



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№1(29)2016



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
04078, м. Київ,
пр. Зоряний, 1/5
(044) 430 15 77, 353 42 42
info@kibit.edu.ua

РЕКТОР: ЯКОВЛЕВА Олена Вячеславівна
— доктор 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 програми MBA.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АЕ № 458744
від 5.08.2014 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Сергія Задорожного, 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

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**

УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:

публічне управління та адміністрування,
менеджмент, фінанси, банківська справа
та страхування, облік і оподаткування

СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ НАУКИ:

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:

вискокваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста,
магістра державного зразка. Сту-
денти проходять практику у дер-
жавних та комерційних установах.
Працює служба працевлаштуван-
ня студентів. Здійснюються мовні
та фахові стажування студентів
за кордоном. На запрошення Ін-
ституту лекції читають професори
з провідних Університетів Західної
Європи. Ведеться підготовка до не-
залежного зовнішнього тестування
з математики, української мови та
літератури, історії України.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 1 (29)

Київ
Видавництво КІБіТ
2016

*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 питаннями розвитку економіки України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

ПІШЕНІНА Т.І., *д-р екон. наук – голова редколегії*
ЯКОВЛЕВА О.В., *д-р філос. наук, ректор КІБІТ*
ЯЗИНІНА Р.О., *канд. екон. наук, д-р географ. наук – відповідальний секретар*
ЗАХАРЧУК О.В., *д-р екон. наук*
ТКАЧУК В.І., *д-р екон. наук*
УДОВІЧЕНКО В.П., *д-р екон. наук*
ШИНКАРУК Л.В., *д-р екон. наук*
ВЕТЧИНОВ І.А., *д-р екон. наук*
САУХ І.В., *канд. екон. наук*
КЛИМЕНКО В.В., *канд. екон. наук*
ПОЛОНЕЦЬ В.М., *канд. екон. наук*
КУЛАНХИН О.С., *канд. екон. наук*
ПІКУШ Т.А., *канд. екон. наук*

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

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 1 (29) 2016

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 № 8 від 23 березня 2016 року

Тираж 500

Адреса редакції:

04078, м. Київ, пр. Зоряний 1/5

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ

04078, м. Київ, пр. Зоряний 1/5

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

УДК 336.226

БОРОВИК П.М., к.е.н.,

БЕЧКО П.К., к.е.н.,

СЛІПЧЕНКО В.В.

м. Умань

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ СПЕЦІАЛЬНИХ ПОДАТКОВИХ РЕЖИМІВ ДЛЯ АГРОБІЗНЕСУ

Анотація. В статті розглянуто останні зміни до механізмів пільгових режимів оподаткування суб'єктів аграрного сектору економіки, досліджено недоліки вітчизняних пільгових податкових режимів для агробізнесу та розглянуто перспективи їх подальшого використання.

Ключові слова: оподаткування сільськогосподарських товаровиробників, податкова підтримка аграрного бізнесу, пільгові режими оподаткування, єдиний податок, податок на додану вартість, Податковий кодекс України.

Аннотация. В статье рассмотрены последние изменения в механизмах льготных режимов налогообложения субъектов сельскохозяйственного сектора экономики, исследованы недостатки отечественных льготных налоговых режимов для сельхозбизнеса и рассмотрены перспективы их дальнейшего использования.

Ключевые слова: налогообложение сельскохозяйственных товаропроизводителей, налоговая поддержка сельскохозяйственного бизнеса, льготные режимы налогообложения, единый налог, налог на добавленную стоимость, Налоговый кодекс Украины.

Abstract. The recent changes to the mechanisms of preferential regime of taxation of entities of the agricultural sector of economics are researched in the article. The authors investigated the disadvantages of domestic preferential tax regimes for agribusiness and reviewed prospects for their further use.

Key words: taxation of agricultural producers, agribusiness tax support, preferential tax regimes, single tax, value added tax, Tax Codex of Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Наша країна, завдяки наявності на її території значних природних ресурсів, необхідних для належного ведення сільськогосподарського виробництва, має всі передумови для нарощення експортного потенціалу та покращення стану платіжного балансу виключно за рахунок аграрного бізнесу. Саме тому пріоритетною галуззю для вітчизняної економіки є та завжди буде сільське господарство. Зважаючи на викладене, важливим завданням для держави в умовах членства в СОТ та невідворотності курсу на європейську інтеграцію залишається податкове регулювання діяльності суб'єктів агробізнесу, в тому числі і з використанням механізмів спеціальних режимів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників.

В зв'язку з цим, необхідно зазначити, що зміни в механізмах справляння податків, зборів і платежів податкового характеру, які сплачують суб'єкти аграрного бізнесу, що відбулись в нашій країні з прийняттям Податкового кодексу та внесенням цілої низки змін до цього нормативно-правового акту, потребують сучасного аналізу порядків їх нарахування і сплати, котрий необхідно здійснювати з метою окреслення проблем справляння кожної з окремо взятих зазначених податкових форм та обґрунтування шляхів їх вдосконалення. Тому, дослідження проблем оновлених порядків справляння податків з суб'єктів агросфери а також розроблення напрямів їх вдосконалення є важливим завданням для вітчизняних науковців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

З цієї причини проблемним аспектам функціонування механізмів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників та шляхам їх вдосконалення присвячені напрацювання багатьох вітчизняних учених, серед яких на особливу увагу заслуговують публікації В. Андрущенка, О. Василика, В. Вишневського, М. Дем'яненка, Д. Деми, Ю. Іванова, О. Кириленко, А. Крисоватого, М. Кучерявенка, П. Лайка, І. Луїної, Н. Малініної, О. Непочатенко, А. Поддєрьогіна, Н. Прокопенко, О. Прокопчук, В. Синчака, А. Соколовської, Н. Танклевської, Л. Тулуша, В. Федосова, С. Юшка.

Не дивлячись на значну кількість праць, присвячених як недолікам механізмів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників так і обґрунтуванню напрямів їх вдосконалення, зазначена проблематика не лише до цього часу остаточно не врегульована, але й, в зв'язку з прийняттям ряду змін до механізмів справляння податкових платежів в агросфері, що відбулись в кінці 2015 р., суттєво загострилась, а тому залишається наразі важливою та актуальною, що й визначило необхідність подальших наукових пошуків у зазначеному напрямі фінансово-економічних досліджень та зумовило потребу цієї публікації.

Метою даної статті є критичний аналіз механізмів оновлених спеціальних режимів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників з ціллю обґрунтування перспектив їх подальшого використання в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пільгові податкові режими для суб'єктів аграрного бізнесу донедавна в Україні були представлені фіксованим сільськогосподарським податком (ФСП) та спеціальним порядком нарахування і сплати податку на додану вартість (ПДВ), що функціонували в аграрному секторі. [3, с. 93].

Необхідно зазначити, що ФСП та ПДВ з суб'єктів аграрного бізнесу забезпечували надходження вкрай незначної частини доходів консолідованого бюджету України. Саме це демонструє динаміка мобілізації зазначених платежів до зведеного бюджету, наведена нами в табл. 1.

Крім того, показники, приведені в табл. 1, показують наявність тенденції до щорічного зменшення питомої ваги мобілізованих сум як фіксованого сільськогосподарського податку так і ПДВ від суб'єктів сільськогосподарського виробництва в структурі доходів зведеного бюджету України. Саме це, поряд із фінансовою нестабільністю та вимогами Міжнародного валютного фонду стосовно вирівнювання умов оподаткування для бізнесу були мотивами для реформування порядку його нарахування і сплати, в результаті якого в 2015 р. єдиний податок з суб'єктів малого підприємництва та фіксований сільськогосподарський податок було об'єднано в одну податкову форму – єдиний податок.

Під час цієї податкової реформи колишні платники фіксованого сільськогосподарського податку стали, відповідно до нової редакції Податкового кодексу України [9], Закону України від 28. 12. 2014 р. № 71-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" [10] та Закону України "Про державний бюджет України на 2015 рік" [11], суб'єктами єдиного податку IV групи.

Слід відмітити, що порядок справляння єдиного податку з аграрних підприємств у його редакції 2015 р. є досконалішим від механізму нарахування і сплати фіксованого сільськогосподарського податку, який функціонував як спеціальний режим прямого оподаткування аграрних товаровиробників до того, оскільки новим порядком нарахування і сплати єдиного податку з суб'єктів агробізнесу було передбачено індексування бази обчислення єдиного податку (нормативної грошової оцінки земельних угідь) та збільшено, порівняно з ФСП ставки платежу. Проте,

в 2015 р. суттєво не змінився порядок справляння ПДВ для аграріїв, більшість яких продовжували сплачувати до бюджету цей податок виключно з реалізації покупних та підакцизних товарів.

В той же час, навіть в такому форматі спеціальні податкові режими для аграріїв не задовольнили ні фінансальні апетити держави, ні вимоги Міжнародного валютного фонду [1; 12].

Необхідність збалансування доходної бази та видаткової частини державної казни, а також вимоги МВФ стосовно вирівнювання умов оподаткування суб'єктів різних галузей економіки змусили українську владу ще раз переглянути чинні в 2015 р. порядки нарахування і сплати єдиного податку та податку на додану вартість для суб'єктів агробізнесу.

Основними відмінностями оновленого механізму справляння єдиного податку для суб'єктів його сплати групи С (до 2016 р. – IV групи) від формату цього платежу попереднього року стали збільшені в 1,8 рази ставки податку (0,16-5,4 % від об'єкта його справляння), а також мораторій на індексацію в 2016 р. бази оподаткування зазначеної податкової форми (нормативної грошової оцінки земельних угідь, проведеної 01.07. 1995 р. та проіндексованої станом на початок звітного року). Крім того з 2016 р. платниками єдиного податку групи С можуть стати виключно ті сільськогосподарські товаровиробники, у яких обсяг загального доходу за попередній рік не перевищує 2 млн. грн [7].

Стосовно ж спецрежиму непрямого оподаткування сільськогосподарських підприємств, то, замість права на використання для потреб розвитку сільськогосподарського виробництва всієї суми ПДВ від реалізації власної продукції та продуктів її переробки, в 2016 р. аграрії матимуть можливість використовувати для власних потреб 50 % податку на додану вартість від реалізації продукції тваринництва, овочів та фруктів а також 15 % ПДВ від реалізації інших видів рослинницької продукції. Решта ж податку від реалізації власної продукції аграрні товаровиробники повинні будуть перерахувати до бюджету [7].

Варто відмітити, що дискусії стосовно необхідності переведення аграрних товаровиробників на загальну систему оподаткування як в Уряді, так і в кулуарах Верховної Ради України тривали практично протягом всього 2015 р. При цьому позицією як Уряду України так і основного кредитора нашої держави – МВФ є необхідність переведення сільськогосподар-

Таблиця 1.

*Динаміка сплати ФСП та ПДВ від суб'єктів агробізнесу, а також їх частки в податкових надходженнях зведеного бюджету по Україні**

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Мобілізовано ФСП, млн. грн	124,9	121,8	131,0	132,3	122,2
Питома вага ФСП у податкових надходженнях зведеного бюджету, %	0,05	0,04	0,03	0,03	0,03
Мобілізовано ПДВ, млн. грн	98,2	91,4	87,3	44,1	40,7
Питома вага ПДВ у податкових надходженнях зведеного бюджету, %	0,04	0,03	0,02	0,01	0,01

*Складено авторами за оперативними даними Державної фіскальної служби України [5].

ських товаровиробників на загальну систему оподаткування [1].

В той же час, навіть переведення колишніх платників фіксованого сільськогосподарського податку на сплату єдиного податку та збільшення їх сукупного податкового навантаження за рахунок індексації бази їх справляння і підвищення ставок платежу, що відбулись в 2015 р., зумовили скорочення обсягів виробництва валової продукції галузі, а також зниження рівня рентабельності виробництва продукції агробізнесу (табл. 2).

Безперечно, негативно також вплинули на показники виробництва сільськогосподарської продукції та рентабельність її вирощування тривалі дискусії в Кабміні і Верховній Раді стосовно можливості повної відміни спеціальних податкових режимів в агросфері. Внаслідок впливу перелічених нами, та інших факторів в 2015 р. показник виробництва валової продукції галузі скоротився майже на 10 млрд. грн. Попередні дані Міністерства аграрної політики та продовольства також свідчать, що в 2015 р. суттєво погіршилися показники рентабельності виробництва сільгосппродукції.

Крім того, внаслідок намагання Уряду відмінити спецрежими оподаткування в агросфері, в 2015 р. не було посіяно озимих зернових на площі понад 1,4 млн. га, що, за оцінками профільного міністерства [12], може спричинити недобір зерна урожаю 2016 р. в розмірі близько 10 млн. т.

Зважаючи на перелічені обставини, відміна спеціальних режимів оподаткування в агросфері зумовить суттєве скорочення обсягів інвестицій в сільське господарство та, без перебільшення, падіння обсягів виробництва сільськогосподарської продукції.

При цьому, якщо рослинництво навіть у разі відміни пільгових податкових режимів для села скоріше за все залишиться беззбитковим, то для тваринницької підгалузі, рівень рентабельності виробництва продукції якої навіть в кращі роки ледве сягав 14 %, необхідність сплати до бюджету ПДВ за ставкою 20 % буде просто катастрофою, адже змусить аграрних товаровиробників, що зберегли тваринництво, вирізати поголов'я.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що результати дослідження як авторів цієї публікації, так і бага-

тьох інших дослідників податкових відносин переконливо демонструють, що скасування податкових спецрежимів в агросфері спричинить падіння обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, практично знищить вітчизняну тваринницьку галузь, викличе зменшення розмірів орендної плати за використання земельних паїв, виведення частини угідь із господарського обороту та зумовить зростання рівня безробіття в сільській місцевості. Наслідком перелічених негативних процесів буде не лише зубожіння сільського населення, але й, в підсумку – відтоку робочої сили з аграрних регіонів та спустошення сільських територій [3, с. 95; 6, с. 45; 8, с. 114; 13, с. 496; 16, с. 40; 17, с. 87].

Поряд з цим, варто відзначити, що функціонування спеціальних режимів оподаткування суб'єктів аграрного бізнесу передбачено на період до 2018 р. Коаліційною угодою, Програмою дій Уряду та Угодою про асоціацію України з ЄС [12; 15].

Крім того, принцип стабільності системи оподаткування, задекларований п. 4.1.9. ст. 4 Податкового кодексу України передбачає, що зміни до будь-яких елементів справляння податків та зборів не можуть вноситися пізніше як за шість місяців до початку нового бюджетного періоду, в якому будуть діяти нові правила та ставки [9]. Тому як відміна спеціальних податкових режимів для аграрного бізнесу, так і їх реформування, що його намагається провести Уряд, суперечать не лише положенням Коаліційної Угоди, Програми дій Уряду, Угоди про асоціацію України з ЄС, але й визначальним принципам побудови системи оподаткування в Україні.

З іншого боку, функціонування податкової підтримки суб'єктів агросфери, хоч і не в достатній мірі, але забезпечує розвиток вітчизняної сільськогосподарської галузі та робить аграрний бізнес на території України привабливим як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів.

Поряд з цим, в світлі норм оприлюднених законопроектів Уряду стосовно оподаткування сільськогосподарських товаровиробників у 2016 р., наразі проблеми податкової та прямої бюджетної підтримки агросфери в Україні особливо загострились, що зумовлює необхідність вивчення зарубіжного досвіду в цій сфері.

Таблиця 2.

*Динаміка показників валової продукції сільськогосподарської галузі та її рівня рентабельності в Україні**

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.**
Валова продукція у постійних цінах 2010 р., млрд. грн	195,0	233,7	223,4	252,9	251,1	239,2
Рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції, всього, %	21,1	27,0	20,5	21,4	26,3	9,2
в тому числі :						
- продукції рослинництва, %	26,7	32,3	22,3	23,1	29,2	13,8
- продукції тваринництва, %	7,8	13,0	14,3	11,5	13,5	5,3

*Складено авторами за оперативними даними Міністерства аграрної політики та продовольства України (в 2014-2015 рр. без показників виробництва продукції агросфери АР Крим та зони АТО).

** Попередні дані.

Огляд наукових публікацій та Інтернет-джерел з цього приводу демонструє, що пільгові податкові режими є інструментами державного фінансового регулювання економічних явищ і процесів, що як в Україні, так і в багатьох інших країнах світу забезпечують стимулювання розвитку однієї з пріоритетних сфер діяльності – сільськогосподарського виробництва [2, с. 163; 13, с. 495; 18, р. 33].

Зокрема, у Канаді фермери, які отримують прибуток у розмірі від 1 до 2,5 тисяч доларів з 1 га угідь сплачують податок на прибуток за ставкою 1 %. Крім того, в цій країні на кілька років від дати їх організації звільнені від оподаткування кооперативи, що виробляють екологічно чисту продукцію.

В Німеччині взагалі звільнені від оподаткування аграрні товаровиробники, що не використовують у своїй діяльності нафтопродукти та електроенергію, а натомість використовують альтернативні енергоносії [18, р. 35].

В інших країнах Євросоюзу поширеною є підтримка фермерів за рахунок коштів регіональних бюджетів, що дозволяє їм вести господарську діяльність у зонах з несприятливими погодними умовами. Крім того, в більшості країн Європейського Союзу поширеними є експортні субсидії на виробництво молока, на фінансування яких з бюджету ЄС щорічно витрачається 2,3 млрд. євро, що складає близько 250 євро в розрахунку на одну родину в рік [18, р. 9].

Поряд з цим, варто відзначити, що в Євросоюзі взагалі не практикується податкова підтримка аграріїв, але значними є прямі бюджетні дотації виробникам рослинницької продукції, розміри яких сягають ринкової ціни на зазначені товари [2, с. 115; 4, С. 617; 6, с. 42; 8, с. 116; 13, с. 495; 14, с. 118; 16, с. 42; 18, р. 32-35], що не лише дозволяє регулювати ціни на сільськогосподарську продукцію, але й забезпечує конкурентні переваги для європейських продуктів на світових ринках.

Залишивши ж вітчизняних агровиробників без будь-якої підтримки (оскільки на прямі бюджетні дотації коштів у державній казні бракує, а податкову підтримку Уряд хоче відмінити), держава поставить їх в невідповідні умови господарювання, порівняно з європейськими фермерами, що, без сумніву, спричинить в Україні продовольчу кризу та засилля на вітчизняному ринку іноземної, насамперед – з країн ЄС та Китаю, сільськогосподарської продукції.

Тому, на думку авторів цього дослідження, в агросфері України й надалі повинні функціонувати спеціальні податкові режими, завдяки яким наразі забезпечується державна підтримка сільськогосподарської галузі.

Зважаючи ж на те, що в світовій практиці широко застосовуються методи державної бюджетно-податкової підтримки галузі агропромислового виробництва, враховуючи перспективи європейської інтеграції України, недостатній рівень розвитку вітчизняної сільськогосподарської галузі економіки, необхідність

наращення її потенціалу, без чого неможливе завоювання світових ринків сільськогосподарської продукції, важливим завданням для нашої держави є не відміна спецрежимів для аграріїв, а забезпечення максимальної підтримки вітчизняних аграрних товаровиробників.

Тому на наше переконання, в Україні не лише мають функціонувати спеціальні режими як прямого, так і непрямого оподаткування сільськогосподарських товаровиробників, але й, не дивлячись на брак коштів, застосовуватись прямі бюджетні дотації окремим із них.

Крім того, рівень розвитку вітчизняного тваринництва зумовлює необхідність повернення до того формату спеціальних режимів непрямого оподаткування сільськогосподарських товаровиробників, що передбачав необхідність подання ними до фіскальних органів трьох декларацій з ПДВ, окремий податковий облік по кожній з трьох декларацій з податку на додану вартість, а також акумуляцію і цільове використання сум ПДВ з реалізації власної продукції окремо на розвиток тваринницької і рослинницької галузі та проведення державними фіскальними органами контролю за витрачанням акумульованих сум податку [17, с. 87].

Іншим варіантом вирішення проблеми непрямої податкової підтримки агробізнесу, який, проте, не задовольнить експортерів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, може бути повне звільнення аграрних товаровиробників, що нині мають право на спеціальний режим непрямого оподаткування, від обов'язку нарахування та сплати ПДВ з реалізації продукції власного виробництва.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Результати проведеного дослідження показали, що відміна пільгових режимів оподаткування суб'єктів сільськогосподарського виробництва чи навіть скорочення податкових пільг для аграріїв поставить їх в невідповідні умови господарювання, порівняно з європейськими фермерами, спричинить в Україні продовольчу кризу та засилля на вітчизняному ринку іноземної сільськогосподарської продукції. Зважаючи на викладене, в нашій країні й надалі повинні функціонувати спеціальні податкові режими для аграрних товаровиробників.

В той же час, недостатній рівень розвитку тваринництва вимагає повернення порядку подання аграріями трьох декларацій з ПДВ та акумуляції і цільового використання сум податку на додану вартість з реалізації власної продукції окремо на розвиток тваринницької і рослинницької галузі. Саме можливості відновлення зазначеного механізму нарахування і сплати ПДВ в агросфері слід присвятити подальші наукові пошуки в зазначеному напрямі фінансово-економічних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аграрій: жити чи не жити... ось у чому питання... [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://www.agrarnagazeta.com.ua/agrariy_zhiti_chi_ne_zhiti.html.

2. Андрущенко В.Л. Податкові важелі та стимули розвитку господарських систем (теоретичні засади та практика використання) / В.Л. Андрущенко, В.М. Мельник – Ірпін: Національний університет державної податкової служби України, 2006. – 210 с.
3. Боровик П.М. Проблеми податкового регулювання земельних відносин в агросфері в умовах своінтеграції / П.М. Боровик, П.К. Бечко, С.М. Броварна // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2014. – Вип. 9. – С. 92-96.
4. Дема Д.І. Зміни податкової політики, викликані корпоратизацією аграрного виробництва / Д.І. Дема // Розвиток облікової та фінансових складових економічної науки і практики. 36. матеріалів VIII міжн. наук.-практ. конф. (26-27 вересня 2013 р., м. Київ), К.: ННЦ “ІАЕ”, 2013. – С. 615-619.
5. Звіт про виконання Плану роботи Державної фіскальної служби України за 2014 рік. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://sfs.gov.ua/diyalnist-/plani-ta-zviti-roboti-/16_01_16.html.
6. Малініна Н.М. Оцінювання ефективності спеціальних режимів прямого оподаткування в сільському господарстві та шляхи їх оптимізації / Н.М. Малініна // Економічний часопис-XXI. – 2013. – № 5-6(2). – С. 41-44.
7. Налоги в Украине на 2016 год (инфографика с пояснениями). [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://inside.pp.ua>.
8. Непочатенко О.О. Проблеми пільгового режиму прямого оподаткування агробізнесу в Україні / О.О. Непочатенко, П.М. Боровик, В.І. Лелека // Облік і фінанси. – 2015. – № 4. – С. 112-117.
9. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
10. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28.12.2014 р. № 71-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19>.
11. Про Державний бюджет України на 2015 рік: Закон України від 28.12.2014 р. № 80-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80-19/page2>.
12. П'ять причин залишити аграріям спецрежим ПДВ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kurkul.com/blog/95-pyat-prichin-zalishiti-agrariyam-spetsrejim-pdv>.
13. Синчак В.П. Державна підтримка агропромислового комплексу: зарубіжний та вітчизняний досвід / В.П. Синчак, І.Д. Метелова // Університетські наукові записки. – 2011. – № 4. – С. 492-499.
14. Соколовська А.М. Шляхи реформування податкової системи України / А.М. Соколовська. – Фінанси України – 2014 – №12 – С. 103-121.
15. Теоретико-методологічні засади реформування системи сплати податків і зборів в інформаційній системі Міністерства доходів і зборів України. – Ірпін: НДІ фінансового права, 2013. – 48 с.
16. Тулуш Л.Д. Реформування механізму прямого оподаткування сільськогосподарських підприємств / Л.Д. Тулуш // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 34-45.
17. Тулуш Л. Д. Проблеми функціонування ПДВ в економіці держави [Текст] / Л. Д. Тулуш, О. Т. Прокопчук // Економіка АПК. – 2008. – № 12. – С. 84-89.
18. Wolff Guntram B. Foreign direct investment in the enlarged EU: do taxes matter and to that extent? / Guntram B. Wolff. – Frankfurt-on-Main, 2006. – 47 p.

УДК 658.8

БРАЖКО О.В., д.н. держ.упр.
м. Запоріжжя

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Анотація: стаття присвячена проблемі ризиків управління брендом в інноваційній економіці. Дано визначення ризику управління брендом. На основі розробленої моделі бренду і характеристик інноваційної економіки запропонована класифікація ризиків управління брендом, що дозволить вибрати і використати найбільш ефективні методи для захисту бренду в умовах інноваційної економіки.

Ключові слова: бренд, інноваційна економіка, управління брендом, ризики управління брендом.

Аннотация: статья посвящена проблеме рисков управления брендом в инновационной экономике. Дано определение риска управления брендом. На основе разработанной модели бренда и характеристик инновационной экономики предложена классификация рисков управления брендом, что позволит выбрать и использовать наиболее эффективные методы для защиты бренда в условиях инновационной экономики.

Ключевые слова: бренд, инновационная экономика, управление брендом, риски управления брендом.

Abstract. The article is devoted to the problem of the brand management risk in the innovation economy. Brand of management risk concept is defined. On of the base of author's brand model and signs of an innovation economy brand management risk classification is represented. This of allows to choose and use the most effective methods to protect the brand in the innovation economy conditions.

Key words: brand, innovation economy, brand management risk, brand management.

Постановка проблеми. Нині процес управління брендами в інноваційній економіці включає як тра-

диційні ризики брендингу, так і специфічні, що виникають в умовах інноваційної економіки. Як відмічає

Е.Е. Куликова [1], інноваційна діяльність більш ніж будь-який інший напрям підприємницької діяльності пов'язана з невизначеністю і ризиками. Тому на першому плані будь-якого інноваційно-активного підприємства стоїть питання управління ризиками. Перш ніж розглянути ризики, що виникають в процесі управління брендами, необхідно в цілому розглянути поняття ризику в підприємницькій діяльності. Стосовно економіки, визначення ризику має наступний вигляд: ризик – це можливість події з негативними наслідками в результаті певних рішень або дій [2]. З позиції системного підходу, ризик це можлива небажана подія (чи низка можливих небажаних подій), під дією якого об'єкт управління може перейти в небажаний стан (що називається ризиковою ситуацією) [3]. Фахівці-маркетологи, як правило, вирішують окремі проблеми управління ризиками, але, на нашу думку, мало приділяють належної уваги саме комплексному вивченню питань ризик-менеджменту в області маркетингу.

Аналіз останніх наукових досліджень публікацій. Слід відмітити, що в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів, присвячених питанням бренд-менеджменту, комплексно не розглядаються питання управління ризиками, зокрема, не приведена класифікація ризиків управління брендами, проте окремі ризики і ризикові ситуації детально розроблені. Нами розглядалися ризики в управлінні брендом, що виділяються такими зарубіжними і російськими вченими, як Д. Аакер, А. Віпперфюрт, Т. Гэд, П. Дойль, В.Н. Домнін, С. Девіс, Ж. – Н. Капферер і К. Келлер, А.А. Старостіна, В. А. Кравченко. На наш погляд, для оптимізації процесу управління брендом виникає необхідність розробки такої класифікації ризиків, яка дозволить вибирати і використовувати найбільш ефективні методи для захисту бренду в умовах інноваційної економіки.

Метою даної статті є дослідження теоретико-методичних підходів до класифікації ризиків управління брендом в інноваційній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємства, в сучасних умовах господарювання стикаються з різними видами ризику, що визначаються умовами, обставинами, у рамках яких проявляються причини ризику і які призводять до негативних наслідків [4]. А. А. Старостіна і В.А. Кравченко виділяють маркетингові ризики як сукупність ризиків, властивих маркетинговій сфері в діяльності компанії [5]. Вони характеризуються вірогідністю виникнення певних подій і їх наслідків, що ускладнюють або роблять неможливим досягнення цілей на окремих етапах маркетингової діяльності або в цілому у сфері маркетингу.

Аналогічним чином можна дати визначення ризику управління брендами – це вірогідність виникнення несприятливих подій і їх наслідків, що ускладнюють або роблять неможливим досягнення цілей управління брендами підприємства.

У роботах сучасних вчених можна виділити декілька аспектів бренду. По-перше, поняття бренду припускає створення торгової марки шляхом диференціації товарів компанії від продукції конкурентів [6; 7].

По-друге, завдяки конкурентній відмінності торгова марка може асоціюватись з набором цінностей, що розділяються споживачами [8; 9].

По-третє, за рахунок лояльності споживачів бренд надає компанії додаткову фінансову вигоду, виражену, передусім, у наявності преміальної ціни і стабільного прибутку від продажів товарів [6; 9; 10]. Таким чином, на нашу думку, доцільно ризики управління брендами розділити на три групи: організаційно-правові, маркетингові і управлінські (табл. 1).

Серед організаційно-правових ризиків у брендингу виділяють копіювання і імітацію брендів [6; 10]. Ж. – Н. Капферер відмічає, що бренди, які користуються успіхом, часто піддаються імітації. Предметом копіювання можуть бути не лише товари, але також ідеї і концепції. Вчений вважає, що "бренд повинен захищати свій ексклюзивний імідж від контрафактних товарів, моделей і символів, без коливань захищати ексклюзивний характер своїх символів від імітацій брендів дистриб'юторів" [10]. Також серед організаційно-правових ризиків можна виділити ризик асоціювання бренду з неправовою діяльністю. А. Віпперфюрт відмічає, що існує проблема "викрадення бренду" представниками субкультури, а це проблеми із законом і саме в цей час, на думку вченого, бренд-менеджер повинен втрутитися, щоб змінити імідж бренду або обмежити його зв'язок з певною субкультурою [11].

На наш погляд, необхідно також виділити такий організаційно-правовий ризик в управлінні брендом, як порушення законодавства в комунікаціях бренду, який нині вченими не розглядається. Цей ризик безпосередньо пов'язаний з порушенням в комунікаціях бренду закону про рекламу, а також низкою інших законів, що регламентують діяльність компаній в області комунікацій, і тому має важливе значення для роботи компаній як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Кількість маркетингових ризиків в управлінні брендом, що розглядаються різними авторами, значно більше, чим організаційно-правових ризиків. Т. Гэд вважає, що жорстка конкуренція може зашкодити навіть сильним і успішним брендам, якщо вони орієнтуватимуться тільки на свої минулі успіхи і не робитимуть ніяких зусиль щодо адаптації до нових тенденцій і умов ринку [12]. У свою чергу Д. Аакер звертає увагу на те, що "зростання числа конкурентів скорочує число доступних варіантів для позиціонування і робить впровадження бренду менш ефективним" [6]. С. Девіс також відмічає, що, хоча "існує безліч марок, які здолали усі труднощі і посилили свої позиції в конкурентній боротьбі, безліч інших марок втратили свою актуальність і корпоративний дух

і тепер шукають шляхи повернення на колишні позиції” [15]. Ряд авторів вважає, що ризик підвищення вразливості бренду до дій конкурентів може виникнути через розширення бренду.

Ризик недостатнього попиту на товар з боку покупців в управлінні брендами виділяють Д. Аакер і В.Н. Домнін [6;14]. Так, В. Н. Домнін відмічає, що при розробці нового бренду необхідно звернути увагу на місткість ринку, а Д. Аакер, у свою чергу, вказує на те, що, якщо бренд позиціонується на “обмежений або такий, що звужує сегмент ринку, може виникнути необхідність зміни ідентичності бренду з метою охоплення більшої кількості споживчих груп”. З ризиком недостатнього попиту на товар з боку покупців тісно пов’язаний ризик насиченості ринку, який аналізується К. Келлером, Ж. – Н. Капферером і В. Н. Домніним.

Ж.-Н. Капферер розглядає проблеми формування попиту на насичених ринках. Він відмічає, що для більшості товарів існують обмеження в зростанні ринків, пов’язані з можливостями споживання [10]. Здолати такі обмеження можливо за допомогою інновацій цінностей, що підвищують вартість ринку.

Д. Аакер акцентує, що компанії, які мають сильні бренди, можуть бути задоволені минулими і сьогоденними успіхами і не звертають увагу на зміни в конкурентній обстановці. Ігноруючи або зводячи до мінімуму фундаментальні зміни на ринку і не помічаючи можливих технологічних проривів, менеджери роблять свої бренди уразливими і ризикують втратити сприятливі можливості [6]. Т. Гед і Ж. Н. Капферер наводять безліч прикладів невдач найбільших брендів, що є наслідком відставання від конкурентів в розробці нових продуктів.

Часто проблема недостатнього попиту на товар пов’язана з недостатнім дослідженням ринку або ігноруванням результатів ринкових досліджень. Д. Аакер відмічає важливість оцінки споживачів, конкурентів і самого бренду при розробці стратегії бренду, оскільки її основною метою є створення бізнесу на користь клієнтів. [6]. П. Дойль вважає, що інвестиції в дослідження ринку, разом з інвестиціями в створення нових продуктів, підвищення якості і сервіс є одним із центральних понять в орієнтованому на вартість менеджменті [12].

Таблиця 1.

Порівняльний аналіз ризиків в управлінні брендом

Назва ризику	К. Келлер	Ж.-Н. Капферер	П. Дойль	Т. Гед	Д. Аакер	С. Девіс	В. Н. Домнін	А. Віпперфюрт
Організаційно-правові ризики								
Копіювання і імітація		+			+			
Асоціювання бренду з неправовою діяльністю								+
Порушення законодавства в комунікаціях бренду							+	
Маркетингові ризики								
Висока конкуренція в категорії товарів	+			+	+	+	+	
Недостатній попит на товари бренду(обмеженість ринку)	+	+			+		+	
Насиченість ринку	+	+					+	
Запізнювання виведення товару на ринок		+		+	+			
Недостатнє дослідження ринку	+		+		+			
Товар не виправдав довіри і надій покупців, у тому числі за якістю і ціною				+	+			
Зміна переваг споживачів		+		+	+		+	
Зміна цінностей бренду(стратегії)					+			+
Не відповідність нового товару цінностям бренду	+			+	+			
Невдала назва				+	+			
Відсутність або погане виділення унікальних особливостей товару(бренду)	+	+		+	+			
Опір торгових посередників	+	+		+	+			
Управлінські ризики								
Імідж материнської марки	+	+		+	+			
Зниження продажів материнської марки	+				+			
Зменшення зв'язку з якою-небудь категорією товару	+				+			
Збільшення витрат	+	+						
Спрямованість на досягнення короткострокових результатів					+	+		
Неясний механізм монетизації бренду		+						
Відсутність контролю сприйняття бренду					+	+		+

На нашу думку, недостатній попит на брендові товари, насиченість ринку, запізне виведення товару на ринок і обмежене дослідження ринку або ігнорування результатів ринкових досліджень є різними сторонами одного ризику – ризику недостатнього попиту на товар.

Окрім цієї групи ризиків, Д. Аакер і Т. Гед виділяють ризик того, що новий товар може не виправдати довіри покупців, у тому числі за якістю і ціною. Т. Гед звертає увагу на важливість сприйняття покупцями якості товарів і послуг. У свою чергу Д. Аакер розглядає проблему завищених цін і вважає, що "ціна, яка здається занадто високою в порівнянні з очікуваними вигодами, знижуватиме пропозицію цінності товару або послуги, оскільки бренди оцінюються не ізольовано від ціни. Бренд, ціна якого здається покупцям завищеною, не буде оцінений належним чином, навіть якщо він надаватиме відчутні вигоди". Крім того, Д. Аакер вказує на велику вірогідність розчарування споживачів у разі, якщо бренд виходить в нову нішу і пропонує новий набір функціональних і емоційних вигод [6].

В процесі створення брендів, розрахованих на тривале існування, виникає ризик зміни переваг споживачів. Ж. – Н. Капферер розглядає пов'язану з цим ризиком проблему старіння брендів, в якості однієї з причин старіння бренду він називає зміну переваг споживачів. Т. Гед звертає увагу на те, що переваги споживачів з часом можуть мінятися, тому важливо знаходити нові аудиторії, яким будуть близькі цінності бренду.

З ризиком зміни переваг споживачів тісно пов'язаний ризик зміни цінностей самого бренду під впливом різних чинників. Д. Аакер попереджає, що зміна цінностей або стратегії бренду може підірвати марочну цінність. А. Віпперфюрт також вказує на те, що навіть впливові бренди можуть виявитися вразливими, якщо перестануть відповідати базовим цінностям і потребам споживачів.

Ще одним ризиком в управлінні брендами є ризик не відповідності нового товару бренду. Т. Гед відмічає, що величезне число компаній, що зробили кращі, в технічному відношенні і перші у своєму роді, товари, виявилися не здатні використати свою винахідливість для просування бренду, оскільки при їх створенні бренд не брався до уваги [12].

Наступним ризиком, з яким стикаються компанії при створенні нових брендів і підтримці вже існуючих, є ризик невдалої назви бренду. Т. Гед виділяє три ролі, які грає назва бренду: ідентифікація, комунікація і цінний актив. Невдала назва бренду може привести до складнощів, пов'язаних з подоланням мовних бар'єрів, юридичним захистом, недостатнім відображенням усіх аспектів діяльності компанії [12]. Д. Аакер також вважає, що назва бренду може не відбивати його індивідуальність (унікальність). В цьому випадку може знадобитися зміна назви.

Ряд авторів розглядає ризик, пов'язаний з відсутністю унікальних особливостей товару або бренду. К. Келлер вважає, що ключовою характеристикою успішних брендів є їх правильне позиціонування і вказує на необхідність використання конкурентних відмінностей для того, щоб зробити власний бренд особливим [9]. Т. Гед також відмічає, що "один з найдієвіших способів добитися успіху на ринку – бути не таким, як всі" [12].

На нашу думку, ризики підживлення довіри і надій споживачів, зміни потреб споживачів, зміни цінностей бренду, невідповідність нового товару цінностям бренду, невдалої назви, відсутності унікальних особливостей товару можна об'єднати у велику групу взаємопов'язаних між собою ризиків – не відповідності цінностей бренду потребам споживачів.

Окрім споживачів, загрозою для майбутнього бренду можуть бути торгові посередники. К. Келлер відмічає, що в результаті розширення брендів виникає проблема нестачі торгових площ для розміщення нових товарів. "Крім того, лінійні розширення часто сприймаються роздрібними торговцями як просте дублювання існуючих марок". Для вирішення цієї проблеми К. Келлер рекомендує "систематично виявляти дубльовані і неходові товари і позбавлятися від них, щоб максимізувати прибуток" [9]. Д. Аакер розглядає вплив торгових посередників на рівень цін відомих брендів. Він звертає увагу на нові канали дистрибуції, що мають нижчі витрати і вільно використовують товари під етикетками приватних брендів. Такі посередники змушують лідерів переглядати свої стратегії і здатні змінити структуру ринку.

Ризики, пов'язані з посередниками, на нашу думку, носять комунікативний характер, тобто є наслідком неточних або спотворених комунікацій бренду. Окрім посередників, комунікації бренду спрямовані також на інші сторони, передусім на споживачів. Тому, ми вважаємо, що цей вид ризику потрібно розширити до великих груп ризиків слабого відгуку цільових аудиторій на комунікації бренду.

Разом з організаційно-правовими і маркетинговими ризиками в управлінні брендами можна виділити також групу управлінських ризиків. Перша група управлінських ризиків пов'язана з управлінськими рішеннями, що стосуються розширення портфеля бренду. Так, Д. Аакер, Т. Гед, К. Келлер і Ж. – Н. Капферер розглядають ризик, пов'язаний із завданням шкоди іміджу материнської марки її розширенням. К. Келлер вважає, що розширення збільшує можливості бренду задовольнити різноманітні потреби покупців, але воно ж і може спонукати споживача шукати різноманітності в інших марках [9]. Д. Аакер звертає увагу на небезпеку того, що несприйнятий покупцями і низькоякісний товар здатний зганьбити корпоративну назву [6].

Іншим ризиком, пов'язаним з розширенням брендів, є зниження продажів материнської марки або так званий "канібалізм брендів". К. Келлер стверджує,

що іноді лінійні розширення брендів призводять до перерозподілу обсягів продажу. Д. Аакер також констатує ризик “канібалізму” при розширенні бренду, коли всі покупці перейдуть на дешевші версії товару.

Окрім розглянутих вище управлінських ризиків управління брендами, пов’язаних з розширенням, К. Келлер і Д. Аакер також виділяють ризик зменшення зв’язку бренду з якою-небудь категорією товару. Д. Аакер вважає, що виведення бренду за межі, де він починає сприйматися споживачами неоднозначно, може виявитися ризикованим [6]. К. Келлер, у свою чергу, розвиває цю думку і відмічає, що “іноді створення зв’язку між брендом і товарами заважає виділити взаємозв’язок між ним і конкретним товаром і тому споживачі її не відчують. У такому разі одна марка здатна різко виділитися на тлі інших, затрудняючи при цьому визначення товарної категорії материнської марки і послабляючи її сприйняття” [9].

