мізерні заробітні плати, про розвиток НПФ годі й мріяти.

Для того, щоб НПФ стали активними учасниками фінансової системи України та з повною мірою виконували свою соціальну роль, необхідно вжити низку заходів:

1. Розширення фінансового інструментарію, який забезпечує надійність і прийнятну дохідність для інвестиційної діяльності НПФ.

2. Запровадження системи обміну інформацією між органами, що здійснюють державний контроль і нагляд у системі недержавного пенсійного забезпечення шляхом розробки і впровадження інституційної системи обміну інформацією.

3. Підвищення рівня роз’яснювальної роботи серед населення, роботодавців, профспілок, об’єднань громадян та юридичних осіб, в тому числі:

- поширення серед населення інформації про переваги недержавного пенсійного забезпечення та можливості отримання додаткових виплат при досягненні громадянами пенсійного віку;
- розміщення на телебаченні, радіомовленні соціальної реклами та інформації про систему НПЗ;

- залучення обласних адміністрацій і органів місцевого самоврядування;
- запровадження системи публікації оцінки фінансового стану НПФ шляхом прийняття відповідних нормативно
- правових актів та введення в дію системи розкриття інформації про НПФ.

Зазначене може бути шляхом впровадження загальнодоступної бази даних про результати діяльності НПФ у інтернеті, а також регулярне оприлюднення у пресі такої інформації.

4. Слід передбачити обмеження на інвестиційну діяльність з пенсійними активами. Це має захистити пенсійні заощадження від ризикованих операцій і максимально мінімізувати ймовірність їхньої втрати.

5. Суттєве підвищення відповідальності банків-зберігачів за оцінку і моніторинг структури активів пенсійних фондів.

Отже, запровадження недержавного пенсійного забезпечення є одним з основних завдань і важливих кроків реформування системи пенсійного забезпечення України. Відкладати або не відкладати кошти на пенсію в недержавному пенсійному фонді, це те саме що піклуватися чи ні про своє майбутнє.

Людина за своєю сутністю завжди прагне до кращого. Експерти організації HelpAgeInternational склали рейтинг країн де найвигідніше зустріти старість (враховувались фактори: добробут, можливості роботи і освіти, стан здоров’я, сприятливе середовище для життя).

У якій країні найвигідніше зустріти старість? Рейтинг країн



За рейтингом організації HelpAgeInternational.

Висновок. Функціонування системи пенсійного забезпечення держави повинне бути направлене на досягнення головної мети – реалізацію конституційних прав всіх громадян на отримання матеріального забезпечення у разі втрати працездатності унаслідок старості, інвалідності, при втраті годувальника і в інших випадках, встановлених законодавством.

Отже, система пенсійного забезпечення виступає підсистемою соціальних гарантій, причому не тільки на декларативному рівні, а на рівні діяльності спеціалізованих організацій по накопиченню, примноженню і перерозподілу виплат громадянам-пенсіонерам. Причому разом з державними структурами в пенсій-

ному забезпеченні беруть активну участь і недержавні структури. Таким чином, система пенсійного забезпечення є діяльністю різних соціальних інститутів, що взаємодіють між собою і суспільством в цілому з метою забезпечення відповідних умов життєдіяльності за допомогою пенсій громадянам, що втратили можливість отримання заробітку унаслідок досягнення певного віку, настання інвалідності, певної професійної діяльності, втрати годувальника і ін.

Недержавне пенсійне забезпечення здійснюється шляхом укладання пенсійних контрактів між адміністраторами пенсійних фондів та вкладниками. Крім пенсійних фондів, недержавне пенсійне забезпечення може здійснюватися страховими організаціями і банківськими установами.

Зважаючи на позитивний зарубіжний досвід у сучасних умовах нестабільності розвитку вітчизняного фондового ринку для збереження та примноження активів НПФ України можна запропонувати: підвищення ефективності диверсифікації інвестиційного портфелю фондів за рахунок інвестування в цінні папери іноземних емітентів, які є надійними та прибутковими на міжнародному фондовому ринку. На сучасному етапі розвитку для інвестування в закордонні активи існують законодавчі обмеження, а саме законодавчо визначено, що недержавні пенсійні фонди України можуть інвестувати в цінні папери іноземних емітентів не більше ніж 20% загальної вартості пенсійних активів. Можливо подальша інтеграція України в ЄС дозволить на законодавчому рівні закріпити збільшення частки інвестування пенсійних активів у цінні папери іноземних емітентів; оптимізувати підхід до нагляду за інвестуванням недержавних пенсійних фондів. В Україні застосовується найменш популярний у країнах ОЕСР підхід до нагляду за інвестуванням, заснований на дотриманні правил та нормативів, який є досить витратним, передбачає дублювання функцій органами контролю та нагляду. Позитивним досвідом для України повинен, на мою думку, стати підхід до нагляду за інвестуванням НПФ, що ґрунтується на оцінці ризиків, який використовується в багатьох країнах ОЕСР і орієнтований на упередження виникнення ризиків інвестування та захист пенсійних активів. Особливо актуальним це є для недержавних пенсійних фондів енергетичної галузі України, які згідно з оцінками є збитковими та можуть бути

ліквідовані, що негативно вплине як на вкладників, учасників, так і на саму сферу недержавного пенсійного забезпечення. Підхід до нагляду за інвестуванням недержавних пенсійних фондів дозволить виявити збиткові інвестиції та здійснити заходи щодо упередження збитків фондів.

ЛІТЕРАТУРА

1. База даних соціальних витратів ОЕСР, SOCX: [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://stats.oecd.org/Index.aspx>
2. Голда Є.С. Перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів України // Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – №16 (205). – с. 104 -107
3. Демографічні та фінансові передумови пенсійної реформи в Україні: прогноз до 2050 р. Аналітично-дорадчий Центр Блакитної Стрічки ПРООН, Київ, 2010 р., ст.18-19, ст.52) [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.undp.org.ua/files/en_60467Demography_Pension_ENG.pdf
4. Журнал "Економіст" №8 серпень 2014р. [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/archive/2014/08/Postnyy.Pdf>
5. Забарний Г. Г. Розвиток недержавних пенсійних фондів та їхня діяльність на інвестиційному ринку України / Г. Забарний, Н. Баланюк // Фінанси України. – 2012. – № 2(195). – С. 50–58.
6. Лондар С. Л. Перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / С. Лондар, Л. Лондар // Фінанси України. – 2011. – № 9(190). – С. 45–58.
7. Огляд ринків фінансових послуг та підсумки діяльності небанківських фінансових установ (2012 рік) [Електронний ресурс] / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – 2013. – Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/content/konsolidovaniy-oglyad-rinkiv.html>
8. Пенсійна реформа в Україні. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.pension.kiev.ua/index>
9. Пенсійна реформа в Україні: напрями реалізації: колективна монографія ; за ред. Е. М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2010. – 270 с.
10. Ризики, загрози, пріоритети та наслідки реформування пенсійної системи України: Аналіт. доп. / О. П. Коваль. – К.: НІСД, 2012. – 44 с.
11. Рудик В. К. Організаційна структура функціонування недержавного пенсійного забезпечення в Україні / В. Рудик // Фінанси України. – 2012. – № 7(200). – С. 74–83.
12. Ткаченко Є.В. Перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів в Україні // Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – №16 (205). – с. 150 – 151

УДК 339.13(075.8)

ПАЦАЛЮК К.О.

м. Житомир

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Анотація. В статті досліджено послідовність розвитку маркетингу, проаналізовано етапи становлення та застосування маркетингових комунікацій. Представлено різні трактування поняття "маркетингові комунікації" рядом вчених, прослідковано спільність і відмінність у поглядах.

Ключові слова: маркетинг, розвиток маркетингу, маркетингові комунікації, етапи становлення, інструменти маркетингу, інформація.

Аннотация. В статье исследованы последовательность развития маркетинга, проанализированы этапы становления и применения маркетинговых коммуникаций. Представлены различные трактовки понятия "маркетинговые коммуникации" рядом ученых, прослежены общность и различие во взглядах.

Ключевые слова: маркетинг, развитие маркетинга, маркетинговые коммуникации, этапы становления, инструменты маркетинга, информация.

Abstract. In the article the sequence of marketing, analysis and application stages of marketing communications are investigated. Different interpretations of the term "marketing communication" a number of scientists, followed commonality and difference of opinion are presented.

Key words: marketing, marketing development, marketing communications, stages of development, marketing tools, information.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ринкова трансформація національної економіки зумовлює необхідність розробки дієвого, науково обгрунтованого механізму узгодження економічних інтересів між вітчизняними виробниками та споживачами. Провідною ланкою такого механізму виступають маркетингові комунікації, які на сьогодні займають одне з головних місць серед інструментів конкурентної боротьби.

Протягом багатьох років значення маркетингу та його роль в економічній діяльності суспільства трактувалися по-різному. Дослідження та порівняння еволюційних етапів розвитку маркетингу та маркетингових комунікацій сприяють формуванню та поліпшенню системи вітчизняного маркетингу.

Внаслідок цього, актуальною постає проблема, що стосується дослідження історії розвитку та становлення маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вплив НТП, поява різних суспільних організацій, удосконалення політичних систем, розвиток державного регулювання та прогнозування економіки, культури й інших сфер людської діяльності, впливає як на розвиток економічних відносин між людьми в цілому, так і на розвиток маркетингу зокрема.

Теоретичною й методологічною основою дослідження є праці класиків і сучасних теоретиків політичної економії та ринкового господарства, роботи зарубіжних і вітчизняних фахівців у галузі маркетингу та менеджменту. Так, класичними дослідженнями з даної проблеми слід вважати роботи таких науковців,

як: А. Андерсен, П. Друкер, Ф. Котлер, П. Левітт, Й. Шумпетер.

Напрацювання вітчизняних авторів також не обминули досліджуваної проблематики, зокрема, важливими є праці таких науковців, як Л. В. Балабанова, А.В. Вовчак, С. С. Гаркавенко, О.О. Комяков, Є.В. Ромат, Т. І. Лук'янець, А.О. Старостіна та ін.

Мета статті. Прослідкувати послідовність етапів заснування, розвитку та становлення маркетингу, а також застосування маркетингових комунікацій на кожному з етапів цього становлення.

Виклад основного матеріалу з повним обгрунтуванням отриманих наукових результатів. Початок зародження маркетингу є досить дискусійним питанням. Беручи до уваги етимологію слова "маркетинг" (від англ. market – ринок), його появу можна співвіднести із зародженням ринкових відносин. З періодом, як у товарів з'явилися замітники виникає необхідність в підсиленні конкурентних переваг.

Хронологія розвитку маркетингу свідчить про те, що його перші елементи (ціна, збут, реклама) з'явилися ще в середині XVII сторіччя. З ім'ям С. Маккорміка (1809-1884) пов'язують створення таких інструментів маркетингу, як: організація сервісної політики; принципи визначення ціни; дослідження та аналіз ринку. А запропоновані Д. Маккарті модель "4P" – товар (product), ціна (price), збут (place), просування (promotion) – знаменує початок теоретичних досліджень у сфері маркетингу. Бурхливий розвиток маркетингу припадає на 50–60-ті роки XX сторіччя. Сьогодні за принципами маркетингу організовано управління більшості фірм США, Європи, Японії.

У 1901 р. у США був опублікований перший звіт, який можна вважати маркетинговим дослідженням. Це звіт Промислової комісії з продажу сільськогосподарської продукції, у якому був проведений аналіз ринку. Саме на початку ХХ століття в деяких університетах США стали читати лекції з маркетингу, а в 1960 р. Американська асоціація маркетингу вперше дала визначення маркетингу як підприємницької діяльності, пов'язаної зі спрямуванням потоку товарів і послуг від виробника до споживача. У 1985 р. на підставі багаторічного досвіду впровадження маркетингу запропоновано нове його визначення: "Маркетинг – це процес планування й втілення задуму, ціноутворення, просування й реалізації ідей, товарів і послуг за допомогою обміну, що задовольняє цілі окремих осіб і організацій" [6].

Активно пропагують ідеї маркетингу Європейський комітет маркетингу, Міжнародна асоціація маркетингу, утворюються національні інститути та асоціації маркетингу, а з 1997 року в Україні засновано Українську асоціацію маркетингу.

Важливо прослідкувати послідовність розвитку маркетингу, а також застосування маркетингових комунікацій. Беручи до уваги, той факт, що процес виробництва зазнавав змін разом із розвитком суспільства, еволюцію розвитку маркетингу можна розглядати за цивілізаційним принципом, співвідносячи з процесом розвитку суспільного устрою. Так, Деніел Белл, залежно від ділової активності людини та рівня розвитку технологій, поділив процес людського економічного розвитку на стадії: доіндустріальне, індустріальне, постіндустріальне (табл. 1).

Інший підхід пропонує професор Арканзаського університету Давід Куртц, який виділяє чотири ери в історії маркетингу: 1) ера виробництва; 2) ера продажу; 3) ера маркетингу; 4) ера взаємовідносин, а саме:

1. Ера виробництва, або ера пасивного маркетингу: друга половина ХІХ – початок ХХ ст. Для цього етапу характерним є те, що хороший продукт може сам себе продати. Єдиною умовою успіху вважається ефективно виробництво якісної продукції. Особливістю цього етапу вважається нестача виробничих потужностей та активний попит.

2. Ера продажу припадає на період 1930–1950 років. Економічні труднощі 20-х і 30-х років спричинили появу нового гасла – орієнтації на збут. В резуль-

таті цього, продукцію, яка випускається, необхідно продавати, і при цьому якщо достатнього попиту немає, то його потрібно створити за допомогою активної політики збуту.

Таким чином, слід вважати, що у вказаний період поняття "продаж" і "маркетинг" не розділяють, проте він започаткував появу перших інструментів із просування товарів.

3. Ера маркетингу: 1950–1960 рр. Цей етап характеризується переходом від ринку продавця, з великою кількістю покупців обмеженого набору товарів і послуг, до ринку покупця з розмаїттям запропонованих продуктів для споживання.

Таким чином, маркетинг та продаж перестали бути словами синонімами. Маркетинг вже не відіграє допоміжної ролі і стає вирішальним фактором досягнення успіху; товаровиробники виділяють значні кошти для створення відділів маркетингу, які мають за ціль – покращення показників діяльності компанії.

Вважаємо, що в даний період часу, маркетингові комунікації як засіб просування набувають свого розквіту. Саме цей період знаменується широким застосуванням маркетингових комунікацій, коли основну роль у діяльності стала відігравати реклама, засоби просування й маркування, більшого значення почали приділяти проблемам відмінності своєї продукції від продукції конкурентів.

4. Ера взаємовідносин: 60 рр. ХХ ст. – наш час. Цей етап розпочався внаслідок трансформації споживчої орієнтації, яка характерна для ери маркетингу [8].

В результаті цього, досвід економічно розвинутих країн свідчить про наявність чималої кількості маркетингових інструментів та різноманітних переконуючих послань, значної чисельності конкурентів, тому ефективність звичайних маркетингових комунікацій викликає сумніви. Звідси, виникає необхідність, що прагнення компаній мають бути націлені на пошук нових інноваційних можливостей щодо просування.

Вважаємо, що сучасний маркетинг вимагає багато більшого, ніж просто створення товару, який буде задовольняти потреби споживача. Товаровиробники мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. Характерним для цього має бути підвищена увага для встановлення й підтримки сталих стосунків із покупцями, посередниками, партнерами.

Таблиця 1.

Форми маркетингу за цивілізаційним принципом

Суспільний устрій	Характеристика	Форма маркетингу
Доіндустріальний	– виробництво сільськогосподарської продукції; – низький рівень розвитку товарно-грошових відносин.	Несвідомий маркетинг
Індустріальний	– масове виробництво промислових виробів; – пріоритет виробничих видів діяльності.	Виробничий маркетинг
Постіндустріальний	– розвиток сфери послуг.	Сервісний маркетинг
Інформаційний	– підвищення ролі інформації як відокремленого фактора виробництва.	Інформаційний маркетинг

* Джерело: узагальнене автором на основі досліджуваних джерел

Аналіз етапів розвитку та запровадження маркетингових комунікацій на основі чотирьох ер маркетингу Давіда Куртца можна зобразити в таблиці 2.

Відомо, що на початку ХХ століття всі заходи, що стосувалися просування товарів від виробників до споживачів, називалися рекламними. До початку виникнення концепції маркетингу (у 20-х рр. ХХ ст.) поділ загального рекламного процесу на численні складові не бачили навіть дослідники реклами. Під самим терміном “рекламування” поєднували як персональний продаж, так і різноманітні методи стимулювання продажу товарів, і навіть те, що на даний момент часу стало самостійною галуззю науки про маркетинг, що дістало назву “паблік рилейшнз” – робота з громадськістю.

Науковці в сфері маркетингу вважають, що головними завданнями маркетингових комунікацій, в теперішній час виступають не лише безпосереднє збільшення продажу товарів, а й посилення поінформованості покупців про товар; зміна іміджу товару; пробудження цікавості до товару, із чим важко не погодитися оскільки, це буде тягти людей до крамниці, навіть нехай без негайного наміру придбати щось, а принаймні пробудженні бажання наслідувати інших людей, які вже придбали товар; створенні іміджу переваги товару над усіма іншими товарами [3].

Маркетингові комунікації з’явилися у практиці бізнесу наприкінці ХХ століття та своєю появою змінили те, з чого в період масового продажу товарів складався маркетинговий комплекс, або так звані чотири “р” (продукт або товар, ціна, просування продажу, місце пересування товару від виробника). Що стосується сьогодення, то у наші дні існує теорія “маркетинг мікс”, яка вже складається з п’яти “р”. До перелічених вище п’яти, додалася робота з громадськістю.

До маркетингових комунікацій із загального комплексу маркетингу увійшли такі елементи, як:

- рекламування товару;
- стимулювання продажу;
- персональний продаж;
- робота з громадськістю.

В сучасній економічній літературі багатьма вченими розглядаються різні трактування поняття “маркетингові комунікації”, які ми покажемо в таблиці 3.

Ефективні маркетингові комунікації потребують, перш за все, вірного та чіткого розуміння їх сутності. Одного загальноприйнятого визначення поняття маркетингових комунікацій в економічній літературі ще досі немає. Поняття “маркетингові комунікації” включено й до державного стандарту України 3294-95 “Маркетинг. Терміни та визначення основних понять”, введеного в дію наказом Держстандарту

Таблиця 2.

Еволюція маркетингових комунікацій

Період	Ера маркетингу	Етапи еволюції
друга половина ХІХ ст. – початок ХХ ст.	Виробництва	Маркетингові комунікації не застосовують
1930–1950 рр.	Продажу	Зародження маркетингових комунікацій
1950–1960 рр.	Маркетингу	Розквіт маркетингових комунікацій
60 рр. ХХ ст. – сучасність	Взаємовідносин	Інтегровані маркетингові комунікації

*Джерело: узагальнено автором на основі досліджуваних джерел.

Таблиця 3.

Трактування поняття маркетингові комунікації

№ п/п	Визначення поняття	Автор
1.	Маркетингові комунікації – це процес передачі повідомлення, який передбачає наявність шести складників: джерела (відправника), повідомлення, каналу, комунікації, отримувача, а також кодування і декодування	Бутенко Н.В. Маркетинг: підручник / Бутенко Н.В. – К.: Атіка, 2008. – С. 280.
2.	Маркетингові комунікації – це специфічне поєднання засобів реклами, персонального продажу, стимулювання збуту, зв’язків з громадськістю та інструментів прямого маркетингу	Маркетинг. Загальний курс / [уч. пос.; пер. з англ.]. – 5-е вид. – М.: Видавничий дім Вільямс, 2001. – С. 423.
3.	Маркетингові комунікації – це інтерактивний діалог між компаніями та їх споживачами, який здійснюється на стадіях підготовки до покупки, самої покупки, споживання товару та подальшого розпорядження ним	Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Котлер Ф. – [11-е изд.]. – СПб: Питер, 2004. – С. 603.
4.	Маркетингові комунікації – це цілеспрямований та комплексний вплив на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства для досягнення основних стратегічних цілей та вирішення оперативних завдань	Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / [за ред. Л.В. Балабанової]. – 3-є вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – С. 201.
5.	Маркетингові комунікації – це перспективний курс дій підприємства (або його представників), направлений на планування та здійснення взаємодії фірми з усіма суб’єктами маркетингової системи на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікаційних засобів (комунікаційного мікса), які забезпечують стабільне та ефективне формування попиту та просування пропозиції (товарів і послуг) на ринку з метою задоволення потреб покупців та отримання прибутку	Маркетинг: [учебник для вузов / под общ. ред. Г.Л. Багиева]. – СПб: Питер, 2005. – С. 482.

*Джерело: узагальнено автором на основі досліджуваних джерел

Україні від 28 грудня 1995 р. № 444. Це було пов'язано з тим, що на той період часу в нашій країні лише розпочався процес оволодіння маркетинговою наукою і впровадження її інструментарію на вітчизняних підприємствах [4].

Аналізуючи ряд визначення, які наведені у таблиці 3, необхідно відмітити те, що спільним у всіх перелічених авторів виступає предмет маркетингових комунікацій – інформація:

- як інтерактивний діалог між компаніями та їх споживачами;
- як цілеспрямований та комплексний вплив на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- між фірмою та іншими суб'єктами маркетингової діяльності;
- яка надходить від підприємства на ринок.

Виходячи з цього, на нашу думку, маркетингові комунікації – це процес, в ході якого відбувається цілеспрямований вплив підприємства на адреси різноманітних аудиторій, з метою донесення конкретного звернення, яке вплине на вибір та купівлю товару споживачем та досягнення цілей підприємств. Також, слід відмітити, що цим процесом необхідно управляти на всіх етапах: перед продажем, у момент купівлі, під час і після закінчення процесу споживання.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Що стосується нашої країни, то сучасний стан розвитку економіки України характеризується певною

нестабільністю, а темпи формування ринкових відносин занадто повільні. Однією із причин цього негативного явища слід вважати недостатньо ефективне використання маркетингового механізму загалом та безсистемне застосування маркетингових комунікацій зокрема у ході ведення господарської діяльності вітчизняних підприємств. Тому, подальші дослідження будуть направлені на висвітлення даної проблеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белявцев М. І., Іваненко Л. М. Маркетинг. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
2. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту/ В.В. Божкова. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.
3. Дібровас Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика/ Т. Г. Діброва. – К.: Видавничий дім "Професіонал", 2009. – 320 с.
4. Когутяк Ю. І. Управління рекламною діяльністю на сучасному етапі: сутність та специфіка // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – №1. С. 130-134.
5. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
6. Почетцов Г. Г. Паблік рилейшнз / Г. Г. Почетцов. – К.: Знання, 2004. – 373 с.
7. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій / Примак Т.О. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – С. 197.
8. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій / Н.І. Норіцина. – К.: МАУП, 2003. – 128 с.
9. Янковська Г. В. Сутність маркетингових комунікацій та їх місце у системі маркетингу // Наука й економіка. 2010. – № 4 (20). С. 100.

УДК 65.012.32:338.431 (477)

СКИБА Т.В., к.е.н.
м. Житомир

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ТА ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

***Анотація.** У статті подано результати дослідження щодо визначення соціально-економічного й інституційного середовища розвитку сільського підприємництва. Обґрунтовано основні напрями реалізації політики розвитку сільського підприємництва. Визначено показники, які характеризують поточний стан та тенденції розвитку сільського підприємництва.*

***Ключові слова:** підприємництво, сільське підприємництво, сільська економіка, інституції, інституційне середовище.*

***Аннотация.** В статье представлены результаты исследования по определению социально-экономической и институциональной среды развития сельского предпринимательства. Обоснованы основные направления реализации политики развития сельского предпринимательства. Определены показатели, характеризующие текущее состояние и тенденции развития сельского предпринимательства.*

***Ключевые слова:** предпринимательство, сельское предпринимательство, сельская экономика, институты, институциональная среда.*

***Abstract.** The paper presents the research results that specify socio-economic and institutional environment of rural entrepreneurship development. The main directions of implementation the policy of development of rural entrepreneurship are substantiated. The indicators that characterizing the current state and trends of rural entrepreneurship are proposed.*

***Key words:** entrepreneurship, rural entrepreneurship, rural economy, institutions, institutional environment.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ключовою передумовою розвитку економіки за ринковими законами є активізація та вдосконалення

підприємницьких процесів як особливого виду господарської діяльності. Підприємництво є передумовою інноваційного типу економічного зростання,

який базується на підприємницькій ініціативі в сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності. Концентруючи в собі найбільш характерні властивості ринкових відносин, сфера підприємництва виступає рушійною силою життєдіяльності і розвитку ринкової економіки в цілому та сільських територій зокрема, а тому проблема розвитку такої діяльності, ідентифікація факторів її стимулювання та стримування, побудови дієвої системи управління є однією з ключових у контексті забезпечення сталого сільського розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження сучасних умов та особливостей формування соціально-економічного й інституційного середовища розвитку сільського підприємництва набувають все більшої актуальності. Досить вагомими в обґрунтуванні сучасних умов розвитку підприємницького сектору на сільських територіях є наукові праці таких вчених, як: А. Ачкасова, В. Бутенка, М. Диби, І. Дмитрієв, С. Дриги, В. Збарського, М. Костриці, В. Кредісова, М. Маніліча та М. Маліка. Водночас інституційним аспектам розвитку сільського підприємництва присвячені наукові праці Ю. Коваленка, О. Ковальнової, Ю. Лопатинського, О. Матвійчука, О. Мороза, О. Шпикуляка та інших. Однак питання розвитку сільського підприємництва залишається недостатньо концептуалізованим та потребує ґрунтового теоретичного осмислення, з метою формування сприятливого соціально-економічного та інституційного середовища розвитку сільського підприємництва.

Мета статті. Мета статті полягає у визначенні впливу соціально-економічного та інституційного середовища на розвиток сільського підприємництва та обґрунтування на цій основі напрямів реалізації політики розвитку сільського підприємництва.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В традиційному розумінні розвиток означає процес еволюційного руху об'єкту, його перехід з одного стану до іншого. Розвиток, як такий, стосується не стільки зміни кількісних параметрів, як якісного стану об'єкта [1, с. 587]. Зважаючи на те, що сільське підприємство характеризується як економічними, так і соціальними функціями та наслідками, теоретичне осмислення процесу його розвитку потребує врахування усіх можливих його аспектів. В економічній площині розвиток передбачає незворотні, закономірні зміни технологічного способу виробництва. При цьому виявом прогресивного економічного розвитку вважається економічне зростання, яке поступово накопичує зміни в структурі продуктивних сил та техніко-економічних відносин, які розширюють адаптивні можливості технологічного способу виробництва, а в перспективі зумовлюють сутнісні перетворення.

Соціальна сторона процесу розвитку стосується переважно суттєвих кількісних та якісних змін в соціальній сфері суспільного життя або окремих його компонентах – соціальних відносинах, соціальних інститутах, де одні соціальні явища змінюються явищами більш високого рівня або переходять на вищий ступінь свого стану (прогресивний розвиток), чи, навпаки, переходять на нижчий рівень (регресивний розвиток). У широкому розумінні поняття соціального розвитку завжди відображає аспекти, що пов'язані з умовами життєдіяльності людських спільнот, напрями політики, які спрямовані на її облаштування [2].

Відносно сільського підприємництва як об'єкта дослідження необхідно відмітити, що поняття розвитку зберігає свій взаємозв'язок з поняттями “прогрес” та “регрес” і в соціально-економічному сенсі передбачає формування якісно нового, більш високого рівня добробуту сільського населення, що виражається через наявність та доступність необхідних матеріальних та духовних благ. Розвиток сільського підприємництва відбувається під впливом елементів інституційного середовища на макро- та мікрорівнях, ключовими елементами якої є державна політика відносно підприємницької діяльності на сільських територіях, а також безпосередні відносини між суб'єктами підприємництва та споживачами його продукту (товарів та послуг) (рис. 1).

Спіраючись на принципи синергетичної течії економічної теорії [3], можна стверджувати, що сільське підприємство, як система відкритого типу, під впливом взаємодії між речовиною, енергією та інформацією в процесі свого розвитку відчуває протиріччя між перманентним прагненням до стійкості та постійно виникаючими флуктуаціями, що виникають у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Водночас, самоорганізованість та дисипативність цієї системи обумовлює активні взаємодії її складових, поєднання позитивних та негативних зворотних зв'язків, взаємозв'язок мінливості, спадковості та відбору, чергування атракторів та гомеостазів [4, с. 56].

Передумовами розвитку сільського підприємства можна вважати необхідність створення робочих місць та забезпечення зайнятості сільського населення у несільськогосподарській сфері у зв'язку з трансформаційними змінами аграрного сектору економіки; розвитку соціальної інфраструктури та захисту і збереження навколишнього середовища; підвищення рівня економічного добробуту населення тощо. Водночас, як справедливо відмічають вітчизняні та зарубіжні дослідники, інтенсивність розвитку сільського підприємства пов'язується з такими головними бар'єрами, як:

- обмежений попит як результат низької платоспроможності сільського населення та відносна віддаленість від інших ринків збуту;
- недостатній рівень розвитку ринкової інфраструктури на сільських територіях;

- низька підприємницька активність сільського населення, що пояснюється відсутністю відповідної кваліфікації, а також усталеністю стереотипів мислення.

Характеризуючи методологічні особливості розвитку сільського підприємництва, неможливо обійти увагою функцію сприяння його ефективному розвитку. В даному контексті Т. Смовженко термін "сприяння" пропонує розглядати як багатозначну економічну категорію, яка охоплює широкий діапазон форм і методів прямого та непрямого впливу державних і недержавних інституцій на ефективність підприємницької діяльності, не виключаючи при цьому можливості державної підтримки окремих видів підприємницької діяльності, створення пільгових або, навпаки, обмежувальних умов її розвитку [5, с. 174]. Таким чином політика сприяння обмежує функції директивного адміністрування та втручання в середню діяльність сільських підприємницьких структур. Поряд з цим, як наголошує Я. Козьміна, у системі підприємницької діяльності необхідно дотримуватись ряду основних напрямів його ефективного розвитку, зокрема: маркетингова орієнтація господарства; здійснення господарської діяльності на основі бізнес-планів та інвестиційних проектів з урахуванням можливих змін макроекономічної ситуації; створення умов для залучення капіталу на модернізацію вироб-

ництва і збуту продукції; стимулювання трудової активності працівників підприємств й інвестиційної активності потенційних інвесторів [6, с. 17].

Проблема забезпечення інтенсивного розвитку підприємництва пояснюється не лише несприятливими умовами зовнішнього середовища, а й певним нерозумінням всіх можливостей підприємницької діяльності. Це викликано відсутністю власного досвіду і проблемами сприйняття світового досвіду, слабо адаптованого до конкретних умов сучасної економіки. В науковому середовищі домінує думка, що підприємницька діяльність повною мірою здійснюється в рамках дрібного бізнесу підприємцем, який є власником і менеджером свого підприємства. Проте, не заперечується і ідея, що "підприємець – це діючий самостійно в інтересах справи управлінець". Як наслідок, "підприємництво досить часто сприймається як ініціативна самостійна діяльність громадян та їх об'єднань, спрямована на отримання прибутку; здійснюється на свій страх і ризик та під майнову відповідальність у межах, визначених організаційно-правовою формою підприємства" [7, с. 26].

Вибір конкретних видів підприємництва залежить, відповідно, від форм самої підприємницької діяльності. Узагальнюючи основні підходи до класифікації форм підприємництва на основі вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду, можна виділити індиві-



Рис. 1. Середовище розвитку сільського підприємництва

Джерело: власні дослідження.

дуальну, партнерську та корпоративну форму підприємництва [8], що розвивається на сільських територіях, а також розподілити між ними існуючі організаційно-правові типи підприємницьких формувань. Жодна з форм підприємницької діяльності не є абсолютно досконалою, проте кожна з них має свої переваги та недоліки. З'ясування й уточнення їх економічної природи є важливими для створення відповідних інституційних умов, за яких кожна з форм спроможна розкрити свій економічний і соціальний потенціал. Принципово важливо зберегти і розвивати існуючий плюралізм форм підприємницької діяльності на сільських територіях, який забезпечить свободу економічного вибору, що є об'єктивною умовою ефективності функціонування ринкової системи, а також розвитку її підприємницького сегменту.

Отже, розвиток сільського підприємництва сприяє формуванню оптимальної просторової і функціональної структури сільської економіки, підвищує її стійкість і збалансованість. Завдяки швидкому збільшенню кількості суб'єктів господарювання, зміні характеру і форм економічних зв'язків, відбувається залучення до підприємницької діяльності широких верств сільського населення. Крім того, підприємництво на сільських територіях реалізує функції переходу економіки на ринкові умови функціонування, зміни в структурі власності і підвищує ефективність виробництва, сприяє вирішенню соціальних проблем. Гнучкість структури, різноманітність і динаміка сільської підприємницької діяльності, взаємообумовленість, рухливість – все це перетворює її в середовище, яке стимулює конкуренцію суб'єктів ринку, підштовхує виробництво до безперервних нововведень.

Сукупність умов розвитку явища сільського підприємництва становить його оточуюче середовище, ключовими елементами якого є економічна свобода і особиста зацікавленість. Економічна свобода є визначальною ознакою підприємницького середовища. Для підприємця наявність економічної свободи – це не лише можливість займатися тим чи іншим видом діяльності і мати рівний доступ до ресурсів та ринків, а й морально-етичне санкціонування підприємницької діяльності. Особиста зацікавленість виступає рушійним мотивом підприємництва, тому забезпечення умов для присвоєння отриманих результатів, витягання і накопичення доходу є визначальною умовою підприємницького середовища.

Взаємовідносини людини і суспільства ускладнюються одночасно зі становленням цивілізаційного виміру життя. Прагнення забезпечити економічну незалежність і професійно самореалізуватися приводять до започаткування власної справи, освоєння нової професії, в якій кожна людина може використати свій творчий потенціал, проявити найкращі ділові якості та підприємливість. Відбувається професійна реалізація через нагромадження інтелектуального досвіду та

подальшого формування професійної майстерності і компетентності.

Виходячи з цього, побудова сучасного механізму управління розвитком сільського підприємництва повинна ґрунтуватися на використанні певних принципів. По-перше, це *ефективність дії даного механізму* – регулювання повинне сприяти зростанню добробуту сільського населення, вирішенню на цій основі соціальних питань і не бути витратним для держави. По-друге, це *справедливість* – вона повинна сприяти забезпеченню рівноправності усіх без винятку суб'єктів сільської підприємницької діяльності. У сукупності з відповідальністю за дотриманням законодавства, як органами державного регулювання, так і суб'єктами підприємництва, це дасть змогу зробити механізм державного регулювання послідовним, ввести такі принципи, як відповідальність і послідовність. По-третє, *простота* – правові акти, що визначають рамки підприємницької діяльності, повинні бути зрозумілими за змістом і легкі у виконанні [9, с. 184].

Поза відзначеними принципами, державні інститути на місцевому рівні повинні розробляти і провадити діяльність з метою підтримки розвитку сільського підприємництва на системних засадах та регулярно, і лише тоді така діяльність може бути означена як політика розвитку підприємництва. До основних засад політики розвитку підприємницької діяльності на селі належать передусім організаційна та економічна підтримки державними інститутами та недержавними інституціями суб'єктів господарювання, визначення економічних пріоритетів з боку місцевих органів влади та ін. [10, с. 88].

Важливо відмітити, що у діючій в Україні системі управління розвитком сільського підприємництва домінуюча роль відводиться державним інституціям, які реалізують в сільській місцевості заходи загальнодержавної політики економічного розвитку у правовому, фінансовому, науковому, організаційному, інформаційному та інших напрямках (рис. 2).

Проте централізований підхід без активної участі органів місцевого самоврядування та сільських громад зберігає низьку ефективність таких дій, а тому потребує переосмислення, зміни напрямів взаємодії інституційного та локального рівнів управління, налагодження дієвих механізмів комунікацій між ними, що дозволить розвивати конкурентоспроможний підприємницький сектор сільської економіки, здатний забезпечити потреби селян та матеріальні очікування суб'єктів підприємницької діяльності. Крім того, ефективність політики розвитку сільського підприємництва високою мірою залежить від відповідності її завдань, заходів та інструментів реалізації реальному стану підприємницьких процесів на сільських територіях. А тому важливою передумовою формування дієвої політики у цьому напрямі є моніторинг показників, які засвідчують ситуацію у підприємницькому середовищі.



Рис. 2. Напрями реалізації політики розвитку сільського підприємництва

Джерело: власні дослідження.

Основними показниками, які характеризують поточний стан та тенденції розвитку сільського підприємства є: – загальна кількість зареєстрованих (юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців) на сільських територіях суб'єктів господарської діяльності; – кількість підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, одиниць; – кількість найманих працівників сільських підприємницьких формувань, тис. осіб; – фонд оплати праці, тис. грн.; – середньомісячна заробітна плата одного найманого працівника, грн.; – частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу реалізації, %; – питома вага підприємств у обсязі реалізованої продукції за поточний рік; – обсяг реалізованої продукції робіт, послуг, тис. грн.; – операційні витрати на одиницю реалізованої продукції, коп./грн. та ін. Використання зазначених показників, а також моніторинг їх значень дає підстави для визначення характеру змін, які відбуваються в процесі розвитку сільського підприємництва, а також встановити ефективність управління цим процесом.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Підсумовуючи зазначене, необхідно відмітити, що розвиток сільського підприємства, що спрямований на якісні, прогресивні зміни у рівні добробуту сільського населення, економічне зростання сільських територій та економіки країни в цілому, відбувається під впливом ендogenous потенціалу та людського капіталу сільської місцевості з однієї сторони та несприятливих умов просторово-часового середовища функціонування – з іншої. Враховуючи це, а також вагомість сільського підприємства для сталого сільського розвитку через високу адаптивність до змінного соціально-економічного середовища, здатність до ефективного використання наявних локальних ресурсів та нових технологій, забезпечення зайнятості населення з одночасним підвищенням його рівня життя, проблема його розвитку виходить за межі інтересів самих сільських підприємців, знаходить своє відображення в державній політиці економічного розвитку та стає об'єктом управлінської діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. England P. Comparable Worth: Theories and Evidence / P. England // Aldine Transaction, 1992. – 346 p.
2. Теоретико-методологічні засади соціально-економічного розвитку села. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
3. Хакен Г. Синергетика: пер. с англ. / Г. Хакен. – М., 1980.
4. Тарасевич В. М. Экономическая синергетика: концептуальные аспекты / В. М. Тарасевич // Экономика і прогнозування. – 2002. – № 4. – С. 56-71.
5. Смовженко Т. С. Державна політика сприяння розвитку підприємництва / Т. С. Смовженко; НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Л.: ЛБІ НБУ, 2001. – 461 с.
6. Козьміна Я. Ю. Розвиток підприємницької діяльності в сільському господарстві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.07.02 / Я. Ю. Козьміна; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004. – 20 с.

7. Губені Ю. Е. Основи підприємництва та агробізнесу / Ю. Е. Губені. – Львів: Українські технології, 2002. – 256 с.

8. Жигір А. А. Організаційно правові форми підприємництва [Електронний ресурс] / А. А. Жигір // Ефективна економіка. – 2012. – № 2. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

9. Тирпак І. В. Організаційні структури бізнесу: порядок створення і функціонування [Текст]: / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – К.: Кондор, 2011. – 284 с.

10. Ковальов А. І. Економічний розвиток регіону на основі активізації підприємницької діяльності: монографія / А. І. Ковальова. – Одеса: Атлант, 2014. – 178 с.

УДК 338.436.33:631.164.23

СТОЯНОВА-КОВАЛЬ С.С., к.е.н.

м. Умань

СТРАТЕГІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Анотація: Стаття присвячена проблемам стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості в умовах кризових трансформацій агропродовольчої сфери України. Узагальнено основні наукові підходи до стратегічного управління та запропоновано стратегію управління конкурентоспроможністю підприємств харчової промисловості у розрізі окремих її етапів.

Ключові слова: стратегічне управління, харчова промисловість, вплив, ефективність інвестиційної діяльності

Аннотация: Статья раскрывает проблемы стратегического развития предприятий пищевой промышленности в условиях кризисных трансформаций агропродовольственной сферы Украины. Проведено обобщение основных научных подходов стратегического управления и предложена стратегия управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности в разрезе отдельных ее этапов.

Ключевые слова: стратегическое управление, пищевая промышленность, эффективность инвестиционной деятельности

Abstract: Article opens problems of strategic development of the enterprises of the food industry in the conditions of crisis transformations of the agrofood sphere of Ukraine. The author carried out synthesis of the main scientific approaches of strategic management and strategy of management of competitiveness of the enterprises of the food industry in a section of its separate stages is offered.

Key words: strategic management, food industry, effect

Постановка проблеми Моделювання прогнозу сталого розвитку пропонуємо здійснювати на основі запропонованої концепції управління сталим розвитком, а також механізму управління сталим розвитком підприємства. Базовими для моделювання сталого розвитку в роботі визначено важелі рівнів управління і часові періоди. Стратегічне управління сталим розвитком пов'язане насамперед із прогнозом показників, що на нього впливають. У рамках рівнів управління проведені дослідження стосуються топ-менеджменту. Відповідно, моделювати сталий розвиток необхідно в напрямі нижчих рівнів менеджменту, а саме: управління ресурсами, збутом, модернізацією обладнання і товарним асортиментом, власними інвестиціями,

кадрами. При чому стосовно стратегічного рівня управління ми прогнозуватимемо управлінські впливи для перерахованих нами рівнів управління.

Парадигма прогнозування здійснюється на основі логічного ланцюга "прогноз-реакція". Без прогнозу менеджери різних рівнів управління неспроможні реагувати на зміну управлінської діяльності (активність, трансформація). Зміни управлінської діяльності на різних рівнях ієрархії управління підприємством є прогнозом взаємодії внутрішніх та зовнішніх чинників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій: Теорія стратегічного управління з'явилася в науковому дослідженні іноземних науковців в основній середині ХХ ст., і в нинішній період досить масово представлена

в роботах їх нинішніх послідовників, та в роботах українських наукових працівників-практиків: Андрійчука В.Г., Дем'яненка М.Я., Гришової І.Ю., Маліка М.Й., Шабатури Т.С., Крюкової І.О., Кужеля В.В., Красноручького О.О., Лупенка Ю.О., Саблука П.Т., Митяй О.В., Атаманчука Ю.М., Хоми І.Б., Язлюка Б.О. [1–11].

Проте раціонально виділити, що велика частина наукових видань має суто теоретичний характер, не досить пристосовані до стану соціально-економічного розвитку агропродовольчої сфери України, специфічних рис функціонування сільськогосподарських товаровиробників, і не мають практичного впровадження на сучасному українському ринку.

Мета дослідження: узагальнити досвід стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу: На наш погляд, процес сталого розвитку формується вимогами до змін діяльності підприємства і варіантів їх здійснення. Розглянемо варіанти здійснення змін. Ми вважаємо, що варіанти здійснення змін діяльності харчових підприємств необхідно розділити на дві частини: трансформація; перегрупування. Слід врахувати, що трансформація включає в себе дві фази, що відрізняються одна від одної: еволюція, революція. При чому еволюція забезпечує незначні зміни показників, а революція – значні.

У перегрупуванні ми пропонуємо також розглядати дві фази, що відрізняються одна від одної: адаптація, реконструкція. При чому адаптація передбачає відсутність фундаментальних змін показників, що реалізуються повільно та поетапно. Реконструкція – здійснює більш рішучі зміни, ніж у варіанті адаптації, часто є вимушеною зміною конкурентного середовища.

Враховуючи розбіжності, що виникають у період переходу від одного сталого стану в інший, механізм управління сталим розвитком підприємства в ці періоди має відповідати вимогам: процес змін показників сталого розвитку має відбуватися резонансно до їхнього регулювання і забезпечити максимально швидкий перехід між фазами розвитку; зміни мають відбуватися своєчасно, несвоєчасні зміни можуть вийти з під контроль і викликати необоротні зміни; зміни мають враховувати зворотні зв'язки між показниками, в протилежному випадку будуть виникати швидкі зміни інших показників.

Принципово важливо розрізняти прогноз часткових і радикальних змін показників зовнішнього та внутрішнього впливів. Перші базуються на фактичних значеннях цих показників. Під час часткових перетворень домінує практична придатність фактичних значень показників, яка не потребує активних управлінських впливів на різних рівнях ієрархії управління. Радикальні зміни бувають прогнозом різких змін значень показників на наступний період, і для цього необхідні тривалі активні управлінські дії на різних рівнях ієрархії.

Значні радикальні зміни доцільні для врахування прогнозних показників та досягнення ефективності механізму управління сталим розвитком підприємства. В той же час, зростання ступеня радикальності призводить одночасно і до зростання опору змінам із сторони персоналу, що є негативним чинником. Радикальність змін управлінських впливів на різних рівнях управління залежить від надійності прогнозу внутрішніх та зовнішніх показників, що визначають сталий розвиток. Ми пропонуємо ввести три рівні ранжування значень прогнозу змін показників, які найбільш суттєво впливають на сталий розвиток: малорадикальні, середньорадикальні, високорадикальні.

Відповідно до вказаних рівнів ранжування прогнозу показників ми пропонуємо різні рівні управлінських впливів: незначні, середні, радикальні.

Залежність рівнів управлінських впливів від розгалуження прогнозу показників графічно відображено на рис. 1. По осі абсцис нами визначено три інтервали прогнозу змін показників, що впливають на вибір рівня управлінського впливу: незначних змін, середніх змін, радикальних змін.

По осі ординат нами визначено три інтервали інтенсивності управлінських

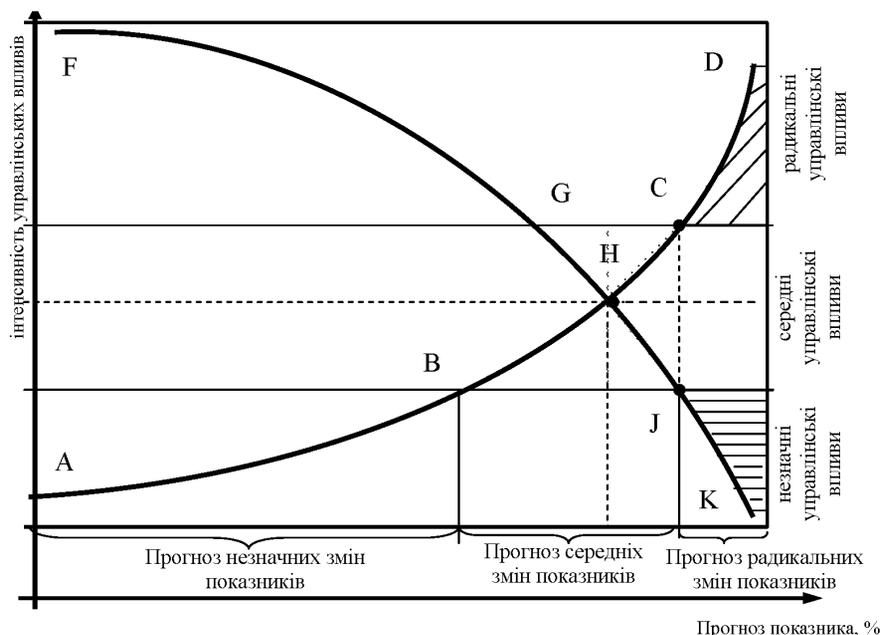


Рис. 1. Вплив зміни прогнозу показників на інтенсивність управління

ких впливів, а саме: незначна інтенсивність, середня інтенсивність, радикальна інтенсивність. Найвищу радикальну інтенсивність управлінських впливів приймемо за одиницю, середню інтенсивність визначимо на рівні 0,56 і незначну інтенсивність – 0,25. Різні інтервали інтенсивності на рисунку 5.2 заштриховані різними штрихами. Крива 1 на рисунку 1. відображає зміну залежності інтенсивності управлінських впливів від прогнозу змін показників з'єднуючи точки А → В → Н → С → D (рух прогнозу показника від незначних змін до середніх, а потім до радикальних). Крива 2 є дзеркальним відображенням кривої 1. З'єднує точки F → G → Н → J → K і означає зміну прогнозу показника в зворотному до кривої 1 напрямку, а саме від радикальних змін до середніх, і закінчується незначними змінами.