У якості наступного ризику в управлінні брендами Д. Аакер і С. Девіс називають прагнення до отримання короткострокових результатів. Д. Аакер називає три заподій виникнення цього ризику. По-перше, це прагнення керівництва компаній максимізувати дохід акціонерів, по-друге, це стиль керівництва у багатьох компаніях, спрямований на отримання короткострокового прибутку, і по-третє – труднощі у вимірі невідчутних активів, до яких належать бренди [6]. С. Девіс також розглядає ризик націленості керівництва компанії на короткострокові результати в процесі управління брендами і констатує, що більшість топ-менеджерів хоча і розуміють, що бренд відноситься до активів компанії, не знають, як сформулювати за його допомогою довгострокову стратегію. Крім того, на думку Девіса, керівництво часто не розуміє, як бренд може допомогти в рішенні повсякденних проблем, з якими вони стикаються при управлінні компанією [15].

На нашу думку, ризики нанесення шкоди іміджу материнської марки, зниження продажів материнської марки, зменшення взаємозв’язку з будь-якою категорією товару, збільшення витрат і спрямованості на досягнення короткострокових результатів є окремими випадками незбалансованості портфеля брендів. З одного боку, мають бути збалансовані між собою материнський бренд і бренд нового товару, з іншого – мають бути збалансовані грошові надходження від старих брендів і інвестиції в розвиток нових брендів.

Ще одним видом ризику управління бренду, що розглядається вченими, є ризик, пов’язаний з відсутністю контролю сприйняття бренду споживачами. Д. Аакер вважає, що знання іміджу бренду, того, як покупці і інші особи сприймають бренд, дає корисну і необхідну інформацію для розробки ідентичності бренду. Проте він вказує

на небезпеку ситуації, коли виробник дозволяє покупцеві нав’язати іншим споживачам своє сприйняття бренду. Це, у свою чергу, породжує не контрольовану розробником бренду поведінку покупців. С. Девіс розвиває цю думку і звертає увагу на те, що досить часто керівники не контролюють бренд, оскільки вважають, що всю відповідальність за продаж брендингових товарів несуть дистриб’ютори.

На наш погляд, не отримав достатнього розвитку ризик монетизації бренду, що має особливу важливість в умовах інноваційної економіки. Тільки Ж. – Н. Капферер звертає увагу на специфічний ризик управління брендами на ринку моди і брендами, пов’язаними з Інтернетом, тобто створення надійного механізму монетизації бренду є важливим завданням ризик-менеджменту у сфері брендингу.

Таким чином, нами виділені три види управлінських ризиків: незбалансованості портфеля брендів, недостатнього контролю за комунікаціями бренду і відсутності механізму монетизації бренду.

При цьому управління брендами в умовах інноваційної економіки припускає виявлення і облік ризиків, характерних не лише для бренд-менеджменту, але і таких, що відбивають специфіку економіки інновацій.

На основі аналізу робіт зарубіжних і вітчизняних авторів нами були виявлені наступні тенденції інноваційної економіки :

- 1) інноваційний характер економіки привів до того, що в навколишньому середовищі зміни відбуваються зростаючими темпами [10; 12];
- 2) інноваційна економіка характеризується прагненням індивідів до самовираження [1];
- 3) завдяки появі засобів миттєвої глобальної комунікації, сучасна економіка характеризується зростанням числа прямих зв’язків, що мають форму мережі [1;12].

Відповідно до цих тенденцій нами були виділені ролі бренду в інноваційній економіці:

- бренд як платформа для створення нових товарів;
- бренд як спосіб самовираження споживачів;
- бренд як генератор комунікацій.

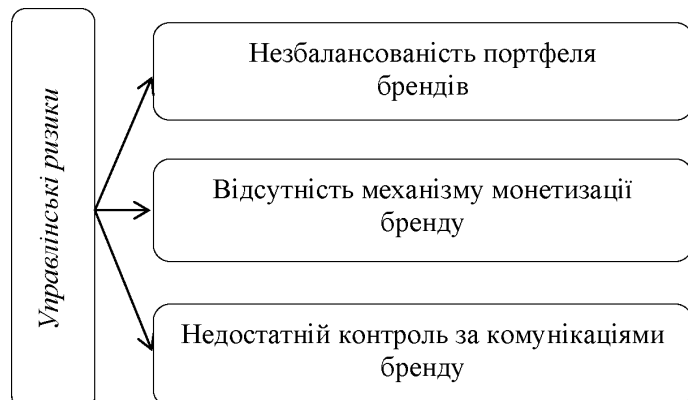


Рис. 1. Види управлінських ризиків (розр. автор.)

Таблиця 2.

Класифікація ризиків управління брендом в умовах інноваційної економіки

Роль бренду в інноваційній економіці	Види ризиків		
	Організаційно-правові ризики	Маркетингові ризики	Управлінські ризики
Платформа для створення нових товарів	Копіювання і імітація бренду конкурентами	Недостатній попит на новий товар	Незбалансованість портфеля брендів
Спосіб самовираження споживачів	Асоціювання бренду з неправовою діяльністю	Не відповідність цінностей бренду цінностям цільових аудиторій	Відсутність механізму монетизації бренду
Генератор комунікацій	Порушення законодавства в комунікаціях бренду	Слабкі відгуки цільових аудиторій на комунікації бренду	Недостатній контроль за комунікаціями бренду

На наш погляд, для обліку особливостей управління брендами в умовах інноваційної економіки, всі ризики доцільно класифікувати відповідно до виділених нами ролей бренду в інноваційній економіці: до організаційно – правових ризиків, пов'язаних з роллю бренду як платформи для створення нових товарів, доцільно віднести ризики імітації і копіювання бренду конкурентами, маркетинговим ризиком, пов'язаним з цією роллю бренду, вважати ризик недостатнього попиту на новий товар, до управлінського ризику, що стосується створення нових брендів – ризик незбалансованості портфеля брендів: з одного боку, між новими і материнськими брендами, з іншого боку, між грошовими надходженнями від старих брендів і інвестиціями в розвиток нових брендів.

З роллю бренду як способу самовираження споживачів взаємопов'язані ризики асоціювання бренду з неправовою діяльністю (організаційно-правовий ризик), коли в якості атрибуту самовираження бренд використовують маргінальні групи. Маркетинговим ризиком, що стосується цієї ролі бренду, є ризик невідповідності цінностей бренду цінностям цільових аудиторій. Управлінським ризиком є ризик відсутності механізму монетизації бренду, що припускає існування загрози отримання прибутку від бренду, що має певне коло споживачів.

І, нарешті, коли бренд виступає в ролі генератора комунікацій, виникає організаційно-правовий ризик порушення поточного законодавства в комунікаціях бренду, маркетинговий ризик слабкого відгуку з боку цільових аудиторій на комунікації бренду, а також управлінський ризик відсутності контролю за комунікаціями бренду.

Отже, нами запропонована класифікація ризиків управління брендом в умовах інноваційної економіки, що включає дев'ять груп ризиків (табл. 2).

Висновки. Підводячи підсумок, доцільно відзначити, що нами сформульовано визначення ризику управління брендами як вірогідність виникнення несприятливих подій і їх наслідків, що ускладнюють або роблять неможливим досягнення цілей управління брендами підприємства, а також розроблена класифікація ризиків управління брендом в умовах інновацій-

ної економіки, побудована, з одного боку, за виділеними раніше організаційно-правовими, маркетинговими і управлінськими аспектами бренду і, з іншого боку, за ролями бренду в умовах інноваційної економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Е.Е. Куликова. Управление рисками. Инновационный аспект / Е.Е. Куликова. – М.: Бератор – Паблишинг, 2008 – 112 с.
2. Большой экономический словарь. / под ред. А.Н.Азриляна. – 5-е изд. доп и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 469 с.
3. Бершадский А. В. Исследование и разработка сценарных методов управления рисками / А.В. Бершадский // Экономический вестник, 2011 – № 1 – С 26-31.
4. Ступаков В.С. Риск-менеджмент / В. С. Ступаков, Г.С. Токаренко. – М.: Финансы и статистика, 2005 – 282 с.
5. Старостина А. А. Риск-менеджмент в маркетинге / А.А. Старостина, В.А. Кравченко // Стратегия экономического развития, 2012 – № 6 – С. 67-73.
6. АакерД. Создание сильных брендов / Д. А. Аакер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008 – 440 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. – 11-е изд. / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2003 – 166 с.
8. Голубков Е. П. Еще раз о понятии "Бренд" / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом, 2009. – № 2 – С. 89–94.
9. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом : пер. с англ. / К. Л. Келлер. – 2-е изд. – К.; М.; СПб.: Вильямс, 2005 – 704 с.
10. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер ; пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. – М.: Вершина, 2007 – 448 с.
11. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию. – СПб.: Питер. Коммерсантъ, 2007. – 384 с.
12. Гэд. Т. 4D брэндинг: взламывая код сетевой экономики / Т. Гэд. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2000 – 133 с.
13. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: пер. с англ. / П. Дойль; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001 – 480 с.
14. Домнин В. Н. Брэндинг : новые технологии XXI столетия. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 381 с.
15. Дэвис С. Бренд-билдинг : пер. с англ. / С. Дэвис, М. Данн ; под ред. В. Домнина. – СПб.: Питер, 2005 – 320 с.

УДК 005:331.101.3:658.115

ВЕНГЕРОВА О.В., к.е.н.

м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ

Анотація. У статті розглянуто основні проблеми мотивації праці у бюджетній сфері; проаналізовано систему оплати праці на прикладі КУ “ОК Ендокриндиспансер” ЗОР та Департаменту охорони здоров’я; запропоновано шляхи удосконалення системи мотивації праці.

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы мотивации труда в бюджетной сфере. Проанализирована система оплаты труда на примере КУ “ОК Эндокриндиспансер” ЗОС и Департамента охраны здоровья. В статье предложены пути усовершенствования системы мотивации труда.

Abstract. In the article the basic problems of motivation in the public sector are considered; the wage system as an example KU “OK Endokryndyspanser” ZRC and the Department of Health were analyzed; the ways of improving the system of motivation in budgetary institutions were suggested.

Актуальність. Сучасною проблемою мотивації праці у бюджетній сфері є відсутність її розвитку. У ХХІ столітті, коли існує безліч систем мотивації, у бюджетних закладах і досі найпопулярнішим є метод “батого і пряника”. Причому “бати́г” застосовується набагато частіше пряника. Зрозуміло, що в умовах кризи і бюджетного дефіциту важко сформувати достатній преміальний фонд для забезпечення ефективного стимулювання праці. Сьогодні на більшість бюджетних установ з державного та місцевих бюджетів виділяються кошти лише на забезпечення основного фонду оплати праці. Але це не означає, що бюджетні установи, більшість з яких мають право на надання платних послуг, не повинні удосконалювати систему мотивації праці власної установи. Проблема мотивації у бюджетних установах є надзвичайно актуальною. Адже посадові оклади працівників бюджетних установ, включаючи державних службовців є низькими і не виконують жодної стимулюючої функції.

Постановка проблеми. Особливості мотивації працівників бюджетної сфери розглядалися багатьма науковцями, зокрема такими, як М. Білик, В. Бочаров, І. Ксьонжик, К. Лобанова, В. Москова, Р. Нікітіна, І. Пахомова, Н. Перевозчикова, Л. Поліщук, С. Свірко, Л. Сінельник, Т. Тонконог, С. Цимбалюк та багато інших. Незважаючи на велику кількість публікацій, що присвячені цій проблемі, деякі її аспекти є малодослідженими. Зокрема розкриваючи проблему недостатньої мотивації працівників бюджетної сфери, науковці мало уваги приділяють резервам, які мають бюджетні установи для стимулювання праці.

Мета статті. Визначити особливості мотивації у бюджетній сфері та запропонувати шляхи її удосконалення. З метою досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

- розглянути основні проблеми мотивації праці у бюджетній сфері;

- проаналізувати систему оплати праці на прикладі КУ “ОК Ендокриндиспансер” ЗОР та Департаменту охорони здоров’я;
- запропонувати шляхи удосконалення системи мотивації праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема мотивації праці у бюджетних установах не є новою. Вона з’явилась ще за радянських часів, але на той момент поділу на бюджетну та небюджетну сферу не було, комерційні та некомерційні установи були у рівних умовах. З набуттям незалежності різниця між бюджетною та небюджетною сферами стала явною. В суспільстві одразу з’явилося поняття “бюджетники”, яке можна визначити як працівників бюджетної сфери, що маючи вищу освіту працюють на низькооплачуваній роботі. Так, науковець Т. Тонконог, описуючи працівників бюджетної сфери називає їх “класом “нових” бідних, життєвий рівень яких має від’ємну динаміку щодо мінімальних державних соціальних стандартів” [8]. Скоріше за все Т. Тонконог протиставляє “бюджетників” класу “нових” українців, які з’явилися на початку 90-тих ХХст.

Проблему підвищення заробітної плати працівників бюджетної сфери намагались вирішити на державному рівні. Існує навіть Концепція удосконалення оплати праці працівників бюджетної сфери [3]. Серед основних проблем в оплаті праці працівників бюджетної сфери окреслюються наступні:

- необґрунтованість диференціації тарифних ставок і посадових окладів працівників, які виконують однакову за рівнем складності та функціональними ознаками роботу;
- недосконалість державних гарантій з оплати праці, що встановлені законами про діяльність у галузі освіти, охорони здоров’я, культури і спорту;
- відсутність єдиного підходу до визначення додаткових видів оплати праці;

- недостатня обґрунтованість тарифних коефіцієнтів між розрядами Єдиної тарифної сітки (1298–2002-п);
- відсутність довідників кваліфікаційних характеристик професій (посад) працівників бюджетної сфери за окремими напрямками діяльності, що призводить до необ'єктивного оцінювання посад для подальшого їх віднесення до розрядів Єдиної тарифної сітки (1298–2002-п), нераціонального розподілу обов'язків працівників і необґрунтованості кваліфікаційних вимог до набору кадрів [3].

Незважаючи на те, що в Концепції визначено не лише проблеми, але й шляхи їх вирішення, більшість проблем в оплаті праці працівників бюджетної сфери залишаються невирішеними. Низький рівень мотивації праці призводить до того, що у бюджетних установах працюють або люди передпенсійного чи пенсійного віку, які через неможливість чи небажання підвищувати кваліфікацію не можуть знайти кращої роботи, або випускники навчальних закладів, які, не маючи практичного досвіду роботи, не можуть влаштуватись у комерційні установи. Це породжує значну плінність кадрів і втрату висококваліфікованих фахівців. Як цілком правильно зазначають Н. Перевозчикова та В. Москова, "бюджетні установи виконують роль кузні кадрів для комерційних організацій, відбувається "вимивання" середньої вікової категорії працівників" [6, с. 16].

І все це за умови, що в Україні існує безкоштовна вища освіта. Тобто, держава навчає фахівця, потім надає йому перше робоче місце у бюджетній установі, де він набуває практичного досвіду. Через певний час фахівець з освітою та досвідом переходить працювати до недержавної комерційної установи, яка можливо навіть належить закордонному власнику. Втрати держави від підготовки фахівців, які в майбутньому не будуть працювати на вітчизняних підприємствах є величезними. То чи не є більш доцільним витратити бюджетні кошти на забезпечення достойної оплати праці висококваліфікованих працівників?

До працівників бюджетної сфери прийнято відносити державних службовців, зарплата яких визначається за фіксованими окладами та працівників комунальних установ, заробітна плата яких визначається за Єдиною тарифною сіткою. І. Пахомова та К. Лобанова зазначають, що існує дві основні моделі державної служби: європейська та американська [5, с. 73]. Європейська модель базується на тому, що державному службовцю гарантується стабільна заробітна плата, пакет соціальних пільг та високий рівень пенсійного забезпечення. Американська модель передбачає працю державного службовця за контрактом, без особливих пільг та привілеїв. При цьому в американській моделі від ефективності роботи працівника залежить його заробітна плата.

В Україні держслужбовці не мають значних привілеїв, навіть пенсійне забезпечення, яке раніше вста-

новлювалось на рівні 80% від заробітної плати працюючого державного службовця, нині згідно до ст. 37 Закону України "Про державну службу" встановлюється на рівні 60% від заробітної плати працюючого державного службовця [1]. Це знижує привабливість та престижність роботи держслужбовця.

Щоб більш наочно побачити проблему мотивації праці у бюджетній сфері розглянемо посадові оклади згідно до Єдиної тарифної сітки (ЄТС)[7] на прикладі Комунальної установи "Обласний клінічний ендокринологічний диспансер" Запорізької обласної ради (табл. 1).

Як бачимо з табл. 1, різниця між посадовими окладами згідно до ЄТС є незначною. Так, наприклад, економіст або бухгалтер без категорії отримують заробітну плату усього на 200 грн більше, ніж прибиральниця, але обсяг їх роботи та відповідальність значно більші. Водій отримує ту ж зарплатню, що й прибиральниця, хоча його кваліфікація і відповідальність вищі. При цьому не враховується жодним чином наявність вищої освіти. Взагалі рівень освіти працівника не враховується у визначенні рівня оплати праці за системою Єдиної тарифної сітки. Хоча на нашу думку, рівень освіти прямо впливає на ефективність роботи працівника.

Звичайно, що за таких незначних різниць між посадовими окладами у працівників не має стимулу й бажання підвищувати свою кваліфікацію та професійну майстерність. У бюджетних установах бракує системи мотивації, яка б спонукала до подальшого професійного розвитку.

Серед надбавок та доплат, що встановлені Постановою КМУ № 1298 від 30.08.02р., найчастіше на практиці використовуються такі: 1) надбавка за складність та напруженість у роботі; 2) доплата за виконання обов'язків тимчасово відсутніх працівників; 3) доплата за суміщення професій (посад); 4) доплата за розширення зони обслуговування або збільшення обсягу виконуваних робіт; 5) доплата за роботу у нічний час, святкові та вихідні дні; 6) доплата за використання в роботі дезінфікувальних засобів; 7) доплата водіям за ненормований робочий день [7].

Щодо нематеріального стимулювання праці, то воно не має вираженого характеру. Тобто відсутні подяки із занесенням відповідних записів до трудової книжки, подяка не висловлюється публічно, що взагалі нівелює її значення. При цьому догани висловлюються набагато частіше, ніж подяки. Це з одного боку свідчить про те, що працівники недостатньо добре працюють, а з іншого, – що керівник намагається мотивувати працівників методом "батога". Такий підхід до управління персоналом у майбутньому призведе до втрати зацікавленості працівників у результатах своєї праці, що неодмінно позначиться на її якості.

З метою порівняння оплати праці за Єдиною тарифною сіткою та за системою фіксованих окладів, наведемо дані про розмір посадових окладів у Департаменті охорони здоров'я (табл. 2).

Якщо порівняти посадові оклади табл. 1 та табл. 2, то стає очевидним, що оклад бухгалтера або економіста без категорії є вищим, ніж посадовий оклад провідного або головного спеціаліста, хоча перші є підзвітними до других. У той же час відповідальність державних службовців є більшою за відповідальність звичайного працівника комунальної установи. Звичайно, у держслужбовців існують надбавка за вислугу років, за ранг, виплати за додаткове навантаження у зв'язку з виконанням обов'язків тимчасово відсутнього державного службовця, виплати за додаткове навантаження у зв'язку з виконанням обов'язків за вакантною посадою державної служби, премія, які передбачені ст. 33 Закону України “Про державну службу” [1]. Але премії виплачуються у межах фонду оплати праці й за умови бюджетного дефіциту працівники отримують їх не щомісячно.

Аналізуючи структуру матеріальної винагороди працівників бюджетної сфери, слід зазначити, що ця винагорода жодним чином не відображає індивідуального внеску працівника у загальний результат роботи організації.

При цьому у новому Законі України “Про державну службу”, який прийнятий 10.12.15р. та набуде чинності лише з 01.05.2016 р., передбачено п. 3 ст. 50 премії за результатами щорічного оцінювання службової діяльності та місячна або квартальна премія відповідно до особистого внеску державного службовця в загальний результат роботи державного органу. При цьому зазначається, що загальний розмір цих кварталних та місячних премій, які може отримати державний службовець за рік, не може перевищувати 30 відсотків фонду його посадового окладу за рік [2]. Тобто, якщо посадовий оклад держслужбовця стано-

Таблиця 1.

Посадові оклади працівників КУ “ОК Ендокриндиспансер” ЗОР станом на 01.01.2016р.

Посада	Тарифний розряд згідно ЄТС	Тарифні коефіцієнти	Розмір окладу (грн)
Головний лікар	Згідно контракту	–	5405
Заступник головного лікаря	23	4,27	4756
Секретар керівника	4	1,27	1414
Головний бухгалтер	20	3,64	4106
Начальник ПЕВ	13	2,27	2522
Економіст (без категорії)	6	1,45	1614
Економіст (другої категорії)	7	1,54	1714
Економіст (першої категорії)	8	1,64	1825
Бухгалтер (без категорії)	6	1,45	1614
Бухгалтер (другої категорії)	7	1,54	1714
Бухгалтер (першої категорії)	8	1,64	1825
Інспектор з кадрів	6	1,45	1614
Завгосп	8	1,64	1825
Завідувачі відділень	14	2,42	2693
Лікар (без категорії)	11	1,97	2193
Лікар (другої категорії)	12	2,12	2360
Лікар (першої категорії)	13	2,27	2527
Лікар (вищої категорії)	14	2,42	2693
Сестра-господарка	10	1,82	2026
Медичний реєстратор	8	1,64	1825
Старша медична сестра (вищої категорії)	10	1,82	2026
Медична сестра (першої категорії)	9	1,73	1925
Медична сестра (другої категорії)	8	1,64	1825
Медична сестра (без категорії)	7	1,54	1714
Молодша медична сестра (без категорії)	6	1,45	1614
Водій	4	1,27	1414
Прибиральниця	4	1,27	1414

Джерело: Складено згідно до штатного розпису КУ “ОК Ендокриндиспансер” ЗОР станом на 01.01.2016 р.

Таблиця 2.

Посадові оклади працівників Департаменту охорони здоров'я станом на 01.01.2016р., грн

Посада	Розмір посадового окладу
Директор департаменту	3491
Заступник директора департаменту (начальник управління)	3386
Заступник начальника управління (начальник відділу)	2127
Головний спеціаліст	1378
Провідний спеціаліст	1378

Джерело: Складено за даними штатного розпису Департаменту охорони здоров'я станом на 01.01.2016 р.

вить 1378грн, то за рік він не може отримати премії більше, ніж 4960,80 грн. З одного боку, це не дає можливості високопосадовцям займатися зловживанням і встановлювати для себе високі премії, а з іншого боку, преміювання працівників найнижчої ланки стає дуже обмеженим.

Враховуючи все вищезазначене, можна сформулювати такі шляхи удосконалення системи мотивації праці у бюджетних установах:

- розробити дієву систему оцінки ефективності праці персоналу бюджетних установ, яка б ґрунтувалась на показниках результативності праці. Незважаючи на те, що у бюджетній сфері важко визначити, що є результатом праці, але цілком можливо розробити рейтингову систему оцінки праці. До основних показників, що мають бути включені до системи оцінювання, слід віднести: рівень освіти; чисельність помилок у роботі за період; кількість штрафів, що були сплачені установою з вини працівника; оцінка роботи працівника безпосереднім керівником; оцінка роботи працівника споживачем послуг бюджетної сфери тощо;
- запровадити у бюджетних установах замість неефективної Єдиної тарифної сітки контрактну систему оплати праці;
- використовувати більше нематеріальних стимулів праці, у т. ч. таких як ротація кадрів, підвищення кваліфікації, залучення працівників до активної участі у суспільному житті установи, залучення персоналу для участі у всеукраїнських та регіональних конференціях тощо;
- підвищити заробітну плату державним службовцям, особливо провідним та головним фахівцям.

Висновки. За підсумком проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. У статті розглянуто основні проблеми мотивації праці у бюджетній сфері. Встановлено, що для оплати праці працівників бюджетних установ застосовується Єдина тарифна сітка, яка не є ефективною. Визначено, що в світі існує дві основні моделі державної служби – американська та європейська. Розглянуто їх основні характеристики. Нині українська модель державної служби більше подібна до американської, ніж до європейської.

2. За допомогою даних штатних розписів було проаналізовано систему оплати праці КУ "ОК Ендокриндиспансер" ЗОР та Департаменту охорони здоров'я. Це дало змогу наочно побачити проблему системи оплати праці у бюджетній сфері. Особливо гострою проблемою системи оплати праці бюджетників є незначна різниця у посадових окладах працівників з вищою освітою та без вищої освіти. Наприклад, різниця між посадовими окладами прибиральниці та бухгалтера без категорії складає усього 200 грн.

3. На підставі проведеного аналізу мотивації праці у бюджетних установах було встановлено, що у більшості випадків застосовуються лише матеріальні стимули. При цьому існуючі системи мотивації не мають зв'язку між винагородою, що її отримує працівник, та результатом його праці. У статті запропоновано шляхи удосконалення системи мотивації у бюджетних установах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про державну службу" від 16.12.1993р. № 3723-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3723-12/page2>.
2. Закон України "Про державну службу" від 10.12.2015р. № 889-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19/page>.
3. Концепція удосконалення оплати праці працівників бюджетної сфери; схвалено розпорядженням КМУ від 19.01.2011р. № 29-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/29-2011-%D1%80>.
4. Ксьонжик І.В. Мотивація праці бухгалтерів як чинник підвищення ефективності облікового процесу в бюджетних установах / І.В. Ксьонжик, Р.С. Нікітіна // Облік і фінанси. – 2013. – № 3 (61). – С. 131-135.
5. Пахомова І.Г. Концептуальні засади реформування оплати праці в бюджетних установах України / І.Г. Пахомова, К.В. Лобанова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т. 3. – С. 73-76.
6. Перевозчикова Н.О. Особливості мотивації працівників бюджетних організацій / Н.О. Перевозчикова, В.В. Москова // Ефективна економіка. – 2012. – № 11. – С. 15-19.
7. Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери; постанова КМУ від 30.08.2002р. № 1298. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1298-2002-%D0%BF>.
8. Тонконог Т.Ю. Особливості системи оплати праці працівників бюджетної сфери та напрямки її удосконалення / Т.Ю. Тонконог // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravoznavec.com.ua/period/article/3538/%D2>.

УДК 334.72:338.48

ГРИШОВ В.В.,
ДЕМЧЕНКО О.В.
м. Умань

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація. У статті досліджено та систематизовано теоретико-методичні підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства. На основі системного та комплексного підходів запропоновано узагальнююче визначення інноваційного потенціалу та його структури, яка показує, що інноваційна складова є притаманною для всіх структурних елементів економічного потенціалу підприємства, оскільки виступає забезпечувальним елементом і внутрішнім джерелом створення основних інновацій у процесі управління ним.

Ключові слова: потенціал підприємства, інновація, інноваційний потенціал, теоретико-методичні підходи, управління.

Аннотация. В статье исследованы и систематизированы теоретико-методические подходы к изучению сущности и структуры инновационного потенциала. На основании комплексного и системного подходов предложено обобщающее его определение и структура, которая отражает многогранность и сложность данного явления. Показано, что инновационный потенциал является поддерживающим и формирующим источником для формирования инноваций в процессе управления предприятием.

Ключевые слова: потенциал предприятия, инновация, инновационный потенциал, теоретико-методические подходы, управление

Abstract. In the article it is systematized theoretical-methodical approaches before determination of essence of innovative potential of enterprise. On the basis of approaches of the systems and complex summarizing determination of innovative potential and his structure, which shows that an innovative constituent is inherent for all structural elements of economic potential of enterprise, is offered, as comes forward a auxiliary element and internal source of creation of basic innovations in the process of management by him.

Key words: potential of the enterprise, innovation, innovation potential, theoretical and methodological approaches, management.

Динаміка економічного розвитку національного господарства та його складових у сучасних умовах усе більше залежить від структурних зрушень на базі інноваційних моделей побудови. Компетентність формувати й ефективно використовувати інноваційний потенціал стає вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності та розвитку аграрного виробництва. З іншого боку, за останні роки ринкових трансформацій, визнання пріоритетності інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, проголошення державної політики, спрямованої на інноваційну модель економічного розвитку залишилось переважно декларативною складовою державної політики, а не реальним механізмом структурної та технологічної перебудови аграрного сектору економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми управління інноваційною діяльністю аграрного виробництва є предметом багатьох наукових досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Для обґрунтування сучасних напрямів інноваційного розвитку аграрної сфери національної економіки велике теоретичне, методологічне та методичне значення мають праці таких учених, як В.Г. Андрійчука, Б.Й. Пасха-

вера, М.Й. Маліка, Л.І. Федулової, В.П. Семиноженко, Саблука П.Т., Ю.О. Лупенка, І.Ю. Гришовой, В.В. Кузеля, Ю.М. Атаманчука, О.В. Митяй, І.О. Крюковой, О.О. Красноручького, І.Б. Хоми, Б.О. Язлюка та ін. [1-15].

Дослідженню сутності та структури інноваційного потенціалу, визначенню факторів, що на нього впливають, розробленню методичних підходів до його оцінки присвячено праці Н.І. Чухрай, А. Присяжнюк, Чирви О.Г., Гнатсьовой Т.М., Щербатой М.Ю., Панюк Т.С. та ін. В той же час, багато аспектів управління інноваційним потенціалом підприємства, сутністю інноваційного потенціалу залишаються дискусійними і недостатньо дослідженими.

Постановка завдання. Метою і завданнями даної статті є характеристика та аналіз основних теоретико-методичних підходів до визначення сутності інноваційного потенціалу, його структури та місця і ролі в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Систематизуючи сучасні зарубіжні концептуальні теорії, акцентуємо увагу на п'яти фундаментальних напрямках: інноваційних регіональних кластерів (М.Портер, Дж.Хелд), регіонального розвитку з ендегенним технологічним

прогресом (П.Ромер, Ф.Агійон, П.Хоувіт), інноваційних мереж (Г.Хакенсон, Р.Кемегні, Д.Бекаттіні), регіональних інноваційних систем (Дж.Хоувеллс, Ф.Кук, Н.Тріфт), динамічної конвергенції (Р.Барро, Х.Сала-і-Мартін). Поява тих чи інших концепцій та теорій пов'язана з об'єктивними умовами, вимогами та інтересами економічної практики та має велике значення в контексті імплементації зарубіжного досвіду на вітчизняних підприємствах аграрного виробництва. Зміни соціально-економічних відносин, що складають предмет сучасних теоретичних та емпіричних досліджень, мають певний характерний контекст:

– конкурентні переваги країни створюються та підтримуються через активізацію соціально-економічних процесів, що мають місце на державному рівні [2]. Разом це свідчить про наявність широкого поля для удосконалення теоретичних досліджень. На наш погляд, необхідно сконцентрувати увагу на мікроекономічному рівні – дослідженні функціонування підприємств в умовах сучасної трансформації та інноваційних процесів у теоретико-методологічному та практичному сенсі як оновлення аграрного виробництва, трансферу нових технологій та модернізації виробництва.

На думку Кужеля В.В., інноваційна діяльність має соціально-економічну природу та повинна сприяти активізацією соціальною відповідальністю вітчизняного аграрного бізнесу [15,16]. Саме з цих позицій державна інноваційна політика є вторинною: вона реалізується через організаційно-економічні механізми, що ґрунтуються на системі стимулів та обмежень, які, у свою чергу, регулюють інтенсивність інноваційних процесів на підприємствах аграрного виробництва.

В науковій літературі відсутнє єдине визначення сутності, специфічних ознак, структури інноваційного потенціалу. Так, Гнатєва Т.М. та Крюкова І.О. [1–2, 8] розглядають його як спроможність створювати нововведення власними силами або придбавати їх збоку, а також: ефективність впровадження інновацій в практику господарської діяльності. Результатом реалізації інноваційного потенціалу вони вбачають: освоєння нової та модернізація продукції, що випускається; розроблення та впровадження у виробництво нових машин, обладнання, інструментів, нових конструкційних матеріалів; розроблення та впровадження у виробництво нових технологій та способів виробництва продукції; удосконалення та розроблення нових методів, засобів та правил організації та управління виробництвом.

Р.А. Фатхутдінов [4] визначає інноваційний потенціал як міру готовності організації виконати завдання, які забезпечать досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень та впровадження інновацій. Автор розглядає розвиток організації як реакцію на зміну зовнішнього середовища і підкреслює її стратегічний характер.

С.М. Ілляшенко [5] під інноваційним потенціалом розглядає деяку критичну масу ресурсів господарю-

ючого суб'єкта (інтелектуальних, науково-дослідних, інформаційних і т. д.), необхідну і достатню для його розвитку на основі постійного пошуку та використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, які відкриваються перед ним, що пов'язано з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту. Автор більш детально виділяє такі складові інноваційного потенціалу: ринковий, інтелектуальний, кадровий, технологічний, інформаційний, інтерфейсний та науково-дослідний потенціали.

Шабатура Т.С [6] під інноваційним потенціалом розуміє "сукупність окремих видів ресурсів, включаючи матеріальні, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності".

Геєць В.М. [9] трактує інноваційний потенціал як сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

Інші автори вказують, що інноваційний потенціал – сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення.

Дехто з дослідників вважає, що до складових інноваційного потенціалу повинні включатися тільки ті його ресурси, які можуть бути використані при реалізації всіх етапів життєвого циклу товарів. Інші вчені розглядають інноваційний потенціал як спроможність підприємства розробляти та впроваджувати нововведення згідно з необхідними якісними стандартами з метою адаптації до змін у зовнішньому середовищі та виділяють у його складі кадрову, інформаційно-методологічну, матеріально-технічну й організаційно-управлінську складові.

Фактично, як показують визначення, більшість керується так званим ресурсним підходом, тобто уявляє інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, виділяючи найчастіше такі його елементи, як кадровий, інформаційно-технологічний, організаційний і матеріально-технічний.

Таким чином, за відсутності єдиного підходу до розуміння поняття інноваційного потенціалу було визначено, що воно має розглядатись як комплексне визначення, що містить у собі дві взаємопов'язані складові: потенціал та інновація.

У розвитку сучасних уявлень про потенціал підприємства з економічної точки зору можна виділити три напрями. Представники першого (ресурсного) підходу стверджують, що потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів. До складових потенціалу в цьому розумінні відносять відповідні трудові, матеріальні, фінансові й інформаційні ресурси, які залучаються у сферу вдосконалення виробництва. Сюди ж включають і сукупність ресурсів, яка забезпечує необхідний рівень організації виробництва та управління, ресурси сфери освіти і перепідготовки кадрів. "Ресурсне" розу-

міння потенціалу має важливе значення для планування та управління виробничою діяльністю, але, на наш погляд, не висчерпує найістотніших його характеристик, оскільки враховує практично статичну величину наявного чи необхідного ресурсу для розвитку економічної (ринкової) системи певного рівня.

Друга група (факторний підхід) авторів уявляє потенціал як систему матеріальних та трудових факторів (умов, складових), що забезпечують досягнення мети виробництва. Основою для такого підходу є висловлювання К. Маркса про те, що засоби праці, предмет праці та робоча сила як фактори виробництва та елементи утворення доданої вартості виступають як можливості, що підкреслює їхній потенційний характер. Для перетворення цієї можливості на дійсність “вони мають з’єднатися”. Представники даного напрямку стверджують, що дослідження ефективності розвитку економіки мають базуватися не лише на досягнутому рівні використання ресурсів, а на потенційних можливостях виробництва [3–5].

Тобто даний підхід аналізує не лише статичну величину наявного ресурсу, а й вписує його у фактори динамічного ринкового середовища за рахунок визначення бажаних, раціональних чи потенційних можливостей його застосування. В той же час, означений підхід також не повністю, на наш погляд, розкриває сутність дефініції потенціал, оскільки зосереджується на простому виявленні альтернатив використання наявного ресурсу чи пошук векторів його нагромадження.

Вчені третього напрямку (системний підхід) (І. Ансофф) розглядають потенціал як здатність комплексу ресурсів економічної системи (підсистеми) виконувати поставлені перед нею завдання. Потенціал, на їхню думку, це цілісне уявлення про єдність структури і функції об’єкта, вияв їх взаємозв’язку. На цій основі робиться висновок про сукупні можливості колективу (іншого ресурсу) виконувати певні завдання – що вдаліше склалася структура об’єкта, що більше відповідають одні одним його структурні та функціональні елементи, то вищими будуть його потенціал і ефективність [6–8]. Тобто представники останнього напрямку визначають не лише структурну (ресурсну або факторну) складову потенціалу, а й намагаються характеризувати точки функціональної залежності між ними.

У той же час, на наш погляд, основні підходи щодо визначення потенціалу підприємства поза увагою залишають суб’єктно-об’єктну залежність у визначенні потенціалу ринкової чи економічної системи загалом, визначаючи при цьому управління переважно як наслідок чи спосіб комбінації складових потенціалу. Це є дещо спрощеним розумінням потенціалу підприємства, оскільки здатність ресурсу чи фактора виробництва забезпечити отримання необхідного результату є без реалізації управлінської складової лише можливою і статичною величиною – управління виступає не допоміжним чи суміжним процесом реалізації потенціалу підприємства, а його безпосереднім спонукальним мотивом і джерелом раціонального застосування.

Таким чином, можна визначити, що потенціал підприємства складається з керованого об’єкта та сукупності взаємопов’язаних управлінських дій з планування, прогнозування, використання, мотивації та контролю усього комплексу ресурсів та факторів виробництва в загальній системі управління підприємством, їх напрямів та послідовності застосування з метою забезпечення виконання поставлених перед підприємством завдань, забезпечення його подальшого поступального розвитку.

Незважаючи на різні підходи до розуміння потенціалу підприємства, автори одностайні в думці, що він складається з певних структурних елементів (рис. 1).

Переважає більшість дослідників визначає ці складові як характерні для будь-якого економічного потенціалу (потенціалу народного господарства, регіону, фірми, підприємства тощо).

Слід зауважити на тому факті, що рух сучасних економічних систем, їх підсистем та суб’єктів здійснюється не лише на основі використання традиційних ресурсів, а й з урахуванням нових, що дають можливість більш швидко, з меншими витратами (саме традиційних ресурсів) отримувати більшу економічну ефективність.

На сьогодні це представлено і досить точно обґрунтовано в теорії інноваційного підприємництва (таблиця 1).

Вказані в таблиці 1 напрями та вчені виходять з концепції значущості у системі економічного потенціалу підприємства саме його інноваційної складової.

Дійсно, поняття “інновація” та “інноваційний потенціал” стали концептуальним відображенням феномена інноваційної діяльності й отримали свій розвиток як економічна категорія з початку 80-х років ХХ ст.

Останнім часом все більше дослідників приділяють увагу вивченню окремих їх аспектів.

На сьогодні існує досить розгалужена класифікація інновацій, проте автори дотримуються думки про необхідність виділення найбільш значущих для підприємства блоків, де можуть виникати і розвиватись інновації: за формою втілення та можливістю відокремлювати матеріальні елементи (нова продукція); інформаційні (ноу-хау, нові методи управління); матеріально-інформаційні (нова виробнича технологія); соціальні, інновації тощо [10]. Крім того, доречним буде зауважити, що інновації як складову діяльності підприємства слід ранжувати залежно від їх ролі в реалізації місії функціонування підприємства: основні та забезпечувальні інновації [11].

До основних інновацій доцільно відносити нові продукти та послуги, реалізацію яких підприємство розглядає як місію, стратегію своєї ринкової діяльності. Нові ресурси, обладнання, зміни оргструктури, методів управління, фінансування, реалізації проектів тощо, необхідні для створення та реалізації основних інновацій, виступають у ролі забезпечувальних (підтримуючих) інновацій [12]. Останні, таким чином, є внутрішнім ядром основних інновацій.

Виробничий потенціал	→	Засоби виробництва, їхній стан, кількість, оптимальне використання
Маркетинговий потенціал	→	Визначення торгівельної марки з урахуванням впливу конкурентного середовища
Інформаційний потенціал	→	Доступ до адекватної кількості інформації, яка впливає на прийняття управлінських рішень
Техніко-технологічний потенціал	→	Здатність до технологічної оптимізації всього виробництва
Організаційно-управлінський потенціал	→	Здатність до прийняття ефективних управлінських рішень
Фінансовий потенціал	→	Здатність до оптимізації фінансової системи із залучення та використання фінансових ресурсів
Соціальний потенціал	→	Здатність до оптимізації кількісного та якісного складу персоналу й побудови відповідних відносин «персонал – керівництво – власник»
Інтерфейсний потенціал	→	Це вся сукупність факторів, що дають можливість підприємству втримувати і розширювати ринкові позиції
Інноваційний потенціал	→	Сукупність тих складових матеріальних, нематеріальних та фінансових ресурсів, які підприємство використовує та може залучити для сприйняття та впровадження нововведень як ресурс, залишаючи при цьому певну їх частину нагромадженою і невикористаною як резерв на майбутнє

Рис. 1. Складові економічного потенціалу підприємства (джерело [9])

Таблиця 1.