У рамках дослідження практичну цінність становлять визначення меж вказаних інтервалів окремо для кожного з показників, а саме: виручки від реалізації, доходу, загальних витрат, виробничих витрат, операційних витрат, витрат на збут, витрат на модернізацію, інвестиційну привабливість, ціни, заощаджень. Результати досліджень наведено в таблиці 1.

За даними таблиці 1 ми зобразили графічно значення доходу залежно від інтенсивності управління (рис. 2).

За даними наведеними у таблиці 2 ми бачимо, що найбільший вплив за управлінським рішенням мають: дохід, виручка від реалізації, ціна. Найнижчий вплив надають заощадження покупців та витрати (ті, які направлені на покращення устаткування та підсумкові). Інші показники мають середній вплив.

Ми розробили механізм, за допомогою якого зможемо виокремити управлінські рішення, які викликають одноразові зміни значення сталого розвитку підприємства; дискретні зміни, а також систематичні зміни. Так, під одиничними варто розуміти такі зміни, часовий лаг між якими є більшим за доступний для господарського суб'єкта горизонт розробки планів. Підприємство має реагувати на такі зміни тільки один раз. Як само реагувати можемо визначити за допомогою методів – проектного менеджменту або програмно-цільового.

Дискретність передбачає наявність деякого проміжку часу між не взаємозв'язаними змінами, реагуючи на які, підприємство може послідовно зосереджувати свою увагу з однієї події на іншу. В даному випадку для управління зручно використовувати спеціальну робочу групу або проект, учасники яких, вирішивши одну задачу, переключалися б на рішення наступної. Дискретні рішення ми відносимо до прогнозу середніх змін показників.

Систематичні зміни, що виникають без тимчасових проміжків і навіть накладаються одна на одну, найчастіше бувають зв'язані між собою. Поява одного з них неодмінно викликає нові зміни і призводить до зростання ступеня радикальності подальших змін. Одночасно з цим знижуватиметься готовність

Таблиця 1.

Фактори, які впливають на сталий розвиток ПАТ “Янтар” Одеської області

Показник	Зміни		
	Незначні	Середні	Радикальні
Виручка від реалізації	0,7248	1,0872	1,208
Дохід	0,6828	1,0242	1,138
Загальні витрати	3,894	5,841	6,49
Виробничі витрати	3,7488	5,6232	6,248
Операційні витрати	1,6662	1,9593	2,777
Витрати на збут	1,3722	2,0538	2,287
Витрати на модернізацію	5,0472	7,5708	8,412
Інвестиційна привабливість	3,4038	5,1057	5,673
Ціна	1,332	1,998	2,22
Заощадження	3,9216	5,8824	6,536

підприємства до проведення змін. Така ситуація потребує від підприємства розроблення єдиної злагодженої стратегії, що дає змогу ефективно реагувати на всю сукупність зовнішніх процесів у реальному масштабі часу. До систематичних змін відносимо інтервал прогнозу радикальних змін показників.

У будь-якому випадку, незалежно від систематичності, розроблення стратегії сталого розвитку потребує виконання умови відповідності мінімально допустимої величини межі планування періоду розроблення і впровадження всіх необхідних технічних та організаційних нововведень. Тобто, підприємство має розробити і впровадити раціональну програму проведення змін до того, як невиконання умови переходу в наступний сталий стан почне впливати на результати господарської діяльності.

У будь-якому випадку, незалежно від радикальності змін і жорсткості вибраних методів управління, підприємство, яке впроваджує зміни, очікує зниження ефективності на першому етапі перетворень, коли попередні технології припиняють використовувати, а нові застосовують неповністю. На початку перетворень навантаження на менеджерів зростає, а результативність знижується, і лише на певному етапі спостерігається стале зростання ефективності.

Тому важливим рішенням стосовно термінів змін є вибір моменту початку впровадження. Поспішність, як і повільність, можуть загубити проект незалежно від ступеня його опрацювання. Непродумане рішення приводить до негативного ставлення персоналу підприємства до розробленої стратегії розвитку, викликає зростання його опору змінам. Саме тому повторно здійснювати зміни значно складніше, ніж уперше.

Крім того, детальне, опрацювання плану з управління розвитком складне з ряду причин. По-перше, провести зміни в повному обсязі неможливо, оскільки нове ґрунтується на старому і змінює його поступово. Постійні зміни ринкових умов призводять до того, що детально розроблений план уже через

місяць необхідно суттєво корегувати. По-друге, під час розроблення у персоналі формується готовність до змін, яка змінюється байдужістю, якщо виконання плану відкладається. Тобто затягнуті рішення також призводять до зростання опору змінам. Починати впровадження змін слід тоді, коли вирішені всі принципові питання. По-третє, в більшості випадків зміни за своєю природою є нелінійними. Це створює труднощі щодо визначення періоду їх початку, відповідно й зменшує можливості для планування сталого розвитку.

Разом із тим, для ефективного здійснення змін тільки розроблення програми трансформації недостатньо. Необхідно забезпечити узгодження показників результативності для кожного ієрархічного рівня управління підприємством.

Таблиця 2.

Ранжування впливу управлінських рішень на показник сталого розвитку

Показник	Рівень управлінських впливів
Виручка від реалізації	2
Дохід	1
Загальні витрати	8
Виробничі витрати	7
Операційні витрати	5
Витрати на збут	4
Витрати на модернізацію	10
Інвестиційна привабливість	6
Ціна	3
Заощадження	9

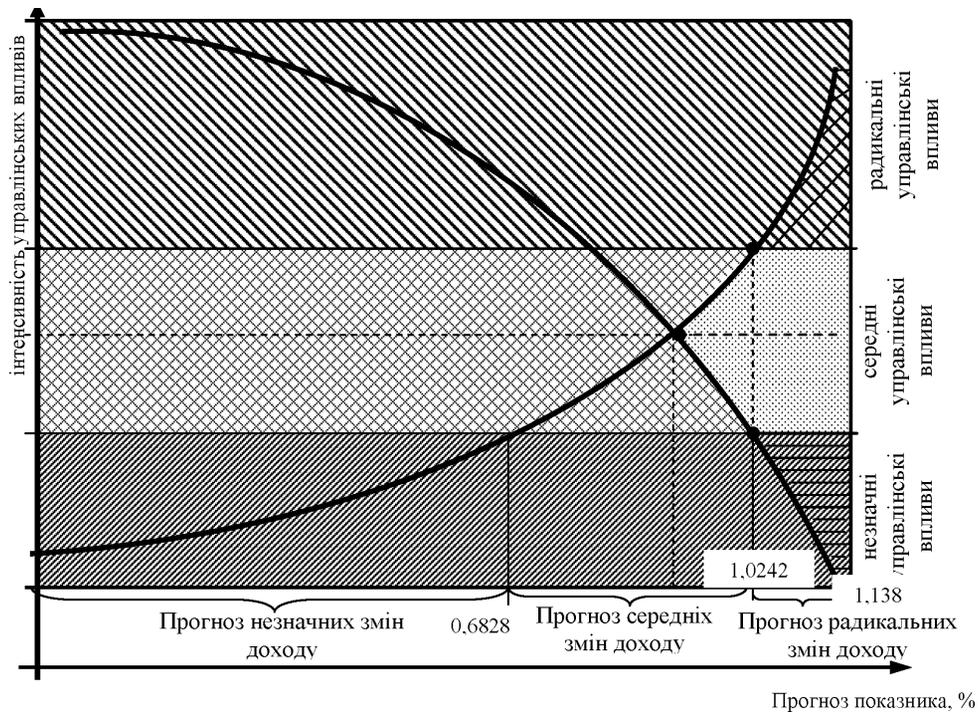


Рис. 2. Графічно значення доходу залежно від інтенсивності управління ПАТ "Янтар" Одеської області

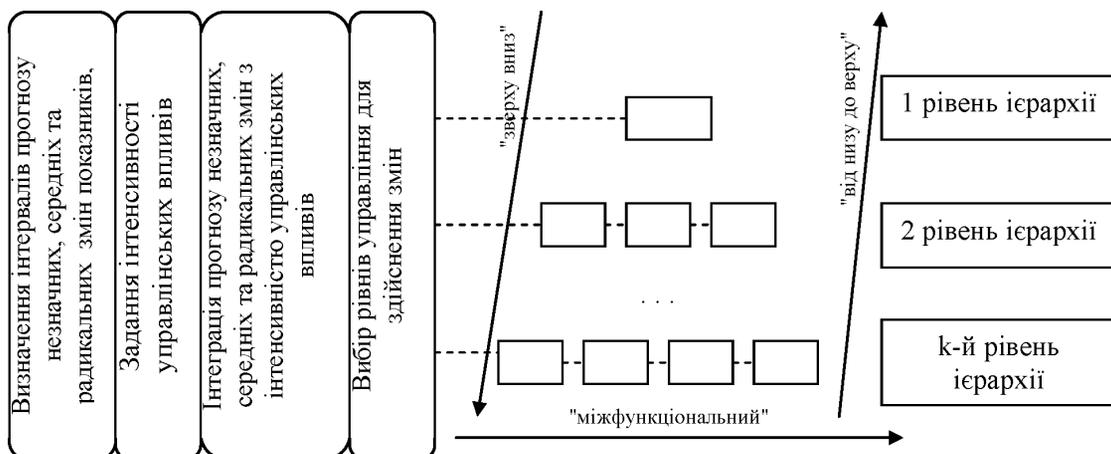


Рис. 3. Інтеграція підходів для здійснення управлінських впливів

При виборі типу управління харчових підприємств “зверху вниз” найбільший вплив на ефективність роботи механізму управління надається директорові підприємства, і при зменшенні рівнів управління зменшується ефективність роботи механізму управління. При виборі типу управління “від низу до верху” передбачають участь працівників підприємства у вирішенні питань підвищення ефективності механізму управління сталим розвитком підприємства.

На наш погляд, діалектичне поєднання цих двох типів управління у “міжфункціональному” сприятиме найбільш ефективній роботі ключових важелів механізму управління сталим розвитком підприємства.

Темп і порядок змін вибирає керівництво підприємства залежно від ситуації. Враховуючи сутність змін, їх необхідно здійснювати частинами, оскільки ефективність незначних, але часто здійснюваних змін перевищує ефективність радикальних змін. На наш погляд, здійснювати зміни частинами необхідно в межах сталого розвитку, до виконання умови, коли період наближення до сталого стану дорівнює нулю. Такі зміни сприймаються, не як мета, а як практична діяльність. Механізм управління сталим розвитком має забезпечувати покращення всіх процесів, а не покрокові дії між періодами сталості. На нашу думку, найбільш ефективною є стратегія поетапних перетворень, яка передбачає здійснення найбільш доступних перетворень, що дозволять наблизитися до переходу між станами без значних протидій, а також удосконалити тактику управління сталим розвитком.

Методи управління сталим розвитком стосуються прикладних (запобігання порушення сталого розвитку, обмеження його різкої зміни), функціональних (темп та порядок здійснення змін) і технологічних підходів до здійснення змін (які непрямо виражені у зміні структури витрат).

Метод управління на основі збереження існуючої стратегії розвитку передбачає відсутність потреби змін у майбутньому щодо результатів управління (значення керованого показника). Проте це не означає, що не потребують зміни керуючі величини (показники управління сталим розвитком), адже підприємство розвивається в умовах зміни внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на нього.

Розроблені методи управління сталим розвитком дають змогу виробити рекомендації щодо підвищення ефективності управління підприємством на основі показників, які впливають на управління сталим розвитком за фактом. Разом із тим, не вирішене питання прогнозу сталого розвитку підприємства на майбутній період. Для механізму управління сталим розвитком підприємства модель прогнозування показників, що впливають на сталий розвиток – це шлях його вдосконалення та інструмент щоденного (щоквартального, щорічного) управління.

Одним із класичних методів прогнозування сталого розвитку є апроксимація функції його залежності

від факторів впливу до лінійної або нелінійної функції відомого виду на основі статистичних даних показників за попередні періоди.

Нами виведено залежність управління сталим розвитком від наступних показників: виручки від реалізації (*BP*); доходу (*Д*); загальних витрат (*ЗВ*); виробничих витрат (*ВВ*); операційних витрат (*ОВ*); витрат на збут (*ВЗ*); витрат на модернізацію (*ВМ*); інвестиційної привабливості (*ІП*); ціни (*Ц*); заощаджень (*З*) за фактичними даними.

Для прогнозу сталого розвитку визначаємо функціональну залежність від цих показників:

$$CP=f(BP, Д, ЗВ, ВВ, ОВ, ВЗ, ВМ, ІП, Ц, З). \quad (5.17)$$

Якщо припустити, що ця функція лінійна, то очевидно, що прогноз сталого розвитку зводиться до знаходження невідомих параметрів лінійної функції:

$$CP=a_0+a_1xBP+a_2Д+a_3ЗВ+a_4ВВ+a_5ОВ+a_6ВЗ+a_7ВМ+a_8ІП+a_9Ц+a_{10}З.$$

Невідомі параметри a_0, a_1, \dots, a_{10} знаходять на основі системи нормальних рівнянь для пошуку невідомих параметрів лінійної моделі з пояснюючими змінними.

Щоб розв’язати цю систему нормальних рівнянь і отримати значення невідомих параметрів a_0, a_1, \dots, a_{10} для надійного прогнозу сталого розвитку підприємства необхідні статистичні значення показників: *BP, Д, ЗВ, ВВ, ОВ, ВЗ, ВМ, ІП, Ц, З* за 55 років. Оскільки незалежність України існує 20 років, статистичні значення показників за 55 років зібрати неможливо. Тому в практичній діяльності таке моделювання прогнозу сталого розвитку не може бути використане.

Ми пропонуємо моделювати прогноз сталого розвитку підприємства на іншій методичній основі, суть якої полягає в наступному:

1) проводимо перегрупування фактичних значень із 2005 до 2013 року з перерахунком мінімального і максимального значень кожного з показників за формулою:

$$P_k^{перегрупуван} = (P_k - \bar{P}) \left(\frac{\delta}{P_{\max} - P_{\min}} \right) + \bar{P}; k = 1, \dots, m \quad (5.18)$$

де $P_k^{перегрупуван}$ – перегруповане значення показників, що впливають на сталий розвиток;

\bar{P} – середнє значення показників;

δ – середньоквадратичне відхилення показників;

2) на основі перегрупованих даних вибираємо “нове” значення показника як прогноз максимального та мінімального значень на майбутній період;

3) різниця між максимальним та мінімальним значенням перегрупованих даних – діапазон зміни прогнозованого показника за якого буде забезпечений сталий розвиток на майбутній період.

Перерахунок здійснюємо із тієї причини, що мінімальне і максимальне значення суттєво впливають на прогноз, а саме зменшують значення прогнозу на основі даних із урахуванням P_{\min} і збільшення – P_{\max} .

Наведемо приклад розрахунку прогнозу сталого розвитку для ПАТ "Янтар" на 2013 р. Такий розрахунок проведено для визначення діапазону змін показників, що забезпечують надійний прогноз сталого розвитку. Прогноз показників ПАТ "Янтар" подано в таблиці 5.10.

Для показника "Виручка від реалізації" проводимо розрахунки згідно з наступним алгоритмом:

1. Перегрупування фактичних значень за 2005–2013 рр.:

$$BP_k^{перегрупув} = (BP_k - \overline{BP}) \cdot \left(\frac{\delta}{BP_{\max} - BP_{\min}} \right) + \overline{BP}, k = 1, \dots, 5.$$

2. Вибір "нового" значення показника на основі першого пункту алгоритму.

Максимальне значення показника "Виручка від реалізації" за фактом становить 1,842. Разом із тим, максимальне значення виручки від реалізації перегруповане дорівнює 1,619.

Мінімальне значення цього показника за фактом – 1,194, а мінімальне перегруповане – 1,402.

Максимальне та мінімальне значення перегрупованого показника "Виручка від реалізації" є базою для верхньої (BM_{BP}) та нижньої (HM_{BP}) меж, що забезпечує прогноз сталого розвитку на 2013 рік. При цьому діапазон змін сталого розвитку забезпечується Δ_{BP}^{CP} в межах:

$$\Delta_{BP}^{CP} = BM_{BP} - HM_{BP} = 1,619 - 1,402 = 0,216.$$

Таким чином, ми отримали діапазон зміни показника "Виручка від реалізації", при якому забезпечується прогноз сталого розвитку на рівні довіри $P=0,96$.

Висновки: Вище приведений аналіз декількох підприємств дав змогу визначити залежності між показниками та як саме вони впливають на показник сталого розвитку підприємства. Ми запропонували методи та інструменти управління сталим розвитком залежно від часу. Тобто розробили модель управління сталим розвитком на підприємстві. На прикладі цієї моделі також можемо розглянути як впливають управлінські рішення на кожний рівень сталого розвитку підприємства. Головною проблемою цієї моделі є наявність та повнота інформації. Отже, потрібно наладити на підприємстві збір та обробку необхідної інформації.

В умовах постійних змін факторів підприємство вибирає свій шлях: або реагувати і враховувати зміни, котрі відбуваються в зовнішньому середовищі, й пристосовуватися до них, або не йти назустріч змінам та ігнорувати їх, що зрештою призведе до банкрутства підприємства. Сучасні підприємства вибирають шлях нововведень, тому використовують у плануванні своєї майбутньої діяльності моделі управління змінами. Але більшість із сучасних моделей процесу змін є або загальними, концептуальними за суттю (що значною мірою зменшує їхню практичну значущість), або відображають лише частину того, що необхідно для здійснення змін (концентруються лише на підприємницьких та організаційних питаннях).

Таблиця 3.

Прогноз діапазону зміни показників ПАТ "Янтар" на основі перегрупованих даних за 2005–2012 рр.

Показник	Роки (XXI ст.)						Верхня межа	Нижня межа	Прогноз
	06	09	10	11	12	13			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Виручка від реалізації (BP), млн.грн. (за фактом)	1,682	1,842	1,448	1,194	1,321	1,553	1,619	1,402	0,216
Виручка від реалізації, млн.грн. $\tilde{BP}_{перегруповане}$	1,565	1,619	1,487	1,402	1,445	1,522			
Дохід (Д), млн.грн. (за фактом)	0,468	0,488	0,184	0,150	0,350	0,227	0,381	0,248	0,133
Дохід, млн.грн. $\tilde{D}_{перегруповане}$	0,373	0,381	0,261	0,248	0,326	0,278			
Загальні витрати (ЗВ), млн.грн. (за фактом)	1,234	1,548	1,020	0,993	1,287	1,050	1,315	1,120	0,194
Загальні витрати, млн.грн. $\tilde{ZB}_{перегруповане}$	1,205	1,315	1,130	1,120	1,223	1,140			
Виробничі витрати (ВВ), млн.грн. (за фактом)	0,176	0,197	0,142	0,12	0,128	0,102	0,162	0,130	0,033
Виробничі витрати, млн.грн. $\tilde{VB}_{перегруповане}$	0,155	0,162	0,143	0,136	0,139	0,130			
Операційні витрати (ОВ), млн.грн. (за фактом)	0,642	0,695	0,251	0,143	0,174	0,165	0,492	0,260	0,232
Операційні витрати, млн.грн. $\tilde{OB}_{перегруповане}$	0,470	0,492	0,306	0,260	0,273	0,269			

Продовження табл. 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Витрати на збут (ВЗ), млн.грн. (за фактом)	0,043	0,045	0,032	0,025	0,014	0,013	0,035	0,022	0,013
Витрати на збут, млн.грн. $\tilde{BЗ}$ <i>перегрупуване</i>	0,034	0,035	0,030	0,027	0,023	0,022			
Витрати на модернізацію (ВМ), млн.грн. (за фактом)	0,045	0,061	0,082	0,070	0,059	0,055	0,068	0,057	0,012
Витрати на модернізацію, млн.грн. $\tilde{BМ}$ <i>перегрупуване</i>	0,057	0,062	0,068	0,065	0,061	0,060			
Інвестиційна привабливість (ІП), млн.грн. (по факту)	0,120	0,110	0,123	0,091	0,098	0,102	0,113	0,101	0,012
Інвестиційна привабливість, млн.грн. $\tilde{ІП}$ <i>перегрупуване</i>	0,112	0,108	0,113	0,101	0,104	0,105			
Ціна (Ц), млн.грн. (за фактом)	2,700	3,200	3,900	4,700	5,900	6,100	5,050	3,771	1,279
Ціна, млн.грн. $\tilde{Ц}$ <i>перегрупуване</i>	3,771	3,959	4,222	4,523	4,974	5,050			
Заощадження (З), млн.грн. (по факту)	0,840	0,900	13,00	1,200	1,400	1,500	6,721	2,305	4,416
Заощадження, млн.грн. $\tilde{З}$ <i>перегрупуване</i>	2,305	2,327	6,721	2,435	2,508	2,544			

ЛІТЕРАТУРА

1. Kuzhel V. The theoretical basis of investment support of the development of the enterprises of agro food sphere. / V. Kuzhel// Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Науковий збірник. Серія “Економічні науки”. – 2014. – № 1(72). – С. 144-149

1. Хома І.Б. Методологіческие основы формирования стратегий повышения конкурентоспособности предприятия /І.Б. Хома // Стратегическое планирование развития городов и регионов. IV Международная научно-практическая конференция. Сборник научных трудов. – 2014. – Ч.1. – С. 48–53.

2. Шабатура Т.С. Особенности реализации экономического потенциала пищевых предприятий в контексте формирования продовольственной безопасности / В.В. Кужель, Т.С. Шабатура //Вектор науки. Научный журнал. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 2(17). – С. 55–57.

4. Гришова И.Ю. Стратегическое развитие предприятий агропродовольственной сферы в контексте социальной ответственности бизнеса./ И.Ю. Гришова, В.В.Сафонов// Стратегическое планирование развития городов и регионов. Памяти первого ректора ТГУ С.Ф. Жилкина: IV Международная научно-практическая конференция (Тольятти, 30 июня 2014 года): сборник научных трудов: в 2 ч. / отв. ред. Ю.А. Анисимова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2014. – Ч. 1. – С. 27–32.

5.Гришова И.Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых

потоков./ И.Ю. Гришова// Азимут научных исследований: экономика и управление. – Россия. – 2012. – № 1. – С. 22–24

6. Гришова І.Ю. Теоретичні засади фінансового забезпечення стратегічних рішень / І.Ю. Гришова // Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”: Збірник наукових праць, Луцький національний технічний університет. – Луцьк, 2010. – Випуск 7. Частина I. – С. 267–275.