Основні напрями теорії інноваційного підприємства

Найменування теорії, підходу або концепції	Репрезентативна публікація інноваційного напрямку теорії	«Портрет» інноваційного підприємства
Неокласична теорія	В. Лазонік, 2000	Виробничо-господарська система, яка попри високі постійні витрати в короткостроковому періоді отримує конкурентні переваги в довгостроковому періоді
Максимізація вартості фірми	Н.Ю. Куркотова, 2007; Дж. Джонсон, 2001; К. Поулес, 2004	Генератор грошових потоків через створення нової ринкової вартості
Процесний підхід	А. Бернштайн, М. Кляйн, Т. Мелон, 1999; Ч. Моллер, 2006	Будь-який бізнес-процес, в якому відбуваються систематичні зміни у підпроцесах
Ресурсний підхід	Дж. Франко, Ф. Файре, С. Негассі, 2002; Xu Qingrui, 2000	Сукупність ключових компетенцій
Концепція динамічних здібностей	В. Лазонік, 2000	Господарська одиниця, яка має значний потенціал в систематичному інтегруванні, створенні та реконфігурації внутрішніх та зовнішніх компетенцій
Еволюційна теорія	А. Робсон, 2006; Д. Фрідман, 1998	Сукупність рутин, унікальність яких дає змогу ефективно конкурувати серед подібних підприємств галузі
Теорія організаційного розвитку	Е. Лам, 2004	Система у двох площинах: психосоціальна система й система технологій, кожна з яких постійно змінюється
Когнітивна теорія	І. Нонака, 2003; Е. Вебстер, 2000; Д. Беннет, 2001	Виробнича система, когнітивна діяльність якої долає ринкову невизначеність й зменшує обмежену раціональність
Теорія адаптивних систем	В. Циганов, 2004;	Господарська одиниця, що характеризується самоорганізацією, навчанням й адаптацією до зовнішнього середовища

Джерело: складено на основі [8–12]

Такий підхід дає можливість стверджувати, що інноваційна складова є притаманною для всіх структурних елементів економічного потенціалу підприємства, оскільки вона виступає забезпечувальним елементом і внутрішнім джерелом створення основних інновацій (кінцевий результат діяльності підприємства) (рис. 2).

Такий підхід дає можливість комплексно та системно підійти до аналізу інноваційного потенціалу підприємства, який є невід'ємною частиною сукупного потенціалу підприємства і, у свою чергу, є цілісною динамічною соціально-економічною системою, що складається із сукупності взаємодіючих елементів різного ступеня складності й організації.

Крім того, у процесі дослідження сутності інноваційного потенціалу підприємства та основних методичних підходів до його структурування [13], було визначено, що з позицій його комплексності та структурної єдності з усіма елементами економічного потенціалу підприємства, доцільно в його структурі виділяти такі основні складові: інституційну (управлінсько-організаційну), якісну (ресурсну), цільову, інвестиційно-фінансову та результативну.

Інституційна (управлінсько-організаційна) визначається авторами як така, що формує умови для зародження та реалізації основних і забезпечувальних інновацій, будучи при цьому частиною останніх

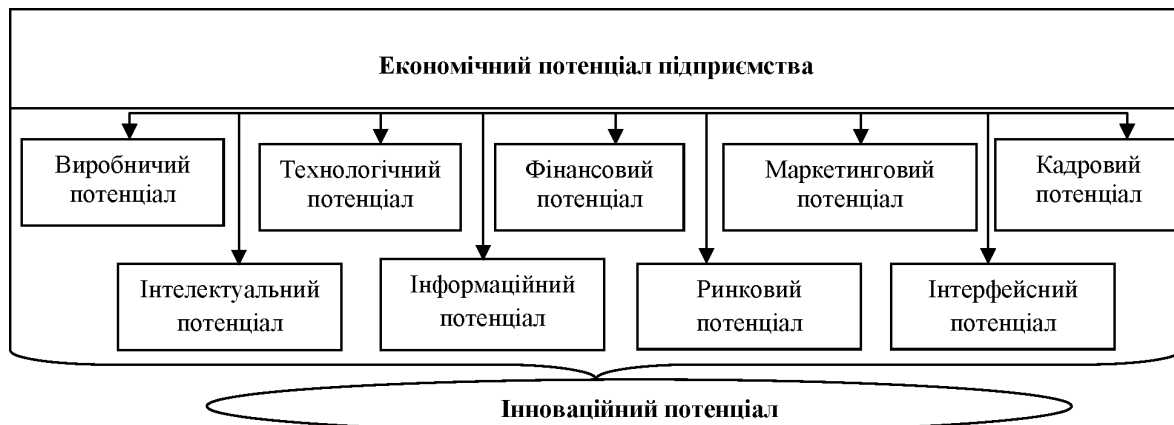


Рис. 2. Місце інноваційного потенціалу в структурі економічного потенціалу підприємства [7]

(структура управління підприємством, методи та підходи до управління, організаційна структура). Тобто – це інститути, або суб’єкти інноваційної діяльності, які забезпечують: внутрішні процеси інноваційної діяльності (винахід і виробництво нового продукту), безпосереднє впровадження нових технологій, взаємозв’язок об’єкта дослідження (підприємства) як з наукою, яка надає прогресивні ідеї і вже оформлені інноваційні розробки, так і з ринком, який споживає готовий продукт, а також методами, засобами організації управління інноваційним процесом.

Якісна (ресурсна) складова визначається сукупністю матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів і можливостей підприємства. Вона залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі. Інтенсифікація інноваційної діяльності дає змогу підвищити ефективність використання ресурсної складової, а значить, і інноваційного потенціалу в цілому. Головним принципом виділення ресурсних елементів потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі [14].

Цільова складова містить у собі показники ринкових можливостей підприємства на основі розробленої стратегії і тактики діяльності, а також вектори спрямування наявних та потенційних елементів його потенціалу.

Інвестиційно-фінансова – це такий структурний елемент інноваційного потенціалу, який показує і забезпечує зворотний вплив і зв’язок всіх складових інноваційного потенціалу (потенціалу підприємства) на формування матеріальних і нематеріальних активів, наближення витрат на інноваційну діяльність до оптимальних показників, результати від інноваційної діяльності та їх граничні величини тощо [15].

Результативна складова – це реальний фактичний інноваційний продукт, отриманий в інноваційному процесі, тобто досягнутий рівень потенціалу [14–16].

Висновок. Узагальнюючи існуючі в науковій літературі підходи до сутності та структури інноваційного потенціалу підприємства, можна дати таке його визначення. Інноваційний потенціал – це складна динамічна система генерування, накопичення і трансформування наукових, управлінських ідей та науково-технічних,

маркетингових тощо результатів в інноваційні продукти на основі здійснення безперервного процесу управління підприємством. Тобто це основа цілісної системи потенціалу підприємства, в якій він взаємодіє з іншими складовими потенціалу підприємства (кадровим, науково-технічним, технологічним тощо) як їх комплексна характеристика і джерело розвитку.

Комплексність та складність інноваційного потенціалу, його складна взаємозалежність та взаємодія зі структурними елементами економічного потенціалу підприємства дає можливість аналізувати його внутрішню будову з точки зору наявності інституційної (управлінсько-організаційної), якісної (ресурсної), цільової, інвестиційно-фінансової та результативної складових, які відображають не лише означений зв’язок, а й дають можливість відстежувати рух ресурсів і потенційних можливостей підприємства впродовж всього його життєвого циклу з урахуванням реального внеску в кінцеві результати його діяльності не лише за рахунок основних, а й забезпечувальних інновацій.

Такий підхід до розуміння сутності та структури інноваційного потенціалу може бути основою для більш чіткої класифікації його внутрішніх складових за групами показників для кількісного і якісного аналізу ступеня інноваційності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Крюкова І.О. Фінансова архітектура інноваційного розвитку підприємства АПК. – Соціально-економічний розвиток України в умовах трансформаційних змін: виклики, тенденції, перспективи. [Колективна монографія]. / І.О. Крюкова, Полтава.: ТОВ НВП “Укпромторгсервіс”, 2013. – С. 43-52.
2. 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”] / Міністерство освіти і науки України, Східноєвропейський центр фундаментальних досліджень [та ін.]. – Будапешт-Валенсія-Київ, 2013. – С. 81-87.
3. Митяй О.В. Інноваційна діяльність як складова в управлінні конкурентоспроможністю підприємств АПК / О.В. Митяй // “Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія “Економічні науки” – 2014.– № 4 (76).– С. 12-19

4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов – 2-е изд. – М.: ЗАО Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 624 с.
5. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2003. – 278 с.
6. Шабатура Т.С. Концептуальні напрямки до визначення змісту інвестиційного потенціалу підприємства / Т.С. Шабатура // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки: Збірник наукових праць. Вип.27. – Чернівці: Технодрук, 2014. – с.202-207.
7. Шабатура Т.С. Імплементация соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств / І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 13-21.
8. Гнатєва Т.М. Державна підтримка розвитку інноваційного простору національної економіки / Т.М. Гнатєва // Таврійський науковий вісник: науковий журнал. – Вип. 80. – Херсон: Гринь Д.С., 2012. – С. 276-273.
9. Гнатєва Т.М. Підходи до формування інноваційного потенціалу підприємств харчової промисловості // Інноваційна економіка. – 2013. – №1(39). – С. 15-18
10. Гесць В.М. Інноваційна стратегія українських реформ / [В.М. Гесць, А.С. Гальчинський, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко] – К.: Знання України, 2002. – 336 с. – Бібліогр.: С. 322-336.
11. Хачатурян Х.В. Інноваційні зміни у функціях і стратегічних орієнтирах системи державного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DUTP/2005-2/txts/philo/05xxvsdu.pdf>.
12. Чоботар. С.В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm;
13. Іванова К. В. Технологія оцінки гармонійності складових інноваційного потенціалу підприємств [Текст] / К.В. Іванова, Я.А. Громова // Вісник Хмельницького нац. ун. – 2009. – № 6. – Т. 3. – С. 233-237.
14. Кужель В.В. Соціальна політика та соціальні інвестиції підприємств агропродовольчої сфери/ В.В.Кужель// Економічний форум. Науковий журнал. – 2015. – №1.- С. 286-294
15. Кужель В.В. Стратегія інноваційного розвитку аграрного ринку /В.В. Кужель // Европейский Союз: состояние и перспективы: Сборник докладов международной научной конференции, (Херсон, 2013г.). – Херсон: "Наука и экономика", 2013. – Т. 2. – С. 131-134.
16. Гришова І.Ю. Сучасні трансформації ресурсно-виробничого потенціалу національної економіки України / І.Ю. Гришова, М.Ю. Щербата// Zbiyr artykuiyw naukowych. Konferencji Miedzynarodowej Naukowo-Praktycznej " Economy. Priorytetowe obszary nauki" (29.11.2015 – 30.11.2015) – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. "Diamond trading tour", 2015. – str.34-37.
17. Gryshova I. Ukraine's positions in international ratings evaluation as a factor of its competitiveness/ I. Gryshova, I. Kryukova, O. Mityay // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 5-6. – С. 24-27.

УДК 159.9(477)

ІГНАТЕНКО О.В., к. психол. н.
м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ НА СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ (економічний аналіз та психологічний аспект)

Анотація. В статті проаналізовано модель компетенцій та складання карти компетенцій як ефективного методу при оцінці персоналу на етапі як підбору, так і працівників які вже працюють на підприємстві. У роботі доцільно викладено матеріал, щодо використання певних методичних рекомендацій, які дадуть змогу скласти карту компетенцій виходячи з економічної обґрунтованості та психологічного аналізу HR-процесів сучасного підприємства. Викладений матеріал допоможе у прийнятті рішень щодо оцінки кандидатів з інтуїтивного на науково-обґрунтований.

Ключові слова. Карта компетенцій, модель компетенцій, оцінка персоналу, стратегія підприємства.

Аннотация. В статье проанализированы модель компетенций и составление карты компетенций как эффективного метода для оценки персонала на этапе подбора, а также и работников уже работающих на предприятии. Предложен материал, по использованию определенных методических рекомендаций, позволяющих составлять карту компетенций исходя из экономической обоснованности и психологического анализа HR-процессов современного предприятия.

Ключевые слова. Карта компетенций, модель компетенций, оценка персонала, стратегия предприятия.

Abstract. In the article the model of competencies and competency mapping as an effective method for assessing staff during a recruitment and staff already working at the company. In this paper, the material is advisable, for using some guidelines to help you draw up a map of competencies based on economic feasibility and psychological analysis of HR-processes of the modern enterprise. The material will help in making decisions on the assessment of candidates intuitive to scientific and reasonable.

Key words. Map competency model competencies of personnel, the strategy of the company.

Постановка проблеми. З огляду на ситуацію розвитку сучасних українських підприємств, науковці та

практики дійшли висновку, що в процесі задоволення потреби підприємства у персоналі необхідно вико-

ристовувати більш зручний для цього документ – карту компетенцій.

Перевагами використання карт компетенцій у процесі задоволення потреби підприємства у персоналі є:

- зниження суб’єктивізму при оцінці кандидатів, що є результатом наявності чітких критеріїв відбору;
- можливість проведення адекватного порівняння кандидатів на основі визначення ступенів прояву конкретних компетенцій за єдиним їх переліком;
- можливість об’єктивного порівняння як зовнішніх, так і внутрішніх кандидатів на вакантні посади.

Використання карти компетенцій у процесі задоволення потреби підприємства у персоналі підвищує вірогідність залучення кандидатів, що відповідають визначеним вимогам (компетенціям). За останні роки такий підхід активно впроваджується в практику управління підприємствами, оскільки керівники розуміють вагомість ефективної діяльності персоналу [3].

Отже, карта компетенцій – це документ, який описує особові характеристики працівників, їх здатність до виконання тих чи інших функцій, реалізації типів поведінки та соціальних ролей – так звані компетенції з конкретними показниками їх прояву в професійній діяльності – найбільш важливі для підприємства на даному етапі розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У наукових працях компетентність визначається як: 1) специфічна здатність, котра необхідна людині для ефективного виконання конкретної дії в певній галузі й яка включає вузькоспеціальні знання, уміння, способи мислення, а також відповідальність за свої дії (С. Бондар, В. Кальней, Дж. Рамен, С. Шишов); 2) індивідуальна характеристика ступеня відповідності певним вимогам (А. Маркова); 3) володіння людиною сукупністю взаємопов’язаних якостей особистості (знань, умінь, навичок, способів діяльності, які задаються відносно певного кола предметів і які необхідні, щоб якісно й продуктивно діяти відносно них) (А. Хуторський); 4) спеціально структуровані (організовані) набори знань, умінь, навичок і ставлень (О. Пошетун). Як видно, у представлених визначеннях терміна “компетентність” спостерігаються певні відмінності, проте вони не є принциповими. З урахуванням трактування вищевказаного поняття науковцями пропонується визначення дефініції “ключова компетентність”. Так, на їхню думку, ключові компетентності – це: найвагоміші й найбільш інтегровані компетентності (О. Овчарук [2,]); компетентності, що відносяться до загального (метапредметного) змісту освіти (А. Хуторський [4,]); визначальні компетентності, які відповідають умовам реалізації, що не обмежені, занадто специфічні, проте певною мірою універсальні (С. Шишов [5]); об’єктивна категорія, яка фіксує суспільно визнаний комплекс певного рівня знань, умінь, навичок, ставлень

тощо, які можна застосовувати у широкій сфері діяльності людини (О. Пошетун [3]). Вважаємо, що основна проблема при формуванні карти компетенцій полягає у визначенні переліку самих компетенцій, які в подальшому і будуть виступати критеріями відбору кандидатів. Для вирішення цієї проблеми вважаємо за необхідне в першу чергу сформулювати вимоги до набору компетенцій. У загальному вигляді вони можуть бути представлені такими вимогами (в основу покладено вимоги до критеріїв оцінювання альтернатив):

- повнота – сукупність компетенцій повинна бути такою, що використання будь-яких додаткових компетенцій не змінить результатів рішення, а відкидання хоча б однієї з обраних – змінить результат;
- операціональність – кожна компетенція повинна бути зрозумілою для експерта, мати однозначний зміст;
- мінімальність – набір компетенцій для оцінювання кандидатів повинен бути якомога меншим (у цьому аспекті при формуванні моделі компетенцій доречним було б використати криву Паретто або принцип “мінімакс” – коли підібраний мінімальний набір компетенцій (20% від загального переліку) забезпечує максимальну ефективність (80%) співробітника на кожній з його посад);
- вимірюваність – кожна компетенція повинна допускати можливість кількісного або якісного оцінювання (бажано мати можливість переводити якісні оцінки в кількісні показники, використовуючи для цього певні форми цільні способи) [5].

Метою статті є розгляд та практичний розрахунок основи та алгоритму складання карти компетенцій для результативної та ефективної роботи сучасної компанії.

Виклад основного матеріалу. Завдання розробників карти компетенцій полягає у підборі необхідних для конкретної посади компетенцій із загального переліку типових. Відомо також, що є посади, які вимагають від виконавців одних і тих самих якостей. Іншими словами, навряд чи для кожної окремої посади потрібен буде абсолютно унікальний набір компетенцій, хоча в окремих випадках може бути і таке.

Тому одне з основних завдань при розробці карти компетенцій – це визначити найбільш важливі компетенції для кожної посади, у кожному конкретному підрозділі. Реалізацію цього завдання ні в якому разі не можна покладати на працівника департаменту по роботі з персоналом або одноособово на менеджера відповідного рівня (або підрозділу). Для того або визначити дійсно необхідний перелік важливих компетенцій потрібно:

1) сформувати робочу групу (до складу яких мають увійти провідні співробітники та керівники структурних підрозділів компанії, а також менеджери департаменту по роботі з персоналом);

2) використовуючи різні методи групового прийняття рішень ("мозкового штурму", "колективного блокноту", "метод фокальних об'єктів" тощо) дійти потрібного результату [1].

При формуванні карти компетенцій недостатньо лише визначити певний перелік, але й обов'язково, за допомогою наукових методів, визначити вагомість кожної компетенції. Тільки тоді компетенції можуть стати реальними критеріями для відбору кандидатів. Рекомендації щодо вирішення цього завдання за методом SMART буде розкрито в подальших положеннях статті.

Визначивши вимоги до кандидатів можна переходити до наступного етапу процесу комплектування підприємства працівниками набору персоналу, який дасть змогу створити достатній список кваліфікованих претендентів для наступного відбору [2].

Проаналізуємо діяльність цієї моделі на прикладі пошуку кандидата на посаду логіста.

Етап 1. Визначення критеріїв вибору джерел пошуку кандидата. Аналіз літературних джерел дав нам змогу сформулювати певний перелік таких критеріїв, зокрема: розмір підприємства; його імідж; ступінь розвитку підприємства; специфіка потреби у персоналі; витрати, спрямовані на пошук персоналу; час, що відводиться на пошук персоналу, ситуація на ринку праці тощо. Серед загального переліку ми визначили основні у даному випадку критерії. Велика кількість значно ускладнює процедуру вибору конкретного джерела, тому доцільно використовувати чотири найбільш суттєві. Також на цьому етапі було визначено вагомість обраних критеріїв шляхом проведення експертного опитування. Результати експертної оцінки критеріїв вибору, коефіцієнти конкордації, Пірсона та вагомості кожного з критеріїв, розраховані за формулами 3.1–3.5.

Критерій Пірсона розраховується наступним чином [7]:

$$w = \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2 - S^2}{\frac{1}{12} * m^2 * (n^3 - n) - m * \sum_{j=1}^n T_j} \quad (1)$$

де: S_i – сума рангових оцінок експертів за кожним критерієм; S – середня сума рангів для всіх критеріїв;

m , n – число експертів і критеріїв відповідно; T_j – величина, що враховує однакові оцінки різних критеріїв окремими експертами.

При цьому S та T_j розраховуються відповідно за такими формулами [7, с. 20]:

$$S = 0,5 * m * (n + 1) \quad (2)$$

$$T_j = \frac{1}{12} * \sum_{j=1}^n (t_j^3 - t_j) \quad (3)$$

де: u – число рангів з однаковими оцінками j -го експерта;

t_j – число оцінок з однаковими рангами j -го експерта.

При оцінці суттєвості зазначених коефіцієнтів виходили з того, що чим ближче до одиниці наближається коефіцієнт конкордації, тим більш узгодженими є думки експертів. Одним із методів підтвердження істотності коефіцієнта конкордації є його оцінка за критерієм Пірсона χ^2 . Якщо $\chi^2_{\text{розр.}} > \chi^2_{\text{табл.}}$, то коефіцієнт конкордації є істотним при ступенях свободи $f = n - 1$ та заданому рівні значимості $\alpha = 0,01$.

Розрахункове значення χ^2 визначалось за формулою [7]:

$$\chi^2_{\text{розр.}} = w * m * (n - 1) \quad (4)$$

Після підтвердження істотності коефіцієнта конкордації, було визначено вагомість кожного критерію вибору джерела пошуку кандидатів. Коефіцієнт вагомості визначався за формулою [7]:

$$a_i = \frac{m * n * S_i}{0,5 * m * n * (n - 1)} \quad (5)$$

Проаналізуємо отримані результати.

Коефіцієнт конкордації розраховувався наступним чином:

$$w = \frac{648,75}{\frac{1}{12} * 25^2 * (4^3 - 4) - 25 * 0} = 0,2076$$

Розрахункове значення критерію Пірсона χ^2 відповідно буде становити:

$$\chi^2_{\text{розр.}} = 0,2076 * 25 * (4 - 1) = 15,57.$$

Таблиця 1.

Результати ранжування критеріїв вибору джерел пошуку кандидатів

Найменування характеристик	Умовні позначення	Результат експертної оцінки критеріїв вибору джерел пошуку кандидатів			
		Час, що відводиться на пошук персоналу	Витрати, спрямовані на пошук персоналу	Специфіка потреби у персоналі	Розмір підприємства
Сума рангів	S_i	56	65	83	87
Середня сума рангів	$\bar{S}$	72,75			
Квадрат відхилення	$(S_i - \bar{S})^2$	280,5625	60,0625	105,0625	203,0625
Коефіцієнт конкордації	w	0,2076			
Критерій Пірсона	χ^2	15,57 ($\chi^2_{\text{розр.}} \geq 11,345$)			
Коефіцієнт вагомості критеріїв	a_i	0,2934	0,2334	0,1134	0,0868

Як видно з розрахунків, для всіх критеріїв відбору одержане значення критерію Пірсона свідчать про істотність коефіцієнту конкордації, оскільки розрахункове значення χ^2 більше табличного. Таким чином, на основі проведеного експертного опитування для відбору джерел задоволення потреби у персоналі було визначено структуру критеріїв відбору та вагомість кожного з них.

Етап 2. Виокремлення джерел пошуку кандидатів та їх оцінка за критеріями, що були визначені в межах попереднього етапу 1. У теорії управління персоналом існує доволі широкий комплекс різноманітних джерел пошуку кандидатів.

У ТОВ “Оптимальні логістичні системи” використовуються наступні:

- А1 – приватні кадрові агенції;
- А2 – державні центри зайнятості;
- А3 – презентацій, участь у ярмарках вакансій, святах тощо;
- А4 – розміщення оголошень у ЗМІ;
- А5 – неетичні методи пошуку (хедхантинг тощо);
- А6 – особисті контакти менеджерів та співробітників;
- А7 – внутрішні джерела.

Також на цьому етапі було оцінено доцільність використання альтернативних варіантів за обраними критеріями за 5-бальною шкалою:

- 5 балів – вказане джерело пошуку є найбільш прийнятним та таким, що задовольняє вказаному критерію;
- 4, 3, 2 бали – вказане джерело пошуку може бути використане, але ймовірність отримання очікуваного результату мінімальна;
- 1 бал – вказане джерело пошуку не буде ефективним при заданих критеріях [7].

Згідно з результатами ранжування вектор пріоритетів джерел пошуку кандидатів на вакантну посаду можна представити наступним чином:

$$A7 \rightarrow A2 \rightarrow A6 \rightarrow A1 \rightarrow A5 \rightarrow A4 \rightarrow A3.$$

Тобто за умов, що склалися, найбільш доцільним буде скористатися внутрішніми джерелами підприємства, наприклад підвищити помічника логіста до логіста. Також доцільно звернути увагу на центри зайнятості та особисті контакти співробітників.

Проаналізуємо процес відбору, який також має бути побудований на об'єктивній оцінці.

Таблиця 2.

Оцінка доцільності використання різних джерел пошуку кандидатів на вакантну посаду

Джерело пошуку кандидатів на вакантну посаду (альтернатива)	Критерій оцінки доцільності використання джерела пошуку кандидатів												
	Час, що відводиться на пошук		Витрати, спрямовані на пошук персоналу			Специфіка потреби у персоналі				Розмір підприємства			
	мало	достатньо	незначні	достатні	значні	потреба у спеціалістах низької кваліфікації	потреба у спеціалістах високої кваліфікації	потреба у менеджерах вищої ланки	масовий підбір персоналу різних спеціальностей	мале	середнє	велике	дуже велике
A1	5	3	1	1	5	1	5	5	1	1	3	5	4
A2	5	4	2	4	4	5	3	1	5	5	4	3	3
A3	1	5	1	3	5	2	2	1	4	1	1	4	5
A4	1	5	2	4	5	2	5	3	5	2	4	4	5
A5	2	4	1	3	4	1	5	5	1	1	1	5	5
A6	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5
A7	5	3	5	5	5	5	3	4	1	5	5	5	5

Таблиця 3.

Матриця вибору альтернативи (джерела пошуку кандидатів)

Критерій оцінки доцільності використання джерела пошуку кандидатів	Час, що відводиться на пошук	Витрати, спрямовані на пошук персоналу	Специфіка потреби у персоналі	Розмір підприємства	Зважена оцінки альтернатив (джерел пошуку кандидатів)
Характеристика критерію оцінки	мало	достатні	потреба у спеціалістах високої кваліфікації	середнє	
Вагомість критерію оцінки	0,2934	0,2334	0,1134	0,0868	
A1	0,6250	0,1429	0,4166	0,2307	0,2842
A2	0,5556	0,4000	0,2143	0,2666	0,3040
A3	0,1667	0,3333	0,2222	0,0909	0,1584
A4	0,1667	0,3637	0,3333	0,2666	0,1948
A5	0,3334	0,3750	0,4166	0,0834	0,2401
A6	0,5715	0,3333	0,2666	0,2500	0,2975
A7	0,6250	0,3333	0,2307	0,2500	0,3091

Етап 1. Попередній відбір передбачає аналіз документів кандидатів (анкет, резюме, характеристик, рекомендацій) на предмет їх відповідності вимогам підприємства до майбутніх працівників. За результатами попереднього відбору приймається рішення щодо доцільності особистої зустрічі з кандидатом.

Етап 2. Перевірка кандидатів. Під час цього етапу основною науковою проблемою є селекція відповідних методів, які слід використовувати варіативно і персоналізовано, оскільки різні методи дають можливість оцінити різні компетенції. Звичайно слід погодитися з тим, що стовідсотково ефективного методу не буває. Побудуємо матрицю пріоритетності використання методів відбору компетенцій кандидата у таблиці 3.4 [7].

Етап 3. Остаточний відбір. Абсолютно очевидним є той факт, що в процесі відбору кандидатів кожен з них може мати перевагу за окремою компетенцією (критерієм). Складність рішення полягає в тому, якій з компетенцій надати перевагу.

Для вирішення цієї проблеми доцільно використання певних методичних рекомендацій, які дадуть змогу перетворити процес прийняття рішення щодо вибору кандидата з інтуїтивного на науково-обґрунтованого.

Проблему відбору персоналу на практичному рівні можна звести до проблеми обґрунтованого ви-

бору певної альтернативи з числа можливих кандидатів. У теорії та практиці управління існує доволі широкий комплекс різноманітних методів та інструментів багатокритеріального аналізу альтернатив.

Одним з доволі ефективних методів багатокритеріального аналізу є метод "ідеальної точки", в основу якого покладений розрахунок відстані у багатомірному просторі критеріїв між точкою, що відповідає ідеальній альтернативі, та точкою, що відповідає альтернативі, яка розглядається. Ідеальною вважається така альтернатива, яка має найкраще значення всіх критеріїв [5].

Припустимо, що були отобрані 6 кандидатів на посаду логіста. Для аналізу виберемо 6 найбільш детальних резюме кандидатів, супроводжувальних листів, відгуків на спеціалізованих сайтах (при наявності) та проведемо аналіз їх якостей.

Отримані результати аналізу наведені у таблиці 5.

Далі проводимо нормалізацію матриці рішень для зручності використання отриманих результатів оцінювання альтернатив за критеріями.

Тепер знаходимо нормалізовану матрицю рішень шляхом обчислення її значень за формулою [7]:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^n x_{kj}^2}} \quad (6)$$

Таблиця 4.

Матриця пріоритетності використання різних методів відбору при оцінювання компетенцій кандидата

Методи відбору	Якості та компетенції						
	Базові професійні компетенції	Управлінські компетенції	Організаційні компетенції	Комунікаційні компетенції	Психологічний портрет	Зовнішній вигляд та манери	Мотивація до праці
Традиційні та структуровані інтерв'ю (співбесіда)	+	+	+	++	++	++	++
Пробні завдання (ділові ігри)	++	++	+	+	+		
Професійне тестування	++	+	+				
Психологічне тестування				+	++		++
Альтернативні методи (самооцінка, графологія, астрологія тощо)				+	++		+

Таблиця 5.

Результати оцінювання кандидатів на вакантну посаду

Альтернативи (кандидати на вакантну посаду)	Критерії оцінки кандидатів							
	Базові професійні компетенції (5-бальна шкала)	Управлінські компетенції (5-бальна шкала)	Організаційні компетенції (5-бальна шкала)	Комунікаційні компетенції (5-бальна шкала)	Зовнішній вигляд та манери (5-бальна шкала)	Стаж роботи за фахом (кількість років)	Вимоги кандидата до зарплатної плати (тис. грн)	Витрати на пошук та відбір кандидата (тис. грн)
Функція	max	max	max	max	max	max	min	min
A1	4	3	4	4	5	3	5,5	4,30
A2	5	4	3	4	4	5	8,0	6,70
A3	4	2	4	3	5	1	5,0	3,25
A4	3	3	4	5	4	2	6,3	2,50
A5	5	3	3	5	4	4	6,5	5,45
A6	5	3	3	4	3	3	6,8	2,80

Так, $R1 = 4 / 10,77 = 0,3714$ і т.д.

Далі визначаємо ідеальну альтернативу

Наступним кроком для кожної альтернативи розраховуємо показник, який показує ступінь її близькості до “ідеальної” альтернативи. Нехай найважливішим критерієм оцінювання альтернатив є базові професійні компетенції, тоді оцінка даного критерію становить 100 балів. Відповідно, усі ж решта критеріїв порівнюються з ним [5].

Бальні оцінки всіх восьми критеріїв наведені нижче.

На основі встановлених бальних оцінок розраховуємо вагові коефіцієнти критеріїв, які свідчитимуть про важливість кожного з них:

$$W(K1) = 100 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 100 / 615 = 0,1626;$$

$$W(K2) = 55 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 55 / 615 = 0,0894;$$

Таблиця 6.

Попередні розрахунки нормалізованої матриці рішень

Кандидати на вакантну посаду	Критерії оцінки кандидатів							
	Базові професійні компетенції	Управлінські компетенції	Організаційні компетенції	Комунікаційні компетенції	Зовнішній вигляд та манери	Стаж роботи за фахом	Вимоги кандидата до заробітної плати	Витрати на пошук та відбір кандидата
Функція	max	max	max	max	max	max	min	min
A1	16	9	16	16	25	9	20,25	18,49
A2	25	16	9	16	16	25	64,0	44,89
A3	16	4	16	9	25	1	25,0	10,5625
A4	9	9	16	25	16	4	39,69	6,25
A5	25	9	9	25	16	16	42,25	29,7025
A6	25	9	9	16	9	9	46,24	7,84
$\sum_{k=1}^n x_{kj}^2$	116	244	75	107	107	64	237,43	117,7350
$\sqrt{\sum_{k=1}^n x_{kj}^2}$	10,77	15,62	8,66	10,34	10,34	8	15,41	10,85

Таблиця 7.

Нормалізована матриця рішень

Альтернативи	Критерії оцінки кандидатів							
	Базові професійні компетенції	Управлінські компетенції	Організаційні компетенції	Комунікаційні компетенції	Зовнішній вигляд та манери	Стаж роботи за фахом	Вимоги кандидата	Витрати на пошук та відбір кандидата
Функція	max	max	max	max	max	max	min	min
A1	0,3714	0,1921	0,4619	0,3869	0,4836	0,3750	0,3570	0,3964
A2	0,4643	0,2561	0,3465	0,3869	0,3869	0,6250	0,5192	0,6176
A3	0,3714	0,1281	0,4619	0,2902	0,4836	0,1250	0,3245	0,2996
A4	0,2786	0,1921	0,4619	0,4836	0,3869	0,2500	0,4089	0,2305
A5	0,4643	0,1921	0,3465	0,4836	0,3869	0,5000	0,4218	0,5023
A6	0,4643	0,1921	0,3465	0,3869	0,2902	0,3750	0,4413	0,2581
У кожному стовпчику за даними критеріями обираємо максимальне значення							У кожному стовпчику за даними критеріями обираємо мінімальне значення	
R1							R7	R8
0,4643							0,3245	0,2305

Таблиця 8.

Бальна оцінка критеріїв відбору кандидатів

Критерії	Базові професійні компетенції	Управлінські компетенції	Організаційні компетенції	Комунікаційні компетенції	Зовнішній вигляд та манери	Стаж роботи за фахом	Вимоги кандидата до заробітної плати	Витрати на пошук та відбір кандидата
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
Бальна оцінка	100	55	70	85	60	8075		90

Таблиця 9.

Розрахунок відстані між *i*-ю та “ідеальною” альтернативою

Варіант w_j	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	S_i
A1	0,1626	0,0894	0,1138	0,1382	0,0976	0,1220	0,1301	0,1463	0,1233
A2	0,3714	0,1921	0,4619	0,3869	0,4836	0,3750	0,3570	0,3964	0,1718
A3	0,4643	0,2561	0,3465	0,3869	0,3869	0,6250	0,5192	0,6176	0,1982
A4	0,3714	0,1281	0,4619	0,2902	0,4836	0,1250	0,3245	0,2996	0,1587
A5	0,2786	0,1921	0,4619	0,4836	0,3869	0,2500	0,4089	0,2305	0,1196
A6	0,4643	0,1921	0,3465	0,3869	0,2902	0,3750	0,4413	0,2581	0,1292
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	
	0,4643	0,2561	0,4619	0,4836	0,4836	0,6250	0,3245	0,2305	

$$W(K3) = 70 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 70 / 615 = 0,1138;$$

$$W(K4) = 85 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 85 / 615 = 0,1382;$$

$$W(K5) = 60 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 60 / 615 = 0,0976;$$

$$W(K6) = 75 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 75 / 615 = 0,1220$$

$$W(K7) = 80 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 80 / 615 = 0,1301;$$

$$W(K8) = 90 / (60 + 90 + 70 + 75 + 100 + 85 + 55 + 80) = 90 / 615 = 0,1463.$$

Отже, тепер ми можемо знайти “відстань” між *i*-ю альтернативою та “ідеальною” за формулою [7]:

$$S_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m w_j \cdot (r_{ij} - R_j)^2} \quad (7)$$

Отримані результати наведені у Таблиці 9.

Останнім кроком здійснюємо ранжирування альтернатив: чим менше значення S_i , тобто чим менша “відстань” до ідеальної альтернативи, тим переважнішою є альтернатива.

Таблиця 10.

Ранжування кандидатів на вакантну посаду

Кандидат	S_i	Ранг
A1	0,1233	2
A2	0,1718	5
A3	0,1982	6
A4	0,1587	4
A5	0,1196	1
A6	0,1292	3

Отже, при прийнятті рішення щодо вибору кандидата на вакантну посаду логіста альтернативи можна розташувати у такій пріоритетності: A5 → A1 → A6 → A4 → A2 → A3. Використання запропоновано-

го методу дає можливість прийняти обґрунтоване кадрове рішення.

Висновки. В сучасних умовах стрімкого розвитку науково-технічного прогресу слід приділяти більше уваги впровадженню оцінки персоналу на основі карти компетенцій та пенетрації її в усі виробничі, технологічні та організаційні процеси, які ґрунтуються на даній моделі компетенцій. Автоматизація управління вирішує багато проблемних питань, спрощує функціональні обов’язки працівників, зменшує їх робоче навантаження.

Персонал підприємства – це основний, постійний штатний склад кваліфікованих працівників, який формується і змінюється під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Поняття “персонал” включає весь особовий склад тих, хто працює на підприємстві, а саме: працівників облікового складу; осіб, прийнятих на роботу за сумісництвом з інших підприємств; осіб, які виконують роботи за договорами цивільно-правового характеру.

ЛІТЕРАТУРА

1. Багрова І.В. Нормування праці. – Київ: Центр навчальної літератури, 2012. – 212 с.
2. Дячун О.В. Організація, нормування та оплата праці. – Львів, 2011. – 220 с.
3. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н.Новгород: НИМБ, 1999. – 607 с.
4. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.
5. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу. – К.: МАУП, 2014. – 408 с.
6. Комиссарова Т.А. Управление человеческими ресурсами. – М.: Дело, 2002. – 312 с.
7. Менеджмент персоналу/ В.М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін.; За заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.
8. Щекин Г.В. Основы кадрового менеджмента. – 3-е изд., перераб. и доп. – К.: МАУП, 1999. – 288 с.
9. Щекин Г.В. Планирование и организация работы с персоналом. – К.: МАУП, 1993. – 186 с.

УДК 338.432:658

КОЛОТУХА С.М., к.е.н.

БЕЧКО В.П., к.е.н.

КРАВЦОВА Л.Л.

м. Умань

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Анотація. В статті розглядаються основні аспекти формування та ефективного використання фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств в умовах економічної нестабільності. Вносяться конкретні пропозиції по підвищенню ефективності використання фінансових ресурсів.

Ключові слова: фінансові ресурси, економічна нестабільність, ефективність використання фінансових ресурсів, фінансовий стан.

Аннотация. В статье рассматриваются основные аспекты формирования и эффективного использования финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий в условиях экономической нестабильности. Вносятся конкретные предложения по повышению эффективности использования финансовых ресурсов.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, экономическая нестабильность, эффективность использования финансовых ресурсов, финансовое положение.

Abstract. The article is devoted to the main aspects of the formation and effective use of financial resources of agricultural enterprises in conditions of economic instability. The authors made particular proposals to improve the effectiveness of use of financial resources.

Key words: financial resources, economic instability, effective use of financial resources, the effectiveness of use of financial resources, financial condition.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Основою стійкого зростання та фінансової стабільності економіки України в ринкових умовах є ефективне використання фінансових ресурсів підприємства як важливого структурного елементу економічної системи держави. Низький рівень використання фінансових ресурсів збільшує появу підприємницьких ризиків, погіршує фінансовий стан суб'єктів господарювання, зменшує можливості залучення капіталу. Наслідком може стати втрата фінансової незалежності підприємств, що знижує економічний потенціал держави в цілому.

Проблема використання фінансових ресурсів набуває актуальності ще і тому, що функціонування підприємств у умовах економічної нестабільності призвело до зменшення величини їх оборотних активів, скорочення обсягів виробництва, неефективного використання наявних ресурсів, зростання збитковості.

В результаті виникла необхідність комплексного дослідження теоретичних і прикладних аспектів ефективного використання фінансових ресурсів в контексті сучасних умов.

Мета статті. Метою даної публікації є аналіз стану використання фінансових ресурсів конкретного підприємства, а також розробка заходів підвищення ефективності їх використання в умовах економічної нестабільності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Формування і використання фінансових ресурсів підприємств є об'єктом дослідження у роботах І. Бланка, Л. Буряка, Ю. Воробйова, А. Загороднього, В. Опаріна, А. Поддерогіна. Шляхи вирішення проблем фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств пропонують В. Андрійчук, М. Дем'яненко, Б. Панасюк, П. Саблук та інші. Проте, аналіз міри розробленості питань використання фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах показує, що незважаючи на значну увагу вітчизняних і зарубіжних учених до цієї проблеми, багато її аспектів досі досліджені недостатньо та потребують подальших розробок.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На даний час аграрні підприємства не забезпечені повністю фінансовими ресурсами, що призводить до неефективності й водночас неспроможності їх діяльності. Існує два основних джерела формування фінансових ресурсів – власний і залучений капітал. До власних джерел належать ті, які формуються під час заснування підприємства та за рахунок власних чи прирівняних до них коштів, а за до позичкових – ті, що мобілізуються на фінансовому ринку та надходять у порядку розподілу грошових надходжень [1].

У повноцінному забезпеченні підприємства фінансовими ресурсами важливе місце належить самофінансуванню. Самофінансування – це принцип ведення підприємницької діяльності, який передбачає фінансове забезпечення розширеного відтворення виробництва за рахунок власних грошових ресурсів. Основним джерелом його є чистий дохід (прибуток) та амортизаційні відрахування [2].

Кожне підприємство здійснює свою діяльність у першу чергу за рахунок власного капіталу, а у разі його нестачі залучає позичкові кошти. Дослідження рівня самофінансування ТОВ "Агрофірма "Легедзине" проведено в табл. 1.

Як свідчать результати аналізу, підприємство здатне самостійно здійснювати фінансування власної діяльності. Коефіцієнт фінансової стійкості свідчить про наявність у підприємства стійких джерел фінансування своєї діяльності, оскільки величина власного капіталу у 2014 році у 9,3 разу перевищувала зобов'язання підприємства, причому це найнижче значення показника за досліджуваний період. Значення коефіцієнта самофінансування, який характеризує запас фінансової міцності підприємства, має тенденцію до зниження, однак все ще засвідчує достатній обсяг власних джерел фінансування, які у 2014 році у 2,2 разу перевищує величину запозичених коштів. Значення коефіцієнта стійкості процесу самофінансування показує частку власних коштів, направлених на розширене фінансування і, за даними ТОВ "Агрофірма "Легедзине", засвідчує зниження такої частки впродовж 5 років, що означає зниження стійкості процесу самофінансування на підприємстві. Рентабельність процесу самофінансування є не що інше,

як рентабельність використання власних коштів. Рівень рентабельності показує величину сукупного чистого доходу (чистого прибутку та амортизації), отриманого з 1 грн вкладених власних фінансових ресурсів, котра потім може бути використана на самофінансування. На даному підприємстві значення цього коефіцієнта знаходиться на задовільному рівні і становить 33,4% у 2010 р. і 17,2% у 2014 р. Це означає, що з 1 грн вкладених власних коштів підприємство отримало у 2014 р. 17 коп. доходу проти 33 коп. у 2010 р. Забезпечення фінансовими ресурсами із внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів ТОВ "Агрофірма "Легедзине" за останні п'ять років покращилося втричі (табл. 2).

Негативними характеристиками складу внутрішніх джерел фінансування діяльності підприємства можна вважати відсутність резервного фонду та щорічне збільшення розміру дебіторської заборгованості (за підсумками 2010–2014 рр. – у 3,7 разу).

Крім внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів, на підприємстві тимчасові потреби в коштах задовольняються з зовнішніх або позичкових джерел (табл. 3).

Як свідчать дані таблиці 3, підприємство в останні роки не використовує кредити банків для фінансування своєї діяльності, як довгострокові, так і короткострокові. Збільшення величини заборгованості підприємства за іншими статтями свідчить про зниження спроможності або самостійно здійснювати процес виробництва, або вчасно розраховуватись по платежах. Загалом заборгованість підприємства за п'ять років зросла у 7,2 разів, зокрема, найбільш відчутне збільшення відбулося у сфері розрахунків з

Таблиця 1.

Рівень самофінансування ТОВ "Агрофірма "Легедзине"

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення 2014 р. до 2010 р., пунктів
Коефіцієнт фінансової стійкості	22,98	12,37	17,13	22,40	9,34	-22,9
Коефіцієнт самофінансування	7,66	3,24	4,76	3,85	2,24	-5,42
Коефіцієнт стійкості процесу самофінансування	0,33	0,26	0,28	0,17	0,24	-0,09
Рентабельність процесу самофінансування, %	33,4	26,2	27,8	24,0	17,2	-16,2
Коефіцієнт незалежності	0,96	0,93	0,94	0,96	0,90	-0,06
Коефіцієнт маневреності	0,67	0,75	0,80	0,80	0,82	0,15

Таблиця 2.

Динаміка внутрішніх джерел фінансових ресурсів ТОВ "Агрофірма "Легедзине", тис. грн

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення 2014 р. до 2010 р., разів
Статутний капітал	35	35	35	35	35	х
Пайовий капітал	280	238	238	238	х	х
Додатковий капітал	3773	3773	3773	3773	3773	х
Неоплачений капітал	х	х	х	х	238	х
Нерозподілений прибуток	10555	15145	21827	26513	35228	3,3
Амортизація	339	434	505	567	653	1,9
Дебіторська заборгованість	6996	11300	16267	18717	25542	3,7
Всього	21978	30925	42645	49843	65469	3,0

бюджетом – тут сума поточних зобов’язань зросла за аналізований період у 3 рази.

Фінансовий стан підприємства знаходиться в прямій залежності від ефективності його діяльності. Незадовільний фінансовий стан підприємства призводить до зниження припливу зовнішніх фінансових надходжень, що відображається на об’ємі випуску продукції, тобто на величині фінансових ресурсів, які виробляються. Однак вміле маневрування фінансовими ресурсами, що є в розпорядженні підприємства, та ефективне їх використання дає можливість підприємству покращити його фінансовий стан.

У широкому розумінні “ефективний” означає такий, що приносить певну віддачу. “Ефективне використання фінансових ресурсів” має означати не тільки одержання максимальної віддачі від них, але й правильний розподіл їх вкладення, що забезпечить тим самим оптимальне співвідношення ресурсів з метою одержання максимального результату від їх використання [3, с. 12].

Найбільш істотним у розробленій в попередні роки теорії ефективності, є питання про вибір критерію ефективності. Під критерієм соціально-економічної ефективності розумілася міра або ступінь досягнення заданої соціально-економічної мети в результаті здійснення окремого господарського заходу чи їх системи. Критерій повинний був показувати, якою мірою або ступенем здійснення господарських заходів він наближає суспільство до досягнення соціально-економічної мети його розвитку [4, с. 44].

Худолій Л.М. вважає, що критерієм ефективності використання фінансових ресурсів підприємства є максимальне зростання доходу від залучених у виробництво наявних ресурсів визначеного призначення, за умови найбільш повного їх використання й оптимального співвідношення [5, с. 140]. При цьому під доходом підприємства автор розуміє суму повних амортизаційних відрахувань, заробітної плати і балансового прибутку. Н.А. Гринюк таким критерієм, що найбільш повно відображає вплив ефективності сформованої структури джерел фінансування на підвищення прибутковості вкладених власниками коштів, вважає максимізацію фінансової рентабель-

ності підприємства при збереженні його фінансової стійкості [6, с. 93].

Бланк І.О. та Рєпіна І.М. виділяють наступні основні напрямки оцінки ефективності формування і використання фінансових ресурсів підприємства: оцінка можливості утворення фінансових ресурсів і їх застосування для придбання активів у відповідності зі стратегією і тактикою економічного розвитку підприємства та оцінка економічної ефективності функціонування фінансових ресурсів [7, с. 127; 11, с. 118].

Для оцінки можливості утворення фінансових ресурсів і їх використання в процесі придбання активів автори пропонують визначати дві групи показників.

1. Показники, які характеризують можливості утворення фінансових ресурсів, а саме: абсолютна зміна величини і темп зміни сукупних фінансових ресурсів; абсолютна зміна величини і темп зміни власних фінансових ресурсів; абсолютна зміна і темп зміни базової частини власного капіталу (статутного і додаткового капіталу); абсолютна зміна величини і темп зміни резервного капіталу; абсолютна зміна і темп зміни величини нерозподіленого прибутку; коефіцієнт забезпечення підприємства власними фінансовими ресурсами; коефіцієнт позикового фінансування підприємства. Зазначені показники мають істотне значення для оцінки можливості формування фінансових ресурсів. Їх динаміка у ТОВ “Агрофірма “Легедзине” наведена у табл. 4.

З даних таблиці 4 видно, що темпи збільшення фінансових ресурсів зменшуються з року в рік. Це зумовлюється зниженням темпів зміни нерозподіленого прибутку як основного джерела утворення фінансових ресурсів поряд з відсутністю будь-яких змін у вартості базової частини власного капіталу.

Другою групою показників оцінки ефективності використання фінансових ресурсів є показники, які характеризують зміну величини фінансування активів підприємства, а саме:

- абсолютна зміна величини необоротних активів;
- темп зміни самофінансування необоротних активів;
- абсолютна зміна величини оборотних активів;
- темп зміни самофінансування оборотних активів.

Таблиця 3.

Динаміка зовнішніх джерел фінансових ресурсів ТОВ “Агрофірма “Легедзине”, тис. грн

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення 2014 р. до 2010 р., %
Довгострокові кредити банків та довгострокові фінансові зобов’язання	400	200	х	х	х	х
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	128	805	662	183	2188	17,1
Поточні зобов’язання за розрахунками:						
з бюджетом	23	455	707	802	772	33,6
зі страхування	23	11	39	44	87	3,8
з оплати праці	63	80	102	90	183	2,9
із внутрішніх розрахунків	х	х	х	245	980	х
Всього	584	1551	1510	1364	4210	7,2

Запропоновані показники характеризують використання фінансових ресурсів в процесі формування як необоротних, так і оборотних активів. Динаміку названих показників проаналізовано в табл. 5.

Приріст даних показників означає, що суб'єкт господарювання здійснює розширене відтворення. Результати розрахунків показали, що абсолютні прирости необоротних та оборотних активів щорічно збільшуються, за винятком 2011 р, коли спостерігалось зменшення вартості необоротних активів на 46 тис. грн. Поряд з цим, темп росту самофінансування необоротних активів має тенденцію до зниження, щодо самофінансування оборотних активів, то у 2014 р. має місце зниження даного показника у порівнянні як з 2010 р., так і з попереднім 2013 р. є обмеженими..

Ефективне використання фінансових ресурсів відіграє велику роль у забезпеченні нормалізації роботи підприємства, підвищенні рівня рентабельності господарювання та залежить від дії множини факторів. У сучасних умовах великий негативний вплив на ефективність використання фінансових ресурсів мають фактори кризового стану економіки, що існують незалежно від дій підприємства. Разом з тим, підприємства мають внутрішні резерви підвищення ефективності їх використання, на які воно може впливати. До них належать: використання тривалих господарських зв'язків; удосконалення системи розрахунків; раціональна організації продажу; систематичний контроль за оборотністю коштів у розрахунках [8, с. 130].

Як видно з розрахунків, ефективність використання фінансових ресурсів у ТОВ "Агрофірма "Легедзине" поступово знижується. Про це свідчить зменшення їх віддачі у 2014 році в порівнянні з 2010 роком на 36%. Зменшилась також сума прибутку, що була отримана на 100 грн фінансових ресурсів – на 7,5 грн.

Так як загалом підприємства можуть мати при достатньо високих показниках віддачі фінансових ресурсів низькі показники прибутковості, або навпаки, то виникає потреба комплексної оцінки ефективності їх використання.

З цією метою розраховано комплексний (інтегральний) показник ефективності, який відображає середній умовний ефект у вигляді виручки, прибутку, що припадає на кожну гривню фінансових ресурсів. У нашому випадку інтегральний показник ефективності використання фінансових ресурсів розраховано з метою виявлення загального напрямку зміни показників їх використання. Динаміка його (рис. 1) засвідчує, що найвище значення показника було досягнуте у 2010 році, після чого почався спад.

Дослідимо вплив обсягу фінансових ресурсів та ефективності їх використання на обсяг виручки від реалізації та прибутку у ТОВ "Агрофірма "Легедзине" в таблиці 7. Аналіз показав, що збільшення виручки від реалізації у 2014 році порівняно з 2010 роком є наслідком збільшення обсягу фінансових ресурсів, вплив фактору становить 20529 тис. грн. Під впливом зниження ефективності використання даного виду

Таблиця 4.

Показники можливості утворення фінансових ресурсів у ТОВ "Агрофірма "Легедзине"

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Абсолютна зміна величини фінансових ресурсів, тис. грн	x	+9914	+11679	+15767	+9757
Темп зміни сукупних фінансових ресурсів, %	x	143,9	136,0	135,7	116,3
Абсолютна зміна базової частини власного капіталу, тис. грн	x	0,0	0,0	0,0	0,0
Темп зміни базової частини власного капіталу, %	x	0,0	0,0	0,0	0,0
Абсолютна зміна нерозподіленого прибутку, тис. грн	x	+4590	+6682	+13401	+8715
Темп зміни нерозподіленого прибутку, %	x	143,5	144,1	121,5	132,9
Коефіцієнт забезпечення власними фінансовими ресурсами	0,39	0,70	0,76	0,64	0,74
Коефіцієнт позикового фінансування	0,04	0,07	0,06	0,04	0,10

Таблиця 5.

Показники, що характеризують зміну величини фінансування активів ТОВ "Агрофірма "Легедзине" за роками

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Абсолютна зміна величини необоротних активів, тис. грн	+342.	-46	+384	+928	+1211
Темп зміни самофінансування необоротних активів, %	161,4	148,3	132,9	0,0	109,2
Абсолютна зміна величини оборотних активів, тис. грн	+3856	+5507	+6257	+3612	+10410
Темп самофінансування оборотних активів, %	107,7	93,9	102,2	101,1	92,6

Таблиця 6.

Показники ефективності використання фінансових ресурсів ТОВ "Агрофірма "Легедзине"

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, тис. грн	10130	12428	17419	15227	19487
Прибуток, тис. грн	4545	2072	2903	2538	8775
Вартість фінансових ресурсів з усіх джерел, тис. грн	22562	32476	44155	49843	69679
Ресурсовіддача, грн	0,44	0,38	0,39	0,31	0,28
Прибутковість фінансових ресурсів, %	20,1	6,3	6,6	5,1	12,6

ресурсів недоотримано виручки обсягом 11172 тис. грн. У 2014 році підприємство отримало 8775 тис. грн прибутку. Відносно 2010 року сума прибутку збільшилась на 4230 тис. грн головним чином за рахунок збільшення вартості фінансових ресурсів. Зниження прибутковості використання фінансових ресурсів призвело до зменшення можливої суми прибутку в розмірі 5230 тис. грн.

Важливою є розробка системи критеріїв, з допомогою яких оцінюються переваги й недоліки залучення позичкового та власного капіталу, зовнішніх і внутрішніх джерел фінансування. До основних критеріїв належать такі [9]:

1. Прибуток і рентабельність. Слід передбачити, як вплине певна форма фінансування на результати діяльності підприємства. При цьому необхідно виходити з того, що рентабельність активів підприємства має перевищувати вартість залучення капіталу, а також, що зростання частки заборгованості в структурі капіталу в окремих випадках може привести до підвищення прибутковості підприємства, а в інших – до її зниження.

2. Ліквідність. Фінансист має розрахувати, як вплине форма фінансування на рівень теперішньої та майбутньої платоспроможності підприємства. Доцільним при цьому вважається розрахунок показника дюрації, який характеризує середній строк непогашеної заборгованості за основною сумою боргу та процентами. Слід враховувати також можливості пролонгування строків повернення фінансових ресурсів, санкції за порушення умов залучення коштів.

3. Незалежність. Вибираючи форму фінансування, слід прогнозувати, як це вплине на рівень самостійності підприємства при використанні коштів, на збереження інформаційної незалежності та контроль над підприємством у цілому. Крім того, необхідно виявляти можливі ризики, зокрема, ризик порушення структури капіталу.

4. Накладні витрати, пов'язані із залученням коштів. Наприклад, витрати на обов'язкові аудиторські перевірки тощо.

5. Мінімізація оподаткування. Доцільно вибирати таку форму фінансування, яка дасть найбільший ефект з точки зору зменшення податкових платежів. Податковий фактор слід розглядати у контексті його впливу на вартість залучення капіталу в цілому. Наприклад, при мобілізації коштів шляхом збільшення статутного капіталу необхідно враховувати, що пов'язані з цим накладні витрати зменшують об'єкт оподаткування, проте дивіденди, які є платою за використання власного капіталу, слід сплачувати за рахунок чистого прибутку після оподаткування. Проценти за користування позичками відносяться на валові витрати, однак вони можуть бути занадто високими. Використовуючи як джерело фінансування нерозподілений прибуток, підприємство практично уникає витрат на мобілізацію коштів.

6. Об'єктивні обмеження: відсутність кредитного забезпечення, необхідного для залучення позичок, низький рівень кредитоспроможності, законодавчі обмеження щодо використання тієї чи іншої форми фінансування, договірні обмеження тощо.

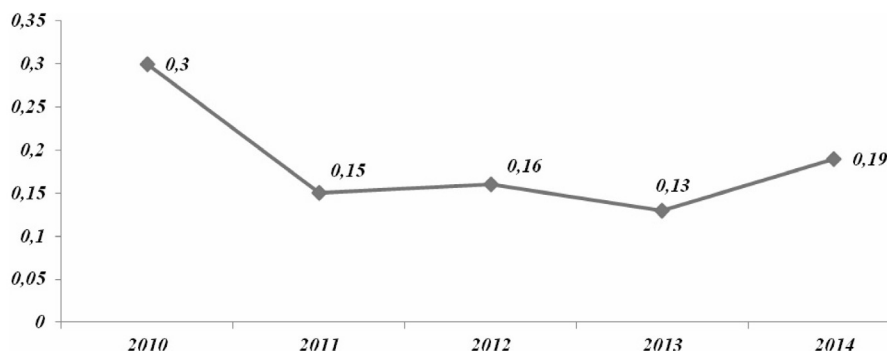


Рис. 1. Динаміка інтегрального показника ефективності використання фінансових ресурсів у ТОВ “Агрофірма “Легедзине”, грн

Вплив факторів ефективності використання фінансових ресурсів на показники фінансово-господарської діяльності ТОВ “Агрофірма “Легедзине”

Таблиця 7.

Показник	2010 р.	2014 р.	Скоригований показник	Відхилення		
				всього	у т. ч. за рахунок зміни	
					обсягу фінансових ресурсів	ефективності використання фінансових ресурсів
Прибуток (збиток), тис. грн	4545	8775	14005	+4230	+9460	-5230
Виручка від реалізації, тис. грн	10130	19487	30659	+9357	+20529	-11172
Обсяг фінансових ресурсів, тис. грн	22562	69679	69679	+47117	x	x
Віддача фінансових ресурсів, грн	0,44	0,28	0,44	-0,16	x	x
Прибутковість фінансових ресурсів, %	20,1	12,6	20,1	-7,5	x	x
Інтегральний показник ефективності використання фінансових ресурсів, грн	0,30	0,19	x	-0,11	x	x

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності передбачає використання механізму фінансового левериджу. При цьому для розрахунку ефекту фінансового левериджу використовують таку формулу:

$$\text{ЕФЛ} = (1 - \text{Спп}) \times (\text{КВР} - \text{ВКПК}) \times (\text{ПК} / \text{ВК}), \quad (1)$$

де Спп – ставка податку на прибуток;

КВР – коефіцієнт валової рентабельності активів, %;

ВКПК – середній розмір відсотків за кредит, сплачених підприємством за використання позикового капіталу, %;

ПК – середня сума використаного підприємством позикового капіталу;

ВК – середня сума власного капіталу підприємства.

Дія фінансового важеля полягає у тому, що підприємство, використовуючи позичені кошти, змінює чисту рентабельність власного капіталу і свої дивідендні можливості. Коли підприємство бере борг, то воно зобов'язується сплатити відсотки і в майбутньому погасити суму боргу. Ці відсотки вираховують з оподаткованого прибутку і збільшують його величину для інвесторів. Однак чим більше боргів має підприємство у структурі свого капіталу – тим вищий фінансовий ризик. Це означає, що, незалежно від рівня доходу від своїх операцій, підприємство має сплачувати як основну суму боргу, так і відсотки за нього, коли настає термін погашення. На практиці такі дослідження треба використовувати при прийнятті рішень про структуру капіталу [10].

На основі даних, представлених в таблиці 8, можна зробити наступні висновки: так як диференціал фінансового важеля є головною умовою, що формує позитивний ефект фінансового важеля, за рахунок перевищення валової рентабельності активів над середньою ставкою відсотку за кредит дало змогу отримати позитивний диференціал, а відповідно і ефект фінансового важеля в 2010, 2012, 2014 рр.

Ще однією важливою складовою ефекту фінансового важеля є відношення позикового та власного капіталу – плече фінансового важеля, яке помножує позитивний чи негативний ефект диференціалу. Аналізуючи динаміку даного показника варто зазначити, що в аналізованому періоді поряд зі зменшенням диференціалу відбулося збільшення відношення позикового та власного капіталу, що в свою чергу також призвело до збільшення ефекту фінансового важеля.

В 2014 році ефект фінансового важеля зріс до значення 0,35, що є найвищим за п'ять аналізованих років.

Найнижчим значення даного показника було в 2011 році, коли підприємство мало найвищу заборгованість за довгостроковими кредитами – 400 тис. грн.

Таким чином, в процесі розв'язання проблеми формування фінансових ресурсів одним з важливих питань, які доводиться вирішувати підприємству, є співвідношення часток внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування.

Таке співвідношення слід визначати на підставі оцінки очікуваної норми прибутку на власний капітал, який підприємство використовує в процесі виробництва, та відсоткової ставки за кредит. Перевищення останнього показника над першим зумовлює доцільність надання переваги використанню власних коштів і зменшення частки позикового капіталу, що сприятиме зростанню рівня рентабельності власного капіталу [11, с. 355].

Визначення ефекту фінансового левериджу при розрахунку норми прибутку на власний капітал дозволяє визначити граничну ставку відсотка, вище якої недоцільно використовувати кошти із зовнішніх джерел на платній основі. Позитивне значення диференціалу фінансового левериджу, що розраховується як різниця між нормою прибутку на авансований капітал та відсотковою ставкою за кредит, означає, що додаткове залучення позикового капіталу підвищуватиме рентабельність власного капіталу, і навпаки [12, с. 53].

З метою формулювання остаточних висновків необхідно визначити зміну значень диференціалу фінансового левериджу, що показує, яка ставка відсотку за кредит може бути прийнятною для господарства в разі залучення ним позикового капіталу на платній основі для фінансування.

Розрахунок норми прибутку на авансований капітал свідчить, що при прийнятті рішення про фінансування господарської діяльності досліджуваному підприємству слід надавати перевагу використанню власних коштів (табл. 9).

У цілому, можна зробити висновок, що раціональне використання вільних фінансових ресурсів, поєднання внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування виробничої діяльності, пошук найефективніших напрямів фінансування сприятиме зміцненню фінан-

Таблиця 8.

Характеристика ефекту фінансового важеля для ТОВ "Агрофірма "Легедзине"

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Коефіцієнт валової рентабельності активів, %	29,7	22,1	24,4	14,7	20,2
Середня розрахункова ставка відсотку для юридичних осіб	26,0	28,0	24,0	24,0	26,0
Позикові джерела фінансових ресурсів, тис. грн.	584	1551	1510	1364	4210
Власні джерела фінансових ресурсів, тис. грн.	21978	30925	42645	49843	65469
Диференціал фінансового важеля	3,7	-5,9	0,4	-9,3	-5,8
Плече фінансового важеля	0,03	0,05	0,04	0,03	0,06
Ефект фінансового важеля	0,11	-0,30	0,02	0,28	0,35

сової стійкості досліджуваного товариства та підвищенню рівня його прибутковості.

Ефективне управління забезпеченням фінансовими ресурсами сільгосп підприємств полягає у визначенні достатнього рівня і структури активів підприємства, які необхідні йому для отримання запланованих обсягів реалізації продукції та у визначенні обсягів і структури джерел фінансування цих активів. Тобто, можна виділити п'ять основних завдань в організації забезпечення фінансовими ресурсами: визначення потреби підприємства у фінансових ресурсах, формування оптимальної структури фінансових ресурсів, ефективне використання фінансових ресурсів, створення умов для досягнення постійної платоспроможності та прибутковості виробничої діяльності, управління фінансовими потоками, забезпечення фінансової рівноваги та стійкості.

В сільськогосподарських підприємствах, проблеми формування фінансових ресурсів тісно переплітаються із ефективністю їх використання.

Світовий досвід розвинених країн підтверджує тезу про те, що планування можна замінити прогнозуванням лише в умовах країни, в якій успішно функціонує економіка і загальний економічний стан ста-

більний. Якщо економіка в кризі, з якої необхідно вийти, то одним із головних шляхів є застосування планування. Це підтверджує досвід розвинених країн Латинської Америки, Південної Кореї, Тайланду, Тайваню та інших [10; 13, с. 215; 14, с. 103].

Фінансове планування є процесом розробки системи фінансових планів і планових (нормативних) показників по забезпеченню розвитку підприємства необхідними фінансовими ресурсами і підвищенню ефективності його фінансової діяльності в майбутньому періоді. За допомогою планування фінансів менеджер визначає, якою стане в майбутньому діяльність підприємства залежно від очікуваного економічного, конкурентного, технічного і правового середовища.

Приблизний склад розділів плану формування та використання фінансових ресурсів ТОВ “Агрофірма “Леґедзине” наведений на рис. 2

Фінансове планування в сільськогосподарському підприємстві базується на використанні трьох основних його систем, кожній з яких властиві певний період і свої форми реалізації його результатів (табл. 10).

Всі системи фінансового планування знаходяться у взаємозв'язку і реалізуються в певній послідовності.

Таблиця 9.

Розрахунок норми прибутку на авансований капітал в ТОВ “Агрофірма “Леґедзине” в 2014 році

№ п/п	Показники	Значення показника
1	Авансований капітал без вартості землі, тис. грн	43544
2	Площа ріллі, га	2603
3	Нормативна грошова оцінка ріллі для Черкаської області, грн за 1 га	12396
4	Авансований капітал з врахуванням вартості землі, тис. грн	75811
5	Операційний прибуток, тис. грн	8775
6	Норма прибутку на авансований капітал, %	11,6

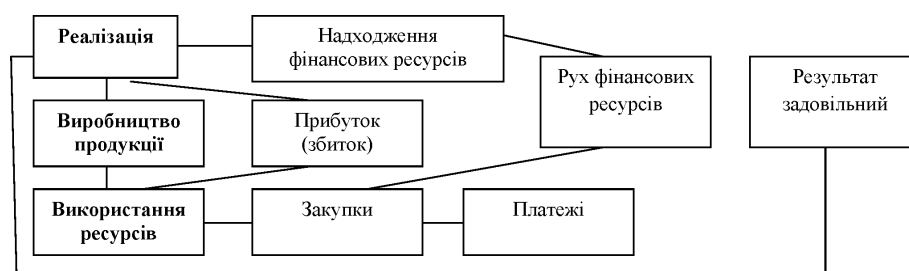


Рис. 2. Схема послідовного планування формування та використання фінансових ресурсів у ТОВ “Агрофірма “Леґедзине”

Системи фінансового планування і форми реалізації його результатів в сільськогосподарських підприємствах [8]

Таблиця 10.

Системи фінансового планування	Форми реалізації результатів фінансового планування	Період планування
Прогнозування фінансової діяльності	Розробка загальної фінансової стратегії і фінансової політики по основних напрямках фінансової діяльності підприємства	до 3-х років
Поточне планування фінансової діяльності	Розробка поточних фінансових планів по окремих аспектах фінансової діяльності	1 рік
Оперативне планування фінансової діяльності	Розробка і доведення до виконавців бюджетів, платіжних календарів і інших форм оперативних планових завдань зі всіх основних питань фінансової діяльності	місяць, квартал

Таблиця 11.

**Пріоритетні напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів
ТОВ "Агрофірма "Легедзине"**

Напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів	Форми реалізації
Планування	Розробка стратегічних, поточних, оперативних планів
Оптимізація податкової політики	Застосування податкових пільг
Балансування фінансових потоків	Прискорення кругообороту
Управління ризиками	Створення резервів; диверсифікація; лімітування Бюджетування; хеджування; страхування
Удосконалення системи розрахунків і платежів	Здійснення факторингових операцій Надання цінкових знижок за умови негайного розрахунку за реалізовану продукцію Своєчасна інкасація дебіторської заборгованості Пролонгування угод з покупцями Залучення примусового стягнення боргів Сплата відсотків, штрафів, санкцій
Акумуляція фінансових ресурсів	Створення запасів; Розміщення фінансових ресурсів у високоліквідних активах
Облік і контроль	Удосконалення організаційної структури, розробка посадових інструкцій, відповідальності
Поглиблення аналізу	Визначення рівня вартості окремих складових фінансових ресурсів
Вдосконалення критеріїв оцінки використання фінансових ресурсів	Розробка оціночних показників, що характеризують ефективність використання фінансових ресурсів
Акумуляція фінансових ресурсів	Створення запасів Розміщення фінансових ресурсів у високоліквідних активах
Система норм і нормативів	Оптимізація обсягу, складу і структури фінансових ресурсів за окремими їх складовими
Оптимізація використання фінансових ресурсів в операційній діяльності	Комплексне використання сировини, що спрямоване на збільшення асортименту та обсягів виробництва продукції Орієнтування на виробництво рентабельних видів продукції Моніторинг виробничих запасів

Первинним початковим етапом планування є прогнозування основних напрямів і цільових параметрів фінансової діяльності шляхом розробки загальної фінансової стратегії підприємства, яка покликана визначати завдання і параметри поточного фінансового планування, бюджетів по всіх основних аспектах фінансової діяльності підприємства.

Підсумовуючи і систематизуючи наведені заходи підвищення ефективності використання фінансових ресурсів сільськогосподарськими підприємствами, як стратегічного напрямку управління фінансовими ресурсами, слід оцінити їх пріоритетність при реалізації у практичній діяльності ТОВ "Агрофірма "Легедзине" (табл. 11).

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Підсумовуючи, слід зазначити, що розвиток ринкових відносин та запровадження комерційних засад потребують від підприємств нових підходів до формування їх фінансових ресурсів. Скорочення обсягів бюджетних субсидій посилює роль прибутку, амортизаційних відрахувань та позичкових коштів у структурі фінансового забезпечення підприємницької діяльності у сільському господарстві. Це змушує виявляти ініціативу та винахідливість при формуванні джерел отримання фінансових ресурсів на власне функціонування й розвиток та їх ефективному використанні, що в кінцевому рахунку визначають фінансовий стан господарюючих

суб'єктів: платоспроможність, ліквідність, фінансову стійкість.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковалюк О.М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики) : монографія / Ковалюк О.М. – Львів : ВЦ Львів. нац. ун-ту ім. Івана Франка, 2002. – 463 с.
2. Непочатенко О.О. Організаційно-економічні механізми кредитування аграрних підприємств: монографія / О.О. Непочатенко. – Умань, 2007. – 456 с.
3. Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: монографія / О.Є.Гудзь. – К.: Інст аграр. економіки, 2007. – 576 с.
4. Тарасович В. Ефективність національної економіки / В. Тарасович // Економіка України. – 2009. – № 5. – С. 38-47.
5. Худолій Л.М. Формування, розподіл та використання прибутку спиртових заводів України: монографія / Худолій Л. М., Гавриш А. О.; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Київ : Компринт, 2015. – 213 с.
6. Гринюк Н.А. Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємств / Н.А. Гринюк // Фінанси України. – 2008. – № 6. – С. 91-95.
7. Бланк І.О. Фінансове забезпечення розвитку підприємств : монографія / І.О. Бланк – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 344 с.
8. Стецюк П.А. Економічна суть фінансових ресурсів // Фінанси України. – 2007. – №1. – С. 129-144.
9. Олійник К. А. Фінансове забезпечення аграрних підприємств / К. А. Олійник // Materiały VII Międzynarodowej naukowej-praktycznej konferencji "Perspektywiczne opracowania sa nauka i technikami – 2011", (Przemysł, 07 – 15 listopada

2011 roku). – Vol. 15. Ekonomiczne nauki. – Przemysl : Nauka i studia. – С. 58-60.

10. Семенов А.Г. Методи оптимізації структури капіталу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

11. Репіна І. М. Активи підприємства: таксономія, діагностика та управління: монографія / І. М. Репіна – К.: КНЕУ, 2012. – 274 с.

12. Андрійчук В. Г. Методологічні та методичні підходи до інтерпретації критерію залучення позичкового капіталу і вибору дисконтної ставки при обґрунтуванні інвестиційних

проектів / В. Г. Андрійчук // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць [Спец. вип.] – К.: КНЕУ, 2003. – С. 51-57.

13. Павловський М.А. Стратегія розвитку суспільства: Україна і світ (економіка, політологія, соціологія): монографія / М.А. Павловський. – К.: Техніка, 2001. – 312 с.

14. Бечко В.П. Формування та ефективність використання оборотних засобів сільськогосподарських підприємств: монографія / Бечко В.П. // [За ред. академіка УААН М.Я. Дем'яненка] – Умань: СПД Сочінський, 2008. – 136 с.

УДК 659.1(075.8)+339.138

КОНДРАТЮК Д. М., к. е. н.

м. Житомир

РОЗРОБКА БРЕНД-ПЛАТФОРМИ

Анотація. У статті розглянуто та систематизовано існуючі підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до трактування дефініції “бренд”. Розглянуто розробку бренд-платформи як складової бренду. Визначено правила, яких слід дотримуватись при розробці бренд-платформи.

Ключові слова: бренд, бренд-платформа, цільова аудиторія.

Аннотация. В статье рассмотрены и систематизированы существующие подходы отечественных и зарубежных ученых к трактовке дефиниции “бренд”. Рассмотрено разработку бренд-платформы как составляющей бренда. Определены правила, которых следует придерживаться при разработке бренд-платформы.

Ключевые слова: бренд, бренд-платформа, целевая аудитория.

Abstract. The article systematizes existing domestic and foreign approaches to the interpretation of the definition of the “brand”. The paper considers the development of a brand platform as part of the brand. Defined rules to be followed while developing the brand platform.

Key words: brand, brand platform, target audience.

Постановка проблеми. Загострення конкуренції стимулює товаровиробників до пошуку та використання нових інструментів, які дозволять перемогти у боротьбі за споживача. Раніше ідентифікацію компанії чи продукту через бренд використовували лише великі транснаціональні корпорації та компанії, тому з відкриттям європейських ринків для вітчизняного товаровиробника стає актуальним це питання. Використання брендингу дозволяє позиціонувати вітчизняну продукцію на європейському ринку. Одним із елементів у формуванні бренду виступає розробка бренд-платформи. Вона відіграє важливу роль як при запуску нового бренду, так і при трансформації вже існуючої торгової марки у бренд. Бренд-платформа виступає підґрунтям для побудови і розвитку майбутнього бренду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. 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. Балабанова, С. Гаркавенко, Є. Голубкова, Т. Данько,

С. Ілляшенко, А. Павленко, О. Прокопенко, С. Хамініч, Т. Циганкова та ін.

Метою статті є систематизація підходів до побудови бренд-платформи та формування послідовності її розробки. Теоретичною та методологічною базою дослідження стали загальнонавчальні 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. Володіння компанією певних унікальних активів та переваг у порівнянні з конкурентами забезпечують їй більш стійкі позиції на ринку, а отже й вищі рівні доходів. Одним з таких активів для підприємства виступає бренд. На сьогодні в економічній літературі існує велика кількість трактувань бренду, розглянемо деякі з них.

Так у вільній енциклопедії Вікіпедія бренд трактується як комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Широко використовується в маркетингу та рекламі, але тим не менше є фінансовим поняттям [3].

Відомий маркетинголог Ф. Котлер [7, с. 552] розглядає бренд як, назву, термін, знак, символ чи малюнок, або їх поєднання, котрі призначені ідентифікувати товари та послуги певної групи торговців тим самим допомагаючи відрізнити їх від товарів чи послуг конкурентів. Своє бачення бренду дає Д. Аакер [1], за його словами, бренд – це особлива назва або символ, призначений для ідентифікації товарів або послуг одного продавця або групи продавців, а також для диференціації цих товарів або послуг від схожих продуктів конкурентів. Бренд тим самим сигналізує споживачу про джерело продукту і захищає як споживача, так і виробника від конкурентів, що намагаються пропонувати продукти, які зовні виглядають ідентично.

Науковець С. Гаркавенко [4, с. 345] розглядає бренд як образне поєднання самого товару або послуги з набором властивих йому характеристик, очікувань та асоціацій, які виникають у споживача товару. На думку А. Старостіної [9, с. 247] бренд – це загальновідома та диференційована торгова марка, тобто марка, яка у свідомості споживача асоціюється з певними перевагами чи вигодами, чітко відрізняється від марок конкурентів та характеризується певним рівнем лояльності з боку споживачів.

Російський науковець Е. Середина [10, с. 42] розглядає, бренд як комбінацію функціональних та емоційних характеристик товарів, послуг, які існують у розумінні споживача, що визначають індивідуальність даного товару, послуги, які стимулюють споживача віддати перевагу даному товару, послугі.

А. Панкухін трактує бренд як нематеріальний актив, цінність якого полягає у впізнаваності його споживачами та формування позитивних асоціацій пов'язаних з ним [8].

Таким чином можна стверджувати, що бренд це певний нематеріальний актив компанії, що з одного боку забезпечує пізнаваність серед споживачів, а з іншого боку дозволяє отримувати більші доходи у порівнянні з конкурентами. Разом з тим, щоб сформувати якісний бренд необхідно певне підґрунтя, в якості якого виступає бренд-платформа. Саме вона забезпечує:

1. Перетворення звичайного продукту в бренд (наділяє продукт, що є типовим певними емоційними характеристиками, які виділяють його з ряду інших, притягуючи увагу та прив'язуючи споживача до продукту);

2. Вища стійкість на ринку (зміна об'ємів продажів на товари при зростанні ціни у відомих марок менші ніж у аналогічних товарів менш відомих марок);

3. Отримання більшої виручки від продажів (ціни на відомі торгові марки вищі через позиціонування їх як товари, що мають найвищу цінність для споживача тобто максимально задовольняють його потреби).

Таким чином бренд-платформу можна характеризувати як певний інструмент за допомогою якого формується унікальний набір складових бренду, що дозволяє компанії отримувати додаткові конкурентні переваги. Як правило вона складається з певної сукупності елементів, до ключових можна віднести:

легенда, місія бренду, індивідуальні особливості та стратегічне бачення.

Легенда – певна історія виникнення або створення продукту. Вона викладається у формі розповіді, що посиляється на певні історичні факти. Дана складова формує у споживача уявлення про "вік бренду", розкриває його долю і визначає подальший розвиток.

Місія бренду - розкриває мету існування бренду на ринку. Як правило виражена в узагальнюючій формі та відображає причину існування організації.

Індивідуальні особливості – вираження особливих характеристик, якими володіє бренд і які відсутні в аналогічних товарах на ринку.

Стратегічне бачення – формулювання кінцевої мети існування бренду.

Для того щоб сформувати ефективну бренд-платформу необхідно чітко виокремити цільову аудиторію, яка виступає основним споживачем бренду. Для виконання даного завдання найчастіше користуються моделлю "5W". Суть цієї моделі полягає у відповіді на 5 простих питань:

1. What? (Що ми пропонуємо? Необхідно дати опис продукту);
2. Who? (Хто? Описати профіль цільової аудиторії);
3. When? (Коли? Час споживання продукту цільовою аудиторією);
4. Where? (Де? Місце споживання продукту цільовою аудиторією);
5. Why? (Чому? Яка мотивація споживання продукту цільовою аудиторією);

Наприклад: компанія, яка займається доставкою домашньої їжі.

1. What? (Що ми пропонуємо?) – доставку щойно приготовленої по домашнім рецептам їжі.

2. Who? (Хто?) – чоловіки та жінки віком від 25 до 30 років, що працюють в офісах. (Саме в цей сегмент потрапляють особи, які вже не проживають з батьками та здебільшого ще не мають сім'ї та багато працюють для просування по кар'єрній драбині. Таким чином часу на приготування їжі вдома обмаль і ймовірність того, що вони будуть купувати обіди найвища).

3. When? (Коли?) – час з 11.00 год. до 12.30 год. (Саме в цей час збільшується кількість запитів у пошукових системах по ключовим словам замовити їжу в офіс і т.д. Найбільш зручний час для показу рекламних компаній)

4. Where? (Де?) – офісні та бізнес центри. (Саме в цих місцях відбувається скупчення цільової аудиторії. Найбільш зручне місце для розміщення зовнішньої реклами).

5. Why? (Чому?) – пропонуємо доставку в будь-яку точку міста свіжої їжі, приготовленої по домашнім рецептам. (По-перше, зручно тому, що не потрібно витрачати час на черги та пошук кафе. По-друге, пропонується свіжа та домашня їжа, що є значно корисніша ніж їжа у фаст-фудах).

З розвитком глобальної мережі Internet з'являються нові можливості для розробки та реалізації бренд-

платформ. На даному етапі вона являє собою певний формат довготривалої присутності бренда у інформаційному середовищі, та має такі ознаки як:

- постійна комунікація, що заснована на повідомленнях про бренд;
- постійне розширення контенту, що стосується бренду (розроблення web-сторінок, груп у соціальних мережах, програм для мобільних пристроїв та інше);
- постійне зростання та розвиток (використання нових інструментів залучення споживачів, таких як SEO, контекстна реклама та ін.);
- головне завдання усіх видів комунікації – це залучення лояльних користувачів на провідний сайт;
- створення, розширення та постійна робота з CRM базами;
- програми лояльності (найкращий варіант стиmuлювання продажів).

Таким чином, невід’ємною частиною успішного функціонування бренд-платформи у сучасних умовах є наявність web-сторінки та присутність у соціальних мережах. Для того аби перетворити сайт на ефективний інструмент комунікації з споживачами він має містити такі елементи:

- максимум інформації про товари чи послуги;
- допоміжні елементи, що підштовхують користувача до дії (різноманітні рейтинги, відгуки експертів, брошури та ін.);
- поради по використанню продукції (онлайн-уроки, відео уроки, форуми, чати і т.д.);
- можливість фільтрування інформації (наявність пошуку, відбору чи класифікації інформації);
- можливість реєстрації на сайті та наявність особистого кабінету;
- систематичне розсилання новин користувачам (при умові підписки на такі новини);
- детальний опис програм лояльності та заохочення клієнтів;
- детальний опис акцій, що проводяться;
- наявність відгуків клієнтів про продукт, що пропонує компанія.