7. Kryukova I.A. The modern state of the food safety of Ukraine / I.A. Kryukova, Yu. V. Tanasychuk. – Intuitional framework of the economy functioning in conditions of transformation: Collection of scientific articles. – Vol.1. – Deutschland, 2014. – P. 40–43

8. Kryukova I. A., Zamlynskiy V. A., Galickiy A. N. Scientific and methodical aspects of the formation of modern financial architecture for the enterprise. “Science progress in European countries: new concepts and modern solutions”. March 28, 2013. – Stuttgart, Germany. – Volume 3. – P. 29–32).

9. Митяй О.В. Особливості формування і оцінки конкурентоспроможності в аграрній сфері /О.В. Митяй // “Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія “Економічні науки” – 2014.– № 4.– С. 12–19.

10 Митяй О.В. Стратегічні напрями і проблеми інвестиційної привабливості та рівня інноваційного розвитку суб’єктів господарювання АПК /О.В. Митяй // Економіка харчової промисловості. – 2014.– № 3.– С. 66–71

11 Kirichenko N. Methodology of efficiency determination of introduction the innovations in activity agrarian enterprises / /British Journal of Science Education and Culture, №1.(5) (January–June). Volume IV. “London University Press”. London, 2014. – P. 427–432

УДК 336.77

ТЮТЮННИК О. В., к. е. н.,
м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ПЕРІОД СТАНОВЛЕННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Анотація. В статті визначено та узагальнено в хронологічному порядку особливості кредитної політики в аграрному секторі економіки України в період становлення ринкових відносин.

Ключові слова: банк, кредит, кредитоспроможність, борг, позика

Аннотация. В статье определено и упорядочено в хронологическом порядке особенности кредитной политики в аграрном секторе Украины в период установления рыночных отношений.

Ключевые слова: банк, кредит, долг, кредитосостоятельность,

Abstract. In the article certainly and generalized in the chronological order of feature of credit politics in the agrarian sector of economy of Ukraine in the period of becoming of market relations.

Key words: bank, credit, solvency, debt, loan

Аналіз останніх публікацій свідчить про підвищену увагу науковців до опрацювання наукових та прикладних аспектів окресленої проблематики.

Метою дослідження є визначено та узагальнено особливості кредитної політики в аграрному секторі економіки України в період становлення ринкових відносин.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування.

Потреба в отриманні кредиту, виникла через розв'язок економічних відносин між людьми. Незважаючи на спільні риси розвитку економічного середовища, кожна країна мала свої відмінності в цьому процесі. Тому вважаємо за необхідне спочатку визначити етапи розвитку кредитної діяльності в Україні як основу дослідження еволюції наукової думки щодо регулювання кредитної діяльності банку. Основні етапи розвитку кредитної діяльності в Україні слід формулювати, на наш погляд, згідно з періодами незалежності України. Тобто:

- етап зародження врегулювання кредитної діяльності – період до Київської Русі (до IX ст.);
- етап формування регулювання кредитної діяльності банку – Київська Русь (IX – середина XIV ст.);
- етап помірного розвитку регулювання кредитної діяльності банку – Гетьманщина (середина XVII – середина XVIII ст.);
- етап помітного розвитку регулювання кредитної діяльності банку – після здобуття Україною незалежності (з 1991 р. до сьогодні).

Вивчення основних етапів розвитку кредитної діяльності в Україні дало можливість визначити ступінь регулювання та його наслідки для кожного історичного етапу (табл. 1).

Особливості формуванням кредитної політики в сільському господарстві в період становлення ринкової економіки зумовлені, насамперед способами розв'язання проблеми співвідношення державного регулювання і ринкового саморегулювання.

В рамках неокласичного напряму існує вкрай ліберальна позиція із приводу комбінації заходів державної підтримки (у тому числі кредитної) і державного регулювання із проведенням ринкових реформ у сільському господарстві. Особливістю цього підходу є те, що він передбачає скорочення державного регулювання аграрної сфери, що обґрунтовується важким тягарем бюджетних витрат на підтримку неплатоспроможних сільгоспвиробників. Передбачається також, що економічні й соціальні труднощі не повинні призвести до соціального вибуху (підхід має радикально-революційний характер). З іншого боку, існує протилежний і альтернативний підхід, спрямований на послідовний розвиток ринкових відносин, еволюційний хід перетворень, що доповнюється державним науково обґрунтованим економічним і правовим регулюванням аграрної сфери (у тому числі, у частині підтримки сільгоспвиробників).

Серед першочергових заходів пропонуються: заходи щодо підтримки доходів сільгоспвиробників, наприклад, шляхом посилення державного регулювання цін, субсидування придбання матеріальних ресурсів, розвиток пільгового кредиту для сільгоспвиробників, реструктуризація частини боргів бюджету й позабюджетним фондам, сприяння держави інвестуванню в сільське господарство, розвитку консультування, підвищенню кваліфікації менеджерів і фахівців тощо. При цьому як пріоритет обирається довгостроковий темп розвитку вітчизняного сільського господарства й аграрного сектора, поетапне введення нових інститутів з урахуванням необхідного часу на адаптацію й можливого тимчасового негативного впливу на економіку й соціальну сферу, при відносно низьких економічних і соціальних втратах у процесі реформування.

Розглянуті підходи (протилежні й найбільш загальні, але аж ніяк не єдині через те, що практично вони зустрічаються не окремо, а як певна комбінація

характеристик) дають змогу визначити особливості кредитної політики, що проводиться в аграрній сфері в період становлення ринкових відносин.

Цілком очевидно, що для вкрай ліберального підходу характерна тверда система бюджетних обмежень, слабка кредитна політика, яка неадекватна потребам галузі. Другий підхід передбачає наявність спеціальних інститутів, що функціонують при активній державній підтримці для пом'якшення у довгостроковому періоді жорсткості бюджетних обмежень, що погіршують становище сільгоспвиробника.

На старті аграрної реформи доцільною виявилася вкрай ліберальна позиція, необхідність швидкої реалізації якої (незважаючи на великі витрати у виробництві й соціальній сфері) обґрунтовувалася й виправдовувалася розв'язанням завдання руйнування адміністративно-командної, ресурсорозпорошуючої “соціалістичної” системи сільського господарства, що породила безініціативну малопродуктивну працю й аграрну кризу. Колишні колгоспи й радгоспи були спішно реорганізовані, земля й інше майно розподілені на частки [1, с. 87].

Як було відзначено вище, український сільгоспвиробник незалежно від своєї організаційно-господарської форми, спеціалізації й місця розташування з початком радикальних економічних реформ зіштовхнувся із проблемою відсутності зовнішніх джерел фінансових ресурсів, у тому числі наданих на поворотній основі.

На першому етапі забезпечення сільського господарства позиковими засобами на пільгових умовах передбачало кредитування його за допомогою банківських позик під 28% річних з відшкодуванням з бюджету різниці між існуючими в дійсності й пільговими відсотковими платежами.

Хоча цей кредит і розміщався через уповноважені банки, але реальний його розподіл по позичальниках здійснювали управління сільського господарства на місцях. Єдине на той момент джерело кредиту для сільгоспвиробника стало важелем стримування ринкових відносин, структурної перебудови та зростання альтернативних каналів збуту.

Уповноважені банки одержували свою маржу щомісячно, а основний борг і відсотки по ньому сплачувалися після закінчення сільськогосподарського року. В таких умовах банк, як і раніше, здійснював суто касову операцію й не був зацікавлений у поверненні боргів. Кредитна політика банку не враховувала необхідність завершення кругообігу руху позиченої вартості, ігноруючи стадію повернення кредиту. Однак зацікавленість банків брати участь у процесі розподілу даних засобів мала дві підстави. По-перше, це були переважно банки, орієнтовані на сільськогосподарських позичальників і в більшості випадків обмежені у виборі клієнтури. Отримані централізовані кредити були для них основним джерелом кредитних ресурсів. По-друге, отримуючи державні фінансові ресурси для кредитування села, банки мали можливість

Таблиця 1.

Етапи історичного розвитку регулювання кредитної діяльності в Україні

Період	Характерні ознаки регулювання кредитної діяльності	Наслідки регулювання
До Київської Русі	Стихийний розвиток: – боргові розписки (векселі); – рабство за борги;	Відносний захист громадян
Київська Русь	Часткове регулювання: – боргові розписки (векселі); – договір про кредит укладався при свідках, показання свідків при стягненні; – диференціація відсотку за кредит залежно від терміну надання, граничний розмір; – можливість відстрочки повернення кредиту; – черговість задоволення вимог кредиторів; – правила застави рухомого та нерухомого майна.	Значне поширення використання кредиту серед громадян для розвитку дрібного виробництва та купецтва
Гетьманщина	Посилене регулювання: – боргові розписки (векселі); – норми позик для різних майнових груп; – інститут банкрутства; – офіційний рівень відсотку за кредит; – цільовий характер кредиту.	Дотримання принципів кредитування: терміновості, поворотності, забезпеченості, платності, цільової направленості
Радянській період	Жорстке регулювання: – обмежене внутрішньогосподарське маневрування фінансовими ресурсами; – видача необґрунтованих позик; – пролонгація чи пряме списання заборгованості для підтримки безперебійного платіжного обігу	Заперечення регулюючої функції кредиту, кредит став одним із джерел інфляції в країні
Період незалежності України	Жорстке регулювання: – переважає зовнішня складова регулювання; – обмеження щодо споживачів кредитних послуг; – значна кількість економічних нормативів.	Велика частка неповернених кредитів; формування законодавчих норм у відповідності до міжнародних вимог

короткостроково використовувати їх на більш прибуткових грошових ринках, що важко піддавалося контролю й було вкрай вигідно в умовах високої інфляції [2, с. 67].

Цілком очевидно, що в цей період були відсутні інституціональні основи, що забезпечують формування механізмів кредитування галузі й спеціалізованої системи сільськогосподарського кредиту.

Наприкінці 1993 р. усі види пільгового кредиту були скасовані. Однак описаний вище кредит був пільговим не тільки за відсотками, а й за строками погашення. Він видавався майже на рік, тоді як середні строки короткострокових позик по країні становили в 6 разів меншу величину. Було скасовано тільки субсидування відсоткової ставки. Таким чином, централізований пільговий кредит зберігся й в 1994 р., але вже під відсоток, що дорівнював обліковій ставці НБУ.

Окремі заходи щодо кредитування зазнали кілька змін і в способах їх реалізації. Хоча основні функції розподілу виділених засобів, як і раніше, здійснювали чиновники, уповноваженим банкам дано було право відмовляти неплатоспроможним (на їхню думку) господарствам. Крім того, при видачі сезонних кредитів банки стали вимагати застави, які в більшості являли собою худобу й сільськогосподарську техніку. Цілком очевидно, що основні недоліки не були усунені при новому порядку, тому що збереглися недоліки централізованого кредиту, за деякими винятками. Банки, як і раніше, виконували функцію розподілу коштів державного бюджету, без реальної майнової відповідальності, а кредити не стимулювали розвиток галузі.

До 1994 р. реорганізація колгоспів і радгоспів була практично завершена: підприємства одержали господарську самостійність, хоча й у вкрай складних економічних обставинах, почали поступово усвідомлювати відповідальність за власні управлінські рішення. Однією із проблем сільгоспідприємств до того моменту стала прострочена заборгованість.

У кінці 1994 – на початку 1995 р. були ухвалені рішення, що пролонгували заборгованість по централізованих боргах 1992-1994 рр. Ця сума була віднесена на державний борг. Безумовно, такі заходи, як пролонгація й списання простроченої заборгованості сільгоспідприємств, свідчать про пом'якшення для них бюджетних обмежень. Проте стосовно розглянутого періоду можна зробити висновок про формальний характер послаблення. Більшість сільгоспвиробників не мали прибутку, що явно свідчить про надмірну жорсткість бюджетних обмежень, і саме цим визначається зростання нових боргів. Рідке застосування процедури банкрутства лише частково пом'якшує явно надмірну апіорну твердість бюджетних обмежень сільгоспідприємств, але не в змозі суттєво її змінити. Більше того, нагромадження боргів більшістю підприємств призвело до зростанню пені, до арешту банківських рахунків, тобто до ще більшої жорсткості бюджетних обмежень [3, с. 176].

Іншою формою політики централізованого сезонного кредиту для аграрного сектора став так званий "товарний кредит". Навесні 1995 р. бюджетна ситуація в країні не давала змоги виділяти сільгоспвиробникам державні кредити для посівних робіт, а власних коштів у села не було. Міністерством фінансів була розроблена схема товарного кредитування сільського господарства. Нафтовим компаніям було запропоновано поставити сільгоспвиробникам ГСМ у порядку погашення їх заборгованості перед державним бюджетом. Сільське господарство одержувало, таким чином, основний ресурс й зобов'язувалося сплатити борг перед бюджетом наприкінці сезону. Таким чином, виходив своєрідний безвідсотковий кредит аграрному сектору за рахунок дохідної частини державного бюджету.

Однак і в цьому випадку інституціональних основ функціонування кредитного механізму, що давали можливість підтримати товаровиробника, створено не було.

Товарний кредит у тому вигляді, у якому він був прийнятий, є неявною, тобто не відображеною у явному вигляді у видатковій частині бюджету субсидією аграрному сектору. За 1995 р. загальний обсяг витрат на АПК, передбачених в аграрному бюджеті, майже дорівнює субсидіям з дохідної частини, тобто товарному кредиту. Практика товарного кредитування відновилася й в 1996 р.

Проте бюджетні субсидії й у цьому випадку не сприяли пом'якшенню жорстких бюджетних обмежень у сільському господарстві. Як і в попередні роки, підприємства були збитковими, мали більші суми простроченої заборгованості, функціонували, таким чином, на межі виживання. Якщо підприємства не очікують додаткової допомоги від держави (насамперед у механізмах фінансування) при погіршенні фінансового становища, то субсидії стають інструментом, за допомогою якого ціна реалізації доводиться до рівня суспільної корисності [4, с. 67].

Авансування закупівель і товарний кредит обмежували маневреність господарств у використанні отриманих ресурсів у складних умовах господарської діяльності. Крім того, за встановленими правилами ці кредити повинні були надаватися при нестачі в господарств власних засобів, але механізм дотримання такої умови й врахування загального фінансового стану підприємств був відсутній, що призводило до зловживань.

З 2000 р. відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України "Про додаткові заходи з кредитування комплексу сільськогосподарських робіт" від 25 лютого 2000р. № 398 був запроваджений механізм часткової компенсації відсоткової ставки за кредити комерційних банків для підприємств агропромислового комплексу. Перевагами такого механізму можна вважати такі: відсутність взаємозаліку здешевлення кредитів та бюджетних платежів банків; кредитні ризики несуть комерційні банки та позичальники, а держава лише стимулює комерційні відносини; пільгові креди-

ти надаються тим позичальникам, які не мають заборгованості із заробітної плати перед бюджетом і застрахували свій урожай; компенсація надається виробникам продукції, хоча й спрямовується через банки-кредитори. За цим механізмом передбачалася компенсація комерційним банкам різниці в ціні кредиту за ринковою і пільговою відсотковими ставками з бюджету. Після його введення до виробництва було залучено понад 1,8 млрд грн кредитних коштів, із яких 90% повернено.

У 2002 р. уряд продовжував практику надання кредитів за схемою компенсації відсоткової ставки. Згідно з Постановою Кабінету Міністрів “Про часткову компенсацію ставки за кредитами комерційних банків, що надаються сільськогосподарським товаровиробникам та іншим підприємствам агропромислового комплексу” від 27 січня 2001 р., було введено диференційований підхід до розміру компенсації для сільськогосподарських товаровиробників.

До особливостей кредитування 2000-2003 рр. слід віднести зміни щодо цільового призначення кредитів та відбору сільськогосподарських товаровиробників для участі у програмі пільгового кредитування. Так, з 2002 р. у рамках проектів “Трактор у кредит” і “Комбайн у кредит” банки кредитували закупівлю сільськогосподарської техніки підприємствами аграрного сектора економіки. Такі кредити надавались як для придбання нової техніки (терміном до 3 років), так і техніки, що була в експлуатації (терміном на 18 місяців). Придбані технічні засоби ставали власністю позичальника та оформлялись як застава до моменту повного погашення кредиту і відсотків за ним. “Промінвестбанк” надавав кредити для придбання сільськогосподарської техніки за умови сплати за неї початкового внеску у 20%. ЄБРР підписав угоду із Bankgesellschaft Berlin для закупівля німецької сільськогосподарської техніки. У рамках програми “Райффайзен банк Аваль” “Засоби захисту рослин у кредит” сільськогосподарські підприємства мали можливість отримати кредит у національній валюті під 9% річних на придбання засобів захисту рослин вітчизняного та зарубіжного виробництва.

Механізм часткової компенсації відсоткової ставки за кредитами комерційних банків для підприємств АПК у 2000-2003 рр. був орієнтований на підтримку короткострокового кредитування аграрних підприємств, оскільки відповідно до процедури надання компенсації, часткове відшкодування відсоткової ставки за кредитами комерційних банків здійснювалось до 1 грудня поточного року. У 2004 р. була врахована потреба аграрних підприємств у довгострокових кредитних ресурсах шляхом запровадження державної програми фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення коротко- і довгострокових (до 3 років) кредитів. Так, у 2004 р. компенсація з бюджету надавалась на конкурсній основі тим підприємствам АПК, які залуча-

ли коротко- і довгострокові кредити з відсотковою ставкою, не вищою ніж 19 і 18% (у 2005 р. – 21% і 20%, відповідно). Для коштів кредитних спілок ставки не мали перевищувати 25% і 27% у зазначені роки. Обсяг компенсації за короткостроковими кредитами, виданими в національній валюті становив від 10 до 7%, в іноземній -7%, за довгостроковими – відповідно 12-14% та 8-9%. Додатковою умовою було надання переваги тим позичальникам, які не мали більш як на два місяці простроченої заборгованості з виплати заробітної плати, орендної плати за земельні й майнові паї, перед державним та місцевим бюджетами, Пенсійним фондом.

З метою консолідації зусиль для забезпечення розвитку аграрного сектора економіки, гарантування продовольчої безпеки держави, а також оптимізації системи банківського кредитування сільськогосподарських виробників у 2004-2005 рр. були підписані меморандуми про взаємодію і співробітництво між Міністерством аграрної політики, представниками Всеукраїнського союзу сільськогосподарських підприємств, Асоціацією фермерів і приватних землевласників, Національним банком України, Асоціацією українських банків та іншими. Цими документами були передбачені зобов'язання держави щодо забезпечення першочергового виділення коштів державного бюджету для здійснення фінансової підтримки аграрного сектора через механізм часткової компенсації вартості коротко- і довгострокових кредитів, відмова банків від практики необґрунтованого підвищення кредитних ставок для сільськогосподарських підприємств, спрощення процедури надання банківських кредитів тощо.

У 2006 р. компенсації надавались на конкурсній основі підприємствам АПК, які залучили кредити, за умови, що ставка за кредити банків не перевищувала 21% за короткострокові кредити, 20% – за довгострокові і 27% – за кредити кредитних союзів у національній валюті. Якщо ж ставки кредитування були вищими, компенсація не надавалась. Необхідність введення цього обмеження зумовлена негативною практикою складання банками додаткових угод за надання консультаційних послуг, комісійних тощо, що, у свою чергу, призвело до дорожчання пільгових кредитів.

У 2007 р. за ініціативою Міністерства аграрної політики змінений механізм надання компенсації кредитних ставок за кредити банків для сільськогосподарських підприємств. Відповідно до проекту постанови Кабінету Міністрів “Про внесення змін у порядок використання засобів у держбюджеті на 2007 рік на здійснення фінансової підтримки підприємств АПК через механізм здешевлення короткострокових і середньострокових кредитів”, Міністерство аграрної політики здійснює компенсацію частини сплаченої відсоткової ставки підприємствам АПК за залучені ними в банках коротко- і середньострокові кредити, а також короткострокові кредити у кредитних спілках. Тобто відшкодування відсоткової ставки надається не

комерційним банкам, а підприємствам-позичальникам. Така компенсація надається на конкурсній основі підприємствам АПК на обсяги використаних ними протягом року кредитних ресурсів.

Порядком використання коштів у 2007 р. встановлена нова верхня гранична межа відсоткової ставки банків як умова, за якої поширюється механізм здешевлення відсоткової ставки за залучені кредити не вище 18% річних у національній валюті, 23% річних – для кредитів, наданих кредитними союзами в національній валюті, й 12% річних – в іноземній валюті, а за середньострокові кредити вона не повинна перевищувати 17% річних у національній валюті й 11% річних в іноземній валюті. Крім того, Постановою передбачалося зняття обмеження на закупівлю сільськогосподарської техніки виключно вітчизняного виробництва, що дало можливість сільськогосподарському товаровиробнику право вибору на закупівлю сільськогосподарської техніки.

Вплив економічної кризи на банківську систему України позначився на кредитуванні сільськогосподарських підприємств, так у 2009 р. порівняно з 2008 р. суми виданих кредитів знизились практично у 3 рази. Проте, вже у 2010 р. кредитування відновилося і спостерігається тенденція зростання.

Підтримка сільського господарства в Україні у 2014–2015 роках в першу чергу базується на компенсації державних ставок по кредитах для аграріїв. Це вважається найпрозоріший і найефективніший меха-

нізмом. За словами прем'єр-міністра: "До кінця поточного року в бюджеті є майже півмільярда гривень на компенсацію процентних ставок".

Отже, кредитування сільськогосподарських підприємств відзначається позитивними тенденціями, але існує ряд недоліків, основним із яких є недосконалість механізму кредитування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, під час переходу від планової економіки до ринкової в розв'язанні проблеми формування зовнішніх джерел фінансування діяльності сільськогосподарських товаровиробників переважав український ліберальний підхід, заснований на розвитку конкуренції, ринкових відносин, посиленні бюджетних обмежень. Але при одномоментному, революційному руйнуванні всіх інститутів централізованої економіки дієве інституційне середовище, що здатне забезпечити галузь необхідними фінансовими ресурсами, досі перебуває в стадії становлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Реформування соціальної сфери села: організаційно-методичні засади / [за ред. П.Т. Саблука]. – К.: ІАЕ УААН, 2000. – 475 с.
2. Гудзь О.Є. Кредитування і банківське обслуговування підприємств агропромислового виробництва: сучасні тенденції та особливості / О.Є. Гудзь – К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2005. – 168 с.
3. Організаційно-економічні основи розвитку агропромислового комплексу та сільських територій / [за ред. П.А. Лайка]. – К.: Нічлава, 2006. – 448 с.

УДК 338.48(035)

ЦИБУЛЬСЬКИЙ В.О., к. е. н.
м. Житомир

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Анотація. В статті визначено та охарактеризовано стадії оцінки інноваційного потенціалу туристичних підприємств. Наведено інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу туристичного підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту.

Ключові слова: інноваційний потенціал, активи підприємства, науково-технічний потенціал, ефективність.

Анотация. В статье определены и охарактеризованы стадии оценки инновационного потенциала туристических предприятий. Приведен интегральный показатель уровня инновационного потенциала туристического предприятия относительно реализации производственного инновационного проекта.

Ключевые слова: инновационный потенциал, активы предприятия, научно-технический потенциал, эффективность.

Abstract. In the article certainly and the stages of estimation of innovative potential of tourist enterprises are described. An integral index over of level of innovative potential of tourist enterprise is brought in relation to realization of productive innovative project.