Окрім наведених складових важливими елементами, що підсилюють лояльність до бренду з боку споживачів також є такі фактори:

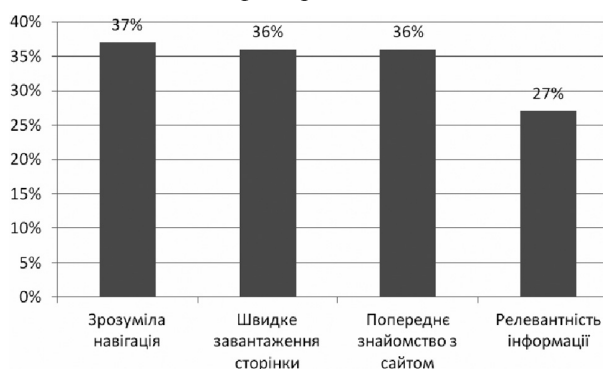


Рис. 1. Фактори, що підвищують лояльність до бренду [2]

Як видно з рис. 1 найбільший позитивний вплив на лояльність має зручна та зрозуміла навігація по ресурсу. Не менш важливу роль відіграє швидкість завантаження сторінки та попереднє знайомство з ресурсом. Разом з позитивними факторами існують і фактори, що негативно впливають на лояльність користувачів, до яких можна віднести:

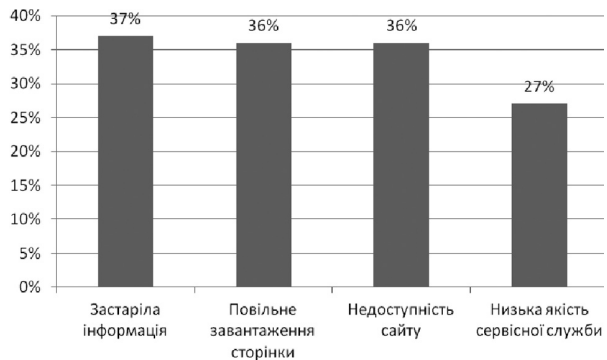


Рис. 2. Фактори, що знижують лояльність до бренду [2]

Отже, на зниження лояльності клієнтів значно більше впливає якість контенту, зокрема, його неактуальність чи застарілість та технічний стан ресурсу ніж недоліки в організації та функціонуванні сервісної служби. При реалізації бренд-платформи в мережі слід дотримуватись наступних правил:

– По-перше, необхідно не просто привернути увагу користувача до бренду, а й зробити все можливе щоб він потрапив на цільову сторінку сайту.

– По-друге, після того як користувач потрапив на сайт його необхідно зацікавити, щоб він якомога довше перебував на вашому ресурсі, що збільшить ймовірність отримання замовлення. Для реалізації цього завдання допоможе зручна та зрозуміла навігація по сайту, а також якісний та унікальний контент.

– По-третє, залучення нового клієнта обходиться компанії значно дорожче чим утримання старого. Для цього слід використовувати персоналізовану контенту, постійно оновлювати інформацію та ненав’язливо пропонувати ознайомитись з нею колишнім клієнтам.

– По-четверте, необхідно зібрати максимум інформації про клієнта. Допомогти в цьому може особистий кабінет на сайті, авторизація через соціальні мережі або прохання заповнити он-лайн анкету при купівлі товару. В анкету слід включати лише ключові питання, наприклад ім’я, e-mail, номер телефону, дату народження. Занадто велика анкета може стати причиною відмови від замовлення товару. Дана інформація може бути використана для створення унікальних для певного клієнта пропозицій.

Дотримуючись цих простих правил компанія має змогу отримати не просто лояльного клієнта, але й агента, що буде залучати на сайт нових користувачів з числа своїх знайомих. Звичайно на успіх створення бренд платформи впливають не лише вищенаведені

фактори, а й ряд інших. Такі як, наскільки унікальним є новий продукт чи послуга. Наскільки проінформовані потенційні клієнти про існування бренду. Наскільки професійно здійснюється робота з клієнтами та інше.

Висновки. На сучасному етапі розвитку економічної науки відсутнє єдине загальноприйняте трактування дефініцій бренд і бренд-платформа. 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. Визначено елементи бренд-платформи такі як легенда, місія бренду, індивідуальні особливості та стратегічне бачення. Дотримання запропонованих правил реалізації бренд-платформи в глобальній мережі дозволить підприємству отримати додаткові конкурентні переваги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Бренд-менеджмент в XXI веке [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.spa.msu.ru/uploads/files/books/brand_man.pdf
3. Вільна енциклопедія Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бренд>
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. – 601 с.
5. Как создать свой персональный бренд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sinamati.com/upload/books/pdf/brand.pdf>
6. Калашников Ю. Я. Информационная концепция эволюции нашего мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sciteclibrary.ru/rus/catalog/pages/8496.html>
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1999. – 1152 с.
8. Панкрусин А. П. Маркетинг: Большой Толковый Словарь 2-е изд. М.: Омега-Л, 2010.
9. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика / За заг. ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, – 2006. – 654 с.
10. Середина Е.В., Попов Е.В. Трансакционные издержки формирования института бренда / Е.В. Середина, Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №2(52). – С. 42.

УДК 658.3

КРИГУЛЬСЬКА Т.Б.
м. Запоріжжя

КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація. Статтю присвячено проблемі організаційної культури. Культура організації визначається як продукт взаємодії ділової культури макросередовища та оригінальної індивідуальної культури членів організації. Вказано на доцільність застосування терміна "культура організації". Визначено рівні вияву культури підприємства та обґрунтовано модель її структурування.

Ключові слова: культура, культурний феномен, гуманістичний менеджмент, організація, організаційна культура, цінності, етична економіка.

Аннотация. Статья посвящена проблеме организационной культуры. Культура организации определяется как продукт взаимодействия деловой культуры макросреды и оригинальной индивидуальной культуры членов организации. Указано на целесообразность применения термина "культура организации". Определены уровни проявления культуры предприятия и обоснована модель её структурирования.

Ключевые слова: культура, культурный феномен, гуманистический менеджмент, организация, организационная культура, ценности, этическая экономика.

Abstract. The article is sanctified to the problem of organizational culture. The culture of organization is determined as a product of cooperation of macroenvironment's business culture and original individual culture of it's members. It is indicated on expediency of application of term "culture of organization". Certainly levels of display of enterprise's culture and the model of it's structure is reasonable.

Key words: culture, cultural phenomenon, humanistic management, organization, organizational culture, values, ethical economy.

Постановка проблеми. Суспільство відтворює та вдосконалює себе на шляху прогресу тільки сприймаючи, наслідуючи та творчо переробляючи культурні здобутки своїх попередників. Культура відображає сукупність "виробничих, суспільних і духовних досягнень людей" [1, С.456]. У загальному сенсі культура в суспільному житті визначає його цілісність, формує

умови для розвитку людини та якісну визначеність її буття. Виступаючи як потужний системоутворювальний чинник на будь-якому рівні функціонування, культура є засобом збереження раціонального досвіду людей. Вона допомагає суспільному утворенню виживати у найскладніші моменти та формує моделі майбутнього розвитку. У матеріальній сфері культу-

ра демонструє ступінь практичного оволодіння людьми можливостей природи, а в духовній – показує рівень моральності, духовних запитів, потреб та інтересів, що визначають поступальний розвиток.

Культура виявляє себе на різних рівнях буття. На макрорівні вона, насамперед, виявляється в поведінці окремих індивідумів та груп людей. Величезне значення для суспільного розвитку має таке інституціональне явище як організація. Організація – це системне утворення, яке поєднує співтовариство людей зі спільною метою, де процес розвитку є не менш важливим, ніж результат діяльності – так зазначається практично у кожному сучасному підручнику з наукового менеджменту. Нині організація розглядається як соціотехнічна система відкритого типу, яка поєднує тих, хто реалізує спільну мету. Ключовим елементом організації є люди. Сучасний науковий підхід, орієнтований на людину, зміщує акценти досліджень у сферу суспільних відносин, людських стосунків, психотехнік, колективної психології, психофізіології праці, вивчаючи проблеми підвищення ефективності управління у сфері людських ресурсів (HR) та зміцнення іміджу організації [3] огляду на це, особливого змісту набуває вивчення соціокультурних феноменів на різних рівнях управління. Таким феноменом є культура організацій сучасного типу.

Людські ресурси створюють особливий ресурс нематеріального гатунку під назвою культура. Цей ресурс нині є особливо значущим для розвитку потенціалу будь-якої організації. В економічній енциклопедії він визначається як “наявні в економічного суб’єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння використовувати їх для досягнення поставленої мети” [2, С.13]. Розвинена культура створює нематеріальні основи для успішного розвитку і процвітання. Нерозвиненість культури, навпаки, породжує протилежний результат – занепад і банкрутство підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Науковий інтерес до організаційної культури виявив себе ще у 70-80 –і роки ХХ століття. Роль і значення організаційної культури підприємства досліджувалися такими зарубіжними вченими як Д. Хемптон, Р. Харріс та Р. Моран, Г. Морган, Е. Шейн, П. Вейл, Р. Гріффін та інші. Вітчизняні науковці, серед яких В. Маслов, І. Лукинов, В. Співак, Б. Мільнер, В. Шихіреєв, А. Сур’як, М. Семикіна, О. Смолінська, Т. Соломанідіна та багато інших, різною мірою проводили дослідження управлінських аспектів організаційної культури підприємства.

Зростає актуальність поглибленого вивчення культурного феномену у межах сучасного етичного гуманістично орієнтованого менеджменту. Культура є ресурсом розвитку, зазначає українська дослідниця О.А. Грішнова: вона формує творчий потенціал людства, визначаючи рівень усвідомлення людством умов, можливостей і перспектив свого існування [3, С.190].

Результати наукових розробок переконливо свідчать: категорія організаційної культури є на-

стільки глибокою та багатоаспектною, що, на наш погляд, вважати всі існуючі спроби її дослідження вичерпними є передчасним.

Мета статті полягає в уточненні визначення самого поняття культури організації, а також в обґрунтуванні можливостей структурування її складників.

Виклад основного матеріалу. У сучасній науці розроблено різні визначення щодо організаційної культури підприємства, але єдина думка поки ще не склалася. З одного боку, вироблено раціоналістично-прагматичний підхід, що формує погляд на культуру як набір атрибутивних характеристик, на які можна впливати, формуючи їх та розвиваючи, а також феноменологічний, який ґрунтується на визначенні самої суті “феноменологічної моделі організації”. Співіснують різні, часом суперечливі підходи. І це не є дивним, тому що на початку ХХІ століття у наукових дослідженнях різних галузей знань зустрічається близько п’ятисот визначень загального поняття культури.

Г. Хофстеде визначає організаційну культуру як “колективне програмування думок, які відрізняють членів однієї організації від іншої” [4, С.315]. Вікіпедія подає організаційну культуру як сукупність стійких традицій, символів, цінностей, вір, що розкриває характер відносин і спрямованості поведінки людей.

Т. Дж. Пітерс, Е. Сордж та Х. Уотермен, пишуть, що це – домінуючі цінності організації, прийняття яких більшістю людей у компанії робить її діяльність ефективнішою [5, С. 312-314]. М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі взагалі розглядають її як атмосферу або клімат в організації [6, С.280].

Український дослідник В.О.Василенко, розмежовуючи поняття “організаційна культура” та “культура організації”, наголошує, що перше з них відображає статичну характеристику культурного феномена в організаційних відносинах, а друге – динамічну [7, С. 95].

Вітчизняні автори А.Е. Воронкова, М.М. Баб’як, Е.Н. Коренєв, І.В. Маджура зазначають, що корпоративна культура, організаційна культура, культура фірми або підприємства, виробнича культура є по суті однаковими за змістом, що дає змогу використовувати термін узагальнюючого характеру – “культура підприємства” [8, С.330-331].

Насамперед зауважимо, що в процесі аналізу діяльності окремої організації, яка діє в умовах ринку, на наш погляд, доцільним є застосування саме поняття “культура підприємства”. Найточніше визначення його сформулював О.М. Скібіцький, зазначивши, що “культура підприємства – це сукупність цінностей, норм, ідей, що підсвідомо і свідомо формують стиль поведінки співробітників” [9, С. 330]. Це визначення акцентує увагу на тому, що зовнішнім проявом культури організації, яка займається виробничо-господарською діяльністю, є манера поведінки її працівників, що є певною мірою візитною карткою підприємства у соціальних відносинах.

Культуру організації структурують за трьома рівнями : 1) зовнішнім (все, що легко виявити через органи зору, слуху, відчуттів, але важко інтерпретувати за змістом; 2) базовий (цінності та атрибути, які на глибинному рівні продовжують зовнішній рівень прояву організаційної культури і потребують поглибленого аналізу в інтерпретації; 3) прихований або латентний (незадекларовані приписи, що виявляються не відразу) (табл.1).

Основними традиційними елементами організаційної культури вважаються:

- поведінкові стереотипи (усталена мова вжитку, звичаї і традиції, ритуали у заданих ситуаціях);
- групові норми (стандарті і зразки поведінки, які співробітники виявляють у життєвих ситуаціях);
- проголошені цінності, до реалізації яких, повідомляючи про них привселюдно, прагне організація;
- філософія організації як узагальнені політичні та ідеологічні принципи дій стосовно інших;
- правила гри ("заведений порядок", правила поведінки на роботі, традиції та обмеження стосовно новачків);
- організаційний клімат : почуття, обумовлене характерною манерою взаємодії членів організації між собою, з клієнтами та іншими сторонніми особами;
- існуючий практичний досвід, який включає здатність здійснювати визначені дії за певним алгоритмом, що передається у нефіксованому письмово вигляді від покоління до покоління, а також методи і технічні прийоми, які члени організації використовуються для досягнення поставлених цілей [10, С.132].

Для оцінки якості організаційної культури будь-якого підприємства найсуттєвіше значення має аналіз її структури з урахуванням практично-прикладного призначення, що дозволяє повною мірою оцінити її зміст та особливості. У сучасній практиці широко використовується модель поелементної характеристики організаційної культури, запропонована Ф. Харрісом та Р. Морганом [11, С.280]. Основні елементи цієї моделі включають у себе:

- усвідомлення себе і свого місця в організації;
- комунікаційну систему і мову спілкування;
- зовнішній вигляд, одяг і манеру подання себе на роботі;
- звичаї і традиції харчування;
- усвідомлення часу як ресурсу, ставлення до його використання;

- взаємовідносини між людьми;
- цінності як певний набір орієнтирів;
- віра;
- процес розвитку працівників та їх навчання;
- трудова етика і мотивація.

Аналіз компонентів наведених характеристик надає певного змісту організаційній культурі підприємства з точки зору практичного застосування.

Конкретизацією цієї моделі на основі системного підходу, на наш погляд, може бути декомпозиція культури підприємства на окремі підсистеми: 1) ціннісно-нормативну; 2) організаційно-структурну; 3) традиційно-звичаєву; 4) комунікативну; 5) зовнішньо-ідентифікативну (рис.1).

Ціннісно-нормативну підсистему культури підприємства представляють по-перше, філософія організації як комплекс політико-ідеологічних принципів, якими визначаються дії стосовно клієнтів, партнерів, суспільно-громадського середовища, і по-друге, норми і корпоративні правила, що визначають цю взаємодію.

Організаційно-структурна підсистема культури підприємства включає спосіб прийняття рішень, ступінь делегування повноважень, характер відносини підвладності та підпорядкованості управлінських зв'язків, систему ролей працівників, питання влади і лідерства лінійних та функціональних керівників, культуру управління посадових осіб.

Традиційно-звичаєва підсистема відображає поведінкові стереотипи працівників. Вона включає, на наш погляд, принципові засади "заведеного порядку", неписані правила поведінки на робочому місці ступінь дотримання вимог звичаєвої культури, слідування ритуалам, вшановування спадщини.

Комунікативна підсистема відображає використання методів та технічних прийомів роботи з інформацією, свідоме формування напрямків інформаційних потоків через створення інформаційно-комунікативної системи управління, ступінь володіння загальною мовою, яку використовують члени організації.

Підсистему зовнішньої ідентифікації, тобто певний фірмовий стиль підприємства, формують престижність або сприйняття компанії у суспільно-громадському середовищі, образ (імідж), який свідомо транслюється партнерам і клієнтам (бажаний) та який створюється у спілкуванні (реальний), а також рекламні атрибути, прапор, гімн, слоган, логотип, фірмовий одяг працівників.

Звісна річ, межі підсистем носять чисто умовний, абстрактний характер, а сам поділ культури підприємства на підсистеми не претендує на вичерпність. Хоч

Таблиця 1.

Рівні організаційної культури

Рівні	Характеристика атрибутів	Приклади атрибутів
Зовнішній	Видимі	Фірмовий стиль, слогани, організаційні церемонії, символи
Базовий	Офіційно-ділові	Місія, етичний кодекс, філософія, стандарти стосунків
Внутрішній	Латентні (приховані)	Неписані правила взаємостосунків

може слугувати інструментом дослідження організаційної фірмової культури.

За інституціональними ознаками класифікація елементів організаційної культури видається важливою з погляду її змістовної суті та зовнішньої форми прояву. Структуру організаційної культури як системної базової основи організації, що забезпечує інституціональний рівень її існування, формують чотири основних елементи: символи, взірці, ритуали та цінності. Їх взаємодія визначає основні артефакти та характеристики прояву організаційної культури (табл. 2).

Символи виступають своєрідним культурним кодом організації, знаковою системою її культури. Будучи формою вияву культури, її знаковість пов’язує сакральним змістом явища навколишнього світу з людьми. У такий спосіб забезпечується освоєння людьми навколишньої дійсності, формуються межі культурного середовища на мікрорівні, у якому людина реалізує себе як культурна істота. До символів належать засоби мовного спектру (слова, звуки, сама мова, жести, міміка), розуміння традиційної емблематики певних народів. В асоціативному контексті до символів можна віднести жаргон, фразеологізми, аббревіатури, манеру вдягатися, поводити себе. Це все те, що здатне демонструвати належність до певних суспільних груп, прошарків, колективів, спільнот і надає можливість їх розрізнити.

Під ритуалами розуміють колективні дії, що у конкретних культурах відповідають соціальним потребам. Ритуали тісно пов’язані з традиціями суспільства або певної групи людей і проявляють себе через ці

традиції. Як форма соціокультурної спадщини вони передаються від покоління до покоління, зберігаючись впродовж тривалого часу як стереотипи. Традиції у свою чергу виявляють себе через конкретні звичаї, обряди, що фіксують усталені в суспільстві доцільні норми і правила поведінки. З одного боку, вони забезпечують стійкість культурних явищ у суспільстві, з іншого, – виступають джерелом розвитку культурних надбань. На інституціональному рівні окремої організації ритуали означають усталені традиції святкування знаменних дат та урочистих подій. Вони охоплюють такі організаційні заходи як проведення нарад, оперативок, зборів, переговорів з партнерами, визначають такі види спільної діяльності членів організації як розробка та затвердження планів розвитку, організація ділового листування, звичасвих процедур підведення підсумків тощо.

Найсуттєвішим з огляду на змістовність, найпомітнішим, зважаючи на форму та напрями вияву, є такий компонент організаційної культури як цінності. Вони означають можливо не завжди осмислені та усвідомлені до кінця, але досить стійкі уявлення людей про найголовніші моральні та етичні категорії. В економічній та соціогуманітарній науковій літературі цінність визначається як здатність чого-небудь задовольнити певну життєво необхідну людську потребу. Об’єктивна необхідність цінностей для людей полягає у тому, без споживання даного блага існування людини буде або зовсім неможливим, або віддаленим від визнаних суспільних стандартів. Суб’єктивні цінності віддзеркалюють оцінки, установки, норми, настанови, закріплені у свідомості людей як певні критерії, на основі яких формується ставлення до навколишнього світу, діяльність людей у ньому.

Ціннісний вимір організаційної культури дозволяє дати відповідь на ключові питання існування і розвитку будь-якої організації: що спроможні створити і що фактично створюють люди, наскільки соціально значущою і гуманістичною є їхня діяльність, наскільки суспільно необхідним є сенс існування організації, наскільки шляхетними є її цілі та місія, а наскільки адекватними засоби їх досягнення. Цінності можуть безпосередньо впливати на людину, регламентуючи

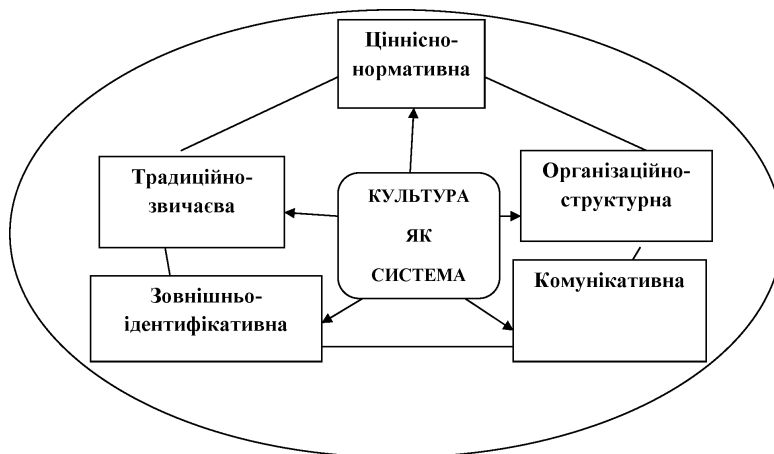


Рис.1. Підсистеми культури організації

Інституціональна композиційна структура культури підприємства

Таблиця 2.

Елементи	Змістовні складники
Символи	Слова; знаки; геральдика; жаргон; фразеологізми; мода та інші ознаки групової належності
Взірці	Літературні, мистецькі образи; реальні та вигадані особи; герої та інші зразки для наслідування
Ритуали	Свята; відзначення подій, переговори; збори; наради; ділові комунікації; обряди; неформальна традиційна поведінка
Цінності	Ідеали; ідеї; оцінки; настанови; етичні норми; групові та особистісні орієнтації

її організаційну поведінку та орієнтуючи до дій у певному напрямку, а також можуть викликати зміну емоційного стану, створюючи підґрунтя для формування поведінкових реакцій працівників.

Отже, аналіз елементів та компонентів такого важливого системного складника організації, яким є організаційна культура, має не просто важливе значення для усвідомлення його змісту, але й дозволяє використовувати ці знання у практично-прикладній управлінській діяльності.

На наш погляд, структурування на окремі елементи та компоненти такого важливого чинника розвитку організації, яким є культура підприємства, має важливе загальнонаукове та прикладне значення. Виокремлення запропонованих підсистем культури підприємства дає можливість з практично-прикладними цілями структурувати організаційну культуру на окремі елементи та компоненти, аби проаналізувати її зміст та особливості стосовно кожного конкретного суб'єкта господарювання з метою чіткого усвідомлення його місії та цілей.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Зважаючи на викладене вище, слід зазначити, що культура кожного підприємства забезпечує формування у його працівників відчуття ідентичності та причетності до загальної справи, відповідальності за діяльність організації, спільні результати. Спільні цінності, які свідомо формуються на всіх рівнях системи менеджменту організації, здатні інтегрувати здібності і зусилля працівників навколо визначальних спільних цілей, перетворюючи групу людей на колектив.

Організаційна культура визначає характер відносин між людьми та соціально-психологічний клімат в колективі. На рівні зовнішнього середовища саме через культурний феномен організації формується уявлення про неї інших та визначаються засадні умови її взаємодії з іншими суб'єктами суспільного розвитку. Саме культура виступає критерієм взаємодії структурних елементів організаційної системи та їх якості.

Поглиблене вивчення можливостей якісного формування кожного з цих структурних елементів культури на рівні організації відкриває можливості більш ефективного впливу на реалізацію тактичних і стратегічних завдань колективу.

Разом з тим організаційна культура будь-якого підприємства у вирі стрімких динамічних змін у сучасній економіці залишається мабуть найконсервативнішим складником, здатним гальмувати прогресивні зміни. Виходячи з цього наукове дослідження культурного феномена є одним із перспективних напрямків дослідження у межах концепції етичного менеджменту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.И. Азри-ляна. – 6-ое изд. доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
2. Економічна енциклопедія : у 3 томах / Редкол.: відп.ред. С.В.Мочерний та ін. – К.: Академія, 2000. – 864с.
3. Грішнова О.А. Людський розвиток / Олена Грішнова. – К.: КНЕУ. 2006. – 308 с.
4. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М.Уорнера. – СПб: Питер, 2002. – 1200 с.
5. Корпорації: культура підприємства. Монографія. / А.Е.Воронкова, М. М. Баб'як, Е.Н.Коренев, І.В.Маджура; За ред. А.Е.Воронкової. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с.
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. – М.: Дело, 2007. – 720 с.
7. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2005. – 502 с.
8. Корпорації: культура підприємства. Монографія. / А.Е.Воронкова, М. М. Баб'як, Е.Н.Коренев, І.В.Маджура; За ред. А.Е. Воронкової. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с.
9. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент / О.М. Скібіцький. – К.: ЦУЛ, 2009. – 568 с.
10. Кабанов А.Я. Управление персоналом организации / А.Я.Кабанов. – М.: Гардарики, 2003. – 435 с.
11. Менеджмент: теорія і практика / А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба, І.К. Погодаєв, Ю.В. Поканєвич, А.В. Семикін; за загальною ред. Г.Є.Мошека. – К.: Атака, 2007. – 584 с.

УДК 334.72:338.48

ЛУКОМСЬКА О.І.

м. Умань

РОЛЬ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті визначено важливість розвитку сільського зеленого туризму як інноваційного напрямку диверсифікації агробізнесу. Проаналізовано причини виникнення зеленого туризму в розвинених країнах світу та обґрунтовано необхідність використання рекомендацій світової практики в Україні. Розглянуто позитивні та негативні аспекти даного виду туристичної діяльності. Виявлено низку проблем соціально-економічного забезпечення розвитку сільського туризму та висвітлено комплекс заходів щодо пошуку основних напрямів раціонального використання можливостей його функціонування, що дозволить підвищити ефективність агробізнесу та забезпечить сталий економічний розвиток країни.

Ключові слова: сільський зелений туризм, інфраструктура сільського туризму, агробізнес, підприємництво, сільські території, соціально-економічний розвиток села.

Аннотация. В статье определена важность развития сельского зеленого туризма как инновационного направления диверсификации агробизнеса. Проанализированы причины возникновения зеленого туризма в развитых странах мира и обоснована необходимость использования мировой практики в Украине. Рассмотрены положительные и отрицательные аспекты данного вида туристической деятельности. Выявлен ряд проблем социально-экономического обеспечения развития сельского туризма и отражен комплекс мероприятий по поиску основных направлений рационального использования возможностей его функционирования, что позволит повысить эффективность агробизнеса и обеспечит устойчивое экономическое развитие страны.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, инфраструктура сельского туризма, агробизнес, предпринимательство, сельские территории, социально-экономическое развитие села.

Abstract. The article identifies the importance of development of rural green tourism as an innovative direction of diversification of agribusiness. Analyzed the reasons of emergence of green tourism in developed countries and necessity of the recommendations of the world practice in Ukraine. Examines the positive and negative aspects of this type of tourist activity. Revealed a number of problems socially-economic development of rural tourism and reflected a complex of measures on search of the main directions of rational use of possibilities of its functioning, which will allow to increase the efficiency of agribusiness and ensure the sustainable economic development of the country.

Key words: rural green tourism, rural tourism infrastructure, agribusiness, entrepreneurship, rural areas, socio-economic development of the village.

Постановка проблеми. Вітчизняна сільськогосподарська продукція має нестабільні конкурентні позиції на зовнішніх ринках внаслідок незавершеності процесів адаптації до європейських вимог щодо якісних характеристик харчових продуктів, значних коливань цін на світовому ринку, нестійкості торговельних відносин з країнами-імпортерами. Тому актуальним стає пошук нових підходів до ведення господарської діяльності аграрними підприємствами. Серед них важливе місце належить диверсифікації як стратегії використання можливостей розвитку за межами існуючого бізнесу. Одним із інноваційних напрямів диверсифікації агробізнесу в світі та Україні вважається сільський зелений туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціально-економічний розвиток сільських територій за рахунок функціонування на рівноправній економічній основі різних організаційно-правових форм господарювання в аграрному секторі, однією з яких є

зелений туризм, досліджено такими вченими як Ю. Атаманчук [14], Ю. Герасименко [3], І. Гришова [6;7], В. Кузьмелюк [14], Ю. Лупенко [15], В. Месель-Веселяк [15], М. Мамчин [17], М. Малік [16], В. Маховка [18], О. Митяй [11], Т. Панюк [22]. Пріоритетність розвитку сільського туризму в розбудові аграрного сектору економіки доведено в працях Ю. Гончарова [4], О. Довгаль [8], С. Ілляшенко [11], М. Костриці [12], С. Кравцова [13], О. Омельченко [21], С. Соколенко [27]. Проблеми зайнятості сільського населення розглянуті в роботах А. Аніщенко [1]. Світовий досвід розвитку туризму, в т.ч. сільського, вивчали О. Гордієнко [5], М. Єфремова [9]. Незважаючи на досить велику кількість досліджень і розробок в цій сфері невирішеними залишаються питання перспективності функціонування зеленого туризму як одного з сегментів агробізнесу, який забезпечить належний соціально-економічний рівень життєдіяльності сільського населення.

Головною метою статті є дослідження ролі сільського зеленого туризму в розвитку агробізнесу та пошук альтернативних шляхів його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Сільські території України, маючи досить багатий природно-ресурсний потенціал в рекреації (водні, земельні, лісові, бальнеологічні, фауністичні ресурси), потребують досить ефективного його використання. Проте слід відмітити, що в Україні, в усі часи розвитку її економіки, велика увага з боку держави приділялась розвитку саме промисловості і, відповідно територіям, які є багатими на мінерально-сировинні ресурси. Менше уваги завжди приділялося виключно аграрним територіям, хіба що як осередку підтримки промислових районів в продуктовому забезпеченні. Це призвело до погіршення економічного розвитку сільських територій України. Як результат, було отримано в спадщину ряд негативних наслідків, а саме:

- забруднення навколишнього середовища в промислових районах, зонах та агломераціях внаслідок великих обсягів видобутку сировинних ресурсів;
- забруднення повітря та водою, високий рівень розораності сільськогосподарських угідь;
- великий відтік працездатного населення з сільської місцевості;
- низький рівень зайнятості сільських жителів;
- занепад соціальної інфраструктури села;
- зубожіння сільських населених пунктів, їх деградація та суттєве скорочення;
- погіршення здоров'я нації, збіднення її духовної і культурної спадщини.

Також як наслідок такої економічної політики держави, близько 30% сільськогосподарських підприємств є збитковими, а рентабельність виробництва більшості видів сільськогосподарської продукції недостатня для забезпечення розширеного відтворення. Низька дохідність виробництва стримує його модернізацію, впровадження нових технологій, оновлення матеріально-технічної бази. Інвестиції на розвиток соціальної сфери села становлять лише 7,6 млрд. грн., що набагато нижче потреби в них. Як наслідок, погіршуються кількісні та якісні характеристики демографічних процесів на селі. Середня тривалість життя селян становить лише 66,8 років, у т.ч. чоловіків – 61 рік. Щорічно з карти України зникає до 26 сіл, а третина сільських населених пунктів перебувають за межею самовідтворення [15, с. 5-6].

Як зазначає А. П. Аніщенко, сучасна соціокультурна ситуація характеризується негативними процесами також у сфері духовного життя українського суспільства – втратою духовно-моральних орієнтирів, відчуження від культури і мистецтва дітей, молоді й дорослих, істотним зменшенням фінансової забезпеченості установ культури, зокрема й діяльності сучасних сільських культурно-розважальних центрів.

Унаслідок цього відбувається зниження якості та рівня освіти та соціального виховання сільської молоді, що негативно впливає на процес її соціалізації взагалі та трудової соціалізації зокрема [1, с. 206].

Соціальна інфраструктура села продовжує занепадати і руйнуватися. Дезорганізація виробничої сфери села є головною причиною масової незайнятості сільського населення. За дослідженнями Ю. Лупенка та В. Месель-Веселяки з 2000 р. кількість найманих працівників у галузі скоротилася від 2,5 млн. до 665 тисяч. Рівень оплати праці в сільському господарстві майже на 40 % нижчий за середній по економіці країни. За межею бідності знаходиться 16,8 % сільських домогосподарств, у 48,8 % – сукупні витрати не перевищували рівень прожиткового мінімуму. Внаслідок цього відбувається подальший міграційний вплив сільської молоді у міста і далеко зарубіжжя. В українському суспільстві ще не утвердилося розуміння особливої ролі сільського господарства, необхідності забезпечення пріоритетності його розвитку, насамперед як соціально значимої галузі [15, с. 6].

Розвиток сільського господарства також стримується значним диспаратом цін на його продукцію та цінами на продукцію, що споживається у галузі. Порівняно з 1990 роком склався восьмикратний диспарат цін не на користь сільського господарства. Зберігається монополізм на ринку сільськогосподарської сировини. Переробні підприємства часто застосовують ціни, недостатні для забезпечення рентабельного сільськогосподарського виробництва. Недостатньою залишається державна підтримка сільського господарства. У 2013 році сільськогосподарські підприємства одержали 8,7 млрд. грн. державної підтримки, що становить 8,4 % до загального обсягу [2, с. 205]. Із розрахунку на 1 гектар сільськогосподарських угідь ця підтримка становила 211 грн., тоді як у Польщі вона сягала 155 \$ USD [15]. На фоні зменшення загальної суми аграрних видатків у бюджеті 2013 року, на фінансування заходів у агропромисловому секторі із загального фонду держбюджету передбачено мізерну суму – 91,8 млн. грн., що майже у 12 разів менше, ніж у 2012 р., коли сума фінансової допомоги закладалася на рівні 1,2 млрд. грн. [2, с. 206]. У Державному бюджеті України на 2015 рік видатки для Міністерства аграрної політики та продовольства України становили 3 092 540,0 тис. грн., у тому числі по загальному фонду – 1 132 874,4 тис. грн., по спеціальному – 1 959 665,6 тис. гривень [10].

Проаналізувавши соціально-економічний стан села, зазначимо, що недосконале державне регулювання агропромислового комплексу та сільських територій в цілому негативно позначилося на їх розвитку. Саме тому питання відродження села набирає все більшої актуальності, а винайдення перспективного і, можливо, навіть нестандартного вирішення даної проблеми стає нагальною потребою.

Ю.О. Лупенко, В.Я. Месель-Веселяка вважають, що з метою більш повного використання потенціалу

сільського господарства необхідно створити сприятливі умови, насамперед, для:

- функціонування на рівноправній економічній основі різних організаційно-правових форм господарювання в аграрному секторі;
- гармонізації інтересів власників, найманих працівників та сільських громад;
- формування конкурентоспроможних на внутрішньому та зовнішніх ринках виробничих структур;
- забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств на рівні 15-відсоткової норми, необхідної для забезпечення розширеного відтворення виробництва [15].

Як стверджують автори, це передбачається досягти за рахунок продовження реформ в економіці країни та її аграрному секторі в напрямі оптимального поєднання промислового і аграрного виробництва, підпорядкування їх діяльності потребам внутрішнього і зовнішнього ринків сільськогосподарської продукції та продовольства, соціально-економічного розвитку села, переходу від галузевої до територіально-самоврядної системи управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій, формування ефективної науково-технологічної, бюджетної, податкової, фінансово-кредитної та цінової політики держави [15].

Проте А. Аніщенко зазначає, що ринкові перетворення в аграрному секторі здійснюються значно повільніше, ніж в інших секторах економіки, а подолання соціально-економічного занепаду села потребує кількісно значних зусиль і коштів, спрямованих на відродження й урізноманітнення виробничої сфери, створення нових робочих місць відповідно до сучасних викликів суспільства, підвищення добробуту сільських жителів, забезпечення надійного функціонування та зміцнення матеріальної бази соціальної інфраструктури, чому сприяє, на нашу думку, розвиток сільського зеленого туризму [1].

Процеси соціально-економічних трансформацій, що відбуваються в аграрному секторі економіки України, зумовлюють пошук нових нетрадиційних організаційно-правових форм підприємництва, спрямованих на забезпечення економічного зростання аграрної сфери. Одним із пріоритетних шляхів подолання кризи, що склалась в аграрному секторі, є активізація сільського населення до підприємницької діяльності в невиробничій сфері сільського зеленого туризму. Враховуючи те, що в умовах загальноекономічної кризи економічні і соціальні проблеми села надзвичайно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського зеленого туризму (як форми активної та ефективної самозайнятості людини) та диверсифікації операційної діяльності агробізнесу є особливо актуальним.

Сприятлива зовнішня територіальна кон'юнктура, невичерпні рекреаційні можливості дають підстави

говорити про розвиток сільського зеленого туризму у формі малого підприємництва, що стане вагомим джерелом поповнення місцевих бюджетів, розвитку соціальної інфраструктури сільської місцевості. Сільський зелений туризм сприяє розвитку малого і середнього бізнесу жителів сільської місцевості, а з іншого боку дозволяє міським жителям відпочивати в природних умовах. Крім того, він дає змогу розвивати знання щодо української культури і спадщини шляхом безпосередньої участі в сільському зеленому туризмі [12, с. 68].

Досвід багатьох країн Європи свідчить, що розвиток соціальної інфраструктури в сільській місцевості, будівництво, модернізація та обладнання водопровідних станцій (водозбір, зберігання, підготовка води), водопровідних мереж, очищення комунальних стоків у сільській місцевості, будівництво, модернізація та оновлення доріг у селах) – все це позитивно впливає на стан довкілля, на поліпшення навколишнього середовища, на приваблення сюди (у села) відпочиваючих. У сільській місцевості останнім часом відкриваються музеї, де зберігаються й експонуються предмети пам'яток історії матеріальної і духовної культури, просвітницької діяльності, які можуть стати важливим фактором розвитку туристичного бізнесу в сільській місцевості. Водночас розвиток сільського туризму сприяє збереженню соціальної та економічної ролі села як джерела національної культури, традицій, звичаїв.

У країнах, що розвиваються, сільський зелений туризм активно підтримується та заохочується державою, доступ до діяльності в цій сфері максимально спрощений. Суб'єкти, які надають послуги в цій сфері, отримують різні преференції, у т.ч. і податкові.

М. В. Єфремова зазначає, що багато уваги європейські країни почали приділяти розвитку туризму і, як наслідок, у кінці XX ст. та на початку XXI ст. в складі галузей світового господарства, галузь туристичного бізнесу набула найбільших темпів розвитку. У 1999 р. на світовому ринку частка туристичного бізнесу становила 7% від загальносвітового експорту товарів і послуг, що в абсолютному вираженні поступається лише прибуткам від експорту нафти, нафтопродуктів, продукції автомобілебудування [9, с.8]. Примітним є те, що більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень до національного бюджету, а в 70 – однією з трьох його основних статей [20, с. 12]. Туристична галузь залишається головною складовою доходу та працевлаштування на національному, регіональному й місцевому рівнях. Підраховано, що туризм становить 10,1 % світового ВВП та 10,6 % світового працевлаштування [26].

У країнах з розвинутою ринковою економікою приділяється велика увага розвитку туризму, зокрема сільського туризму як перспективному напрямку розвитку підприємництва на селі. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль еконо-

мічного підйому своїх сільських територій. У Франції, Великобританії, Голландії, Ірландії, Німеччині, Іспанії залучення до діяльності у сфері сільського туризму заохочується на національному рівні. За популярністю відпочинок у сільській місцевості в цих країнах посідає нині друге місце після відпочинку на морі [8, с. 317]. Наприклад, Австрія, яка за своєю площею майже в сім разів менша за Україну, а за кількістю населення – у п'ять разів, за один гірськолижний сезон отримує дохід у сфері сільського туризму близько 10 млрд. євро, що дорівнює майже половині Державного бюджету України. Сільський туризм не тільки опинився у сфері інтересів політики Європейського Союзу, а й достатньо сильно нею підтримується, у тому числі й у фінансовому плані [5].

Серед основних причин, що зумовлюють широке розповсюдження сільського туризму в країнах Європейського Союзу, можна виокремити такі:

- перевиробництво сільськогосподарської продукції, що зумовило зменшення масштабів сільськогосподарської діяльності та, як наслідок, скорочення доходів від основного виробництва, пов'язаного безпосередньо з сільським господарством;
- зростання рівня урбанізації та формування серед міських жителів нових споживчих переваг на користь туристичного ринку послуг у сільській місцевості;
- виявлення інтересу до етнологічної спадщини, здобутки якої широко використовуються в сфері сільського зеленого туризму;
- посилення екологічних аспектів у контексті нових реформ аграрної та регіональної політики країн ЄС, спрямованих на збереження стану навколишнього середовища, гідне утримання тварин, забезпечення біорізноманіття на сільських територіях тощо.

У ЄС накопичено великий позитивний досвід у використанні різних інструментів стимулювання сільського зеленого туризму в рамках політики сільського розвитку. Широке вивчення та розповсюдження цього досвіду українськими експертами, органами галузевого управління, науковцями та освітянами сприятиме розробці та реалізації різних моделей сільського розвитку з використанням туристичної діяльності.

Наявні світові тенденції швидкого розвитку сільського зеленого туризму пояснюються ще й тим, що даний вид туристичного бізнесу – це:

- по-перше, сфера швидкого обігу капіталу при відносно невеликих капіталовкладеннях;
- по-друге, ефективний засіб використання наявної інфраструктури сільських територій;
- по-третє, можливість створення нових робочих місць на місцевому рівні;
- по-четверте, є сприяючим фактором диверсифікації економіки регіону та галузей, які обслуговують сферу туризму.

Вищезазначене дає підстави зробити висновок, що потрібно брати практичний досвід та застосувати рекомендації світової практики в створенні ефективної моделі розвитку сільського туризму. Адже в умовах подолання негативних наслідків світової кризи, значення зеленого туризму для України, як і будь-якої країни, зростає ще й тому, що саме в цьому виді туризму забезпечується найвища оборотність капіталу, найвища самоокупність вкладених коштів і найдешевше робоче місце. Крім того, на рівні сільських територій зелений туризм може виступати вагомою альтернативою розвитку їх інфраструктури, а також як інноваційний засіб диверсифікації агробізнесу, який сприяє його сталому розвитку та конкурентоздатності аграрної сфери.

Сільський зелений туризм – явище багатостороннє. Соколенко С.І. виділяє два його аспекти, один з яких (враховуючи сучасний стан соціально-економічного розвитку країни) – соціальний. Тому сільський зелений туризм слід розглядати як один із засобів диверсифікації джерел прибутків сільського населення, як компонент комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один з факторів стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект, підкреслює автор, міститься в отриманні додаткових можливостей для популяризації української культури, розповсюдження знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, яка є основою для визнання сільського туризму суспільно цінною та корисною сферою відносин, яка заслуговує на всебічну підтримку з боку держави [27].

Сільський зелений туризм уряд України розглядає як невід'ємну складову програми комплексного соціально-економічного розвитку села та спосіб активізації внутрішнього й іноземного туризму. Одним із головних напрямів державної політики в галузі туризму має бути залучення приватного сектора, особливо в сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму).

Сільський туризм може зробити значний внесок в економіку сільських регіонів. Цей вклад можливо оцінити, констатувавши частку турпродукту в макроекономічних показниках ВВП та зростанні рівня зайнятості. За допомогою сільського туризму можна урізноманітнити місцеву економіку, відкрити нові ринки для реалізації місцевих виробів і послуг, забезпечити нові джерела доходу для фермерів і тих, чий засоби існування під загрозою через зміни в сільському господарстві, а також сприяти створенню нових підприємств. Туризм може бути "додатковим урожаєм" в сільських районах, змінюючи баланс між такою первинною галуззю, як сільське господарство, та сектором послуг.

У багатьох віддалених або прикордонних районах місцеві громади та політичні діячі сприймають сільський туризм як найважливішу рушійну силу

відновлення. Іноді він сприймається як панацея для вирішення всіх проблем, з якими стикаються ці громади. Але надмірна залежність від туризму в районах із слабкою економікою є небезпечною, бо може зробити цей район ще більш уразливим до коливань ринку.

Туризм може принести також соціальну та культурну користь сільським регіонам. Це може бути соціальний і культурний контакт між місцевим населенням і відвідувачами; зросте усвідомлення цінності спадщини й необхідності її збереження як серед відвідувачів, так і місцевого населення; відчуття самотності та єдності місцевої громади зміцниться; місцевий транспорт, інші послуги частіше використо-

уватимуться, а тому зросте їх життєздатність. Саме тому зелений туризм може допомогти сільським громадам знайти нові можливості для розвитку місцевої економіки, підвищити якість їхнього життя, збереже спадщину та соціальні цінності.

Як бачимо, переваг розвитку сільського зеленого туризму є досить багато. Серед них можна виділити характерні позитиви, які забезпечать розбудову виробничої інфраструктури сільських територій, а також такі, що сприятимуть їх соціальному розвитку. Проте незважаючи на різнобічний позитивний вплив СЗТ на розвиток сільських територій, існують також небезпеки, пов'язані з туризмом, які висвітлені в табл. 1.

Таблиця 1.

Позитивні й негативні аспекти розвитку сільського зеленого туризму

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
– диверсифікація економічної діяльності на селі; – забезпечення додаткового попиту на локально вироблені продукти; – збільшення кількості робочих місць в сільській місцевості; – створення нових робочих місць в сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, що забезпечить працевлаштування випускників вищих навчальних закладів; – вирішення демографічної проблеми: молодь залишається на селі завдяки наявності цікавої та перспективної роботи; – диверсифікації джерел доходів для членів сільських громад з використанням власних можливостей та ресурсів селянського господарства; – збереження екологічного стану та привабливості довкілля через зниження техногенного виробничого впливу на природні ресурси; – формування стійкої громадської думки про збереження навколишнього середовища і раціонального природокористування; – пропагування екологічно орієнтованого способу життя серед населення (споживання екологічно чистих продуктів харчування, відпочинок у чистих природних зонах тощо); – підвищення соціально-економічного розвитку сільських територій; – подолання просорової та соціальної ізоляції сільського населення, розбудова соціальних мереж та соціального капіталу на селі; – удосконалення сільської інфраструктури, житлового фонду та комунального облаштування сільських територій; – підвищення культурно-освітнього рівня сільського населення; – відновлення культурних та етнічних особливостей (обрядів, традицій, народних промыслів); – стимулювання розвитку діяльності сфери обслуговування в сільській місцевості, а саме надання туристам послуг: зв'язку, транспортування, торгівлі, комунального та побутового обслуговування, розваг та організації дозвілля; – розширення спектра туристичних товарів та послуг, пропонованих суб'єктами туристичної діяльності, що дасть змогу підвищити їх рентабельність в умовах зниження попиту, спровокованого наслідками фінансової кризи; – формування додаткових конкурентних переваг регіонального туристичного продукту тощо.	– зростання вартості комунальних послуг для місцевого населення; – підвищення ціни на землю й житло, через що виникає фінансовий бар'єр для місцевого населення, і «монополію» на агротуристичне підприємництво в цих населених пунктах отримують «міські» компанії та фізичні особи, які володіють набагато вищими фінансовими ресурсами. Крім конкурентного витіснення місцевого агротурвиробника з його рідного села, помітним стає ще й ефект неприязного ставлення пересічного місцевого населення до розкішних 3–4-зіркових агропансіонів, розбудованих на територіях їхніх селищних рад заїжджими комерсантами; – розбалансування ринку праці через проблеми сезонної зайнятості працездатного населення регіону й відсутності мотивації до якісного сервісу через невисокі зарплати (люди вимушені залипати свою традиційну роботу в сільському господарстві або ремісництві); – скупчення і перенаселення, які посягають на якість життя місцевих жителів; – зіткнення культури місцевого населення та культур відвідувачів; – зростання злочинності та антисоціальної поведінки через нівелювання місцевого культурного рівня, переходу на стандарти масової культури, яку приносять з собою туристи, і появу потреби у вищому рівні життя, ніж це можливо при пересічній зайнятості у сільсько-господарському виробництві; – погіршення якості навколишнього природного середовища через зростання площинного антропогенного тиску на природні комплекси і відсутність в Україні механізмів його жорсткого регламентування й контролю; – втрата мистецької унікальності виробів народних умільців через зростання попиту на їхню продукцію, а відтак, перехід майстрів до спрошеного дрібносерійного продуктування своїх виробів з підкресленням їх сувенірної атрибутики (а не декоративно-ужиткової, як це було раніше); – аматорський підхід до продуктування рекламно-інформаційних матеріалів, випадки неякісної реклами, невідповідність умов обслуговування задекларованим, недостатнє використання всіх каналів маркетингових комунікацій, невміння працювати в інформаційній мережі Інтернет, нерозуміння господарями доцільності об'єднання зусиль з метою лобювання власних інтересів та промоції власного турпродукту тощо; – транспортна віддаленість осередків відпочинку та їх рекреаційна необлаштованість (невідповідність запитам сучасного туриста) та ін.

*Складено автором на основі [18; 26]

Аналізуючи сучасний стан інфраструктури сільського зеленого туризму, слід зазначити, що наразі житлові умови сільського населення потребують істотного поліпшення. Нині це близько 6,2 млн житлових будинків сімейного типу, з яких 16% збудовано до 1943 р., понад 50 – у період з 1944 до 1970 рр., 27% – з 1971 по 1990 рр. і тільки 5,2% сільського житла споруджено за останні п'ятнадцять років. Значну частину житлового фонду збудовано з недовговічних матеріалів, дахи майже 50% будинків вкриті соломом, очере́том і толем, багато з них знаходиться в напіваварійному стані [21]. Також одним із обмежень для розвитку СЗТ в Україні є низький рівень облаштування сільськогосподарських садиб.

У глибокому занепаді знаходяться інші види соціальної сфери українського села. Економічна криза стала також причиною значного руйнування мережі культурно-побутових закладів сільської соціальної інфраструктури, об'єктів освітняського, лікувально-оздоровчого та спортивного призначення. Кравцов С. С. вважає, що джерелами фінансування соціальної розбудови села можуть виступати асигнування державного й місцевих бюджетів, позабюджетних і спеціальних фондів, власні нагромадження підприємств, організацій і громадян, кредитні ресурси, кошти від приватизації майна, благодійних фондів тощо. Важливим важелем економічного впливу суб'єктів господарювання й держави на розвиток соціально-економічних процесів в аграрному секторі є інвестиційна діяльність [13, с. 196].

Законом України "Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу" передбачається, що будівництво в сільській місцевості водопроводів, каналізаційних систем і споруд, мережі газо- й електрозабезпечення, шляхів, об'єктів побуту, житла здійснюється за рахунок державного та місцевого бюджетів [25].

Функції розпорядника цільових державних централізованих капіталовкладень у соціальну сферу села покладаються на органи місцевого самоуправління й місцеву державну адміністрацію, які несуть однакову відповідальність з іншими учасниками інвестиційного процесу за цільове й ефективне їхнє використання. Указом Президента України "Про основні засади розвитку соціальної сфери села" також передбачено створення комфортного життєвого середовища, належних умов праці й відпочинку сільського населення, що забезпечуватиметься шляхом розвитку галузей соціальної інфраструктури села. А це, зокрема, передбачає [24]: сприяння розвитку індивідуального житлового будівництва з використанням гарантій і пільг, передбачених законодавством для сільських забудовників; інвестування з урахуванням фінансових можливостей державного та місцевих бюджетів спорудження житла в трудонедостатніх селах; спрощення порядку оформлення дозвільних документів на житлове будівництво; формування фонду комунального

житла для надання його громадянам на умовах оренди; забезпечення надання пільгових довгострокових кредитів на будівництво (реконструкцію) житла багатодітним сім'ям; здійснення заходів щодо випуску необхідних конструкцій та інженерного обладнання для індивідуального житла; нарощування обсягів будівництва житла для молоді в рамках реалізації програм індивідуального будівництва на селі "Власний дім".

Внаслідок економічних перетворень, які здійснюються в Україні в останні роки, вирішення проблем соціально-економічного забезпечення розвитку сільського зеленого туризму все більше покладається на місцеві органи влади. Однак механізми, за допомогою яких вони можуть впливати на соціально-економічний розвиток села, до теперішнього часу розроблено недостатньо. Не визначено й підходи до організації раціонального використання майна територіальної громади, які б забезпечували взаємовигідне співробітництво всіх її членів. Відповідно до Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні" виконавчі органи міських рад забезпечують збалансований економічний і соціальний розвиток підвідомчих їм територій, ефективне використання природних, трудових і фінансових ресурсів [23]. Конкретні ж процедури реалізації цих повноважень до теперішнього часу не розроблено. Така ситуація призводить до того, що інфраструктура сіл і селищ здебільшого нерозвинута й обмежується стандартним набором закладів державного підпорядкування. Це критично впливає на зацікавленість туристів до сільської місцевості [13].

Зважаючи на низку проблем, пов'язаних із становленням СЗТ на території України, для стимулювання його розвитку важливо врахувати світовий досвід щодо застосування механізмів державної та регіональної підтримки. До них, зокрема, можна віднести:

- податкові канікули та пільги;
- надання дешевих кредитів;
- інформаційна підтримка;
- зниження мита;
- прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів;
- участь у таких проектах ЄС як TACIS щодо підтримки "зеленого" туризму [11].

Зважаючи на те, що суб'єкти малого бізнесу можуть залучатися до рекреаційно-туристського підприємництва та підсобної діяльності шляхом створення підприємств національної кухні, виробництва та збуту виробів народних художніх промислів, продажу туристичного спорядження, з боку держави доречною була б допомога в плані проведення семінарів-тренінгів з питань розвитку сільського зеленого туризму, підготовки інформаційних буклетів, започаткування тематичних освітніх програм на радіо та телебаченні. Як стверджує Гончаров Ю.В., результати

впровадження малого підприємництва у сфері зеленого туризму у регіоні, набутий досвід повинні висвітлюватися та оприлюднюватися на семінарах, засіданнях “круглого столу”, при проведенні тематичних науково-практичних конференцій та виставок [4].

На думку М. Малік, привабливість вибору селянином офіційного статусу підприємця має бути підтримана доступністю для нього переваг учасника прозорих ринків продукції та засобів виробництва, поширення на селянське господарство, що набуло підприємницький статус, переваг одержувача державної допомоги або учасника цільових програм розвитку певних напрямів господарювання, суб’єкта спрощеної системи оподаткування й обліку. Перевагами соціальних зобов’язань особистих селянських господарств мають стати їхня участь у соціально-економічних програмах розвитку територій місцевих громад, прозоре використання залученої робочої сили, участь членів господарства та залучених працівників у системі пенсійного страхування тощо [16].

Слід відмітити, що перед соціальною інфраструктурою також стоять такі завдання:

- створити умови для продуктивної зайнятості та збільшення доходів сільського населення;
- докорінно поліпшити матеріальне становище та підвищити престиж сільської інтелігенції;
- посилити соціальний захист найуразливіших верств сільського населення;
- забезпечити стабільне функціонування, розвиток і підвищення якості соціальної інфраструктури [17].

Саме соціально-економічний фактор постає потужним інструментом формування конкурентоспроможного національного виробництва, капіталізації вітчизняного агропромислового бізнесу та туристичної діяльності, забезпечення сталого економічного зростання, чітко орієнтованого на підвищення добробуту нації. Це потребує удосконалення існуючих механізмів і методів управління агробізнесом (структурним елементом якого є сільський зелений туризм) як з боку окремих суб’єктів господарювання, так і з боку державних інституціональних органів, провідне місце серед яких мають займати ефективні заходи соціального характеру [14, с.16].

В цьому розрізі важливою стає роль соціальної відповідальності бізнесу, яка підкреслює взаємозв’язок між економічними, екологічними та соціальними аспектами, які є складовими сталого розвитку підприємств та впливають на їх діяльність [22]. Гришова І.Ю. зазначає, що соціальна відповідальність бізнесу є можливістю трансформації соціальних проблем в додаткову вартість бізнесу за рахунок реалізації його латентних складових і потенціалом нарощування ринкової вартості бізнесу [6]. Тому дослідження соціально-орієнтованого аспекту розвитку сільського зеленого туризму вказують на те, що дієвим інструментом реалізації соціальної відповідальності агробізнесу

є багатофункціональний розвиток сільських територій, який відбувається шляхом залучення сільськогосподарських виробників до розбудови соціальної інфраструктури села. Окрім здійснення виробництва, тобто задоволення потреб споживачів високоякісною сільськогосподарською продукцією, агробізнес покликаний виділяти кошти на розвиток тих територій, де є переваги розвитку сільського зеленого туризму [3, с.78]. Як зазначає Гришова І.Ю., одним із векторів реалізації соціально-орієнтованого бізнесу є добровільний внесок підприємницького сектора в розвиток суспільства за допомогою використання механізму соціальних інвестицій [7].

Сільський зелений туризм, як перспективний напрям розвитку загального піднесення економічного рівня регіону, на думку Гончарова Ю.В., має передбачати створення мережі установ та організацій, здатних об’єднати та підтримати подібний різновид підприємницької діяльності у межах певного регіону: це можуть бути, як свідчить досвід, агенції сільського туризму, асоціації сприяння розвитку туризму, організаційні центри, спілки тощо. У планах соціально-економічного розвитку регіонів (областей, районних центрів) слід визначити населені пункти, на території яких розвиток сільського зеленого туризму є найбільш перспективним. Створення тут відповідної інфраструктури дозволить додатково залучити кошти під інвестиційні проекти, ефективність яких значною мірою залежатиме від досконалості проведення маркетингових досліджень із розвитку сільського зеленого туризму, створення у регіоні показових садиб з елементами етнографії, формування екскурсійних маршрутів та програм. Важливим також слід вважати проведення засідань робочих комісій (груп), де мають узгоджуватися питання економічного співробітництва між різними формами малого підприємництва у регіоні, зокрема, можливості координованого управління потоками товарів та послуг [4].

Для відродження українського села та розвитку агробізнесу, на думку О. Митяй, повинні продовжитися соціально-економічні перетворення у напрямку розбудови багатоукладної економіки на основі різних форм власності і господарювання та становлення підприємництва [15].

Висновки і пропозиції. Отже, в умовах модернізації агробізнесу необхідною умовою забезпечення диверсифікації зайнятості та доходів сільського населення є розвиток сільського туризму як альтернативного виду діяльності в сільській місцевості. Ефективне функціонування такого виду туризму позитивно впливає на вирішення соціально-економічних проблем агробізнесу та туризму, забезпечує зростання рівня життя та реалізації господарського потенціалу, сприяє збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності, а це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, при-

родні, етнографічні особливості України. Наші подальші дослідження будуть спрямовані на діагностування сучасного стану сільського зеленого туризму, проблем його розвитку та пошук альтернативних варіантів їх вирішення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аніщенко А. П. Зелений туризм як напрям трудової соціалізації сільської молоді в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] / А. П. Аніщенко // Вісник Харківської державної академії культури. – 2014. – Вип. 44. – С. 204-211. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2014_44_28.pdf
2. Васильєва Л.М. Аграрний сектор: оцінка рівня державної підтримки / Л.М. Васильєва, Н. В. Бондарчук // Молодий вчений. – 2015. – № 1 (16). – С. 204-209.
3. Герасименко Ю. Розвиток сільських територій як інструмент реалізації соціальної відповідальності агробізнесу [Електронний ресурс] / Ю. Герасименко. – Режим доступу: http://www.econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17
4. Гончаров Ю. В. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку загального піднесення економічного рівня регіону [Електронний ресурс] / Ю. В. Гончаров // Інтеллект XXI. – 2014. – № 3. – С. 41-45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/int_XXI_2014_3_7.pdf
5. Гордієнко О. Фонди підтримки підприємництва "осідлали" тему сільського туризму в Україні [Електронний ресурс] / О. Гордієнко. – Режим доступу: <http://rfse.od.ua/ua/silskij-turizm-v-ukrajini>
6. 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.
7. Гришова І.Ю. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу / І.Ю.Гришова, Т.С.Шабатура// Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка і менеджмент". Випуск 4, 2014. – С.183-187.
8. Довгаль О. В. Сільський туризм як перспективний напрям підприємництва у соціально-економічному механізмі розвитку села / О. В. Довгаль // Бізнес інформ. – 2013. – № 4. – С. 316-320.
9. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса / М.В. Ефремова – М.: Ось-89, 1999. – 192 с.
10. Закон України "Про Державний бюджет України на 2015 рік" [Електронний ресурс] //Відомості Верховної Ради України. – 2015. – №5 – 170 с. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/80-19>
11. Ілляшенко С. М. "Зелений" туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону [Електронний ресурс] / С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко, В. О. Щербаченко // Економіка України. – 2013. – № 8. – С. 33-39. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/EkUk_2013_8_4.pdf
12. Костриця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика : монографія / М.М. Костриця. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196 с.
13. Кравцов С. С. Економічні умови формування інфраструктури сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] / С.С. Кравцов // Вісник ДІТБ. – 2013. – № 17. – С. 196-200. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vditb_2013_17_34.pdf
14. Атаманчук Ю.М. Соціальна орієнтація державної підтримки підприємств агропродовольчої сфери / В.В. Кужель, Ю.М.Атаманчук // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 5(15). – С.15-16.
15. Лупенко Ю. В. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року /за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.
16. Малік М.Й. Теоретичні засади та напрями трансформації особистих селянських господарств / М. Й. Малік, В.М. Заяць // Економіка АПК. – 2013. – № 5 – С. 87-95.
17. Мамчин М.М. Тенденції розвитку інфраструктури українського села / М. М. Мамчин, І.І. Жагалак, Ю.Я. Добуш // Теорія логістики і маркетингу. – 2007. – № 594. – С. 455-460.
18. Маховка В. Сільський (зелений) туризм як напрям розвитку сільських територій у Полтавській області [Електронний ресурс] / В. Маховка // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2014. – Вип. 19(2). – С. 130-140. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Un_msm_2014_19\(2\)_18.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Un_msm_2014_19(2)_18.pdf)
19. Митяй О.В. Перспективні стратегічні напрямки розвитку внутрішнього ринку АПК в контексті продовольчої безпеки / О. В. Митяй // Економічний форум. – 2014. – № 4. – С. 12-19.
20. Олійник Я. Б. Суспільно-географічні проблеми розвитку продуктивних сил / за ред. Я.Б. Олійника. – К.: Ніка-Центр, 2001. – 195 с.
21. Омельченко О. Як реалізувати потенціал сільського туризму / О. Омельченко // День. – 2005. – №103. – С. 7-8.
22. Панюк Т. П. Роль соціальної відповідальності бізнесу в діяльності молокопереробних підприємств. / Т. П. Панюк // Проблеми і перспективи економіки та управління : науковий журнал / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – № 2 (2). – С. 118-122.
23. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-IV // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – 170 с.
24. Про основні засади розвитку соціальної сфери села: Указ Президента України // Офіційний вісник України, офіційне видання. – 2001. – № 51. – 201 с.
25. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві: Закон України зі змінами від 10.06.2012 // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1990. – № 45. – 602 с.
26. Розвиток сталого сільського туризму [Тематичний довідник] // Видано Асоціацією Євроакадемія та Карпатським фондом в Україні у рамках проекту "Розвиток сталого сільського туризму – зміцнення спроможності лідерів сільського розвитку" за підтримки Єврокомісії, EuropeAid, TACIS, Програми розбудови інституційного партнерства (IBPP). – Ужгород, 2007. – 88 с.
27. Соколенко С. І. Особливості діяльності та розвитку об'єктів зеленого туризму у регіонах та проблеми створення міжнародних кластерів [Електронний ресурс] / С. Соколенко – Режим доступу:http://tourlib.net/statistik_ukr/sokolenko.htm.

УДК 331.105.6:338.48(477)

МАРТИНОВА Н.С., к.п.н.

м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Анотація. В статті визначено основні перешкоди та шляхи їх подолання у стратегічному розвитку соціального партнерства в туристичній освіті в Україні, спираючись на провідний світовий досвід. Доведено, що визначальну роль у створенні дієвої системи соціального партнерства у сфері туризму та туристичній освіті відіграє держава. Ця роль полягатиме у розробці і реалізації стратегічної концепції розвитку соціального партнерства та підтримки конкретних програм співпраці між його суб'єктами. В підготовці кадрів для індустрії туризму України одним з напрямів розвитку соціального партнерства на рівні ВНЗ може стати створення інноваційного освітнього середовища, інтегрованого в майбутню професійну сферу та розвиток практико орієнтованих технологій навчання, здатних забезпечити отримання відповідних професійних компетенцій.

Ключові слова: соціальне партнерство, приватно-державне партнерство, сфера туризму і туристична освіта, інноваційне освітнє середовище

Аннотация. В статье определены основные проблемы и пути их преодоления в стратегическом развитии социального партнерства в туристическом образовании в Украине, опираясь на ведущий мировой опыт. Доказано, что определяющую роль в создании действенной системы социального партнерства в отечественной сфере туризма и туристическом образовании играет государство. Эта роль будет заключаться в разработке и реализации стратегической концепции развития социального партнерства и поддержки конкретных программ сотрудничества между его субъектами. В подготовке кадров для индустрии туризма Украины одним из направлений развития социального партнерства на уровне вузов может стать создание инновационной образовательной среды, интегрированной в будущую профессиональную сферу и развитие практико ориентированных технологий обучения, способных обеспечить получение соответствующих профессиональных компетенций.

Ключевые слова: социальное партнерство, частно-государственное партнерство, сфера туризма и туристическое образование, инновационная образовательная среда

Abstract. In the article basic problems and ways of their overcoming are certain in strategic development of social partnership in the field of tourist education in Ukraine, leaning against leading world experience. It is proved that determining role in creation of the effective system of social partnership the state plays in the domestic sphere of tourism and tourist education. This role will consist in development and realization of strategic conception of development of social partnership and support of the concrete programs of collaboration between his subjects. In training for the Ukrainian tourism industry one of the areas of social partnership at the institutional level could be the creation of innovative educational environment that is integrated into future professional sphere and the development of practice-oriented learning technologies, capable of receiving the relevant professional competence.

Key words: social partnership, private-public partnership sphere of tourism and tourist education, innovative educational environment.

Постановка проблеми. В умовах глобального розвитку світового суспільства особливої значущості набувають тенденції інтеграції, взаємодії між його суб'єктами. Стратегічно важливим у посиленні позицій нашої держави в світі є активна її участь у спільних міжнародних проектах, програмах співробітництва, зокрема в сфері туризму, однієї з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. У пошуку ефективних шляхів реформування професійної туристичної освіти є дуже актуальним вивчення теорії і практики управління співробітництвом на всіх рівнях, визначення дієвих механізмів розвитку партнерських зв'язків та реалізація кращих ініціатив. Одним з таких механізмів є соціальне партнерство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що науковці приділяють значну увагу проблемі розвитку соціального партнерства: з точки зору соціально-економічних відносин (Лукашевич М.П., Новіков В.М., Стеченко Д.М.), як педагогічного явища (Кремень В.Г., Ничкало Н.Г., Пазюра Н.В., Щербак О.І.). На теоретичному рівні проблему становлення, розвитку та поширення практики соціального партнерства в сфері туризму та туристичній освіті досліджують вчені Власова Т.І., Голованов Р.В., Федорченко В.К.

Метою статті є аналіз стану та перспектив розвитку соціального партнерства в туристичній освіті в Україні. Завдання – розглянути категорію “соціальне

партнерство" стосовно професійної освіти в сфері туризму, визначити основні перешкоди та шляхи їх подолання у стратегічному розвитку соціального партнерства в туристичній освіті в Україні, зокрема на рівні ВНЗ.

Виклад основного матеріалу. З часів Радянського Союзу становлення і розвиток соціального партнерства як нового явища громадського життя виникло на початку 50-х р.р. XX ст., коли за профспілками були законодавчо закріплені права для захисту інтересів трудящих. В незалежній Україні система соціального партнерства як ринкове явище почала складатися завдяки радикальним перетворенням в економіці, які в свою чергу породжували принципово нові відносини у сфері праці. Відповідно до цього, одне з визначень терміну *соціальне партнерство* полягає у його розумінні як системи колективно-договірного регулювання соціально-трудових відносин між соціальними суб'єктами шляхом розроблення й реалізації спільних соціально-трудових договорів, програм чи угод на визначені терміни [1, с. 848]. В Україні існує законодавче підґрунтя для розвитку практики соціального партнерства у сфері праці (Кодекс законів про працю, Указ Президента "Про Національну Раду соціального партнерства" (1993), але воно потребує вдосконалення (наприклад, проект Закону "Про соціальне партнерство", представлений на розгляд Верховній Раді України у 2002 р., так і не було прийнято); практичні взаємовідносини на підприємствах за існуючою законодавчою базою часто носять формальний характер. Найбільш поширеною є практика партнерства між органами виконавчої влади, профспілками та об'єднаннями підприємств. Головним здобутком в розвитку практики соціального партнерства можна відмітити перехід від епізодичного спілкування між його суб'єктами до постійної співпраці. Також відбулися позитивні зрушення в громадській свідомості щодо необхідності розв'язання складних соціально-економічних проблем через співпрацю за принципами партнерства [3, с.48].

Історично позитивний досвід зародження соціального партнерства в освіті можна прослідкувати в діяльності сільських шкіл (а саме, земських шкіл) на початку XX ст. Фундаментом поняття виступає термін "соціальна взаємодія" (Н.Л. Віноградова, П.А. Сорокін, Дж.К. Романс, Т. Парсонс); синонімічними є також терміни "соціальний діалог", "співробітництво".

У нинішній системі освіти соціальне партнерство представлено як один з аспектів державно-суспільного управління освітою. В сучасних економічних системах різноманітних рівнів управління відбулися істотні зміни в методах, що використовуються державою для рішення поточних та стратегічних завдань в сфері освіти. З метою пошуку ефективних шляхів вирішення вказаних завдань державою до співпраці все активніше залучається приватний бізнес. Отже, можна говорити про необхідність розвитку приватно-дер-

жавного партнерства (Private-Public Partnership) в сфері освіти – системи довгострокових відносин між державою (суб'єктами, які її представляють) та суб'єктами приватного сектору економіки з реалізації проектів в сфері професійної освіти на основі об'єднання ресурсів та розподілу доходів або немайнових надходжень, витрат та ризиків [5, с.35-36].

Зазвичай соціальне партнерство стосується перетворення трьох складових системи управління: кадрів (компонент, зміна якого спрямована на ініціацію активності професійно-педагогічних об'єднань), фінансів (компонент, зміна якого спрямована на раціональності і відкритості фінансових потоків), інформації (компонент, спрямований на трансляцію громадськості позитивних, конструктивних і перспективних подань про освіту) [4, с.12].

Соціальне партнерство стосовно освіти можна розуміти як:

- партнерство, в яке вступають працівники системи освіти, контактуючи із працівниками інших сфер суспільного відтворення;
- партнерство, що ініціює сама система освіти, як особлива сфера соціального життя, що робить внесок у стан цивільного суспільств [4, с.11]. Саме в такому розумінні, воно дає змогу змінювати, проектувати, апробувати та установлювати нові соціально значущі функції системи освіти.

Як один з найактуальніших напрямків дослідження соціальне партнерство має власний термінологічний апарат, який розкриває його зміст та особливості. В системі відокремлюють суб'єкти: представники влади (органи місцевого самоврядування), недержавні неприбуткові організації, бізнес-середовище тощо. Соціальне партнерство в освіті спирається на певні принципи, серед яких головними є рівноправність сторін і добровільність їх дій та взаємне виконання взятих на себе домовленостей. Як сучасна система соціальне партнерство в освіті включає такі рівні: регіональний, галузевий, територіальний, рівень навчального закладу. Соціальне партнерство здійснюється у різноманітних формах: взаємні консультації, переговори, участь в управлінні організацією. Набуває значення обґрунтування виникнення та функціонування різних моделей соціального партнерства.

У даному дослідженні, нами визначено, що *на рівні навчального закладу соціальне партнерство* – це встановлення взаємин, адекватних ринковим умовам між навчальним закладом і різними суб'єктами співпраці, в тому числі й роботодавцями – споживачами підготовлених цим закладом кадрів.

Ми поділяємо точку зору дослідників [2, с.62-67], які доводять необхідність поширення соціального партнерства в освіті, як одного зі стратегічних напрямків її розвитку. Це викликано: 1) провідною роллю освіти як значущого соціального інституту, одне із

завдань якого – випередження розвитку партнерських взаємозв’язків; 2) спроможністю науки створювати дієві механізми соціальної інтеграції між суб’єктами партнерства.

Зараз у більшості країн ведеться активна робота зі створення умов для розвитку соціального партнерства в освіті, а саме здійснюється: розробка нормативної бази для регулювання відносин між підприємствами різних організаційно-правових форм і установ; розвиток різних форм взаємодії суб’єктів соціального партнерства; організація спеціальних конференцій, спільних нарад, круглих столів за участю органів державної виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, об’єднань роботодавців і галузевих професійних об’єднань, установ освіти тощо.

В Україні досі не створено цілісної багаторівневої системи соціального партнерства в освіті. Така ситуація є наслідком нерозвиненості її правової, нормативної та організаційної бази: відсутня довгострокова програма підготовки фахівців для галузей національної економіки, в закладах освіти часто не вистачає орієнтовних на інноваційні зміни працівників, має місце прихована або агресивна протидія роботодавців, угоди між суб’єктами соціального партнерства часто носять формальний характер. Тому, перспективним напрямом наукових розробок в галузі соціального партнерства стосовно професійної освіти є вивчення процесів появи, прийняття й реалізації освітніх та інших соціальних ініціатив.

В Україні практика соціального партнерства розповсюджена на всіх рівнях освіти, але достатньо систематизована та формалізована в системі професійно-технічної освіти [6, с. 12]. Певний розвиток соціальне партнерство, як співпраця з роботодавцями, дістало й у сфері вищої освіти. Так, державна політика в галузі сприятиме розширенню автономії ВНЗ, що надасть поштовх для створення нових економічних механізмів солідарної участі держави і бізнесових кіл, громадян у забезпеченні рівного доступу до якісної освіти. Також на національному рівні визначено пріоритет збільшення суспільних або приватних інвестицій у професійну освіту та підготовку за допомогою партнерства суспільних і приватних структур. Яскравим прикладом інтеграції освіти, науки та виробництва шляхом створення навчально-науково-виробничих об’єднань є “Київська політехніка” (в рамках Пілотного проекту Міністерства освіти і науки України “Дослідницький університет” НТУУ “КПІ”). Подальший розвиток стосунків з роботодавцями спостерігатиметься у напрямку реалізації низки стратегічних завдань, серед них розроблення ефективних механізмів всебічної адаптації молодих фахівців конкретних виробництв в ринкових умовах.

Нами відзначено, що питанням розвитку співпраці ВНЗ з роботодавцями останнім часом приділяється дуже значна увага. Так, досвід розвитку практики соціального партнерства на цьому рівні

розглядається в дослідженнях, присвячених модернізації системи вищої освіти, зокрема: інтегрованим освітнім закладам, створенню компетентнісно-орієнтовних ВНЗ, формуванню корпоративного освітнього середовища у ВНЗ. Також, проблема розвитку та пошуку оптимальних шляхів співпраці ВНЗ та роботодавців висвітлюється в дослідженнях, предметом яких є створення та розвиток інноваційних структур, зокрема технопарків, бізнес-інкубаторів, т.зв. “організацій, які самонавчаються”.

Відзначимо, що поширення практики соціального партнерства у національній професійній освіті більш стрімко відбувається в сфері технічної та інформаційної освіти, та значно менше в гуманітарній та економічній, зокрема професійній підготовці майбутніх фахівців сфери туризму.

Виходячи з досвіду поширення практики соціального партнерства в туристичній освіті в розвинутих країнах світу (Великобританія, Ірландія, Швейцарія, Франція, США, Австралія) можна стверджувати, що вона є одним з пріоритетних напрямків державної політики в сфері туризму та має всі ознаки системної діяльності. Також відзначимо активну позицію держави та високий рівень ініціативи і відповідальності професійних інституцій, установ формальної та неформальної освіти в формуванні і розвитку системи соціального партнерства в сфері туризму та удосконаленні професійної туристичної освіти.

В Україні поки не створено дієвої системи соціального партнерства в сфері туризму та туристичній освіті. Існують суперечності між інтенсивним розвитком індустрії туризму в державі і екстенсивним формуванням системи підготовки профільних фахівців. Крім того, складнощі додає світова економічна криза та доволі нестабільний розвиток економіки в нашій країні. Це призводить до непрогнозованого розвитку ринку праці. З одного боку, кадрова політика туристичних підприємств України повинна бути спрямована на нарощування і розвиток персоналу (введення нових посад, професій, розподіл функцій серед співробітників і т.д.). Водночас спостерігаються й протилежні тенденції. Керівники підприємств намагаються підвищити продуктивність праці персоналу, яка досягається за рахунок поєднання посад, розширення повноважень в рамках посади, вироблення жорсткіших і гнучкіших варіантів оплати праці і їх комбінацій. Вимоги до професійного рівня претендентів на посади в туристичній сфері постійно зростають.

Тому ми вважаємо, що розвиток системи соціального партнерства в професійній підготовці майбутніх фахівців сфери туризму має свою специфіку. Це, насамперед:

1. Нестійкий рівень розвитку співпраці з роботодавцями, що пов’язане з роз’єднаністю суб’єктів партнерства. До того ж, ініціаторами встановлення партнерських зв’язків поки що виступає тільки одна сторона – профільні навчальні заклади. Тому, пред-

ставники роботодавців повинні стати повноцінними учасниками моделювання освітнього процесу в сфері підготовки майбутніх фахівців сфери туризму.

2. Туристичний сектор економіки – це переважно приватні підприємства малого та середнього бізнесу, що має неоднозначний вплив на розвиток партнерства та потребує пошуку полегшених, мобільних форм співпраці. Можливо, доцільно створювати навчально-тренувальні підрозділи при ВНЗ, які моделюють майбутню професійну діяльність (ця форма співпраці зараз найбільш поширена серед профільних закладів), але при цьому на нашу думку, важливо не віддалятися від підприємств сфери туризму на базі, яких повинно відбуватися фактичне поєднання робочої сили та професійного середовища.

3. Індустрія туризму – одна з пріоритетних сфер розвитку української економіки. Тому формування системи соціального партнерства в сфері туризму повинно відбуватися на основі держаних стратегічних програм (поки є лише проекти), розроблених та узгоджених з урахуванням всіх зацікавлених сторін. При цьому, галузевий ринок праці виступатиме як основний замовник освітніх послуг.

Головним результатом впровадження механізму соціального партнерства в підготовку майбутніх фахівців сфери туризму повинно стати проектування ефективної багатосторонньої структури соціального партнерства як на галузевому рівні, так і на рівні окремих навчальних закладів.

Результати аналізу дозволили нам зробити висновки, що провідні вітчизняні ВНЗ туристичного профілю знаходяться в активній фазі формування нової інноваційної структури управління, основою якої є інтегрований та відкритий навчальний простір, діючий на засадах соціального партнерства. Основною діяльністю ВНЗ поступово становиться не тільки безпосередньо підготовка профільних фахівців для потреб туристичного ринку, а скоріше цільова підготовка кадрів для партнерів, з якими складаються постійні взаємовигідні зв'язки, та утворюються спільні короткострокові і довгострокові комерційні проекти, що передбачають вигоду для всіх сторін партнерства. Такі ВНЗ мають всі передумови для створення та розвитку власної інноваційної інфраструктури.

Серед розповсюджених у туристичних ВНЗ видів інноваційних структур (навчальні лабораторії, віртуальні тренажери, навчальні тренінгові об'єднання тощо) для підготовки майбутніх менеджерів туризму ми вважаємо ефективними мобільні майданчики, діючі в спеціальному середовищі, основна функція яких – навчально-виробнича діяльність за проектним принципом в рамках партнерських програм з представниками туристичного бізнесу.

Спираючись на досвід підготовки студентів у Київському інституті бізнесу та технологій (КІБІТ), що навчаються за спеціальністю "Менеджмент організацій", зазначимо, що засвоєння необхідних профе-

сійних компетенцій можливо за умови розвитку соціального партнерства та впровадження практико орієнтованих технологій навчання, здатних забезпечити інтеграцію в професійну сферу. Вважаємо за доцільне та підтримуємо розвиток так званого навчального підприємництва серед студентів та створення власних бізнес-проектів, що у підсумку дозволить побудувати інноваційну інфраструктуру КІБІТ на основі діючих студентських бізнес-інкубаторів.

Виходячи з аналізу існуючого досвіду створення дієвих схем соціального партнерства у вітчизняних ВНЗ, необхідними умовами розвитку партнерських програм з професійним середовищем є:

- внесення змін в організаційну структуру ВНЗ, з урахуванням всіх складових підготовки, в тому числі в сфері партнерства, тобто стимулювання створення інтегрованих інноваційних структур ВНЗ (навчально-виробничих фірм, лабораторій, філій кафедр на базі провідних підприємств, віртуальних підприємств тощо);
- вдосконалення навчальних планів та програм з метою оптимальної побудови навчального процесу з урахуванням практики партнерства;
- вдосконалення практичної складової підготовки студентів, зокрема забезпечення комплексною практикою та стажуванням в різних туристичних регіонах;
- забезпечення належного засвоєння студентами інформаційно-технологічної складової підготовки (доступ до сучасних інформаційно-пошукових систем, систем бронювання та забезпечення можливості роботи в них, сприяння набуттю активних навичок роботи зі спеціальними програмними продуктами сфери туризму);
- організація та підтримка науково-дослідної діяльності студентів в обраних професійних напрямках;
- стимулювання відповідних структурних підрозділів ВНЗ (відповідні кафедри, відділ практики, відділ працевлаштування) у використанні в навчальному процесі реальних проектів під замовлення підприємств сфери туризму – баз практики (у вигляді курсових проектів, дипломних або магістерських робіт, поточних виробничих завдань);
- здійснення постійного обміну студентами з іншими профільними ВНЗ в різних кутках світу (з метою співставлення досвіду обслуговування туристів та вивчення різних культур), встановлення широких міжнародних зв'язків, в тому числі активна участь у профільних міжнародних програмах (наприклад, TEMPUS, TACIS тощо);
- забезпечення підтримки органами державної влади розробки і впровадження різних інноваційних проектів спільно з МОНМС України,

- а також активна діяльність ВНЗ в діючих державних програмах та проектах;
- соціально-психологічна підготовка та консультації студентів щодо питань партнерства та працевлаштування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сучасна модель соціального партнерства включає широке коло проблем розвитку економіки і соціальної сфери. Соціальне партнерство в освіті виступає як нова форма соціальної взаємодії та складне педагогічне явище.