Key words: innovative potential, assets of enterprise, scientific and technical potential, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На даному етапі розвитку економічна наука намагається виявити внутрішні рушійні сили економіки, чинники та резерви значного якісного росту, вивчити світовий

досвід управління, як передумову подальшого швидкого прогресу нашого суспільства. У зв'язку з цим постає завдання – розкрити й оцінити у системі накопичений теоретичний арсенал, визначити шляхи га-

рантованого та найбільш ефективного прискорення економічного розвитку.

У світлі цього завдання доцільно звернутися до такої економічної категорії як інноваційний потенціал підприємства та ефективність його використання, адже на сьогоднішній день далеко не всі вітчизняні суб’єкти господарювання, навіть, за наявності потужного інноваційного потенціалу спроможні ефективно його використовувати.

Не дивлячись на значний науковий доробок, ряд питань стосовно визначення, формування, оцінки та ефективного використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств досі не знайшли свого вирішення та потребують подальшого теоретико-методичного обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість авторів під інноваційним потенціалом розуміють сукупність різних видів ресурсів підприємства, які можуть бути задіяні в процесі здійснення інноваційної діяльності.

Складність визначення інноваційного потенціалу підприємства зумовлюється наявністю різних точок зору з боку вітчизняних та зарубіжних фахівців щодо розуміння зазначеного терміна.

Аналізуючи наукову літературу, можна зробити висновок, що існує безліч підходів до тлумачення поняття інноваційний потенціал, але більшість науковців використовує ресурсний підхід, який розглядає інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інновацій.

Однак, наявність ресурсів свідчить лише про можливість розробки та впровадження інновацій, а не про ступінь готовності підприємства до інноваційних змін.

Сутність і структуру інноваційного потенціалу на рівні підприємств різних сфер діяльності досліджували вітчизняні та закордонні вчені, зокрема, Д. Андріанов, О. Богма, В. Бочаров, О. Васюхін, В. Геєць, П. Друкер, С. Кочетков, О. Павлова, Й. Петрович, О. Федонін, Л. Прокопишин-Рашкевич, О. Станіславів, Н. Чухрай та ін.

Мета статті. Метою даного наукового дослідження є визначення інноваційного потенціалу туристичного підприємства та ефективність його використання на підприємствах туризму в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відсутність комплексних досліджень проблем формування, оцінки та ефективності використання інноваційного потенціалу туристичного підприємства є однією з основних причин його неефективного використання.

Під інноваційним потенціалом розуміють сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються в процесі здійснення інноваційної діяльності. Він містить усі ресурси, що в змозі забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства з використанням

інновацій, а саме: матеріальні (матеріально-технічні), фінансові, кадрові, інформаційні, організаційні.

Однак, такий ресурсний підхід до визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства є дещо обмежений, тому що наявні в підприємства ресурси є лише факторами, необхідними для здійснення інноваційної діяльності. Безперечно, наявність ресурсів є обов’язковою умовою успішної розробки та реалізації інновацій.

Українські дослідники Л. Мартюшева і В. Калишенко відзначають, що комплексною характеристикою спроможності до інноваційного розвитку є інноваційний потенціал, який вони пропонують визначати як “сукупність організованих в певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть при певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинниках інноваційного середовища бути спрямованими на реалізацію інноваційної діяльності з метою задоволення потреб суспільства” [2]. Деякі дослідники ототожнюють інноваційний потенціал з науково-технічним, розуміючи під цим поняттям “накопичену певну кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції” [1].

Ототожнення понять “інноваційний потенціал” і “науково-технічний потенціал” є помилковим. Безперечно, це споріднені поняття. Проте між ними є істотні відмінності, головна з яких полягає в тому, що, на відміну від науково-технічного, інноваційний потенціал включає не лише здатність створювати науково-технічні нововведення, але і успішно упроваджувати і застосовувати їх у виробництві і реалізації товарів і послуг. Отже, науково-технічний потенціал є хоч і дуже важливою, але лише однією зі складових інноваційного потенціалу, до якого можна віднести ще й такі складові як фінансова, інформаційна, кадрова, маркетингова, виробничо-технологічна, матеріально-технічна, наукова.

Враховуючи специфіку діяльності туристичних підприємств, під інноваційним потенціалом будемо розуміти можливість даних підприємств мобілізувати внутрішні ресурси для впровадження інноваційних змін з метою розширення масштабів діяльності, розробки й реалізації унікальних і конкурентоспроможних туристичних послуг та отримання відповідної економічної вигоди.

Оцінка інноваційного потенціалу підприємств туризму має відбуватися за такими стадіями:

- мобілізація й ефективне використання ресурсів і можливостей для генерування та реалізації інноваційних ідей;
- моніторинг факторів, що гальмують розвиток інноваційного потенціалу;
- аналіз рівня якості інноваційно-маркетингової компетенції персоналу туристичних підприємств;
- синхронізація та координація інноваційних змін підприємств з обслуговування туристів;

$$S_{\text{Inn}(B)} = \frac{k_1 \cdot S_B (k_2 \cdot S_{\text{фс}} + k_3 \cdot S_{\text{ф}} + k_4 \cdot S_{\text{м}} + k_5 \cdot S_{\text{к}} + k_6 \cdot S_{\text{с}} + k_7 \cdot S_{\text{нт}}) \cdot S_{\text{уш}}}{1,875 \cdot 10^5}; \quad (3)$$

- розробка системи показників, що характеризують здатність туристичних підприємств до впровадження інновацій;
- визначення конкурентоспроможності та ефективності інноваційних туристичних послуг.

Але, насамперед, для адекватної оцінки поточної ситуації та вибору перспективного вектора інноваційного розвитку на туристичному підприємстві необхідно проведення систематичної та своєчасної оцінки наявного інноваційного потенціалу.

Об'єктивність оцінки рівня ІПП може бути забезпечена лише при правильному виборі системи показників. Проаналізувавши різні джерела, на нашу думку, найбільш доречно загальну оцінку рівня ІПП здійснювати за такими трьома складовими: потенціальною складовою, яка засвідчує рівень загального потенціалу підприємства, тобто представляє собою джерело життєвої сили; інноваційною складовою, яка є похідною від загального потенціалу підприємства та входять до складу кожного елементу; управлінсько-комунікаційною складовою, що відображається в готовності та здатності ефективного управління елементами потенціалу підприємства та інноваційними складовими і враховує зв'язки, які викають між елементами усередині системи та зв'язки окремих елементів із зовнішнім середовищем, що із закономірною необхідністю визначає інтеграційні якості цієї системи [3].

Проаналізувавши різні джерела з даної проблематики, на нашу думку, модель, за допомогою якої можна визначити комплексно інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту (розроблена Родзіловим І. В.) представлено в формулі (1).

$$S_B = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^f (y_j \cdot b_j) \cdot \sum_{i=1}^m (x_i \cdot a_i); \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^7 k_i = 1, \sum_{j=1}^f y_j = 1, \sum_{i=1}^m x_i = 1, k_1 \leq 0,25, \quad (3)$$

де, $S_{\text{Inn}(B)}$ – інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу підприємства відносно реалізації виробничого інноваційного проекту; $S_{\text{уп}}$ – управлінсько-комунікаційний рівень інноваційного потенціалу підприємства; S_B , $S_{\text{ф}}$, $S_{\text{фс}}$, $S_{\text{м}}$, $S_{\text{к}}$, $S_{\text{с}}$, $S_{\text{нт}}$ – часткова оцінка рівня відповідного інноваційного потенціалу (виробничого, організаційно-управлінського, фінансово-економічного, маркетингового, кадрового, соціального; науково-технічного потенціалу) з урахуванням інноваційних компонентів; n – кількість експертів; m – кількість інноваційних складових; $k_1, k_2, k_3, k_4, k_5, k_6, k_7$ – середньоарифметичний показник коефіцієнта вагомості рівня відповідного часткового ІПП; x_1 – коефіцієнт вагомості кожної складової інноваційних компонентів; a_1 – бальні оцінки елементів кожної складової інноваційних компонентів з урахуванням

зовнішніх факторів впливу на них; y_j – коефіцієнт вагомості кожної складової потенціалу підприємства; b_j – бальні оцінки елементів кожної складової потенціалу підприємства з врахуванням зовнішніх факторів впливу; t – кількість потенціальних складових.

Для обґрунтування рівня достатності показника ІПП доцільно використати шкалу бажаності Харрінгтона [4].

Підприємства туризму повинні приділяти більшу увагу вивченню резервів власного інноваційного потенціалу та підходів до управління ним. Успішне управління інноваційним потенціалом необхідно розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг.

Інноваційний потенціал управління реалізується шляхом налагодження комунікаційних каналів між керівництвом туристичних підприємств та іншими бізнес-структурами, державними та місцевими органами влади, науковцями, міжнародними транспортно-туристичними організаціями тощо.

Оцінка інноваційного потенціалу туристичних підприємств є особливо актуальною при формуванні туристичних кластерів. Функціонування даних новотворень дозволить впровадити новітні технології в сфері обслуговування туристів, підвищити якість туристичних послуг, поєднати транспортні, туристичні та інвестиційно-інноваційні процеси.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. У сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку й досягнення необхідного рівня прибутковості суб'єктами господарювання стає постійне впровадження ними інновацій. Активізація інноваційного розвитку є одним з найголовніших факторів виживання вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах жорстокої конкурентної боротьби. При цьому саме інноваційний потенціал є передумовою успішної реалізації інноваційної складової. Саме тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу. До того ж, успішне управління інноваційним потенціалом у сучасних умовах слід розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а, отже, власне його існування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України // Економіст. – 1999. – № 10. – с. 26-32.
2. Мартюшева Л., Калишенко В. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 61-66.
3. Новікова І. В. Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / І. В. Новікова. – К., 2003. – 22 с.
4. Харрінгтон Дж. Управление качеством в амери-канских корпорациях / Дж. Харрінгтон, сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1990. – 273 с.

УДК 65.012.8

ЦЮЦЮПА С.В.

м. Ніжин

ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті систематизовано тенденції розвитку інформаційного середовища вітчизняних промислових підприємств, розглянуто наявні підходи до формування інформаційно-комунікаційних технологій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств, доведено необхідність аналізу сформованої інформаційної системи для підвищення її результативності.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, інформаційне середовище, система забезпечення економічної безпеки підприємства, результативність управління інформаційно-комунікаційними технологіями.

Аннотация. В статье систематизированы тенденции развития информационной среды отечественных промышленных предприятий, рассмотрены имеющиеся подходы к формированию информационно-коммуникационных технологий в системе обеспечения экономической безопасности предприятий, доведена необходимость анализа сформированной информационной системы для повышения ее результативности.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, информационная среда, система обеспечения экономической безопасности предприятия, результативность управления информационно-коммуникационными технологиями.

Abstract. In the article the tendencies of development of informative environment of domestic industrial enterprises are systematized, present approaches are considered to forming of technologies informative-of communication in the system of providing of economic safety of enterprises, the necessity of analysis of the formed informative system is led to for the increase of its effectiveness.

Keywords: informative-communication technologies, informative environment, system of providing of economic safety of enterprise, effectiveness of management by informative-communication technologies.

Постановка проблеми. Умови функціонування промислових підприємств у ринковому середовищі постійно ускладнюються, що вимагає постійного пристосування інформаційних систем і технологій до нових викликів і загроз економічній безпеці. Протягом останніх 10–15 років напрацьована база інформаційного забезпечення вже зараз не в повній мірі відповідає потребам промислових підприємств та постійно вдосконалюється. В такій ситуації витрачаються значні обсяги фінансових, людських, матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів, які досить часто перевищують вартість найважливіших сировинних ресурсів у діяльності промислових підприємств. Тобто незначні, на перший погляд, елементи системи забезпечення економічної безпеки підприємства, в еру інформаційного суспільства, виходять на визначальне підприємницький успіх місце, спроможні забезпечити зростання суб'єкта господарювання та рівень його економічної безпеки. Зважаючи на це, дослідження останніх тенденцій у формуванні та аналізі інформаційних елементів і технологій в системі забезпечення промислових підприємств є актуальним науковим завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням питань формування та система-

тизації інформаційно-комунікаційних технологій, які можна використовувати в системі забезпечення економічної безпеки підприємств, займалися такі вчені як: Васильців Т.Г., Волошин В. І., Бойкевич О.Р., Каркавчук В.В. [1], Бабіна Н.О. [2], Каламбет С.В. [3], Козак К.Б. [4], Левченко М.О. [5], Лойко В.В. [6], Птіцина Л.А. [8], Ус Г.О. [9] та інші. У своїх дослідженнях автори в тій чи іншій мірі звернули увагу на вивчення сукупності методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, опрацювання, зберігання, розповсюдження, показу і використання інформації для покращення економічного стану суб'єктів господарювання з можливістю підвищення їх економічної безпеки.

Але постійні зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі діяльності вітчизняних підприємств, під впливом глобального інформаційного середовища, призводить до швидкої втрати актуальності існуючих публікацій у визначеному напрямку. Тому на науковому рівні вимагають перегляду підходи до формування та аналізу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, які у різних комбінаціях та інтерпретації можна використовувати у системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств.

Метою статті є вивчення можливих напрямків формування та аналізу інформаційно-комунікацій-

них технологій в системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств, що дозволить вдосконалити практичну діяльність суб'єктів господарювання по застосуванню наявних інформаційних систем у забезпеченні економічної безпеки бізнесу.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливою складовою формування інформаційного суспільства в Україні є використання можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для того, щоб створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, сприяючи сталому розвитку країни. Використання інформаційно-комунікаційних технологій за умов інтенсивного розвитку ринкових відносин є одним з найбільш важливих елементів ефективного управління підприємством та його економічною безпекою [9, с. 236].

Останні тенденції у розвитку інформаційних систем і технологій для підприємницького середовища характеризуються значними досягненнями. Але кризові явища в економіці України спричинили зниження інноваційної активності підприємств та розмір інвестицій у інформаційне середовище. Як видно з даних, наведених в табл. 1 за останні роки в Україні відбулось зниження показників розвитку інноваційної діяльності, в тому числі у сфері інформаційного забезпечення підприємницького середовища. Загальна сума витрат на інновації, у тому числі на інформатизацію за 2005–2014 рр. зросла на 1944,5 млн. грн., відповідно витрати зросли на

179%. Динаміку фінансування інноваційного розвитку України можна розподілити на два періоди: 2005–2012рр. – стрімке збільшення витрат, 2012–2014рр. – різке зменшення витрат. За 2005–2012рр. сума витрат на інноваційний розвиток зросла майже в 2 рази і досягла у 2012 році – 11480,6 млн. грн.

Починаючи з 2012 року спостерігається щорічне зменшення фінансування інноваційної діяльності: у 2013 році витрати зменшились на 1918 млн. грн., а у 2014 році – на 1866,7 млн. грн. в порівнянні з попереднім роком. Таким чином, за 2012–2014 рр. витрати на інновації загалом зменшились на 3784,7 млн. грн., або на 33%. Збереження зазначеної тенденції матиме досить негативний вплив на економічний розвиток вітчизняний підприємств, їх конкурентоспроможність та економічну безпеку.

Зауважимо, що для інноваційного розвитку у сфері інформатизації важливим є не стільки загальні витрати на інновації, скільки їх питома вага у ВВП країни. Загальноприйнятим значенням показника наукоємності (доля витрат на наукові дослідження і розробки у ВВП) в сучасній економіці є 2% ВВП. Значимо, що наукоємність ВВП України досить низька, а впродовж 2005–2014 років її значення зменшилось з 1,03% до 0,7% ВВП. По цьому показнику Україна значно відстає від розвинутих країн, наукоємність ВВП яких у 2013 році становила: Фінляндія – 3,55%, Швеція – 3,4%, Японія – 3,25%, Данія – 2,99%, США – 2,73%, країн ЄС – 2,06% [2, с. 5]. Хоча варто відмітити, що економіка України, на шляху європейської інтег-

Таблиця 1.

*Основні показники інноваційного розвитку та розвитку інформаційних технологій в Україні за 2005–2014 рр.**

Показники	Роки					2014 р. у % до		
	2005	2010	2012	2013	2014	до 2005 р.	до 2010 р.	до 2012 р.
Загальна сума витрат на інновації, млн. грн.	5751,6	8045,5	11480,6	9562,6	7695,9	179,0	95,6	67,0
Питома вага власних коштів підприємств в витратах на інновації, %	87,7	59,3	63,9	72,9	85,0	96,9	143,3	133,0
Кількість виконаних наукових і науково-технічних робіт, тис. од.	63,9	52,0	53,2	47,9	42,9	67,1	82,5	80,6
Питома вага витрат на виконання наукових і науково-технічних робіт, % ВВП	1,03	0,83	0,75	0,77	0,70	67,9	84,3	93,3
Загальна сума витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, млн. грн.	3149,6	5051,7	8051,8	5546,3	4718,9	149,8	93,4	58,6
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	11,9	13,8	17,4	16,8	16,1	135,3	116,6	92,5
Питома вага підприємств, які впроваджували інновації у інформаційній сфері, % від тих, які займалися інноваційною діяльністю	5,5	7,9	10,9	10,6	10,8	196,4	136,7	99,1

* Джерело: систематизовано автором основні дані Державної служби статистики України [7]

рації, вимагає значно більше витрат на наукові розробки та інформатизацію бізнесу, оскільки тільки за рахунок цього можна досягти швидких темпів її зростання, в умовах постійного зростання показників економічної безпеки.

Існуючі розробки у сфері інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення економічної безпеки підприємницького середовища характеризуються наступною їх сукупністю [5; 8]:

- технічна підтримка (забезпечується комплексом технічних засобів (комп’ютерів, пристроїв передачі даних і ліній зв’язку, оргтехнікою та ін), а також відповідною документацією на ці засоби і технологічні процеси);
- статистична і програмна підтримка (являє собою сукупність математичних методів, моделей, алгоритмів і програм для реалізації цілей і завдань інформаційної системи, а також нормального функціонування комплексу технічних засобів);
- управлінська підтримка (регламентує визначення потреб в інформації та її використання для прийняття рішень);
- організаційна підтримка (забезпечується сукупністю методів і засобів, що визначають взаємодію працівників з технічними засобами і між собою в процесі розробки і експлуатації інформаційної системи);
- правова підтримка (включає сукупність правових норм, що визначають створення, юридичний статус і функціонування інформаційних систем, що регламентують порядок одержання, перетворення і використання інформації).

Кожен з наведених елементів інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки по різному може використовуватись у діяльності промислових підприємств. Для дослідження підходів до формування існуючих напрацювань у сфері інформаційно-комунікаційної підтримки господарської діяльності в частині забезпечення економічної безпеки та виконання аналітично-проектних розрахунків з їх використанням, розглянемо практичний досвід таких промислових підприємств як: ПАТ “Машзавод”, ПуАТ “РОСС”, ПАТ “Агроресурс”, ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”. Інформаційно-комунікаційні технології в системі забезпечення економічної безпеки зазначених підприємств можна сформулювати у вигляді декількох груп, до яких відносяться технічне забезпечення економічної безпеки, інформаційне забезпечення економічної безпеки та методичне забезпечення економічної безпеки. Склад інформаційно-комунікаційних технологій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств наведений в табл. 2. З табл. 2 можна побачити, що подібний рівень технічних і зокрема, спеціалізованих програмних продуктів для забезпечення економічної безпеки, мають ПАТ “Агроресурс” та ПАТ

“Машзавод”. Відповідні заходи по формуванню індикаторів впливу на економічну безпеку на цих підприємствах здійснюються через аналітичні програми спеціалізованого призначення та програми проектного призначення – Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, пакет SPSS, SCADA, “Універсальний експерт”, SIMPLAN, FlashRip, Recuva) Statistica, Statit Professional. В свою чергу, на підприємстві ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод” та ПуАТ “РОСС” застосовують програмне забезпечення Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, SIMPLAN та дещо менш значимі технічні засоби – електронна пошта, інтернет-сервер. Варто відмітити, що наявність сучасних інформаційних технологій не є визначальним фактором у рівні економічної безпеки підприємств.

Наявність на підприємствах зазначеного переліку інформаційно-комунікаційних ресурсів не є гарантією високого рівня їх економічної безпеки. Тому потрібно оцінити результативність сформованої сукупності інформаційно-комунікаційних елементів, тобто стан управління ними у системі забезпечення економічної безпеки підприємств.

Використовуючи напрацювання науковців [3; 4; 6], оцінювання результативності використання інформаційно-комунікаційних елементів у системі забезпечення економічної безпеки підприємств може проводитись за наступними параметрами:

I. Техніко-технологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки (спеціалізоване програмне забезпечення та технології; спеціалізовані технічні засоби).

II. Інформаційний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки (збір первинної інформації; збір вторинної інформації; аналітичні дослідження та прогнози).

III. Методологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки (науково-теоретичні методики обробки та збору інформації; загальнонаукові методи обробки даних; аналітичні методи обробки даних)

IV. Суб’єктний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки (наявність внутрішнього обслуговуючого персоналу; наявність зовнішнього обслуговуючого персоналу).

Умовами оцінювання результативності є оцінка по шкалі: 9 – максимальний бажаний/наявний рівень результативності; 1 – мінімальний бажаний/наявний рівень результативності інформаційно-комунікаційних елементів у системі забезпечення економічної безпеки підприємств.

Оцінювання результативності управління інформаційно-комунікаційними технологіями у системі забезпечення економічної безпеки підприємств базується на використанні методики оцінки стратегічного розриву між бажаним і фактичним станом управління інформаційним портфелем підприємств.

Таблиця 2.

Склад та характеристики інформаційно-комунікаційних технологій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств*

Елементи інформаційної системи	ПАТ "Машзавод"	ПуАТ "РОСС"	ПАТ "Агроресурс"	ПуАТ "Красилівський машинобудівний завод"
Технічне забезпечення маркетингу				
Спеціалізоване програмне забезпечення	Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, пакет SPSS, SCADA, "Універсальний експерт", SIMPLAN, WEBCamSurveyor, FlashRip, Recuva тощо) Statistica, Statit Professional	Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, SIMPLAN	Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, пакет SPSS, SCADA, "Універсальний експерт", SIMPLAN, AnalyticStatistica, ProjectExpert	Пакет Microsoft Office, 1С-бухгалтерія, SIMPLAN
Спеціалізовані технічні засоби	Інтернет сайт Електронна пошта Інтернет-сервер	Електронна пошта Інтернет-сервер	Інтернет сайт Електронна пошта Інтернет-сервер	Електронна пошта Інтернет-сервер
Інформаційне забезпечення маркетингу				
Типи інформації	Первинна та вторинна, статистична, бухгалтерська, нормативна	Статистична, бухгалтерська нормативна	Первинна та вторинна, статистична, бухгалтерська, нормативна	Статистична, бухгалтерська, нормативна
Збір первинної інформації	Залучення аутсорсингових структур Опитування Спостереження Експеримент Імітація	Залучення аутсорсингових структур	Залучення аутсорсингових структур Опитування Спостереження Експеримент Імітація	Залучення аутсорсингових структур Спостереження
Маркетингові дослідження, що проводяться підприємством	Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Пілотні дослідження. Панельні дослідження. Метод фокус-груп Ділові контакти.	Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Ділові контакти	Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Пілотні дослідження. Панельні дослідження. Метод фокус-груп Ділові контакти.	Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Ділові контакти.
Методичне забезпечення маркетингу				
Науково-теоретичні методики обробки та збору інформації	Внутрішні накази, розпорядження. Положення про підрозділи, функціональні обов'язки працівників відділів	Положення про підрозділи, функціональні обов'язки працівників відділів	Внутрішні накази, розпорядження. Положення про підрозділи, функціональні обов'язки працівників відділів	Положення про підрозділи, функціональні обов'язки працівників відділів
Загальнонаукові методи обробки даних	Системний аналіз, програмно-цільовий підхід, комплексні дослідження	-	-	-
Аналітичні методи обробки даних	Лінійне програмування. Метод ділових ігор Теорія масового обслуговування Моделювання Теорія зв'язку Планування по мережах Регресійний аналіз Кореляційний аналіз Факторний аналіз	Планування по мережах регресійний аналіз Кореляційний аналіз Факторний аналіз	Лінійне програмування. Метод ділових ігор Теорія масового обслуговування Моделювання Теорія зв'язку Планування по мережах Регресійний аналіз Кореляційний аналіз Факторний аналіз	Планування по мережах регресійний аналіз Кореляційний аналіз Факторний аналіз

*Джерело: розроблено автором за даними підприємств

Рекомендований метод оцінки стратегічного розриву між бажаним і фактичним станом після управління інформаційним портфелем підприємств передбачає використання наступної формули [6]:

$$CP = Sn - Sn1 \quad (1)$$

де CP – величина стратегічного розриву реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; Sn – площа стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $Sn1$ – площа наявного стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем. Площа стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем наведена у формулі 2:

$$Sn = Pn \cdot C(x1x2 + x2x3 + x3x4 + x4x1) \quad (2)$$

де Pn – корегуючий коефіцієнт визначення стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $x1$ – усереднена експертна оцінка реалізації завдання збереження інформації; $x2$ – усереднена експертна оцінка реалізації завдання представлення даних про суб’єктів взаємодії; $x3$ – усереднена експертна оцінка реалізації завдання аналізу інформації; $x4$ – усереднена експертна оцінка реалізації завдання синтезу інформації; n – кількість завдань системи управління інформаційним портфелем підприємств.

$$Pn = 0,5 \sin 360/n \quad (3)$$

При цьому, стратегічний розрив у межах $0 < CP \leq 50$ – буде вважатися незначним стратегічним розривом реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $50 < CP \leq 100$ – значний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $CP > 100$ – критичний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем.

Підсумкова оцінка сформованого техніко-технологічного, інформаційного, методологічного та суб’єктного середовища в системі забезпечення економічної безпеки підприємств наведена у табл. 3, в якій за відповідними елементами інформаційної системи підприємств сформовано набір оцінюваних параметрів.

Методикою оцінки стратегічного розриву між бажаним і фактичним станом після управління інформаційним портфелем підприємств передбачається визначення коефіцієнта вагомості кожного елемента інформаційної системи в показнику стратегічного розриву (CP). Перелік засобів комунікацій та значення їх коефіцієнтів вагомості визначено для кожного підприємства. В даному випадку обраховано середнє арифметичне значення коефіцієнтів вагомості, які надані експертами. Ті засоби комунікацій, які отримали сукупний коефіцієнт вагомості нижчий за 0,05, було виключено з переліку, а їх бали пропорційно розподілені.

Оцінку техніко-технологічного, інформаційного, методологічного та суб’єктного забезпечення інформаційної системи забезпечення економічної безпеки

підприємств доцільно проводити на основі таких показників, як техніко-технологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки (включає спеціалізоване програмне забезпечення та технології, внутрішні ІКТ, зовнішні ІКТ, інтеграційні ІКТ), інформаційний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки, методологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки, суб’єктний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки [3, с. 109]. Відповідно до результатів оцінки здійснено розрахунок площі стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем, при цьому площу бажаного стану інформаційної системи, його рівень становить: $Sn = 162$.

Отже, розрахуємо площу наявного стану реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем для підприємств ПАТ “Машзавод”, ПуАТ “РОСС”, ПАТ “Агроресурс” та ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”:

$$Sn1 \text{ ПАТ “Машзавод”} = 0,5 \cdot (6,75 \cdot 7,5 + 7,5 \cdot 6,3 + 6,3 \cdot 6,5 + 6,5 \cdot 6,75) = 91,26.$$

$$Sn1 \text{ ПуАТ “РОСС”} = 0,5 \cdot (4,00 \cdot 4,25 + 4,25 \cdot 2,00 + 2,00 \cdot 5,00 + 5,00 \cdot 4,00) = 27,75.$$

$$Sn1 \text{ ПАТ “Агроресурс”} = 0,5 \cdot (7,5 \cdot 8,0 + 8,0 \cdot 5,6 + 5,6 \cdot 7,5 + 7,5 \cdot 7,5) = 101,52.$$

$$Sn1 \text{ ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”} = 0,5 \cdot (5,25 \cdot 5,5 + 5,5 \cdot 3,6 + 3,6 \cdot 5,5 + 5,5 \cdot 5,25) = 48,66.$$

Далі визначимо величину стратегічного розриву реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем, як різницю між фактичним та прийнятим бажаним станом інформаційного забезпечення для підприємств ПАТ “Машзавод”, ПуАТ “РОСС”, ПАТ “Агроресурс” та ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”: $CP \text{ ПАТ “Машзавод”} = 70,74$; $CP \text{ ПуАТ “РОСС”} = 134,25$; $CP \text{ ПАТ “Агроресурс”} = 45,48$; $CP \text{ ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”} = 113,34$.

Враховуючи результати дослідження величини стратегічного розриву реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем, $CP \text{ ПАТ “Агроресурс”} - 0 < CP \leq 50$ – незначний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $CP \text{ ПАТ “Машзавод”} - 50 < CP \leq 100$ – значний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем; $CP \text{ ПуАТ “РОСС”}, \text{ ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”} - CP > 100$ – критичний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем. Зважаючи на отримані результати можна зробити висновки про недосконало сформовану сукупність інформаційно-комунікаційних елементів в системі забезпечення їх економічної безпеки. Тому потрібно негайно їх змінювати, оскільки результативність управління інформацією у більшості з досліджених підприємств досить низька, а отже стан економічної безпеки неконтрольований.

Таблиця 3.

*Оцінка техніко-технологічних, інформаційних, методологічних та суб'єктних засобів інформаційного середовища в системі забезпечення економічної безпеки підприємств**

№ пп	Елементи інформаційної системи	Коеф. вагомості	ПАТ "Машзавод"	ПуАТ "РОСС"	ПАТ "Агро-ресурс"	ПуАТ "Красилівський машинобудівний завод"	Загальна оцінка
I. Техніко-технологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки							
1	Спеціалізоване програмне забезпечення та технології	–	6,6	3,3	7,3	5,0	22,2
1.1	Внутрішні ІКТ	–	7	6	9	6	28
1.2	Зовнішні ІКТ	–	7	2	7	4	20
1.3	Інтеграційні ІКТ	–	6	4	6	5	21
2.	Спеціалізовані технічні засоби	–	7	4	8	6	25
Сумарна оцінка		1,00	6,75	4,0	7,5	5,25	–
II. Інформаційний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки							
1	Збір первинної інформації (опитування, спостереження, експеримент, імітація, джерело "Текст", джерело "Фірма")	–	8	3	7	5	23
2	Збір вторинної інформації	–	9	7	9	8	33
3	Аналітичні дослідження та прогнози	–	7	5	8	5	25
4	Маркетингові дослідження (кабінетні, польові, пілотні, панельні, фокус-групи, ділові контакти)	–	6	2	8	4	20
Сумарна оцінка		–	7,5	4,25	8,0	5,5	–
III. Методологічний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки							
1	Науково-теоретичні методи обробки та збору інформації (інструкції, накази)	–	6	1	5	3	15
2	Загальнонаукові методи обробки даних	–	7	3	6	5	21
3	Аналітичні методи обробки даних	–	6	2	6	3	17
Сумарна оцінка		–	6,3	2,0	5,6	3,6	–
IV. Суб'єктний підхід інформаційної системи забезпечення економічної безпеки							
1	Наявність внутрішнього обслуговуючого персоналу	–	7	5	8	5	25
2	Наявність зовнішнього обслуговуючого персоналу	–	6	5	7	6	24
Сумарна оцінка		–	6,5	5,0	7,5	5,5	–

*Джерело: розроблено автором за даними підприємств

Для підтвердження результативності чи необхідності прийняття відповідних управлінських рішень в інформаційному середовищі у системі забезпечення економічної безпеки підприємств додатково можна визначити показник оцінки інформаційної безпеки підприємства. Пропонується використовувати модель оцінки інформаційної безпеки підприємства наступного вигляду:

$$T_{inf o}^t = \frac{INC_{inf o}}{0,1 * INC_t}, \quad (4)$$

де $T_{inf o}^t$ – оцінка рівня інформаційної безпеки підприємства на момент часу t ; INC_{info} – частина коштів, які витрачені на забезпечення інформаційної

безпеки на момент часу t ; INC_t – дохід підприємства на момент часу t , $0,1$ – коефіцієнт, встановлений експертним шляхом. Відповідний рівень економічної безпеки підприємства значною мірою залежить від складу кадрів, їх інтелекту та професіоналізму (табл. 4).

З табл. 4 можна побачити, що серед досліджуваних підприємств найбільший рівень інформаційної безпеки у ПАТ "Машзавод", який у 2010 році становив 0,14, проте до 2014 року цей показник знизився до 0,02. Щодо підприємства з найменшим рівнем інформаційної безпеки, то таким є ПуАТ "РОСС" у якого цей показник продемонстрував тенденцію до зменшення. У 2010 році цей показник у ПуАТ "РОСС" становив 0,005.

Таблиця 4.

*Динаміка частки витрат на інформаційне середовище у чистому доході та рівня інформаційної безпеки підприємств у 2010–2014 рр., % **

№п/п	Підприємство / Показник	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	Відхилення тис. грн., +/-
Частка витрат на інформаційне забезпечення економічної безпеки у чистому доході							
1	ПАТ “Машзавод”	2,914	9,683	9,311	10,131	11,214	8,3
2	ПуАТ “РОСС”	1,434	1,514	1,963	1,814	1,955	0,521
3	ПАТ “Агроресурс”	15,345	15,551	15,599	15,625	16,291	0,946
4	ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”	3,185	3,147	3,178	3,411	3,225	0,04
Рівень інформаційної безпеки підприємства							
1	ПАТ “Машзавод”	0,141	0,279	0,044	0,0152	0,024	-0,117
2	ПуАТ “РОСС”	0,005	0,004	0,005	0	0	-0,005
3	ПАТ “Агроресурс”	0,018	0,018	0,021	0,017	0,016	-0,002
4	ПуАТ “Красилівський машинобудівний завод”	0,012	0,009	0,009	0,030	0,025	0,013

* Джерело: розраховано автором за даними підприємств

Виходячи з проведеного дослідження варто також відмітити, що основними показниками ефективності інформаційного середовища в системі забезпечення економічної безпеки підприємств є фінансова сила та конкурентоспроможність підприємства, а також привабливість та стабільність галузі [1, с. 154]. В системі забезпечення економічної безпеки підприємств працює певна кількість осіб, що забезпечує інформаційну підтримку. Організація інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємств визначається фінансовим становищем та розміром підприємств на ринку, більшою фінансовою платоспроможністю підприємства та з більшою ринковою часткою мають незначний стратегічний розрив між бажаним та наявним станом інформаційного забезпечення, а менш фінансово платоспроможні формують критичний стратегічний розрив реалізації завдань системи управління інформаційним портфелем.

Висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище промислових підприємств України супроводжується широкою різноманітністю елементів та складових частин, для правильної організації яких потрібно постійно вдосконалювати підходи до формування відповідної сукупності та її аналізу. Кризові явища в економіці дещо уповільнили темпи проникнення інноваційних розробок у сфері інформатизації бізнесу в практичну діяльність підприємств, але не зважаючи на це, досвід апробації інформаційно-комунікаційних технологій досить суттєвий.

З проведеного дослідження встановлено, що формуючи інформаційно-комунікаційні елементи в системі забезпечення економічної безпеки, підприємства не приділяють значну увагу аналізу та оцінці результативності їх використання та функціонування на підприємстві. Понесені витрати не завжди є раціональними через невідповідність сформованій інформаційній системі потребам забезпечення економіч-

ної безпеки. Отримані результати дослідження це підтверджують, а тому доцільно їх використовувати у практичній діяльності підприємств. Постійність та динамічність змін у інформаційно-комунікаційному середовищі діяльності промислових підприємств, в тому числі у системі забезпечення економічної безпеки, підтримуватиме актуальність подальших наукових досліджень у цьому напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильців Т.Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Васильців Т.Г., Волошин В.І., Бойкевич О.Р., Каркавчук В.В., [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів: Видавництво, 2012. – 386 с.
2. Бабіна Н.О. Глобалізаційні трансформації та економічна безпека / Н.О. Бабіна // Ефективна економіка. – №6. – 2013. – С. 6–9.
3. Каламбет С.В. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств залізничної галузі / С.В. Каламбет, В.А. Ворона // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції – 2013. – №2. – С. 106-113.
4. Козак К.Б. Роль оптимізації інформаційних потоків на підприємстві / К.Б. Козак // Економіка харчової промисловості, 2013. – № 4(20). – С. 17-21.
5. Левченко М.О. Використання інформаційних технологій в управлінні ризиками машинобудівних підприємств / М.О. Левченко // Актуальні проблеми економіки. – № 4 (130). – 2012. – С. 305-311.
6. Лойко В. В. Оперативна оцінка рівня економічної безпеки за допомогою експертної системи / В.В. Лойко // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2013. – № 1. – С. 22-26.
7. Офіційний сайт державної служби статистики України. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Птіцина Л.А. Основні підходи до управління інформаційними потоками бізнес діяльності промислових підприємств України / Л.А. Птіцина // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 2. – С. 121-124.
9. Ус Г.О. Управління представленням інформації в корпоративних системах знань та для навчання економістів / Г.О. Ус // Бізнес Інформ. – 2012. – № 4. – С. 236-237.

УДК 338.23:330.131.5

ШАБАТУРА Т.С., к.е.н.

м. Умань

АКСІОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

Анотація: поглиблено економічну сутність атрибуції "соціальна відповідальність". Досліджено вплив соціальних напрямків на економічний розвиток міжнародних соціально-відповідальних компаній. Проведено аналіз пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами. Виділено основні аксіологічні детермінанти реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу.

Ключові слова: підприємство, соціальна відповідальність, економічний потенціал, аксіологічні детермінанти, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

Аннотация: углубленно экономическую сущность атрибуции "социальная ответственность". Исследовано влияние социальных направлений на экономическое развитие международных социально-ответственных компаний. Проведен анализ приоритетности реализации социальных мероприятий отечественными предприятиями. Выделены основные аксиологические детерминанты реализации экономического потенциала предприятий в контексте социально-ориентированного бизнеса.

Ключевые слова: предприятие, социальная ответственность, экономический потенциал, аксиологические детерминанты, конкурентоспособность, конкурентные преимущества.

Abstract: attribution deepened the economic substance of "social responsibility". The influence of social trends in international economic development of socially responsible companies. The analysis of the implementation of priority social measures domestic enterprises. The main determinants axiological realization of the economic potential of enterprises in the context of social responsibility.

Key words: enterprise, social responsibility, economic potential, axiological determinants of competitiveness, competitive advantage.

В контексті глобалізації міжнародної економіки соціальна відповідальність бізнесу виступає уніфікованою частиною якості управління виробництвом переважно для компаній, які виходять на міжнародні ринки капіталу. Поряд з цим, наявні тенденції зростання капіталізації вітчизняних підприємств актуалізують питання розробки та застосування соціальної відповідальності бізнесу як одного з факторів формування нематеріальних активів, підвищення інвестиційної привабливості підприємств, зміцнення ринкових позицій та максимізації ринкової вартості бізнесу, поступово визнаючи значимість соціального детермінанта в створенні конкурентних переваг, що виступає основою нарощення економічного потенціалу підприємств. Саме тому взаємообумовленість суспільства та підприємницького сектору має обирати такий бізнес, розвиток якого буде сприяти отриманню користі при реалізації соціально-орієнтованої стратегії економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Використання соціальної відповідальності бізнесу в практичній діяльності компаній досить поширене явище в західній економіці, яке протягом останніх десятиліть широко обговорюється й у вітчизняних наукових колах. Даному напрямку дослідження приділено багато уваги у працях таких відомих науковців, як: Ю. Благов [1], В. Воробей [2], І. Гришова [3], Р. Краплич [4], Н. Кричевський [5], І. Крюкова [6], В. Кужель [7] та інші. Віддаючи належне напрацюванням науковців

у сфері теорії і практики використання принципів соціально-орієнтованої політики, варто відмітити, що окремі питання відносно аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу приділено недостатньо уваги.

Мета статті полягає в поглибленні економічної сутності атрибуції "соціальна відповідальність"; дослідженні впливу соціальних напрямків на економічний розвиток міжнародних соціально-відповідальних компаній; проведенні аналізу пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами; виділенні аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Дефініції соціальної відповідальності бізнесу приділено багато уваги як в економічному колі, так і в політологічному, філософському тощо. На відміну від дефініції відповідальності, що, передусім, тлумачиться як моральна компенсація чи усвідомлення провини, соціальна відповідальність має дещо другий вектор розуміння, адже націлена на перспективу та, перш за все, тлумачиться як усвідомлення необхідності відповідати за результати своїх дій.

В контурах зазначеного дослідження соціальна відповідальність – це науковий вектор, що у вітчизняній економічній літературі є доволі новим. В публікаціях І.Ю.Гришової [3], І.О.Крюкової [6] та В.В.Ку-

желя [7] зазначається, що сучасні економічні перетворення в Україні, адаптація національної економіки до міжнародних інтеграційних процесів та зміна соціальних викликів вимагають врахування в теоретичних підходах соціальної компоненти до визначення та структуризації економічного потенціалу підприємств. Враховуючи дане припущення, слід зазначити, що реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу сьогодні має ґрунтуватися на використанні ряду аксіологічних детермінант, оскільки сприйняття понять про порядність, чесність, відповідальність, справедливість тощо розглядаються суб'єктами бізнес-середовища через контури ринкової системи, що конвертуються в етично усвідомлене бачення про роль та місце бізнесу в соціумі, про перспективні консенсуси між діловими інтересами та соціальними потребами. Такі відносини мають ґрунтуватися на певній відповідальності за реалізацію пріоритетних економічних ініціатив бізнесу та задоволенні індивідуальних, суспільних і громадських потреб в довгостроковій співпраці бізнесу та соціуму та в певному наборі ресурсів, необхідних для розв'язку соціально-економічних проблем.

Теоретично аргументовано рядом видатних науковців [1–7] та практично доведено практикою відомих міжнародних компаній [8–18], що соціальна відповідальність бізнесу є компонентом ресурсних можливостей підприємства, що розглядається як специфічний економічний ресурс, використання якого сприяє забезпеченню економічної стійкості та стабільності економічного розвитку підприємства.

Опираючись на проведений ретроспективний аналіз [8–11] щодо діяльності безлічі корпорацій, можна констатувати той факт, що незалежно від напрямків реалізації соціально-орієнтованої політики підприємство завжди отримує відповідну економічну вигоду від реалізації соціально-орієнтованої поведінки. Тому імплементація соціальних засад в площині економічного розвитку підприємств сприяє більш ефективному використанню комбінації наявних ресурсів і прихованих можливостей, що в перспективі нарощує його конкурентні переваги та ринкову вартість бізнесу. Враховуючи це, соціальну відповідальність, як на нашу думку, доцільно розглядати як складову економічного потенціалу підприємства, що спроможна нарощувати його наявні ресурси та приховані можливості шляхом задоволення соціальних вимог персоналу та зацікавлених сторін. Застосування принципів соціально-орієнтованого бізнесу сприяє формуванню більшої довіри, розвитку соціального діалогу, покращенню внутрішнього морального клімату та розвитку прихованих можливостей підприємства. Також, окрім безпосередньої дії на результати економічного розвитку підприємства, соціальна компонента створює приховане страхування його економічного потенціалу від дії зовнішніх шоків.

Якщо порівняти результати України в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності країн світу за корпоративною соціальною відповідальністю та за економічною діяльністю, то можна відмітити про суттєві розбіжності. Так, за результатами рейтингу Глобальної конкурентоспроможності 2014–2015 (The Global Competitiveness Index, GCI) Всесвітнього економічного форуму (WEF), що включає в себе оцінку 144 країн за 12 критеріями, Україна серед досліджених країн світу в оцінці конкурентоспроможності за корпоративною соціальною діяльністю посідає 76 місце, піднявшись на шість позицій, порівняно з 2012 роком [16], що є непоганим результатом. Найближчими сусідами України стали Словачка Республіка, Шри Ланка та Марокко. Разом з цим, більш гірша ситуація зафіксована Щорічним Глобальним рейтингом конкурентоспроможності (World Competitiveness Yearbook 2011) Інституту розвитку менеджменту швейцарської бізнес-школи (International Institute for Management Development, IMD) [15], в рейтингу якого з 61 країн світу Україна в оцінці конкурентоспроможності за економічною діяльністю посідає 60 місце, що на три позиції нижче, порівняно з 2012 роком. Це говорить про те, що соціально-орієнтований бізнес безпосередньо впливає на результати економічної діяльності підприємств, формує їх конкурентні переваги та посилює іміджеві позиції на світовій і національній арені вітчизняного бізнесу.

Досвід економічного розвитку найвідоміших світових компаній в розрізі реалізації соціально-орієнтованої політики вказує на істотні розбіжності в переліку здійснення соціальних напрямків бізнес-одинацями. Безліч соціальних вимог, що виникають перед підприємствами, розбіжності в цілях відносно нарощення конкурентних переваг та опрацюванні стратегічних напрямків розвитку посилюють необхідність пошуку дієвих практик інтеграції принципів соціальної відповідальності в площину розвитку економічного потенціалу та вибір найкращого варіанту їх симбіозу. Відмінності України в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності країн світу лише підтверджують те, що з розвитком суспільства, посиленням соціального чинника та зростанням суспільних потреб поряд із економічними факторами актуалізується необхідність імплементації аксіологічних детермінант в економічному розвитку бізнес-одинаць, що сьогодні вкрай необхідне для формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств у глобальному бізнес-оточенні та нарощенні ринкової вартості їх бізнесу. Як свідчить міжнародна практика, даний процес передбачає неодмінну реалізацію наступних напрямків: збереження навколишнього оточення, опрацювання та виконання соціальних проектів, створення соціальної інфраструктури, введення засад етичної поведінки у ділових відносинах із зацікавленими сторонами тощо.

В Україні останнім часом соціально-орієнтована політика підприємств спрямована на захист здоров'я

і безпеки споживачів і в трудову площину, а саме: на розвиток власного персоналу, відсутність дискримінації, відмову від застосування дитячої та примусової праці, покращання умов праці (рис. 1).

Найменш визнаним для вітчизняного бізнесу є захист навколишнього середовища та співпраця з громадою. Разом з цим, така тенденція пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами не є постійною, оскільки трансформація потреб та пріоритетів соціуму потребує ідентичного коригування економічної політики ведення вітчизняного бізнесу та інтегрування в площину розвитку економічного потенціалу підприємств відповідних засад та інструментів соціально-орієнтованої концепції.

Тут виникає питання не тільки в правильному розумінні феномену соціально-відповідального бізнесу та чіткому дотриманні основних принципів соціально-орієнтованої політики, а й в тім, які саме соціальні заходи необхідно інтегрувати в площину економічного розвитку підприємств та якою саме має бути ієрархія аксіологічних детермінант соціальної відповідальності підприємств у специфічному оточенні їх розвитку. Саме на останньому зупинимося більш детально.