Соціальне партнерство в сфері туризму та туристичній освіті розглядається нами як участь різноманітних державних, комерційних, суспільних організацій та підприємств індустрії туризму, в тому числі закладів освіти, а також окремих осіб у спільній розробці рішень та збалансованій розподіленій відповідальності. Одна з головних перешкод у розвитку партнерських зв'язків між суб'єктами туристичної діяльності в Україні полягає в тому, що не створено механізмів, які б допомагали розподілити цю відповідальність. Соціальне партнерство у вітчизняній сфері туризму і туристичній освіті носить декларативний, несистемний характер та здійснюється поки що за окремими ініціативами профільних навчальних закладів без належної підтримки з боку держави та бізнес-середовища; всі суб'єкти соціального партнерства роз'єднані. Тому, на наш погляд, потребує ґрунтовного дослідження успішний світовий досвід поширення практики соціального партнерства на всіх рівнях та адаптування його до вітчизняних умов з урахуванням національних та регіональних особливостей. У взаємовідносинах в системі соціального партнерства освіта – держава – бізнес-середовище повинна бути визначальною роль держави.

Саме вітчизняна індустрія туризму, сукупність її суб'єктів визначають специфіку змісту системи соціального партнерства. Це вимагатиме створення ефективної багатосторонньої структури соціального партнерства. На рівні профільних ВНЗ одним з напрямів розвитку соціального партнерства може стати створення інноваційного навчально-виробничого середовища, інтегрованого в майбутню професійну сферу, розвиток якого передбачає використання професійно та практико орієнтованих технологій навчання та отримання студентами професійного досвіду ще в період навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України: [головний ред. В.Г. Кремень]. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
2. Зарубин В., Карстаньє П., Осипов А., Тумалев В. Партнерство в сфері професійного образования: анализ социальных практик // Высшее образование в России. – 2008. – №4. – С. 62–67.
3. Новіков В. Соціальне партнерство / Валерій Новіков // Соціальна політика і соціальна робота. Український науковий і громадсько-політичний часопис. – 2000. – №1 (13). – С. 47–52.
4. Молчанова А.О. Соціальне партнерство в діяльності ПТНЗ: [конспект лекцій з курсу підвищення кваліфікації керівників професійно-технічних навчальних закладів за очно-дистанційною формою навчання] / Алевтина Олександрівна Молчанова. – К.: ТОК, 2007. – 44 с. – (ЦПППО АПН України).
5. Романова Г.М. Апухтин А.В., Нубарян Г.Д. Формирование корпоративной образовательной среды как формы частно-государственного партнерства в гостиничном бизнесе: [Монография]. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 204 с. – (Научная мысль).
6. Тенденції та пріоритетні напрямки діяльності організацій управління освіти, установ і навчальних закладів ПТО на 2009-2010н.р. До підсумкової колегії МОН // Освіта України (спецвипуск). – 21 серпня 2009. – № 61-62 (1042). – С. 1–20.

УДК 657.31:338.48

МОМОНТ Т. В.

м. Житомир

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФАСЕТНОЇ СИСТЕМИ ПРЕДСТАВЛЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ)

Анотація. У статті розглянуто проблемні аспекти представлення бухгалтерської інформації. Проаналізовано основні переваги та недоліки існуючих класифікацій, розглянуто принципово новий підхід до класифікації бухгалтерської інформації – фасетний, який дозволяє усунути недоліки ієрархічної системи. Наведено приклад розробки організації аналітичного обліку на підприємствах туристичної сфери в умовах диверсифікації за допомогою фасетної класифікації бухгалтерської інформації. Доведено, що використання фасетної класифікації дозволить ґрунтовніше представити бухгалтерську інформацію. Застосовано підхід до організації обліку в умовах диверсифікації діяльності, зокрема щодо доходів та витрат на основі фасетної моделі.

Ключові слова: бухгалтерська інформація, управління туристичним підприємством, зовнішня управлінська інформація, внутрішня управлінська інформація, ієрархічна класифікація, фасетна класифікація.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемные аспекты представления бухгалтерской информации. Проанализированы основные преимущества и недостатки существующих классификаций, рассмотрен принципиально новый подход к классификации бухгалтерской информации – фасетный, который позволяет устранить недостатки иерархической системы. Приведен пример разработки организации аналитического учета на предприятиях туристической сферы в условиях диверсификации с помощью фасетной классификации бухгалтерской информации. Доказано, что использование фасетной классификации позволит детально представить бухгалтерскую информацию. Применен подход к организации учета в условиях диверсификации деятельности, в частности доходов и расходов на основе фасетной модели.

Ключевые слова: бухгалтерская информация, управление туристическим предприятием, внешняя управленческая информация, внутренняя управленческая информация, иерархическая классификация, фасетная классификация.

Abstract. The article deals with the problematic aspects of the presentation of financial information. The basic advantages and disadvantages of existing classifications considered a new approach to the classification of financial information – faceted, which eliminates the shortcomings of the hierarchical system. The example of the development of analytical accounting at the enterprises of the tourism sector in terms of diversification using faceted classification of financial information. It is proved that the use of faceted classification will thoroughly introduce accounting information. Applied approach to accounting in terms of diversification, including the income and expenses based on the faceted model.

Keywords: accounting information, management of tourist enterprise, external management information, management information, hierarchical classification Faceted classification.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України, який перебуває в умовах невизначеності і підвищеного ризику здійснення підприємницької діяльності, вимагає від суб'єктів туристичного сектору приділення уваги використовуваним методам управління та оцінці можливості їх зміни. При цьому на перший план висуваються нові інструменти, концепції, методи, в яких знаходять своє відображення інтеграція бухгалтерського обліку, контролю, економічного аналізу та планування в єдину комплексну систему. Рівень управління підприємством значною мірою залежить від повноти, обґрунтованості та достовірності інформації, що міститься в підсистемі бухгалтерського обліку [1, с. 14]. До того ж, бухгалтерська

інформація має бути візуалізована та класифікована належним чином, представлена у відповідності до вимог управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно зазначити, що проблеми розробки та реалізації ефективного представлення бухгалтерської інформації, знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених і спеціалістів, таких як: Кузнецова С. А., Сопко В. В., Сопко О. В., Климчук С. А., Боримська К. П., Блохін Ю. І., Савчук Л. М. та ін. Однак незважаючи на численні наукові розробки, проблематика застосування фасетної системи представлення бухгалтерської інформації підприємствами туристичного сектору в умовах диверсифі-

кації їх діяльності не досліджувалась, тому є актуальною, що й визначило предмет даного дослідження.

Мета статті. Дослідження має на меті проаналізувати основні переваги та недоліки існуючих систем представлення бухгалтерської інформації та розробити принципово нову модель фасетної класифікації бухгалтерської інформації підприємствами туристичного сектору в умовах диверсифікації їх діяльності.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Закону України “Про інформацію”, інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [2]. Зауважимо, що даним нормативним документом не класифіковано як окрему одиницю бухгалтерську інформацію. Однак в Законі України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [3] відповідно до визначення бухгалтерського обліку, яке полягає в тому, що бухгалтерський облік – це процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень, чітко виділено ключове місце бухгалтерської інформації в діяльності суб’єктів господарювання.

Так, Сопко В. В., Сопко О. В. [4] в залежності від середовища формування інформації для управління виділяють: 1) внутрішню управлінську або бухгалтерську інформацію, під якою розуміють документовані відомості про події, процеси, явища, що відбуваються у внутрішньому середовищі суб’єкта управління та викликають зміни в структурі активів, зобов’язань, власному капіталі суб’єкта господарювання і використовуються в процесі управління; 2) зовнішню управлінську інформацію, до якої відносять: матеріали перевірок податкової служби, пояснювальні й довідкові записки, листування з фінансовими й кредитними органами, матеріали цільових обстежень, перевірок, особистих спостережень працівників та аналітиків, спеціальних вибірок тощо. Характерною ознакою, що притаманна бухгалтерській інформації, є її постійне використання в межах конкретної системи управління і в регулюванні відносин із зовнішнім середовищем, тому, розглядаючи зміст та властивості, необхідно виходити із специфіки підприємств, щодо яких формується інформація [4].

Особливо актуальним, на нашу думку, є спосіб класифікації бухгалтерської інформації та можливість її графічного представлення, що значно спрощує процес її сприйняття, метою якого є надання можливості керівництву об’єктивно оцінити досягнення підприємства та розробити стратегію його подальшого розвитку. Інформація, що подається у фінансових звітах, має бути повною, достовірною, варіативною, зрозумілою, а також надаватися користувачам своєчасно.

Як зазначає Кузнецова С. А. [5], бухгалтерська управлінська інформація повинна базуватися на наступних принципах:

- цільова орієнтація – формування та організація видів бухгалтерської інформації повинні забезпечувати адекватність їх змістового наповнення завданнями, що вимагають розв’язку в системі управління;
- ієрархічність – забезпечує орієнтацію інформаційних потоків на конкретного користувача відповідного рівня управління;
- функціональність – визначає тематико-функціональну спрямованість бухгалтерської інформації для забезпечення реалізації різноманітних завдань конкретними користувачами тощо [5].

Надаючи власні визначення бухгалтерській інформації, кожен із зазначених науковців, робить акцент на тих чи інших особливостях, які в свою чергу знаходять відображення в різноманітних класифікаціях.

Виходячи із зазначеного вище, розглянемо особливості представлення бухгалтерської інформації суб’єктами туристичної індустрії в умовах здійснення ними диверсифікації діяльності.

Зазначимо, що класифікація – це високоінтелектуальна діяльність, направлена на розуміння явищ, фактів і процесів, з метою їх впорядкування та розроблення загальних принципів, що пояснюють їх появу і видимий порядок. Розрізняють основні системи класифікації економічної інформації – ієрархічна, фасетна і змішана, яка об’єднує ознаки двох попередніх.

Ієрархічна класифікація встановлює відношення підпорядкування між різними угрупованнями, при цьому послідовно деталізуються якісні властивості об’єктів множин: клас, підклас, група, підгрупа, вид і т.д. Отримана на основі цього процесу класифікаційна схема має ієрархічну структуру. Прикладом ієрархічного представлення бухгалтерської інформації може бути побудова Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов’язань та господарських операцій підприємств й організацій:

- 0-й рівень – план рахунків;
- 1-й рівень – класи рахунків;
- 2-й рівень – назви синтетичних рахунків (рахунки першого порядку);
- 3-й рівень – назви субрахунків (рахунки другого порядку).

Перевагами ієрархічної системи класифікації є простота, наочність, логічність побудови, пристосованість до ручної обробки, використання незалежних класифікаційних ознак у різних гілках ієрархічної структури; недоліками – жорстка структура, яка приводить до складності внесення змін, неможливість групувати об’єкти за заздалегідь непередбаченим сполученням ознак, складність автоматизованої обробки [6].

Усунути значну частку означених недоліків дозволяє принципово новий підхід – фасетна система кла-

сифікації, яка була розроблена Ю. І. Блохіним і Є.О. Панфіловим [7] для класифікації та кодування техніко-економічної інформації. Фасетна система класифікації – порівняно новий напрям у класифікації, що розвивається впродовж останніх років, який став відомим як аналітико-синтетична, або фасетна класифікація [6].

Фасетний метод класифікації полягає у паралельному поділі множини об'єктів на незалежні класифікаційні угруповання (підмножини), послідовність яких задається певною фасетною формулою ($\Phi = (\Phi_1, \Phi_2, \dots, \Phi_n)$). Множина об'єктів, що характеризується деяким набором однакових для всіх об'єктів ознак (фасет), значення яких відповідають конкретним виразам зазначених ознак, може поділятися багаторазово і незалежно [6].

Окрім представлення у вигляді формули, результати фасетної класифікації оформлюються у вигляді спеціальної таблиці, стовпці якої визначають критерії класифікації, а рядки – можливі значення цих критеріїв. Послідовність розташування фасет у таблиці зазвичай відповідає тій, у якій повинні сполучатися всі критерії для отримання інтегрального значення. Порядок сполучення критеріїв дає змогу виявити сутнісний зв'язок між ними. Усередині кожної фасети значення ознак частіше розташовують ієрархічно і порядок при цьому не має великого значення (від простого до складного або навпаки, просторовий або геометричний принцип, хронологічний, історичний або еволюційний). Крім того, зауважимо, що фасетна класифікація не залежна від обмежень традиційної ієрархічної класифікації, дає змогу вільно сполучати критерії для виразу багатоаспектності об'єктів класифікації, їх складності, що дає змогу отримати нові логічні зв'язки між критеріями і вийти на рівень об'єднання елементарних класів у агреговані, що відрізняються один від іншого змістом управлінського рішення [6, 8].

Перевагами фасетної класифікації є гнучкість структури, яка може пристосовуватися до змін у задачах, можливість включати нові фасети чи видаляти старі; недоліками – недостатньо повне використання обсягу через відсутність багатьох із можливих комбінацій фасет, нетрадиційність і незвичайність при використанні ручної обробки даних.

При застосуванні фасетного методу класифікації інформації слід дотримуватися таких основних правил:

- мати достатній обсяг і необхідну повноту, які гарантували б охоплення всіх об'єктів класифікації в заданих межах;
- мати достатню та економічну обґрунтовану глибину;
- мати гнучкість і надмірність для можливого збільшення множини об'єктів, які класифікуються;
- забезпечувати розв'язання всього комплексу задач;

- забезпечувати простоту і автоматизацію процесу ведення класифікатора;
- ознаки, які використовуються в різних фасетах, не повинні повторюватися (принцип взаємного виключення фасетів);
- із усіляких ознак, які характеризують множину об'єктів класифікації, відбираються і фіксуються лише істотні, які забезпечують розв'язування конкретних економічних задач;
- лаконічність, чіткість і ясність класифікаційних ознак [6].

Отже, проаналізувавши особливості фасетної системи класифікації, пропонуємо її застосувати в бухгалтерському обліку з метою розв'язування проблеми представлення бухгалтерської інформації підприємствами туристичного сектору в умовах диверсифікації їх діяльності.

В ході попередніх досліджень нами доведено, що при застосуванні процесів диверсифікації туристичному підприємству слід опиратися в управлінських рішеннях на діловий портфель, в якому всі продукти та послуги слід розмістити відповідно до фаз життєвого циклу (фази впровадження; зростання; зрілості; спадання) та видів туристичного продукту/послуги (рис. 1).

Графічно представлений варіант організації аналітичного обліку на туристичних підприємствах в умовах диверсифікації побудований на основі фасетної моделі інтерпретації аналітичних рахунків. Пропонуємо використовувати чотири фасета першого рівня (Φ_1 "Диверсифікація", Φ_2 "Продукт/послуга", Φ_3 "Фаза життєвого циклу", Φ_4 "Шляхи реалізації").

Якщо впровадження фасетів Φ_1 , Φ_2 , Φ_3 логічно обумовлено інформаційними запитами керівництва туристичного підприємства в ході здійснення диверсифікації діяльності, то впровадження останнього потребує пояснення.

Використання фасету Φ_4 "Шляхи реалізації" є необхідним, виходячи з необхідності покращення збутової політики туристичного підприємства в межах впровадження диверсифікаційної стратегії розвитку. Це дозволить диверсифікувати споживачів туристичного продукту шляхом визначення сегментів ринку. Реалізація туристичних продуктів через Інтернет-магазин розширює регіони продажу без збільшення при цьому витрат на диверсифікацію.

Використання фасетної системи класифікації для відображення організації аналітичного обліку на туристичних підприємствах найкращим чином відповідає вимогам комп'ютерної обробки даних, зокрема і відображенню операцій в комп'ютерних програмах з ведення обліку. Фасетна система класифікації, на відміну від ієрархічної, дозволяє вибирати ознаки класифікації незалежно як одна від одної, що саме і необхідно при комп'ютерній формі ведення бухгалтерського обліку.

Використання даного методу класифікації інформації є умовою оптимізації облікового процесу

і забезпечує наступні переваги при створенні ефективних бухгалтерських моделей ведення бухгалтерського обліку за умови диверсифікації:

- мінімізація витрат на здійснення процесу обліку, скорочення тривалості та кількості помилок у кожному з проаналізованих процесів;
- можливість підготовки до успішного, продуманого та ефективного впровадження інформаційних технологій;
- покращення взаємодії між працівниками та підрозділами компанії;
- наближення до сертифікації за стандартами ISO: 9000.

Зазначимо, що характеристика зазначених оптимізаційних переваг дозволяє включити бухгалтерський облік до бізнес-процесу туристичного підприємства як забезпечуючу складову за умови використання фасетної системи представлення облікової інформації.

Висновки. Отже, в контексті оптимізації процесу ведення бухгалтерського обліку на туристичному підприємстві в умовах диверсифікації з метою забезпечення можливості отримання облікової інформації про формування собівартості туристичного продукту за необхідними розрізами, групуваннями та комбінаціями для цілей аналізу та оцінки ефективності запропоновано новий підхід до організації аналітичного обліку. Він передбачає покладення в основу фасетної моделі інтерпретації аналітичних рахунків та використання чотирьох фасетів першого рівня (Ф1 “Диверсифікація”, Ф2 “Продукт/послуга”, Ф3 “Фаза життєвого циклу”, Ф4 “Шляхи реалізації”). Його впровадження у практику в умовах застосування інформаційно-комп’ютерних технологій дозволить отримати облікову інформацію в будь-яких розрізах, групуваннях та комбінаціях відповідно до інформаційних потреб користувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Боримська К. П. Захист бухгалтерської інформації в обліковій політиці з метою оподаткування: організаційні аспекти / К. П. Боримська // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – № 2. – С. 14-21.

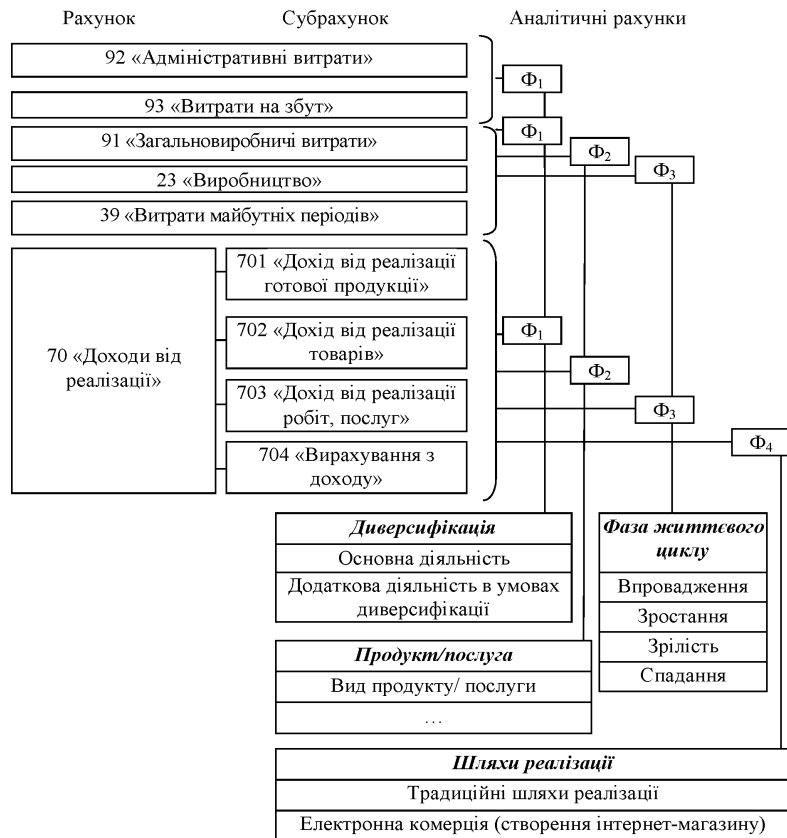


Рис. 1. Запропонований варіант організації аналітичного обліку на підприємствах туристичної сфери в умовах диверсифікації

2. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

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

4. Кузнецова С. А. Організація облікової інформації в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання: [монографія] / С. А. Кузнецова. – Мелітополь: ТОВ “Видавничий будинок ММД”, 2008. – 224 с.

5. Климчук С. А. Стратегія розвитку підприємства: проблематика використання фасетної класифікації / С. А. Климчук // Економічний вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”. – 2013. – № 10. – С. 206-211. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_35

6. Блохин Ю. И. Классификация и кодирование технико-экономической информации // Ю. И. Блохин, Е. А. Панфилов. – М.: Знание, 1975. – С. 64.

7. Савчук Л. М. Фасетна система класифікації лізингових угод / Л. М. Савчук, І. В. Вишнякова // Академічний огляд. Економіка та підприємництво. – 2002. – № 2. – С. 46-51.

УДК 336.71:65.012.12

НЕСТЕРЕНКО Н.В., доц.

ФАТЮХА В.В., к.е.н.

м. Запоріжжя

МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Досліджено концептуальні основи визначення фінансової стійкості комерційного банку та з'ясовано методичні аспекти оцінювання фінансової стійкості банку; проаналізовано фінансову стійкість комерційних банків України на даному етапі; запропоновано напрями підвищення фінансової стійкості комерційних банків в умовах кризи.

Ключові слова: аналіз, активи, банк, капітал, кредити, ліквідність, оцінка стійкості, прибутковність, фінансова стійкість

Аннотация. Рассмотрены концептуальные основы понятия финансовая устойчивость коммерческого банка и определены методические аспекты проведения ее оценки; проанализирована финансовая устойчивость коммерческих банков Украины на данном этапе; предложены пути повышения финансовой устойчивости коммерческих банков в условиях кризиса.

Ключевые слова: анализ, активы, банк, капитал, кредиты, ликвидность, оценка устойчивости, прибыльность, финансовая устойчивость

Abstract. The article describes the basis of the concept of financial stability of commercial banks and identified methodological aspects of its assessment; It analyzes the financial stability of commercial banks in Ukraine at this period; offered ways of improving the financial stability of commercial banks in a crisis.

Key words: analysis, assets, bank, capital, credit, liquidity, evaluation of stability, profitability, financial stability.

Постановка проблеми. Криза, у якій опинилася банківська система України і яку наразі переживає, є найглибшою за часи існування незалежної України. За останні два роки понад 60 банків оголошено неплатоспроможними, серед яких не тільки малі, а й системні банки. Значна кількість банків, які зараз функціонують в Україні, несуть збитки та відчувають великі труднощі у підтриманні своєї фінансової стійкості. Втрата фінансової стійкості безпосередньо загрожує банкрутством окремим комерційним банкам і може призвести до колапсу усієї банківської системи України. Тому питання щодо вдосконалення механізму забезпечення фінансової стійкості комерційних банків саме в сучасних кризових умовах їх функціонування в Україні є не лише актуальним, а вкрай необхідним.

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, О.П. Тимошенко, А.Ю. Юданов, І.В. Ларіонова, І.М. Васькович, М.Н. Крейніна, Н.М. Шелудько, Є.В. Склеповий та інші. Але існує гостра необхідність у розробці нових підходів до вдосконалення механізму забезпечення фінансової стійкості комерційних банків, які б враховували саме проблеми сьогодення України. Адже фінансова криза в Україні безпрецедентна і її неможливо подолати, використовуючи старі методи та “ре-

цепти”, які були застосовані у попередні рази, наприклад у розпал кризи 2008 року. Необхідні нові інструменти й новий погляд на вирішення цієї проблеми.

Мета статті. Основною метою даної статті є проведення аналізу фінансової стійкості комерційних банків України на сучасному етапі та розробка рекомендацій щодо вдосконалення механізму забезпечення їх фінансової стійкості в кризових умовах функціонування. Вищезначена мета зумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- визначити методичні основи механізму управління фінансовою стійкістю комерційних банків;
- проаналізувати фінансову стійкість комерційних банків України на сучасному етапі;
- запропонувати напрями підвищення фінансової стійкості комерційних банків в умовах кризи.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи категорію “фінансова стійкість банку” ми визначили велику кількість розбіжностей у її трактуванні, та ще більшу невизначеність у методиках її оцінюванні та методах управління нею. Існує два наукові підходи до визначення фінансової стійкості банку. Перший акцентує увагу на фінансовій стійкості банківської системи загалом. Інший розглядає безпосередньо забезпечення фінансової стійкості окремих банків. У своїх подальших дослідженнях ми будемо дотримуватися другого підходу, адже вважаємо за доцільне першочергове зміцнення фінансової стійкості саме окремих

банків, а стійкість кожної окремої банківської установи забезпечує ефективне та стабільне функціонування всієї банківської системи України. Отже “фінансова стійкість комерційного банку” це фундаментальна якісна характеристика його фінансового стану. Вона визначається достатністю, збалансованістю та оптимальним співвідношенням фінансових ресурсів і активів за умов підтримання на достатньому рівні ліквідності й платоспроможності, зростання прибутку та мінімізації ризиків, і забезпечує можливість витримати непередбачені втрати і зберегти стан ефективного функціонування.

Для визначення фінансової стійкості комерційного банку необхідно проаналізувати його стан за такими напрямками: розрахувати рівень капіталізації, проаналізувати якість активів, якість зобов’язань, рівень платоспроможності та ліквідності, рівень прибутковості, якість управління капіталом, активами, зобов’язаннями, платоспроможністю, ліквідністю та прибутковістю, рівень чутливості банку до ризиків та якість управління ними. На відміну від підходів, що зосереджують увагу на кількісному вираженні фінансової стійкості у вигляді відповідних фінансових показників, ми пропонуємо якісно оцінювати діяльність банку з позицій усіх напрямків формування його активів і пасивів, адже фінансова стійкість банку не може характеризуватися лише набором певних показників (ліквідність, прибутковість, якість активів та ін.), а вимагає комплексного методичного підходу.

Існуючі підходи до оцінки фінансової стійкості банку базуються на використанні таких основних методів: інтегральний, коефіцієнтний, рейтинговий і експертний. Який із них використовувати, залежить від суб’єктів, що проводять аналіз. Їх можна класифікувати, і в залежності від цієї класифікації, визначити, які саме методи та показники доцільно використовувати у тому чи іншому випадку.

Наприклад на макрорівні використовується статистика індикаторів фінансової стійкості, яка є новим напрямом економічної статистики, що враховує сукупний вплив різних факторів на стійкість фінансових установ. Індикатори фінансової стійкості депозитних корпорацій (банків) містять інформацію щодо достатності капіталу, якості активів, прибутку та рентабельності, ліквідності, чутливості до ринкового ризику. Ці індикатори фінансової стійкості розраховуються і поширюються для використання в макропруденційному аналізі. Такий аналіз містить оцінку та контроль за сильними сторонами та вразливими місцями фінансових систем з метою підвищення фінансової стійкості, зокрема зниження імовірності краху фінансової системи. Національний банк України складає та поширює 12 основних та 14 рекомендованих індикаторів фінансової стійкості депозитних корпорацій. Серед яких такі: співвідношення регулятивного капіталу до зважених за ризиком активів; співвідношення недіючих кредитів без урахування резервів до капіталу; співвідношення недіючих кредитів до сукупних валових

кредитів; норма прибутку на активи; норма прибутку на капітал; співвідношення процентної маржі до валового доходу; співвідношення ліквідних активів до сукупних активів; співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов’язань; співвідношення чистої відкритої позиції в іноземній валюті до капіталу та інші.

Національний банк України зацікавлений у дотриманні законодавства і нормативних актів НБУ; виконанні обов’язкових нормативів банку; достатності капіталу банку; обмеженні зобов’язань банку; ліквідності балансу; максимальному розміру кредитних ризиків; здійсненні заходів щодо запобігання банкрутства банків. Отже НБУ аналізує усі індикатори фінансової стійкості.

Засновники банку зацікавлені у здатності банківського менеджменту забезпечувати стабільний розвиток банку, у зростанні прибутку, інвестиційної привабливості бізнесу; зацікавлені у гарантованій виплаті дивідендів; виконанні стратегії банку; ефективності організації грошових потоків. Тому головним критерієм для засновників виступають показники прибутковості.

Аудиторські компанії враховують повноту, достовірність і точність відображення в обліку і звітності витрат, доходів (збитків) і фінансових результатів діяльності банку; визначають дотримання законодавства і нормативних документів, які регулюють правила ведення обліку і складання звітності, методології оцінки активів і пасивів. Отже вони аналізують насамперед капітальну базу, ліквідність, прибутковість, якість активів.

Державна податкова служба перевіряє правильність виконання податкових зобов’язань перед бюджетом, і зацікавлена у прибутковості банку. Адже чим більший прибуток, тим більше відрахування до бюджету.

Клієнтів банків цікавлять структура балансу; аудиторські висновки; динаміка зростання активів і пасивів; вплив банківських ризиків; умови проведення депозитної політики; кредитний процес; рівень процентних ставок; тривалість роботи на ринку позикового капіталу, валютному ринку і ринку цінних паперів; розвиток сучасних банківських технологій і використання нових банківських продуктів; маркетинг; рівень, якість і швидкість обслуговування клієнтів; величина банку і наявність у нього філій; місце розташування; імідж банку. Цей інтерес може бути реалізований у тому числі у дослідженні показників капітальної бази, ліквідності, прибутковості, якості активів.

Рейтингові агентства проводять ранжування банків за обсягом і динамікою власного капіталу, активів, пасивів і прибутку; розраховують інтегральні коефіцієнти надійності; класифікують банки за ступенем кредитоспроможності. Таким чином вони орієнтовані на розрахунок основних показників діяльності банку із розрахунком інтегрального показника.

І наразі у оцінюванні та забезпечуванні фінансової стійкості зацікавлені самі банки (внутрішня оцінка).

Вони досліджують достатність капіталу; ефективність системи внутрішнього контролю; якість і узгодженість активу і пасиву балансу за термінами і сумами; ліквідність і платоспроможність банку; прибутковість; ефективність окремих напрямів роботи банку; конкурентоспроможність банківських продуктів; здатність швидко реагувати на зростання потреб клієнтів.

Забезпечення фінансової стійкості банку досягається завдяки налагодженій системі управління фінансовою стійкістю. Безпосереднє управління здійснюється на мікрорівні топ-менеджерами банку, та опосередковано – Національним Банком України шляхом встановлення обов'язкових до виконання нормативів.

Механізм управління фінансовою стійкістю комерційних банків – це сукупність методів та інструментів управління, що суб'єкти управління застосовують і спрямовують на забезпечення фінансової стійкості комерційних банків [4]. Даний механізм є цілісною системою взаємопов'язаних елементів, що відображають відповідні заходи банківського менедж-

менту з управління фінансовою стійкістю банків. З метою чіткого розподілу методів управління та функціональних обов'язків суб'єктів управління фінансовою стійкістю у механізмі необхідно виділити відповідні блоки й елементи. Кожний блок даного механізму складається з певних елементів, які, в свою чергу, йому підпорядковані та визначають зміст того чи іншого блоку. На рис. 1 зображено механізм фінансовою стійкістю комерційного банку [5].

Отже досягти фінансової стійкості можна лише за умови злагодженого функціонування цього механізму. Суб'єктами управління на макрорівні є органи банківського регулювання, на мікрорівні керівництво банку. В процесі управління кожен на своїй ланці використовує такі методи як планування, аналіз, зовнішня (внутрішня) оцінка, зовнішнє (внутрішнє) регулювання та контроль. З боку державних органів банківського регулювання використовуються економічні та адміністративні інструменти управління. З боку керівництва банку використовують інструменти, що безпосередньо впливають на рівень капіталізації, якість активів, якість зобов'язань, рівень прибутковості, рівень ліквідності й платоспроможності, рівень чутливості банку до ризиків і якість управління ними. Необхідно також враховувати дію зовнішніх та внутрішніх факторів. Вплив внутрішніх факторів безпосередньо можна прогнозувати, та нівелювати у тому випадку, коли вони мають негативну дію. Вплив зовнішніх чинників змінити не можна, але його необхідно оцінювати та враховувати у діяльності банку, та за потреби адаптуватися до нових умов функціонування. Отже ми бачимо, що фінансова стійкість охоплює майже всі складові, які характеризують фінансовий стан банку.

Пропонуємо для використання на мікрорівні економічні показники, що згруповані у наступні чотири групи. Першу групу показників фінансової стійкості банків утворюють показники, які характеризують їх забезпеченість власним капіталом і незалежність у залученні вільних коштів грошового ринку. У другу групу об'єднані показники оцінки ділової активності, які дозволяють проаналізувати її рівень через взаємозв'язок оцінки ресурсного потенціалу банків та його використання як в цілому в активах, так і в окремих вкладеннях у кредитний портфель, в інвестиції і матеріально-технічне забезпечення. У третю гру-

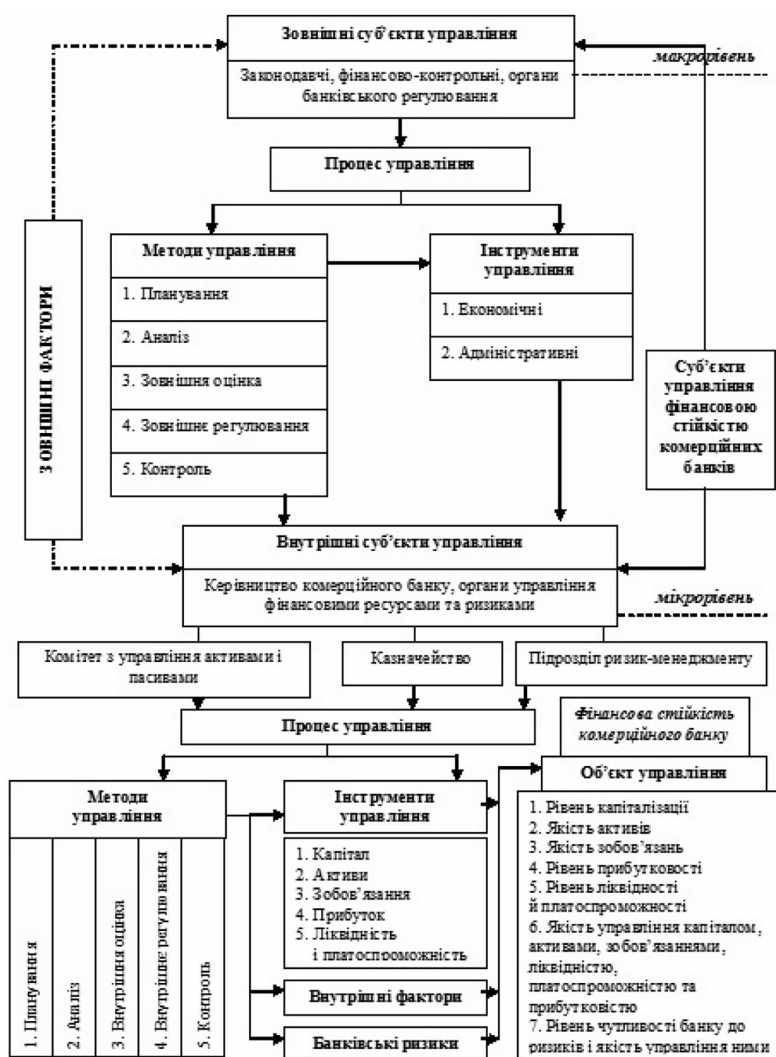


Рис. 1. Механізм управління фінансовою стійкістю комерційного банку

пу входять показники, призначені для оцінки ліквідності банків, щодо їх здатності перетворювати активи в готівку для погашення зобов'язань перед кредиторами, інвесторами, акціонерами та клієнтами за їх поточними, депозитними і вкладними рахунками. У четвертій групі об'єднані показники, що застосовуються для оцінки ефективності управління банками. Основним чинником тут виступає прибутковість [5].

Проаналізуємо фінансову стійкість комерційних банків України на даному етапі.

На рис. 2 зображено кількісні зміни в банківській системі України. На рисунку бачимо, що починаючи з початку 2008 р. по 2014 р. кількість банківських установ незначно коливалася у межах 175-180 банків. Із них близько 50 банків це установи із іноземним капіталом. За 2014-2015 р.р. відбулося різке зменшення кількості банків. Станом на 01.01.2016 р. залишилося близько 120 банків, із них 40 банків із іноземним капіталом. Таким чином загальний обсяг банківських установ скоротився більше ніж на 60 одиниць. Для порівняння: за період 1998-2013 років (15 років) з ринку було виведено 34 неплатоспроможних банку і вкладники отримали від Фонду гарантування вкладів фізосіб 5,8 млрд. грн..

А за 2014-2015 роки вже виведено 63 банку та виплачено вкладникам 54 млрд. грн. Банківська система України втратила 230 млрд. грн. або 9% ВВП України [7].

На рис. 3 зображено динаміку регулятивного капіталу банків та фінансових результатів. На рисунку ми бачимо чітку тенденцію до зниження регулятивного капіталу банків, якраз внаслідок того, що вони мають від'ємний фінансовий результат, який й покривають за рахунок власного капіталу. Таким чином можна констатувати, що наразі банківська діяльність в Україні глибоко збиткова. Необхідно зазначити, що за аналізований період, деякі банки таки збільшили свій регулятивний капітал, але це відбулося внаслідок вливання додаткових коштів власниками банків, з метою запобігання банкрутства фінансових установ.

У табл. 1 подано значення економічних нормативів, які встановлено НБУ, для комерційних банків [6].

Норматив достатності (адекватності) регулятивного капіталу (його рівень повинен бути не менше 10 %) протягом вищезазначеного періоду зменшувався. Ще станом на 01.01.2014 р. він становив 18,26%; у 2015 р – 15,6%; а станом на початок 2016 р – 12,31%. Як бачимо, достатність капіталу знижується і це є досить несприятливим показником.

Норматив миттєвої ліквідності встановлюється з метою контролю за спроможністю банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань за

рахунок високоліквідних активів (коштів у касі та на кореспондентських рахунках), його рівень повинен бути не менше 20 %. Станом на 01.01.2014 р. цей норматив становив 56,99%; станом на 01.01.2015 р. – 57,13%, а станом на 01.10.2015 р. – 78,73%. Динаміка цього показника є позитивною та знаходиться у межах достатнього рівня.

Норматив поточної ліквідності встановлюється для визначення збалансованості термінів і сум ліквідних активів та зобов'язань банку, нормативне значення повинно бути не менше 40 %. Протягом останніх трьох років цей норматив становив відповідно 80,86%; 79,91%; 79,98%, тобто не дивлячись на те, що динаміка нормативу має негативну тенденцію, він залишається у межах допустимого рівня.

Норматив короткострокової ліквідності визначається як співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань, його рівень має бути не менше 60 %. Аналіз нормативу короткострокової ліквідності показує, що станом на початок 2014 р. його рівень становить 89,11%, на початок 2015 р. – 86,14%, на початок 2016 р. – 92,87%, тобто всі показники ліквідності залишаються в межах норми.

Норматив великих кредитних ризиків за останні три роки зріс майже вдвічі із 172,05 на початок 2014 р. до 364,14 у 2016 р. Це свідчить про підвищення ризикованості кредитної діяльності та погіршення якості сукупного кредитного портфеля.

Норматив загальної суми інвестування встановлюється для обмеження ризику, пов'язаного з операціями вкладання (прямого чи опосередкованого)

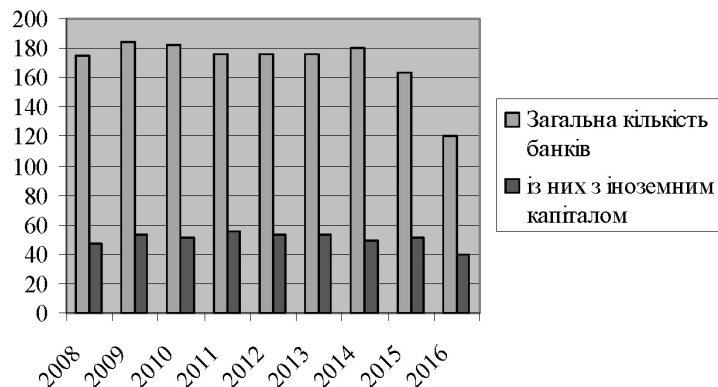


Рис. 2. Динаміка кількісних змін в банківській системі України

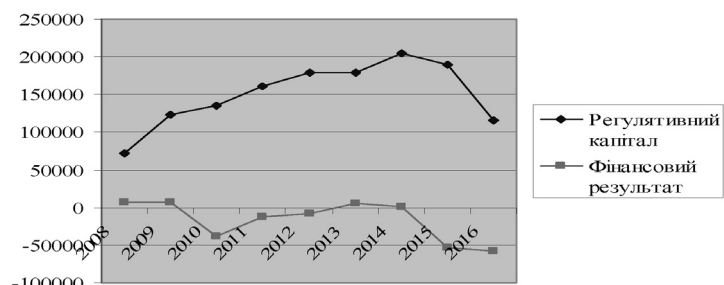


Рис. 3. Динаміка сукупного регулятивного капіталу та фінансових результатів комерційних банків України

Таблиця 1.