Враховуючи той факт, що сьогодні економічний розвиток переважної більшості вітчизняних підприємств зорієнтований на максимізацію ринкової вартості бізнесу [3, 7, 8], симбіоз економіко-соціальних аспектів шляхом одночасного координування та узгодження існуючих економічних, етичних й правових засад, як свідчить міжнародний досвід [8–18], сприятиме не лише реалізації намічених економічних завдань, а й покращенню соціального стану, адже нинішній національній економіці більш притаманна

відповідальність підприємств лише перед тими групами людей (працівники підприємства, контрагенти, посередники, постачальники, акціонери, споживачі, держава та суспільство в цілому), які, з одного боку, відчувають вплив на рівень їх соціального розвитку від діяльності підприємств, а з іншого – самі впливають на його економічні результати. Іншими словами, реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу поряд з головними принципами здійснення економічної діяльності має ґрунтуватися на ключових аксіологічних детермінантах, що внаслідок покращення якості та рівня життя оточуючого суспільства сприятиме досягненню стратегічних пріоритетів економічного розвитку.

Соціалізація напрямків реалізації економічного потенціалу підприємств, необхідність адаптації механізму його формування та використання до трансформації соціальних викликів, в першу чергу, спричинена соціально-економічними факторами, найголовнішими серед яких є посилення глобалізаційних процесів, що набувають універсального характеру дії та продукують виникнення єдиних стереотипів соціальної активності підприємств. Другим чинником є зміна системи співпраці підприємства із соціумом та правил проведення діалогу із суспільством, що вимагає більшої відкритості та прозорості від підприємств та швидшого й гнучкішого реагування на трансформацію суспільних вимог різних соціальних сфер.

Поряд з цим, прискорений розвиток науково-технічного прогресу та безупинне нарощення інформаційних потоків суттєво посилюють необхідність застосування людського капіталу, в результаті чого трансформується відношення працівника до трудової

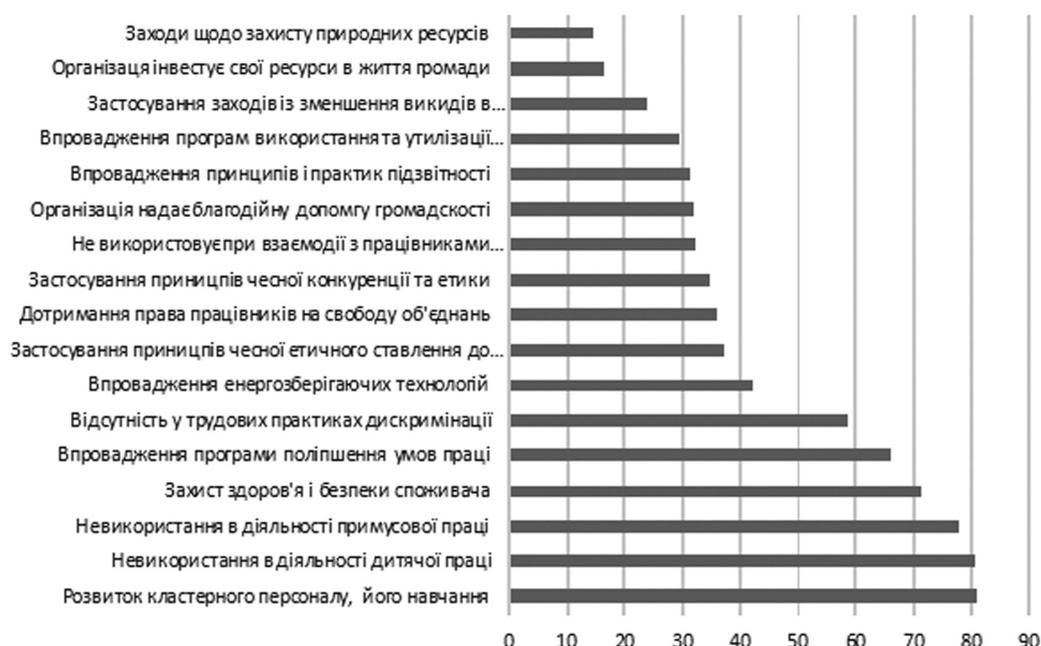


Рис. 1. Напрямки соціально-відповідальних заходів, які використовують підприємства [18]

діяльності та змінюється характер вимог до роботодавця. Відмітимо, що передумови актуалізації соціально-відповідального бізнесу залежать від поведінки споживача, що змінює пріоритетність свого ставлення до виробника, інформації про безпечність вироблених продуктів, відношення до споживача, підлеглих, реалізацію соціальних напрямків тощо. Враховуючи це, можна констатувати, що в основі структуризації аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу лежить необхідність самореалізації, розвиток самовідповідальності та самосвідомості на різних рівнях діалогу із соціумом.

Аналіз розвитку вітчизняних соціально-відповідальних підприємств показав, що серед ключових аксіологічних детермінант, які спонукають підприємства соціалізувати напрямки реалізації економічного потенціалу переважають внутрішні переконання, а саме: моральні міркування та внутрішнє спонукання. Але, поряд з цим доволі вагомими є й такі, як нарощення збутових потоків підприємств, імітування поведінки конкурентів, що мають саме економічну природу. Порівняно з 2013 роком пріоритетність аксіологічних детермінант вітчизняних соціально-відповідальних підприємств не змінилась. Так, у 2014 році ключовим соціальними спонуканням для 71,8 % підприємств стали моральні міркування, для 57,4 % – внутрішні стимули, для 22,8 % – нарощення обсягів реалізації. Доволі цікавим є той факт, що практично вдвічі збільшилася доля підприємств (з 9,9 % у 2014 році до 19 % у 2010 році)[18], для яких імітування поведінки конкурентів виявилось одним із передумов інтеграції соціально-орієнтованих принципів в площину їх економічного розвитку.

Безпосередньо для вітчизняних підприємств в цілому ключовим фактором, що спонукає їх до інтеграції принципів соціально-орієнтованої політики в площину розвитку економічного потенціалу, є демонстрування в різноманітних інформаційних джерелах їх соціально-відповідальної практики, що, на їх переконання, сприяє покращенню іміджу підприємств.

В ринкових умовах вирішальною умовою реалізації пріоритетних бізнес-ініціатив є економічна самостійність, що в контурах економічної діяльності дає бізнес-суб'єкту відчуття свободи та генерує такі аксіологічні детермінанти як активність у реалізації економічних цілей розвитку, відповідальність, лідерство, повагу, прозорість, інноваційність та чесність. Так, у декларації "Принципи бізнесу"[14], ухваленої в Швейцарії в 1994 році, задекларовано, що головними аспектами ведення будь-якої підприємницької діяльності є відповідальність за здійснювану суб'єктом економічну поведінку, облік інтересів зацікавлених сторін та повага достоїнства людини. При чому суть відповідальності полягає в намаганнях підприємства не лише задовольнити особисті потреби, а й потреби зацікавлених сторін. До цього змісту також додається розу-

міння вагомості зазначеного аксіологічного детермінанту в створенні іміджу підприємства, адже організаційна культура в контексті соціальної відповідальності дає можливість підприємству одержати додаткові можливості нарощення конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій.

Ті підприємства, ініціативність економічного розвитку яких зорієнтована лише на отримання прибутку, не до кінця розуміють вагомість соціальної відповідальності чи взагалі нею нехтують, в результаті чого ризикують позбавити себе певної частини покупців, які в сучасних ринкових умовах будуть віддавати свою пріоритетність продукції конкурента, діючого в соціально-відповідальній площині.

Варто відмітити, що відповідальність визначається засадами бізнес-етики та представлена системою моральних аспектів, вимог та бачень, що регулюють соціальні взаємовідносини в процесі реалізації економічного потенціалу підприємства. Так, ринкова система ґрунтується на взаємощиростях партнерів, потребі у відповідності викликам економічного розвитку та ухваленим у зазначеному суспільно-професійному оточенні стереотипам поведінки, що і визначає цінність взаємореалізації. Намагаючись задовольнити особисті інтереси один бізнес-суб'єкт вступає у взаємодію з другим бізнес-суб'єктом, в результаті чого кожен реалізує першочергові інтереси свого економічного розвитку. Варто відмітити, що використання аксіологічного детермінанту взаємодіючості відбувається шляхом обміну, де кожен із бізнес-суб'єктів інвестує іншого за для реалізації економічних інтересів останнього. Так, низка іноземних бізнес-одиниць постійно афішує дотримання ними основних імперативів етичного інвестування. Яскравим зразком є петиція зарубіжних підприємств до уряду Російської Федерації з закликом запровадження механізм боротьби із корупційними явищами. В умовах постійного нарощення інвестиційних потоків, що насичують особисті ініціативи фінансового розвитку екологічними, соціальними та етичними принципами при розробці стратегічної програми інвестування та вагомих обсягів соціально-орієнтованих інвестиційних потоків, імплементація принципів соціально-орієнтованої політики в площині економічного розвитку підприємств надасть можливість вітчизняним бізнес-одиницям об'єднатися та використовувати перспективи етичного інвестування. Це знову ж підкреслює те, що реалізація економічного потенціалу підприємств ґрунтується на засадах ефективності, що й демонструє необхідність реалізації пріоритетних економічних цілей розвитку з мінімальними витратами на основі діалектичного взаємозв'язку економіко-аксіологічних принципів економічної активності підприємства.

Про вагомість етичного детермінанту в економічному розвитку підприємства останнім часом свідчать і численні рейтинги іноземних компаній, де

прибутковість підприємства не обов'язково є ключовим критерієм відбору. Так, основоположники рейтингу "Сто найкращих компаній, що працюють на Америку" Р. Ліверинг, М. Московіц, М. Катц [17] ключовим критерієм обрали рівень заробітної плати, обсяг пенсій та премій, рівень забезпечення працівників зайнятістю та створення благоприємного клімату трудового колективу. Тоді як в рейтингу "Найвидатніші корпорації Америки" ключовим критерієм вважається: якість управління підприємством; якість виготовленого продукту та представленого сервісу; річні доходи вкладників капіталу; соціальна захищеність та екологічний чинник. Зважаючи на це, підкреслимо, що особливе місце в ієрархії відповідних аксіологічних детермінант займають саме ті, що зміцнюють процес усвідомлення необхідності в удосконаленні соціально-професійного розвитку.

Проведений аналіз розвитку безлічі світових корпорацій економістами-науковцями американських і британських університетів 1997–2000 рр. [14, 15], дає можливість відзначити, що соціальна відповідальність тільки сприяє економічному розвитку компаній, тоді як її уникнення, всупереч, значно обмежує перспективи її успіху. Так, міжнародні компанії, що використовували в діяльності засади соціально-орієнтованого бізнесу, в 2–4 рази нарощували обсяги виробництва порівняно з конкурентами, що звужували свої економічні інтереси [15]. За оцінками спеціалістів Бостонської дослідницької групи в компаніях, що впроваджують принципи соціально-орієнтованої політики, дохідність продажів зростає на 3 %, активів – на 4 %, капіталу та акцій – більш ніж на 10% [14]. В рейтингу України найкращих соціально-відповідальних підприємств можна назвати Корпорацію "Оболонь", Корпорацію "Nestlè" та компанію "Кока-Кола" [18], тоді як для переважної більшості вітчизняних підприємств, як свідчать проведені дослідження професіоналів з питань соціальної відповідальності [17], характерна відсутність соціальної орієнтованості бізнесу, яка вже сьогодні набула традиційного практичного використання на Заході. Не зважаючи на те, що сьогодні практично однакова кількість малих, середніх і великих за розмірами українських підприємств (понад 78,0%) підтвердили свою не інформованість про соціальні напрямки реалізації економічного потенціалу, соціальна відповідальність бізнесу все ж поступово набуває пріоритетності в економічному розвитку підприємств, адекватність якого очікуванням суспільства забезпечує створення певних переваг підприємств на шляху формування їх ключових компетенцій, а саме:

- скорочення обсягу витрат за рахунок того, що ініціативи відносно поліпшення простору функціонування підприємства дають можливість скоротити обсяги витрат на ведення бізнесу;
- удосконалення виробничих процесів за рахунок введення передового обладнання або устаткованих технологій, які б відповідали сучасним екологічним та технологічним нормам;
- заохочення працівників, через те що соціальна відповідальність модифікується у відповідальність за працівників, що зрештою надають перевагу роботодавцю, який враховує їх цінності;
- психологічні фактори заохочення, оскільки відповідальність за підлеглих трансформується в умови для забезпечення сприятливого клімату на підприємстві, що підвищує результати економічного розвитку;
- підвищення ділової репутації підприємства та розпізнавання бренду, що зменшує ризики від можливої втрати ринків і покращує доступ до нових ринків завдяки відповідного визнання суспільством, а також посилює стосунки підприємства з наявною клієнтською базою;
- забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу вироблених продуктів.

Висновки та пропозиції подальших досліджень.

Соціальну відповідальність запропоновано розглядати як складову економічного потенціалу підприємства, що спроможна нарощувати його наявні ресурси та приховані можливості шляхом задоволення соціальних вимог персоналу та зацікавлених сторін.

Реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу поряд з головними принципами здійснення економічної діяльності має ґрунтуватися на ключових аксіологічних детермінантах, що внаслідок покращення якості та рівня життя оточуючого суспільства сприятиме досягненню стратегічних пріоритетів економічного розвитку підприємств. Враховуючи це доведено, що використання аксіологічних детермінант в реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу сприятиме успішній інтеграції бізнесу в соціальну площину, гармонізації інтересів приватного капіталу та громадськості, а також стабілізації їх взаємовідносин. Завдяки цьому підприємства нарощуватимуть конкурентні переваги шляхом формування ключових компетенцій за рахунок реалізації своїх бізнес-ініціатив, які не вступатимуть в суперечність із суспільством, що забезпечуватиме нарощення ринкової вартості їх бізнесу в перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность и бизнес-образование / Ю.Е. Благов // Бизнес-образование. – 2007. – № 1(22). – С. 49–52.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Журнал "Києво-Могилянська Бізнес Студія", №10, 2005: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
3. Гришова И.Ю. Социально-экономическое развитие предприятий в контексте решения экономических конфликтов. / И.Ю. Гришова, Л.Е.Лебедь //Актуальные проблемы экономики и управления, 2015.- №2. – С.33-37
4. Краплич, Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій [Текст] / Р. Краплич; Фондація ім. князів-благодійників Острозьких. – Рівне, 2005. – 74 с.

5. Кричевський Н. Корпоративная социальная ответственность / Н. Кричевський, С. Гончаров. – Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
6. Крюкова І.О. Ресурсний потенціал аграрних підприємств та комплекс заходів з його відтворення і раціонального використання / І.О. Крюкова. Вісник ХНАУ. Серія “Економіка АПК і природокористування”. – № 3. – Харків, 2007. – с. 94-98
7. Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – С. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
8. Социальная ответственность: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sistema.ru>.
9. Социальная ответственность бизнеса: лучшие практики: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socotvet.ru/>. CSR and Apparel Industry in Jordan: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsr.org/>.
10. Соціальна відповідальність бізнесу – міф чи реальність: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csr.aiesec.lviv.ua/>.
11. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/>.
12. Crane A. Business Ethics / A. Crane, D. Matten. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 566 p.
13. CorporateSocialResponsibilityandCorporateValues: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua/>.
14. CSRandApparelIndustryinJordan: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsr.org/>.
15. InternationalInstitute for ManagementDevelopment, IMD: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/scoreboard.pdf>
16. The Global CompetitivenessIndex 2014-2015: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015>
17. <http://document.ua/docs/tdoc8391.php>
18. <http://svb.org.ua/reports>

УДК 330(075.8)

ШИМАНСЬКА В. В., к.е.н.

м. Житомир

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ТА СВІТОГЛЯДНО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ТРАКТУВАННЯ БАЗОВОГО КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ

***Анотація.** Статтю присвячено дослідженню концептуальних основ сутності економічної категорії реструктуризації, а також світоглядно-методологічному трактуванню базового категоріального апарату даної дефініції. Обґрунтовано необхідність проведення реструктуризаційних процесів на підприємствах України. Визначено, що реструктуризація підприємств є комплексним економічним процесом, який системно реалізується, як на мікро-, так і на макрорівнях економіки. За результатами базових положень і концепцій, представлених у наукових працях, досліджено такі категорії, як “реорганізація”, “реінжиніринг”, “трансформація”, “реформування”, “модернізація”, “реконструкція підприємства”. Виокремлено об’єкт, мету та цілі реструктуризації підприємств і наведено основні перешкоди на шляху впровадження реструктуризаційних змін.*

***Ключові слова:** реструктуризація, реорганізація, модернізація, реінжиніринг, реформування.*

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию концептуальных основ сущности экономической категории реструктуризации, а также мировоззренчески-методологической трактовке базового категориального аппарата данной дефиниции. Обоснована необходимость проведения реструктуризационных процессов на предприятиях Украины. Определено, что реструктуризация предприятий является комплексным экономическим процессом, который системно реализуется, как на микро-, так и на макроуровне экономики. По результатам базовых положений и концепций, представленных в научных трудах исследованы такие категории, как “реорганизация”, “реинжиниринг”, “трансформация”, “реформирование”, “модернизация”, “реконструкция предприятия”. Выделены объект, цель и цели реструктуризации предприятий и приведены основные препятствия на пути внедрения реструктуризационных изменений.*

***Ключевые слова:** реструктуризация, реорганизация, модернизация, реинжиниринг, реформирование.*

***Abstract.** The article studies the conceptual foundations of the essence of economic categories restructuring and ideological and methodological interpretation of the basic definitions of categorical apparatus. The author substantiates the necessity of restructuring processes in Ukraine. It was determined that the Restructuring is a complex economic process which systematically implemented, both at micro and macro levels in the economy. By the results of basic terms and concepts presented in scientific papers researched categories such as “reorganization”, “reverse engineer”, “transformation”, “reformation”, “modernization”, “reconstruction of the company”. Also author of the article singles out the object, purpose and objectives of enterprise restructuring and are the main obstacles to the implementation of restructuring changes.*

***Key words:** restructuring, reorganization, modernization, reengineering, reform.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В даний час характер економічних явищ і процесів, що

відбуваються в нашій країні характеризуються високою швидкістю і масштабом змін. Традиційні наукові

підходи та методи управління економічними системами (організаціями, галузевими комплексами і т.д.) не завжди повною мірою дозволяють аналізувати і адекватно реагувати на мінливе макро-, мезо-, мікроекономічне середовище. У цій ситуації підприємствам необхідно підтримувати постійну готовність до змін.

В даний час стає очевидним, що підприємствам необхідно постійно вносити зміни в господарську діяльність для забезпечення позитивної динаміки ключових показників результативності. Це досягається шляхом організаційних перетворень: трансформацією, реформуванням, реінжинірингом, реструктуризацією, реорганізацією і т.д.

При цьому, однією з найбільш поширених форм управління змінами є реструктуризація. Також необхідно зауважити, що особливістю сучасного етапу розвитку економіки України є відсутність налагодженого організаційного механізму ефективного функціонування підприємств реального сектору економіки. Саме реструктуризація є інструментом адаптації вітчизняних підприємств до нових ринкових умов, в першу чергу, виробничого, технологічного процесів, а також управлінської та організаційної структур.

Слід зазначити, що в сучасних умовах господарювання, які характеризуються макроекономічною нестабільністю в країні, здійснення реструктуризаційних процесів є не лише ключовою передумовою розвитку та конкурентоспроможності підприємств, а й системоутворюючим фактором збалансованого функціонування ринкової економіки, який суттєво впливає на характер макроекономічних процесів та структуру національної економіки. Дані рисунку 1 демонструють нестабільність національної економіки України; динаміка фінансових результатів діяльності підприємств України до оподаткування, як ми можемо бачити, має тенденцію до зниження.

Вважаємо за доцільне акцентувати на тому, що фінансові результати діяльності суб'єктів господарювання відображають ефективність господарювання підприємства за всіма напрямками його діяльності: виробничою, збутовою, постачальницькою, фінансовою та інвестиційною, вони становлять основу економічного розвитку підприємства і зміцнення його фінансових відносин з партнерами. Зростання фінан-

сового результату створює фінансову основу для самофінансування діяльності підприємства, здійснюючи розширене відтворення.

В умовах ринкової економіки діяльність суб'єктів господарювання спрямована на отримання максимально можливої економічної вигоди, що знаходить свій прояв у фінансових результатах. Останній відображає всі сторони діяльності підприємства – рівень його технологій та організації виробництва, ефективність системи управління, контроль за рівнем витрат тощо.

Фінансовий результат господарювання підприємства, що виступає у формі прибутку або збитку, відображає ефективність його операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та служить основним критерієм стратегії суб'єкта господарювання [20].

В зв'язку із вищезазначеним вважаємо, що питання реструктуризації підприємств є надзвичайно актуальною проблемою, яка потребує детального глибокого аналізу. Реструктуризація підприємств в сучасних умовах є найважливішим чинником досягнення цілей, умовою ринкової трансформації національної економіки, її інтеграції в сучасні світогосподарські процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження особливостей економічної сутності та характеристики поняття "реструктуризація підприємства" було предметом дослідження значної кількості як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, серед яких: М. Аїстова, О. Алімов, О. Амоша, Б. Андрушків, А. Белова, М. Войнаренко, С. Довбня, В. Микитенко, І. Саух, Д. Стеченко, В. Ченаш, О. Царенко, В. Шапіро, С. Шкарлет.

Формування мети статті. Метою дослідження є систематизація й узагальнення науково-методичних підходів до визначення сутності реструктуризації в межах теорії економіки та управління підприємствами.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В даний час реструктуризація – один із вагомих напрямів діяльності практично будь-якої компанії, націленої на успішний бізнес, а також ефективний ринковий інструмент підвищення її конкурентоспроможності. Реструктуризація підприємств є комплексним економічним процесом, який системно реалізується, як на мікро-, так і на макрорівнях економіки.

Виникнення та введення в обіг поняття "реструктуризація підприємства", як економічної категорії пов'язують з періодом початком 30-х років ХХ ст., періодом у який у

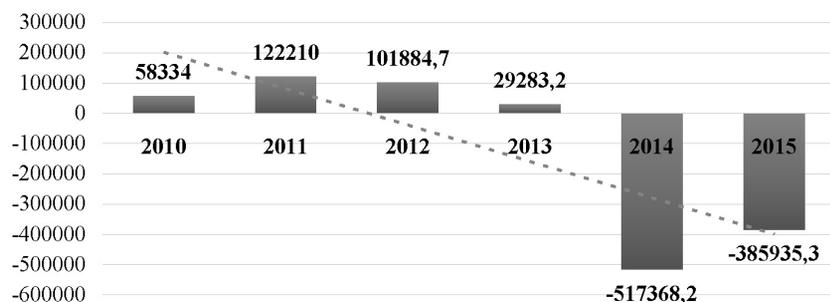


Рис. 1. Динаміка фінансових результатів діяльності підприємств України до оподаткування 2010–2015 рр., млн. грн.

високорозвинених країнах світу (Англії, Німеччині, Франції, США) почали реалізовуватися заходи, орієнтовані на реформування підприємств для підвищення ефективності їх функціонування в ринковому середовищі.

З початком 80-х років XX ст. інструменти реструктуризації набули широкого практичного застосування у багатьох країнах Західної Європи. У процесі переорієнтації економік країн Центральної та Східної Європи на ринкові механізми категорія “реструктуризації підприємства” зайняла чільне місце у наукових дослідженнях та практичних розробках, пов’язаних із реалізацією даних процесів [4].

У вітчизняній практиці управління категорія “реструктуризації підприємства” отримала своє застосування на початку 90-х років XX ст., що було обумовлено початком перехідного періоду трансформації вітчизняної економіки, становленням ринкових засад та реалізацією ринкових механізмів бізнесу в Україні. Головною метою реструктуризації на даному етапі було подолання кризового стану суб’єктів господа-

рювання та забезпечення їх виживання в умовах стрімкого зростання рівня конкуренції з боку як внутрішніх, так і зовнішніх підприємств-конкурентів [1].

Аналіз наукових поглядів щодо сутності реструктуризації показує, що в цілому підходи до визначення поняття реструктуризації характеризуються широким різноманіттям. Морфологічний аналіз сутності категорії “реструктуризація” та наявність різних концептуальних підходів до його ідентифікації зведено в табл. 1.

Сутність реструктуризації визначається і в законодавчих та нормативних документах. Так, згідно закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” реструктуризація підприємства – “це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу з переходом боргових зобов’язань до юридичної особи, що не підлягає санації, якщо це передбачено планом санації, на зміну форми власності, управління, організаційно-

Таблиця 1.

Деталізація сутності та змісту економічної категорії “реструктуризація”

Автор	Сутність та логіка взаємозв’язку між визначенням ключових категоріальних понять	Посилання на джерело
М. Аїстова	радикальна зміна структури господарюючої організації (активів, власності, фінансів, управління, кадрів та ін.)	[2]
В. Ченаш	процес системної оптимізації діяльності підприємства шляхом реалізації відповідного комплексу інноваційно спрямованих заходів щодо перебудови організаційної та (або) управлінської сфери підприємства, який дає змогу забезпечити перманентну адаптивність і стійкість, зростання конкурентоспроможності, прибутковості, ринкової вартості та реалізацію потенціалу економічного розвитку підприємства у довгостроковому періоді	[9]
О. Терещенко, Н. Волошанюк	комплекс фінансово-економічних, організаційних і правових заходів, спрямованих на оновлення структури підприємства й управління, фінансів і виробництва, організаційно-правової форми діяльності, що дають змогу вдосконалити фінансово-економічні відносини підприємства для забезпечення ефективного використання його потенціалу та збільшення його ринкової вартості	[19]
К. Леміш	комплексне перетворення його діяльності, що полягає в зміні структури виробництва, активів, пасивів і системи управління з метою підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції підприємства на ринках збуту та адаптації до умов зовнішнього середовища	[12]
Т. Бень, С. Довбня	спосіб адаптації діяльності підприємства до ринкових умов, які безперервно змінюються, шляхом проведення комплексу заходів організаційно-економічного, техніко-технологічного, кадрового та фінансового характеру, що забезпечать зростання ефективності виробництва, підвищення конкурентоспроможності та зміцнення фінансової стійкості	[3]
І. Отенко, Н. Москаленко	засіб адаптації підприємства до зовнішнього середовища за рахунок змін в організаційній структурі та функціональних сферах діяльності підприємства	[15]
А. Ступницький	еволюційна зміна у функціонуванні підприємства, безперервний процес, який повинен носити стратегічний характер	[18]
Л. Левковська	комплекс заходів, що спрямовані на зміну структури, які охоплюють продуктову, технологічну, галузеву, територіальну, інституційну, організаційну підсистеми і здатні привести до збільшення обсягів випуску конкурентоспроможної продукції та підвищення ефективності виробництва	[11]
В. Прохорова	комплекс економіко-організаційних змін видів діяльності, характеру діяльності, що дозволяє забезпечити відповідність зовнішніх та внутрішніх чинників ефективності виробництва	[17]

Джерело: Систематизовано й узагальнено автором за результатами вивчення базових положень і концепцій, представлених у наукових працях [2-3, 9, 11-12, 15, 17-18].

правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів" [16].

Відповідно до положень Методичних вказівок щодо проведення реструктуризації державних підприємств реструктуризація підприємства – "це здійснення адміністративно-економічних, правових, інформаційно-технічних заходів, що спрямовані на зміну структури підприємства, його управління, форм власності, організаційно-правових форм, здатних привести підприємство до фінансового оздоровлення, зростання обсягів випуску конкурентоздатної продукції, підвищення ефективності виробництва" [13].

У міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 37 "Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи" реструктуризація визначається як "програма, яку планує та контролює управлінський персонал і яка суттєво змінює: обсяг діяльності, здійснюваної суб'єктом господарювання, або спосіб здійснення цієї діяльності" [14].

Отже, з огляду на все вищезазначене, вважаємо за доцільне викласти основні ключові підходи до інтерпретації науковцями сутності поняття "реструктуризація підприємства" з наступних позицій: а) як процес здійснення реорганізації, перебудови та впровадження різного виду змін організаційно-економічної структури, господарської діяльності підприємства; б) як процес забезпечення успішної адаптації підприємства відповідно до зміни умов зовнішнього середовища та стратегії розвитку суб'єкта господарювання; в) як забезпечення успішної адаптації підприємства відповідно до зміни умов зовнішнього середовища та стратегії розвитку суб'єкта господарювання; г) як спосіб забезпечення фінансового оздоровлення (санация) та оздоровлення усіх життєвих циклів підприємства; д) як реалізація різного типу змін форм, методів, інструментів управління підприємством; ж) як трансформація організаційної та (або) функціональних сфер підприємства для забезпечення зростання адаптивності, прибутковості та довгострокового економічного розвитку підприємства у бізнес-середовищі.

На нашу думку, реструктуризація являє собою комплексну оптимізацію всіх систем функціонування бізнес-структури за допомогою її реорганізації: перебудови організаційно-економічної, фінансової, виробничої, збутової систем під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів для досягнення основних цілей, в тому числі, підвищення вартості підприємства, його економічної ефективності, конкурентоспроможності підприємства і його продукції, фінансової стійкості.

Реструктуризація передбачає системний характер оптимізації функціонування компанії. Вона включає багатоаспектний і взаємопов'язаний комплекс заходів, процесів, методів, починаючи з комплексної

діагностики компанії і до реорганізації як організаційної структури, так і бізнес-процесів на базі сучасних підходів до управління, у тому числі методології управління якістю, реінжинірингу бізнес-процесів, інформаційних технологій і систем.

Відмітимо, що об'єктом реструктуризації можуть виступати будь-які елементи підприємства як системи і (або) підприємство в цілому. Найчастіше при характеристиці об'єкта реструктуризації виділяються окремі елементи системи (фінанси, виробництво, збут, організація) або всі елементи системи розглядають в сукупності.

У найбільш загальному вигляді метою реструктуризації є забезпечення швидкої адаптації діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища, підвищення мобільності управління, зростання показників ефективності та конкурентоспроможності.

Також до числа загальних цілей реструктуризації належать: підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, виробництва або підприємства в цілому; підвищення фінансової стійкості; поліпшення управління підприємством; підвищення ефективності виробництва; створення додаткової вартості підприємства і зростання вартості бізнесу; зміна розподілу власності та підвищення рівня контролю над діяльністю підприємства; залучення інвестицій у виробництво; підвищення інвестиційної привабливості підприємства; виробництво більш сучасних продуктів; підвищення ефективності функціонування; недопущення погіршення фінансового стану підприємства і вихід підприємства з кризи.

Досліджуючи економічну сутність поняття "реструктуризація підприємства", слід акцентувати увагу на тому, що у наукових працях вчених-економістів досить широко використовуються такі категорії, як "реорганізація", "реінжиніринг", "трансформація", "реформування", "модернізація", "реконструкція підприємства", які власне також характеризують можливі види реалізації перетворень на підприємстві.

Найбільш розповсюдженими причинами проведення реструктуризації підприємств сьогодні є ситуації, коли:

- довгострокові перспективи розвитку підприємства та його окремих бізнес-напрямів втратили свою привабливість чи переживають важкі часи, які необхідно пережити з мінімальними втратами для майна і колективу підприємства;
- з'являються нові технології або продукти, що вимагають змін для завоювання кращих позицій в нових і перспективних напрямках;
- в результаті наявності в бізнес-портфелі підприємства великої кількості напрямів діяльності, що повільно розвиваються або слабких у конкурентному відношенні;
- керівництво і (або) власники підприємства приймають рішення переглянути стратегічну політику та ін.

Таблиця 2.

Дефініційне визначення та світоглядно-методологічне трактування базового категоріального апарату реструктуризації

Економічна категорія	Сутність та логіка визначення елементів вихідного категоріального поля	Посилання на джерело
Реорганізація (корпоративна реструктуризація)	Перетворення, перевлаштування організаційної структури і управління підприємством при збереженні основних засобів, виробничого потенціалу підприємства (переважають організаційно управлінські аспекти); повна або часткова зміна власника статутного фонду юридичної особи, а також зміна організаційно-правової форми здійснення бізнесу	[7]
Реформування	Зміна принципів дії підприємства, що сприяє поліпшенню управління, підвищенню ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції, що випускається, продуктивності праці, зниженню витрат виробництва, поліпшенню фінансово економічних результатів діяльності (переважають виробничо економічні аспекти); процес перетворення, зміни, перевлаштування якої-небудь сторони суспільного життя (порядків, інститутів, установ), що не знищує основ існуючої соціальної структури, тобто нововведення будь-якого змісту спрямоване на більш-менш прогресивне перетворення	[8]
Реструктуризація	Комплексна оптимізація системи функціонування підприємства в відповідно до вимог зовнішнього оточення і виробленої стратегії його розвитку, сприяє принциповому поліпшенню управління, підвищенню ефективності та конкурентоспроможності виробництва і продукції, що випускається, на базі сучасних підходів до управління, у тому числі методології управління якістю, реінжинірингу бізнес-процесів, інформаційних технологій і систем (гармонійно поєднуються всі аспекти діяльності підприємства)	[5]
Реінжиніринг бізнес-процесів (business process reengineering, BPR)	вид діяльності як фундаментальне переосмислення і радикальне перепланування бізнес-процесів компанії, які мають на меті різке поліпшення показників їх діяльності, таких як витрати, якість, сервіс, оперативність.	[21]
Модернізація	процес, що створює зміни у відповідності з новітніми, сучасними потребами і нормами; інвестиційна операція, що пов'язана з покращенням і приведенням до сучасного технологічного рівня частини основних засобів підприємства шляхом конструктивних змін машин, обладнання, устаткування та механізмів, що використовуються підприємством в операційній діяльності.	[6]

Джерело: * Систематизовано та узагальнено автором за результатами базових положень і концепцій, представлених у наукових працях [5-8, 21]

У той же час процес реструктуризації сучасних підприємств зіштовхується з цілою низкою проблем, основними з яких є наступні.

1. Необхідність прискореної заміни та модернізації існуючої виробничо-технологічної бази підприємства за умови збереження і, навіть, збільшення обсягів виробництва.

2. Необхідність забезпечення максимального захисту прав власників, інвесторів, кредиторів, працівників підприємства, які можуть піддаватися загрозі порушення при проведенні ряду реструктуризаційних заходів, особливо таких, як зміна організаційно-правової форми підприємства і структури прав власності шляхом злиття, поглинань, виділень, поділів і т.д.

3. Необхідність дотримання інтересів усіх зацікавлених груп, у тому числі партнерів, постачальників, основних споживачів продукції підприємства.

4. Відсутність практичних навичок і досвіду проведення правильної, точної та своєчасної оцінки ризиків можливих напрямів реструктуризації і розробки дій з їх нейтралізації.

5. Відсутність практичних навичок і досвіду потреб і можливостей реструктуризації, стратегічного бачення важливості реструктуризаційних заходів, що проявляється в тому, що керівництво багатьох підприємств сприймає реструктуризацію виключно як процедури, пов'язані з банкрутством і ліквідацією неплатоспроможності підприємств.

6. Низький рівень розуміння власниками, керівництвом і персоналом підприємства цілей і завдань реструктуризації, сприйняття ними реструктуризації як загрози власним інтересам і безпеці, часте неприйняття ними цілей і завдань реструктуризації.

7. Слабке обґрунтування вибору найбільш ефективного варіанту стратегії реструктуризації та механізму її реалізації, неправильний підбір інструментів реструктуризації та ін.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Отже, однією з найбільш актуальних проблем сучасної вітчизняної економіки є досягнення сталого розвитку вітчизняних підприємств. Його можливо досягти завдяки проведенню реструктури-

заційних процесів. Процес реструктуризації повинен спиратися на ефективну систему контролю, що включає чіткі плани дій, регулярні звіти про досягнуті результати, систему особистої зацікавленості менеджерів за результати реструктуризації на кожному етапі її здійснення, показники відповідальності керівництва. Оцінка ефективності процесу реструктуризації вимагає чітких критеріїв оцінки рівня досяжності поставлених цілей, зрозумілої і точної системи звітності, що і стане предметом наших майбутніх досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрушків Б. Управління процесами реструктуризації промислових підприємств в умовах економічних реформ / Б. Андрушків, Н. Кирич, О. Погайдак // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 1. – С. 3-5.
2. Аистова М. Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. – М.: Альпина Паблшер, 2002. – 287 с.
3. Бень Т., Довбня С. Проблеми і передумови ефективної реструктуризації підприємства // Економіка України. – 2000. – № 8. – С. 36-41.
4. Височин І. В. Реструктуризація підприємства як економічна категорія / І. В. Височин // Наукові праці ДонТУ. Серія: економічна. – 2004. – Вип. 75. – С. 160-165.
5. Голобоков А. С. Реструктуризация предприятия как способ пре-дотвращения банкротства [Текст] / А. С. Голобоков // Государственный ин-формационный бюллетень. О приватизации. – 1997. – № 6. – С. 46-49.
6. Горовой В. О. Главное, что дает реструктуризация – возможность выжить / В. О. Горовой // Украинская инвестиционная газета. – 2000. – № 21. – С. 3-5.
7. Демьянов А. К. Хозяйственное право / А. К. Демьянов. – М.: Альфа-М, 2000. – 320 с.
8. Економічний словник-довідник / [авт.- уклад. Мочерний С. В.]. – К.: Феміна, 1995. – 367 с.
9. Економічні основи процесу реструктуризації підприємств. [Електронний ресурс] / В. С. Ченаш // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 5 (10). – С. 55-61. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics. opu.ua/files/archive/2013/n5.html>
10. Економічний словник-довідник / [авт.- уклад. Мочерний С. В.]. – К.: Феміна, 1995. – 367 с.
11. Левковська Л. В. Соціально-економічні проблеми реструктуризації промисловості України в умовах ринкових відносин (на прикладі Центрального регіону) [Текст]: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / Левковська Людмила Володимирівна; НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. – К., 2001. – 19 с.
12. Леміш К. М. Основи формування механізму реструктуризації промислових підприємств / К. М. Леміш // Економіка і регіон. – 2010. – № 25 (спец. вип. 2). – С. 111-115.
13. Методичні вказівки щодо проведення реструктуризації державних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0187-98>.
14. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (видання 2010 року) [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.apu.com.ua/index.php?option=com_content
15. Отенко І. П. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємств. Научное издание / И.П. Отенко, Н. А. Москаленко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 216 с.
16. Про відновлення платоспроможності або визнання підприємства банкрутом: Закон України від 14.05.1992 № 2343-ХІІ Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
17. Прохорова В. В. Реструктуризація організаційно-господарської діяльності підприємства в умовах трансформаційної економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / В.В. Прохорова ; Харк. держ. екон. ун-т. – Х., 2001. – 20 с.
18. Ступницький А. М. Стратегічна реструктуризація компаній – шлях виживання в ринковій економіці // Економічні реформи сьогодні. – 2001. – № 38. – С. 36-43.
19. Терещенко О. О. Фінансові доміанти реструктуризації підприємств / О. О. Терещенко, Н. В. Волошанюк // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 82-90.
20. Фальченко О. О. Особливості формування фінансових результатів / О. О. Фальченко, О. І. Артеменко // Вісник НТУ "ХПІ". – 2015. – № 26 (1135). – С. 154-157.
21. Хаммер М., Чампи Дж. Рейнжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – "Манн, Иванов и Фербер", – 2005.

ЗМІСТ

Атаманчук Ю.М., Гузар Б.С., Шупило О.В. Проблеми формування та функціонування ринку консалтингових послуг в Україні. м. Умань	3
Бечко П.К., Непочатенко Е.А., Боровик П.Н., Колотуха С.Н. Перспективи фінансового оздоровлення суб'єктів аграрного виробництва Черкаського регіона. г. Умань	8
Бечко В.П., Врачинська О.В. Методика визначення типу інноваційної політики підприємств спиртової галузі. м. Умань	17
Гарафонов О.І. Інкорпорація потенціалу змін в стратегічну систему управління промисловим підприємством. м. Київ	24
Городецька М.О. Постіндустріальна перспектива України. м. Ніжин	29
Замлинський В.А. Венчурне інвестування підприємств аграрної сфери. м. Умань	32
Захарченко В.І. Історико-економічний аналіз теорії розміщення промисловості: мікроекономічний рівень. м. Вінниця	37
Кондратюк Д.М. Еволюція наукових підходів до трактування дефініції “маркетинг” та “агромакетинг”. м. Житомир	43
Момонт Т.В. Моделювання бухгалтерського обліку як складова методики дослідження облікових процесів на підприємствах туристичної індустрії. м. Житомир	47
Нестеренко Н.В. Систематизація індикаторів фінансової стійкості комерційного банку в Україні. м. Запоріжжя	51
Нікітчина О.В. Недержавні пенсійні фонди як елемент диверсифікації пенсійного забезпечення громадян. м. Житомир	56
Олексієв І.Л. Управління логістичною діяльністю підприємств у туристичній сфері. м. Житомир	62
Пахомова Т.М. Стан та перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні. м. Ніжин	65
Пацалюк К.О. Історія становлення маркетингу та маркетингових комунікацій. м. Житомир	71
Скиба Т.В. Соціально-економічне та інституційне середовище розвитку сільського підприємництва. м. Житомир	74
Стоянова-Коваль С.С. Стратегічне прогнозування розвитку інвестиційної діяльності підприємств харчової галузі. м. Умань	79
Тютюнник О.В. Особливості кредитної політики в аграрному секторі економіки України в період становлення ринкових відносин. м. Запоріжжя	86
Цибульський В.О. Інноваційний потенціал туристичного підприємства та ефективність його використання. м. Житомир	90
Цюцюпа С.В. Формування та аналіз інформаційно-комунікативних технологій в системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств. м. Ніжин	93
Шабатура Т.С. Аксиологічні детермінанти реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу. м. Умань	100
Шиманська В.В. Реструктуризація: концептуальні основи дослідження сутності економічної категорії та світоглядно-методологічне трактування базового категоріального апарату. м. Житомир	105

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

Вимоги до оформлення матеріалів, які подаються до "ВІСНИКА"
Київського інституту бізнесу та технологій

Стаття повинна бути структурована і, відповідно до останніх вимог Департаменту атестації кадрів Міністерства освіти, науки, молоді та спорту України, мати такі елементи:

- 1) постановку проблеми у загальному вигляді;
- 2) аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми;
- 3) формулювання мети статті;
- 4) виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основний матеріал – мінімум 8 сторінок тексту;
- 5) висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі.

Стаття супроводжується:

- 1) рецензією кандидата, доктора наук (для магістрів та аспірантів – наукового керівника);
- 2) супровідним листом від організації, де працює автор;
- 3) відомостями про автора (авторів) (прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, науковий ступінь та вчене звання, коло наукових інтересів, посада, місце роботи, службова адреса, адреса електронної пошти, службовий і домашній номери телефонів);
- 4) електронним носієм інформації (дискета або диск), на якому розміщуються **два копії** вищезазначених матеріалів (стаття, анотації, відомості про авторів).

Обсяг статті повинен бути в межах від 20 тис. знаків (0,5 др.ак.) до 26 тис. знаків (0,65 др.арк).

Стаття готується у текстовому редакторі Microsoft Word у такому порядку:

- 1) індекс **УДК** (правий верхній кут, жирний шрифт);
- 2) ініціали, прізвище автора (авторів) (правий верхній кут, курсив, жирний шрифт);
- 3) місце роботи, електронна адреса авторів;
- 4) назва статті (посередині, великими літерами, жирний шрифт); (між місцем роботи і назвою один інтервал);
- 5) анотація українською та російською мовами (повинна бути змістовною, а не декларативною); (між назвою статті і анотацією один інтервал);
- 6) після анотації ключові слова (**ключові слова** жирним шрифтом, самі слова звичайним);
- 6) анотація з ключовими словами англійською мовою. Має починатися іменем, прізвищем автора та назвою статті (жирний шрифт).
- 7) сам текст (через інтервал після анотації англійською мовою).

Оформлення статті

- 1) Поля: зверху, знизу, зліва, справа – 2 см.
- 2) Шрифт – Times New Roman, розмір 14 пт., міжрядковий інтервал – 1,5.
- 3) розділи статті виділяються жирним шрифтом;
- 4) при цитуванні – кінцеві посилання (в тексті посилання оформити наступним чином: [1, с.50]).

Оформлення списку літератури

- 1) Список літератури подається відповідно до порядку посилання, згідно останніх вимог ВАК України наступним чином:
 1. Мамардашвили М. Введение в философию / Мераб Мамардашвили. Мой опыт нетипичен. – СПб.: Азбука, 2000. – 400 с. – ISBN 5-267-00287-9.
 2. Сумерки богов / [сб. первоисточников / сост. и общ. ред. А. А. Яковлева]. – М.: Политиздат, 1990. – 398 с. – (б-ка атеистической лит.).
 3. Перспективы метафизики: Классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков: Российский гуманитарный научный фонд Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного центра РАН; ред. Г. Л. Тульчинского и М. С. Уварова. – СПб.: 2000. [электронный ресурс] / Г. П. Тульчинский, М. С. Уваров, Д. Н. Козырев, С. С. Гусев, Г. М. Бревде // Режим доступа: <http://ru.philosophy.kiev.ua/library/ivarov/perspmet/index.html>.
 4. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики / М. Хайдеггер; пер. и примечания А.В. Ахутина и В.В. Библихина // Вопросы философии. – 1989. – № 9. – с. 116-163.
 5. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук: Философия духа: в 3 т. / Г.В.Ф. Гегель – М.: Мысль, 1977 – Т.3. – 471 с.
- 2) Слово література розташовується через інтервал після тексту, посередині, курсивом, жирним шрифтом.
- 3) Джерела розташовуються у стовпчик.

Відповідальність за підбір, точність наведених на сторінках збірника фактів, цитат, статистичних даних, дат, прізвищ, географічних назв та інших відомостей, а також за розголошення даних, які не підлягають відкритій публікації, лягає на авторів опублікованих матеріалів. Передрукування матеріалів, опублікованих у збірнику дозволено тільки зі згоди авторів та видавця.

Увага!

- Невідповідність оформлення статті наведеним вище вимогам може бути **приводом відмови у публікації**. Редакція повідомляє авторів тільки про рішення з приводу публікації. Редакція не рецензує подані матеріалів, і, у випадку відмови в публікації, не повертає рукопис і не вступає в теоретичні дискусії. Рішення з приводу публікації приймаються протягом одного місяця від дня реєстрації рукопису.
- Не допускається включення у список літератури навчальних посібників, підручників, методичних рекомендацій.

ВПЕВНЕНІСТЬ І ДОВІРА

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ



WWW.KIBIT.EDU.UA

- ЕКОНОМІКА
та ПІДПРИЄМНИЦТВО
- МЕНЕДЖМЕНТ
і АДМІНІСТРУВАННЯ
- ПСИХОЛОГІЯ

- ПІДГОТОВКА
ДО ЗОВНІШНЬОГО
НЕЗАЛЕЖНОГО
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

WWW.KIBIT.EDU.UA