Значення економічних нормативів по системі банків України за 2008-2016 роки (на початок року)

Норматив	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Регулятивний капітал (млн. грн.) Н-1	72264704	123065598	135802128	160896945	178454	178908,9	204 975,9	188948,9	129816,9
Норматив достатності (адекватності) регулятивного капіталу (не менше 10 %) Н-2	13,92	14,01	18,08	20,83	18,9	18,6	18,26	15,60	12,31
Норматив миттєвої ліквідності (не менше 20 %) Н-4	53,60	62,38	64,45	58,80	58,48	69,26	56,99	57,13	78,73
Норматив поточної ліквідності (не менше 40 %) Н-5	75,31	75,16	72,90	77,33	70,53	79,09	80,86	79,91	79,98
Норматив короткострокової ліквідності (не менше 60 %) Н-6	39,93	32,99	35,88	91,19	94,73	90,28	89,11	86,14	92,87
Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (не більше 25 %) Н-7	22,56	23,04	21,56	21,04	20,76	22,10	22,33	22,01	22,78
Норматив великих кредитних ризиків (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу) Н-8	171,06	187,36	169,21	161,20	164,46	172,91	172,05	250,04	364,14
Норматив загальної суми інвестування (не більше 60 %) Н-12	9,05	5,52	3,12	3,35	3,24	3,48	3,15	2,97	1,1

коштів банку до статутних капіталів будь-яких юридичних осіб, що може призвести до втрати капіталу банку. Цей норматив характеризує використання капіталу банку для придбання акцій (паїв/часток) будь-якої юридичної особи і є непрямим показником активності інвестиційної діяльності банків. У 2008 р. цей показник мав значення 9% (при нормі не більше 60%), а у 2016 р. впав до 1,1%. Це свідчить про припинення інвестиційної діяльності банку. Все це у сукупності із погіршенням якості кредитного портфеля й призводить до зниження рентабельності. Адже основний дохід банкам приносить кредитно-інвестиційна діяльність.

Показник рентабельності активів станом на 01.01.2014 р. становив 0,12%; станом на 01.01.2015 р. він має від'ємне значення та дорівнює – 4,07%; станом на 01.01.2016 р. рентабельність активів також має від'ємне значення та негативну тенденцію до зниження – 8,58%.

Таким чином можна зробити висновки про неефективну діяльність комерційних банків. Банки зазнають збитків, внаслідок чого скорочується капітал банків і триває тенденція до погіршення їх фінансової стійкості та ефективності діяльності. Загалом банкам вдається підтримувати ліквідність на належному рівні за рахунок того, що в структурі активів переважають активи в первинні та вторинні резерви – вони є ліквідними, але не прибутковими. Обсяг прибуткових кредитних та інвестиційних операцій суттєво знизився і це проблеми

не окремих банків, а загалом вітчизняної банківської системи. Криза є системною, і подолати її неможливо без втручання державних механізмів стабілізації.

Регулятор вживає заходів як у сфері подолання кризових явищ, так і у сфері нагляду та контролю за банками. Наприклад з метою покращення механізмів регулювання та нагляду за банками НБУ визначив нові критерії для окремих груп банків на 2016 рік. Про це йдеться в рішеннях Комітету регулювання та нагляду від 31 грудня 2015 року №657. Відтепер банки будуть поділятися на такі групи: банки з державною часткою (в яких держава володіє часткою понад 75%); банки іноземних банківських груп (банки, власниками контрольних пакетів акцій в яких є іноземні банківські установи); група І (банки, частка активів яких більше 0,5% активів банківської системи); група ІІ (банки, частка активів яких менше 0,5% активів банківської системи). Наразі до групи банків із державною часткою належить 7 банків (Ощадбанк, Укресімбанк, Укргазбанк, Родовід банк, Розрахунковий центр, Держзембанк, УБРР). Серед банків іноземних банківських груп виділяються Промінвестбанк, Райффайзен Банк Аваль, Сбербанк Росії, Укрсоцбанк (Юнікредитбанк) та інші. Враховуючи також й ці нововведення, аналітиками, на базі офіційної статистики українських банків, наданої НБУ, було складено рейтинг найнадійніших банків України 2015–2016 року. Під надійністю

банку приймалась здатність фінансового інституту пручатися несприятливим факторам. Це поняття характеризує комерційний банк як грошово-кредитний інститут, здатний ефективно реалізовувати доручені йому функції, виконувати свою економічну роль та всі зобов’язання перед акціонерами і клієнтами. Однак зауважимо, що надійність і ймовірність дефолту – поняття різні. Банк, що має високий рівень надійності, може зіткнутися з найсильнішим впливом негативних і малопередбачуваних факторів, які здатні привести до його банкрутства, у той час як банк із задовільним рейтингом продовжить працювати, оскільки в результаті збігу обставин уникне негативного впливу таких факторів. Також необхідно враховувати політичні ризики. Надійність банку є складовою фінансової стійкості, яка у свою чергу свідчить про наявність певних умов для ефективного використання ресурсів протягом тривалого періоду.

Отже при складанні рейтингу найбільш надійних комерційних банків, що функціонують в Україні, враховувалася здатність банку без затримки повернути депозити, якщо у нього з’являться фінансові проблеми або проблеми з погашення кредитів і зростанні заборгованості клієнтів, а також рівень підтримки акціонерів і держави. Важливу роль відігравав фактор власника з погляду поповнення капіталу і ліквідних ресурсів, що є основою стійкості в стресових умовах. Жоден банк, який належить державі або міжнародним фінансовим холдингам, не був визнаний неплатоспроможним. Отже у ТОП-15 станом на січень 2016 р. увійшли “Ощадбанк” (державою гарантується 100% вкладів), Укрексімбанк (державний), Креді Агріколь Банк (Credit Agricole, Франція), Укрсиббанк (BNP Paribas Group, Франція), Райффайзен банк Аваль (Raiffeisen Bank, Австрія), Сітібанк Україна ((Citigroup, США), ІНГ Банк Україна (ING Group, Нідерланди), Кредобанк (PKO Bank Polska, Польща), ПроКредитБанк (ProCredit Bank, Германия), Правекс-банк (Intesa Sanpaolo, Італія), Укрсоцбанк – Юнікредитбанк (ABN Holdings, Люксембург), Укргазбанк (державний), ПУМБ (СКМ Фінанс), ОТП Банк (OTP Bank, Венгрія), ПриватБанк (Група приват). Банки, що увійшли до рейтингу надійних є системними банками за версією НБУ. Основними критеріями системної важливості є загальний розмір активів, зобов’язань юридичних і фізичних осіб, системні взаємозв’язки в банківській системі (обсяг міжбанківського кредитування) і обсяг кредитування найважливіших секторів економіки.

Висновки та пропозиції. Отже наразі банківська система України знаходиться в кризовому стані. Подолання кризи можливе лише за умов стабілізації економіки в цілому. Банкам вдається втримувати свою ліквідність лише через те, що вони розміщують свої активи у первинні та вторинні резерви (готівку, кошти на поточних рахунках у НБУ), тому що не ризикують вкладати їх у високодохідні активи. Ті ж банки, що не зменшують обсягів кредитування, поступаються

якістю кредитного портфеля. Незадовільна якість кредитного портфеля автоматично підвищує ризик та веде до формування додаткових резервів під кредитну заборгованість, а саме це у більшості банків і є причиною їх збитків. Інвестиційна діяльність майже всіх банків заморожена. Маємо ситуацію коли з одного боку не зростають обсяги депозитів після потужного їх відтоку, тобто банки не мають залучених коштів. З іншого боку й розміщувати ці кошти у високодохідні активи ризиковано, тому що кредитування економіки в таких умовах проблематично. В умовах падіння обсягів виробництва, товарообороту, капітальних вкладень, погіршення фінансово-господарського стану, суб’єкти господарювання не можуть собі дозволити обслуговування кредитів. Альтернативою залишається кредитування споживчих потреб фізичних осіб, але й попит на споживчі кредити впав через зменшення реальних доходів на душу населення. Маємо замкнуте коло. Таким чином “одужання” банківської системи можливе лише за умов виходу економіки із кризи та відновлення росту ВВП.

На мікрорівні, враховуючи, що забезпечення фінансової стійкості банківських установ в значній мірі залежить від досконалості методів управління ризиками та їх відповідності сучасному глобальному середовищу, банкам необхідно постійно вдосконалювати моніторинг системи банківських ризиків; відстежувати найбільш значущі ендегенні та екзогенні фактори, які виводять банки з рівноваги; вимірювати їх вплив на фінансову стабільність, з метою виявлення найбільш небезпечних з них та розробляти комплекс дій для мінімізації їх впливу. Наразі банкам залишається вести обережну зважену політику, як у сфері управління пасивами, так і у сфері розміщення фінансових ресурсів у активи. Банкам необхідно переорієнтуватися та пропонувати клієнтам альтернативні послуги та збільшувати рівень не відсоткових доходів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барановський О.І. Фінансові кризи: передумови, наслідки і шляхи запобігання: монографія / Барановський О.І. – К.: КНТУ, 2009. – 754 с.
2. Ключко Л. А. Моделювання фінансової стійкості комерційного банку на підставі кількісного аналізу та прогнозування тенденцій основних показників його діяльності / Л. А. Ключко // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 5. – С. 55–56.
3. Коваленко В.В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика: монографія / Коваленко В.В. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2010. – 228 с.
4. Кочетков В. М. Методологічні аспекти визначення фінансової стійкості комерційного банку / В. М. Кочетков // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. – Вип. 4. – К.: КНЕУ, 2010. – С. 293–300.
5. Михайлюк Р. В. Основні критерії оцінювання фінансової стійкості комерційного банку / Р. В. Михайлюк // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. Т. 17. – Суми : УАБС НБУ, 2006. – С. 224–232
6. <http://www.bank.gov.ua/>
7. <http://forinsurer.com/rating-banks/>

УДК 308+364+368(075.8)+351.84

НІКІТЧИНА О.В.

м. Житомир

МІКРОСТРАХУВАННЯ ЯК ПІДґРУНТЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті висвітлено основні особливості розвитку добровільного медичного страхування, досліджено роль мікрострахування та обґрунтовано шляхи розвитку добровільного медичного страхування.

Ключові слова: добровільне медичне страхування, мікрострахування, страховий випадок, страхові програми.

Аннотация. В статье отражены основные особенности развития добровольного медицинского страхования, исследована роль микрострахования и обоснованы пути развития добровольного медицинского страхования.

Ключевые слова: добровольное медицинское страхование, микрострахование, страховой случай, страховые программы.

Abstract. The article highlights the main features of voluntary health insurance, investigates the role of microinsurance and reasonable ways of voluntary health insurance.

Key words: voluntary medical insurance, microinsurance, insurance case, the insurance program.

Постановка проблеми. Впровадження медичного мікрострахування дозволяє не лише знизити обсяги тіньових (кишенькових) витрат на оплату медичних послуг, але й досягти більш цілеспрямованого та більш ефективного фінансування системи охорони здоров'я, порівняно з витратами, здійснюваними через державний бюджет. Страхові компанії, маючи на меті підвищення прибутковості своєї діяльності та мінімізацію обсягів страхових виплат, будуть зацікавлені у підвищенні кваліфікації медичного персоналу, у проведенні своєчасних обстежень застрахованих осіб, профілактиці та зменшенні негативних наслідків різних хвороб. Результатом цього стане підвищення якості медичних послуг, покращення забезпеченості лікарень необхідним обладнанням, лікарськими препаратами тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі розвитку добровільного медичного страхування із використанням мікрострахування присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Окремої уваги заслуговують роботи Е. Моссіалос, С. Томпсон, М. Борди, Н. Нагайчук, Н. Ткаченко, Т. Стецюк, В. Стеценко, О. Смирнової, Г. Мишкіної, Н. Грищенко та інших.

Мета статті полягає в дослідженні теоретичних засад добровільного медичного страхування та вивчення ролі мікрострахування в забезпеченні соціального захисту громадян.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Закону України "Про страхування", страхування медичних витрат разом із медичним страхуванням (безперервним страхуванням здоров'я) та страхуванням на випадок хвороби відносяться до переліку добровільних видів страхування, що можуть здійснюватись страховими компаніями на страховому ринку України.

Добровільне медичне страхування має на меті забезпечити страхувальникові (застрахованому) гарантії повної або часткової компенсації страховиком додаткових витрат, пов'язаних із зверненням до медичної установи за послугою, яка надається згідно з програмою добровільного медичного страхування.

Поява добровільної форми медичного страхування зумовлена тим, що обсяг послуг й умови надання медичної допомоги за програмами обов'язкового медичного страхування обмежені. Добровільне медичне страхування має на меті забезпечити застрахованій особі гарантії повної або часткової компенсації страховиком додаткових витрат, пов'язаних із зверненням до лікувально-профілактичної установи за послугою, яка надається згідно з програмою ДМС. По суті, ДМС є актуальним для середнього класу, який готовий понести додаткові витрати в обмін на вищу якість медичних послуг, які він може отримати у випадку погіршення стану здоров'я. В свою чергу, страхові компанії, які пропонують населенню поліси ДМС, несуть відповідальність за кожний страховий випадок, гарантуючи повноцінну діагностику, коректний діагноз та лікування.

Потрібно мати на увазі, що розвиток ДМС в державі не лише забезпечує надання якісних медичних послуг населенню, але і позитивно впливає на добробут нації.

Як видно з рис. 1 домогосподарства мають у розпорядженні певні кошти, які вони бажають використати максимально корисно.

Одним із ризиків, який має кожна особа – ризик захворіти та понести значні матеріальні витрати, пов'язані із лікуванням. Після придбання полісу ДМС та настання страхового випадку домогосподарства

отримують в розпорядження певну суму коштів, яку не потрібно витрачати на незаплановане лікування і яка потенційно може перетворитися на додаткове споживання, інвестиції чи заощадження, тобто мати позитивний вплив на національну економіку в цілому та на майбутні ресурси домогосподарств зокрема [3].

Договір з добровільного медичного страхування може, зокрема, передбачати:

- ширше право вибору застрахованим пацієнтом медичних установ, лікарів для обслуговування;
- поліпшення умов утримання застрахованого в стаціонарах, санаторіях, профілакторіях;
- надання спортивно-оздоровчих послуг та інших засобів профілактики;
- продовження тривалості післялікарняного патронажу та догляду за пацієнтом у домашніх умовах;
- діагностику, лікування та реабілітацію з використанням методів нетрадиційної медицини;
- розвиток системи сімейного лікаря;
- страхування виплат з тимчасової непрацездатності, вагітності, пологів та материнства на пільгових умовах за строками і розмірами грошових виплат;
- участь у цільовому фінансуванні технічного переозброєння й нового будівництва лікувально-профілактичних установ, підприємств з виробництва медичного устаткування, ліків з правом першочергового отримання послуг або продукції (протези, ліки, діагностика і т. ін.) цих підприємств та організацій.

Розміри страхових внесків встановлюються на договірній основі страховика і страхувальника з урахуванням оцінки ймовірності захворювання страхувальника у зв'язку з віком, професією, станом здоров'я тощо.

Мета ДМС – гарантування громадянам (застрахованим особам) при настанні страхового випадку, оплати вартості медичної допомоги за рахунок коштів страхових резервів та фінансування профілактичних заходів.

Страхова сума, в межах якої страховик несе відповідальність щодо виплат, визначається вартістю обраної страхувальником програми добровільного медичного страхування [4].

Обрана програма є невід'ємною частиною договору страхування. Різниця запропонованих страховиком програм відрізняються обставинами, за яких страхувальник буде отримувати медичну допомогу: амбулаторно, в стаціонарі, шляхом виклику медичної допомоги чи лікаря додому. Крім того, програми можуть бути розраховані лише на надання допомоги дітям чи дорослим, а також відрізнятися переліком медичних установ, залучених до реалізації послуг із медичного страхування. І, нарешті, програми відрізняються вартістю, на яку впливають усі вище перераховані моменти.

Отже, страховик виступає посередником між страхувальником та медичною установою. Він бере на себе зобов'язання не лише оплатити, а й організувати застрахованому одержання гарантованої договором медичної допомоги. Відповідно, страхова компанія здійснює страхову виплату шляхом перерахунку вартості лікування, на розрахунковий рахунок медичної установи, на підставі виставлених останньою рахунків. При цьому страховик контролює не лише відповідність виставлених рахунків, передбаченим договором переліку послуг, а й якість цих послуг, захищаючи в суперечних ситуаціях страхувальника.

Страховими випадками, з настанням яких страховик здійснює виплату страхового відшкодування, вважаються випадки звернення застрахованої особи під час дії договору до медичного закладу, що розташований у будь-якому місті України, у зв'язку з гострим

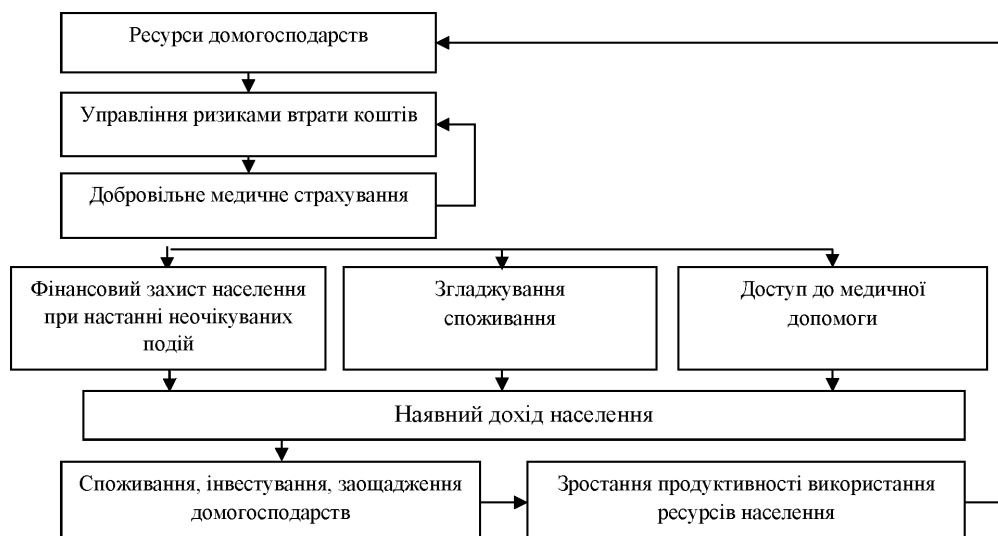


Рис. 1. Вплив ДМС на економічні процеси

захворюванням, загостренням хронічного захворювання або травмою, отруєнням, наслідками нещасного випадку, з метою одержання медичної допомоги та медичних послуг (зокрема, медикаментів та матеріалів, лікування, реабілітації, діагностичного обстеження тощо) в межах та в обсязі програм.

Медична програма страхування – це невід’ємний додаток до договору страхування, в якій зазначається конкретний варіант медичної допомоги.

Програми добровільного медичного страхування розширюють можливості і поліпшують умови надання профілактичної, лікувально-діагностичної та реабілітаційної допомоги.

Загальна сума страхових виплат, за страховими випадками, стосовно окремої застрахованої особи не може перевищувати розміру страхової суми (на одну застраховану особу). Загальна сума страхових виплат за договором не може перевищувати розміру загальної страхової суми [1].

Медичні установи повинні нести економічну відповідальність за надання застрахованим громадянам медичних послуг, обсяг і рівень якості яких передбачено договором страхування. У разі порушення медичним закладом медико-економічних стандартів, страховик може частково або повністю не оплачувати вартість медичних послуг.

Страхові внески за договором страхування можуть бути сплачені страхувальником одноразово за весь строк страхування або періодично протягом строку страхування готівкою чи бути перераховані на розрахунковий рахунок страховика безготівково. Договір страхування вступає в дію у строки, установлені в ньому. Протягом часу дії договору страхувальник має право змінити умови страхування або достроково розірвати договір.

Страхування витрат, які не пов’язані з лікуванням, є простішим, оскільки його здійснення не потребує узгодження з вартістю медичних витрат. Виплата за

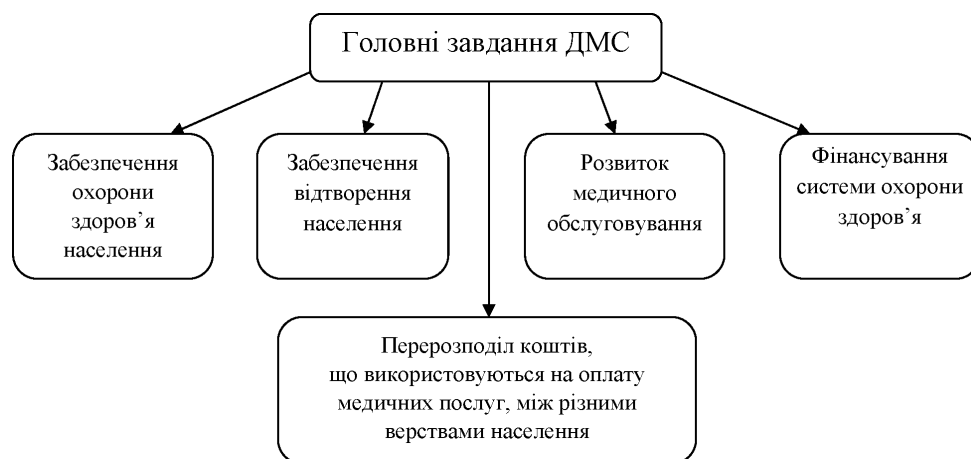


Рис. 2. Головні завдання ДМС



Рис. 3. Захворювання, які покриваються страховим захистом

такими договорами може здійснюватися у вигляді певної страхової суми, обумовленої в договорі страхування, або у вигляді добових виплат. При здійсненні видів страхування, які передбачають відшкодування витрат на лікування застрахованого, постають значні труднощі, пов’язані з установленням обсягу відповідальності, розрахунком тарифних ставок, визначенням розміру страхової суми.

У разі втрати здоров’я застрахованим у зв’язку із захворюванням або нещасним випадком, страхова організація оплачує рахунки лікувального закладу, виходячи з фактичної кількості днів лікування застрахованого за встановленими у договорі щоденними нормативами вартості лікування.

Для отримання інформації (яка дозволить якісно реалізувати процедуру розрахунків) щодо імовірності настання страхового випадку (імовірності звертання за медичною допомогою для кожного класу захворювань), кількості укладених до цього часу аналогічних договорів або їх прогнозована кількість, аналіз проведених відшкодувань, необхідно вбачається тісна співпраця закладів охорони здоров’я і страхових компаній. Це дасть змогу використати ширшу базу медичної статистики, а також врахувати диференційовані умови отримання медичної допомоги. Принципових змін потребує формування бази статистичної інформації. Сьогодні офіційні джерела не можуть забезпечити якісного проведення актуарних розрахунків. Лише такий підхід дозволить провести об’єктивну оцінку стану об’єкта страхування та ступінь його захищеності від можливих ризиків при оформленні договору ДМС [2].

Сьогодні частина українців прямо чи опосередковано платить за лікування. За різними підрахунками, сума так званих “кишенькових” платежів українського населення (під ними розуміють частину приватних витрат домогосподарств на охорону здоров’я – як матеріальних, так у натуральній формі – на користь провайдерів медичних послуг, основною метою яких є відновлення або зміцнення стану здоров’я окремої особи або групи осіб) становить, у середньому, 100-400 дол. США щорічно. У країнах ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку) ці платежі в середньому дорівнюють 19% загальних витрат на охорону здоров’я і є на порядок меншими, ніж в Україні, через поширення страхової медицини. У країнах з високим рівнем кишенькових витрат населення на охорону здоров’я існує високий потенціал для розвитку добровільного медичного страхування, адже ці кишенькові витрати можуть трансформуватися у платежі за програмами ДМС. По суті, кошти за оплату медичних послуг будуть надходити через страхові компанії, а не безпосередньо в процесі взаємодії між пацієнтом та лікарем.

Проте, перехід до стандартних програм ДМС повинен відбуватися поступово (через ряд раніше зазначених чинників). Більшість проблем, існуючих на

сьогодні у сфері медичного страхування, можуть бути вирішені за допомогою впровадження у практику страхової діяльності принципів мікрострахування. Узагальнено сутність медичного мікрострахування можна розглядати як страховий захист людей з низькими доходами, що виражається в гарантії покриття частини медичних витрат при виникненні страхового випадку в обмін на регулярну сплату мінімальної страхової премії, пропорційну ймовірності і величині ризику.

Реалізація продуктів медичного мікрострахування в малорозвинених країнах дозволяє досягти гарантування хоча б мінімального рівня медичного забезпечення всіх верств населення, у тому числі осіб з низькими доходами, в обмін на сплату невеликої страхової премії. Розвитком та фінансуванням програм медичного мікрострахування в малорозвинених країнах займаються міжнародні організації (зокрема, Міжнародна організація праці) та різноманітні благодійні фонди (наприклад, Фонд Білла і Мелінди Гейтс, організація “MicroEnsure”). Так, протягом 2002–2014 рр. за сприяння “MicroEnsure” було налагоджено функціонування медичного мікрострахування в таких країнах, як Індія, Філіппіни, Гана, Танзанія. Відмінною характеристикою системи мікрострахування в даних країнах є те, що основні функції щодо адміністрування внесків, управління ризиками (перестрахування, контроль і попередження шахрайства), забезпечення виплат медичним установам, а також організація збуту послуг медичного мікрострахування покладені на “MicroEnsure”, як керуючого партнера в моделі медичного забезпечення. У кожній із зазначених країн впровадження медичного мікрострахування було спрямоване на вирішення найбільш гострих проблем у сфері охорони здоров’я і будувалося із урахуванням особливостей менталітету та рівня соціально-економічного розвитку кожної конкретної країни. Проте, спільним для всіх програм медичного мікрострахування є підтримка низької вартості страхових платежів для забезпечення максимального доступу до страхової медицини мало-забезпечених верств населення [5].

Характеризуючи переваги використання мікрострахування в системі медичного забезпечення, можна відзначити, що воно не лише сприяє вирішенню ряду соціальних проблем, забезпечуючи медичне обслуговування всіх категорій громадян, але й дозволяє закласти основу для розвитку страхової медицини в країні. Для таких країн, як Україна, де нерозвиненість добровільного медичного страхування пов’язана не стільки з високою часткою населення з низькими доходами, як із недостатнім рівнем довіри до страхових компаній, низькою страховою та медичною культурою, застосування мікрострахування дозволить залучити до страхування нових споживачів страхових послуг з нижчим ризиком для них втрати своїх коштів.

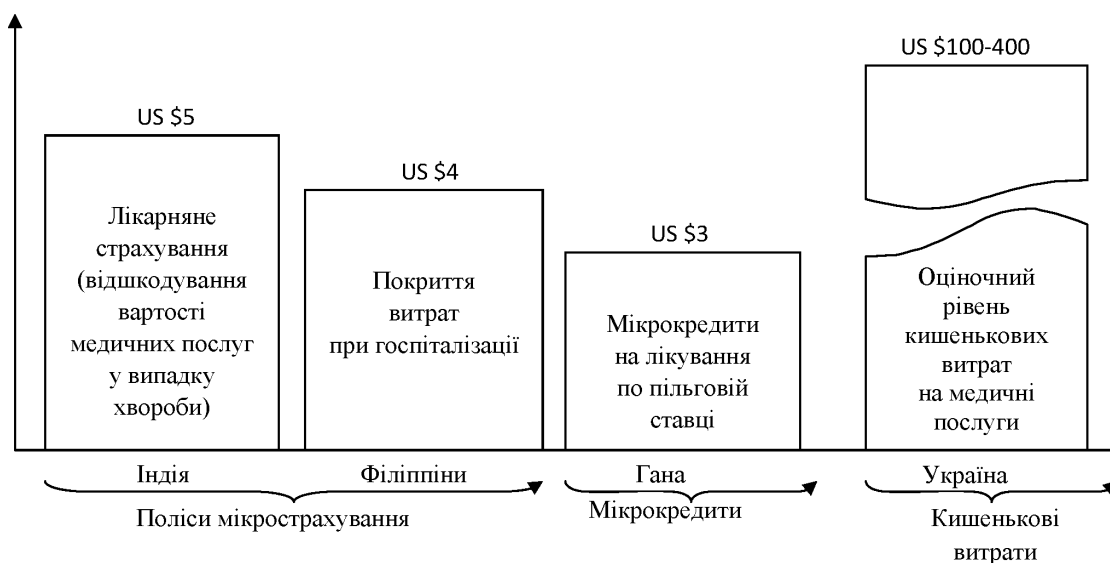


Рис. 4. Порівняння витрат, що здійснюються при впровадженні схем медичного мікрострахування, і кишенькових витрат населення при відсутності страхової медицини

У сучасних умовах медичне мікрострахування, в силу притаманних йому особливостей та відмінних рис, може стати ефективним інструментом досягнення цілей та інтересів усіх основних суб'єктів медичного страхування.

Поряд із визначеними перевагами мікрострахування у сфері медичних послуг, необхідно відзначити також і ряд недоліків та перешкод, які стримують розвиток медичного мікрострахування. Основними серед них є:

- асиметричність інформації;
- значні ліміти страхового покриття;
- труднощі у визначенні ставки страхової премії.

Проблема асиметричності інформації характерна для страхової галузі загалом, але для медичного мікрострахування вона є особливо актуальною. Асиметричність інформації проявляється у несприятливому відборі, існуванні морального ризику та шахрайстві з боку страхувальників.

Поява морального ризику в медичному мікрострахуванні може виражатися у таких варіантах. По-перше, особа, яка оформила поліс медичного страхування, психологічно почувається більш вільно і може порушувати деякі лікарські рекомендації, підвищуючи ризик розвитку певних хвороб. З іншого боку, існування морального ризику пов'язано зі збільшенням попиту застрахованих осіб на деякі види медичних послуг, особливо діагностичного характеру.

Зокрема, знаючи, що страхова компанія відшкодує основну частину витрат, застраховані особи схильні частіше здавати аналізи та проходити діагностику, порівняно з тим, коли такої страховки немає. Характерним при наявності полісу медичного страхування буде також використання додаткових процедур чи напрямів лікування, які до оформлення страховки застрахованою особою не використовувалися;

придбання більш дорогих ліків; подовження терміну стаціонарного лікування, тощо [7].

Різниця між шахрайством і моральним ризиком у медичному страхуванні полягає у свідомій чи несвідомій поведінці застрахованої особи щодо збільшення частоти та характеру використовуваних медичних послуг. У випадку шахрайства здійснюється навмисне зловживання послугами медичних установ, при моральному ризику – таке зростання пов'язано із психологічними чинниками, часто здійснюється застрахованою особою підсвідомо.

Для запобігання появі морального ризику та страхового шахрайства в мікрострахуванні суттєво обмежуються кількість та характер медичних послуг, вартість яких відшкодовується в рамках полісів медичного мікрострахування.

Іншим проблемним аспектом у медичному мікрострахуванні є труднощі у визначенні оптимальної страхової премії. Як було відзначено, мікрострахування покликане забезпечувати доступ до страхової медицини всіх верств населення, утримуючи страхову премію на дуже низькому рівні. Проте, у силу названих вище причин (появи морального ризику, можливості несприятливого відбору ризиків, нерозвиненості інфраструктури ринку медичних послуг) та дії інших факторів, відбувається підвищення вартості полісів медичного страхування. На підвищення рівня транзакційних витрат впливає також і значна кількість посередників, задіяна у процесі медичного страхування, зокрема необхідність координації роботи з медичними установами. У результаті страхові премії у медичному мікрострахуванні є значно вищими, ніж в інших видах мікрострахування, і часто перевищують максимально допустимий розмір, з точки зору можливості їх сплати страхувальниками.

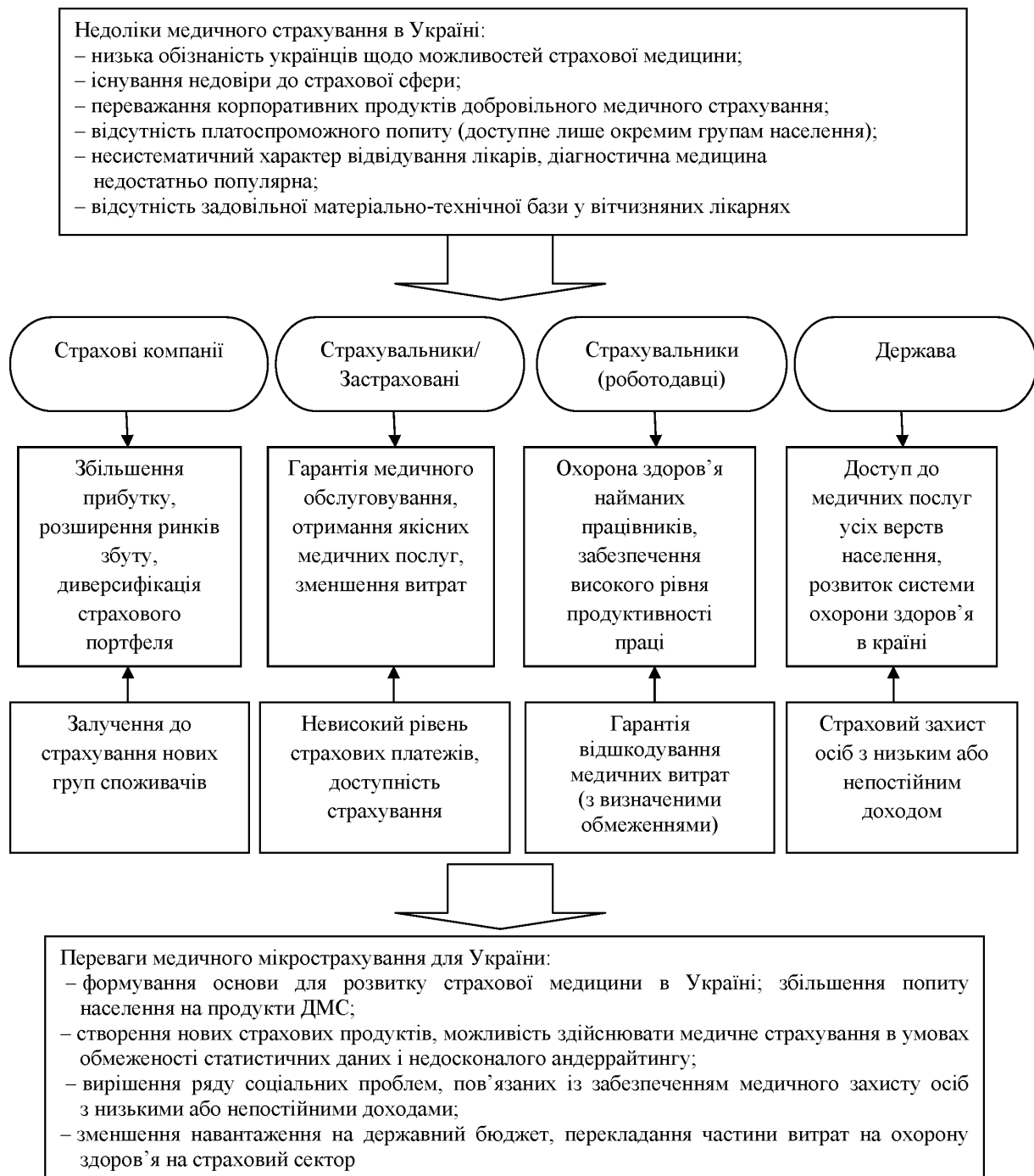


Рис. 5. Переваги мікрострахування для розвитку медичного страхування в Україні

Виходячи з цих передумов, більшість зарубіжних дослідників відзначають, що мета медичного мікрострахування не може бути досягнута без державного субсидування або фінансової участі спонсорських організацій – страхові премії виявляються занадто високими, щоб задовольнити попит цільового сегменту споживачів – осіб з низькими доходами. Відповідно, найкращим варіантом організації медичного мікрострахування є формування такої моделі медичного забезпечення, в якій обов'язок часткової компенсації вартості медичних послуг бере на себе держава.

Ще однією проблемою медичного страхування, характерною саме для мікрострахування в країнах з недостатньо розвиненим страховим ринком, є значне обмеження обсягів страхового покриття шляхом встановлення лімітів відповідальності страхових компаній, а також переліку виключень, при яких страхове відшкодування не здійснюється. З позиції страхової компанії, необхідність у такому обмеженні обумовлена тим, що ризики медичного мікрострахування є малодослідженими, статистична інформація для їх оцінки відсутня або неповна, інфраструктура ринку

медичних послуг недостатньо розвинена, а якість медичних послуг є низькою. Ці фактори визначають виникнення додаткових витрат на обслуговування договорів медичного страхування, а при низьких страхових преміях, заявлених у мікрострахуванні, надання послуг медичного страхування взагалі стає невигідним для страхових компаній. З іншого боку, значне обмеження обсягів відповідальності страхових компаній за договорами медичного мікрострахування призводить до збільшення фінансових ризиків застрахованих осіб, пов'язаних із тим, що значна частина коштів, витрачених на лікування, не буде відшкодована страховими компаніями.

Для застрахованих осіб намагання страхових компаній виключити ряд ризиків (наприклад, хронічні хвороби) із переліку страхових випадків, може здатися незрозумілим та несправедливим. Тому, важливою компонентою розвитку медичного мікрострахування має бути проведення роз'яснювальних робіт серед населення щодо механізму функціонування страхової медицини.

Висновки. Таким чином, незважаючи на соціальну важливість та суспільну значимість охорони здоров'я, система медичного страхування в Україні на сьогоднішній день є малорозвиненою. Закон про обов'язкове медичне страхування ще не прийнятий, а існуючі програми добровільного медичного страхування направлені більшою мірою на корпоративних клієнтів. Проблемними залишаються також питання недостатньої регіональної представленості послуг медичного страхування, оскільки основні споживачі даного страхового продукту зосереджені в м. Києві, а також високої вартості стандартних медичних полісів, що обмежує їх придбання більшою частиною населення [6].

У таких умовах мікрострахування може стати дієвим альтернативним механізмом розвитку систе-

ми медичного забезпечення в Україні. Проте для забезпечення його ефективності повинні бути виконані ряд умов, пов'язаних із чітким визначенням функцій кожного з суб'єктів у моделі медичного страхування – держави, страхових компаній, медичних установ; формуванням державного цільового фонду для компенсації частини платежів за полісами медичного мікрострахування для малозабезпечених верств населення; реформування системи медичного забезпечення, у тому числі удосконалення інфраструктури ринку медичних послуг, підвищення якості та гарантування доступності медичних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вороненко Ю. В., Пашенко В. М. Фінансовий менеджмент з основами економіки охорони здоров'я / Ю. В. Вороненко, В. М. Пашенко. – К.: Міжрегіональний видавничий центр "Медінформ", 2011. – 499 с.
2. Коваль О. А. Проблеми та перспективи впровадження медичного страхування в Україні / О. А. Коваль // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2905>.
3. Медстрахування – Чи можна заробляти гроші на збитковому бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~ / 2/2011/03/ 08/230396>.
4. Приватне акціонерне товариство "Акціонерна страхова компанія "ІНГО Україна". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ingo.ua/ua>.
5. Офіційний сайт приватного акціонерного товариства "Альфа страхування". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://alfaic.ua>
6. Ткаченко Н. В. Вплив іноземного капіталу на розвиток страхової системи України // Фінанси України. – 2011. – №6. – С. 115-121.
7. Фойгт Н. Державна підтримка медичного мікрострахування як механізм розширення доступу сільських територіальних громад до якісного медичного обслуговування / Н. Фойгт // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2011. – №6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=295>.

УДК 336.143:336.221.26

ОНУФРІЙЧУК О.П.

м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ФІСКАЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ

Анотація. Угодою про асоціацію між Євросоюзом та Україною передбачено підсилення співпраці, що стосується проведення державної фінансової політики, координації фінансальних правил, а також зближення регуляторного середовища України та ЄС. Співпраця в галузі управління державними фінансами направлена на отримання позитивного досвіду реформування податкової системи та зменшення негативних зовнішніх і внутрішніх впливів. Підкреслено, що за сучасних умов державна фінансова політика у країнах ЄС направлена переважно на запровадження програм фінансової консолідації через обмеження фінансальних дисбалансів, чого можна досягнути завдяки внесенню змін до ключових напрямків фінансової політики: політики витрат, акумулювання доходів та фінансування сектору державного управління. Сфера державних витрат націлена на оптимізацію їх обсягів та раціоналізацію структури, а також підвищення ефективності витрачання бюджетних ресурсів. Зазначено, що головним напрямом політики українського уряду є проведення фінансової консолідації задля обмеження дефіциту сектору державних фінансів та зменшення темпів зростання державного боргу. Розкрито особливості використання механізмів фінансово-бюджетної політики у кризовому періоді.

Ключові слова: фінансово-бюджетна політика, податкова система, ефективність бюджетної системи, економічна криза, кризовий період.

Анотация. Соглашением об ассоциации между Евросоюзом и Украиной предусмотрено укрепление сотрудничества, касающегося проведения государственной финансовой политики, координации фискальных правил, а также сближение регуляторной среды Украины и ЕС. Сотрудничество в области управления государственными финансами направлено на получение положительного опыта реформирования налоговой системы и уменьшение негативных внешних и внутренних воздействий. Подчеркивается, что в современных условиях государственная финансовая политика в странах ЕС направлена преимущественно на внедрение программ фискальной консолидации из-за ограниченных фискальных дисбалансов, чего можно достичь благодаря внесению изменений в ключевые направления фискальной политики: политики расходов, аккумулирования доходов и финансирования сектора государственного управления. Сфера государственных расходов нацелена на оптимизацию их объемов и рационализацию структуры, а также повышение эффективности расходования бюджетных ресурсов. Отмечено, что главным направлением политики украинского правительства является проведение фискальной консолидации для ограничения дефицита сектора государственных финансов и уменьшение темпов роста государственного долга. Раскрыты особенности использования механизмов фискально-бюджетной политики в кризисном периоде.

Ключевые слова: фінансово-бюджетная политика, налоговая система, эффективность бюджетной системы, экономический кризис, кризисный период.

Abstract. The Association Agreement between the EU and Ukraine provides cooperation strengthening with regard to the state financial policy, coordination of fiscal rules and the convergence of the regulatory environment in Ukraine and the EU. Cooperation in the field of public finance management is aimed at a positive experience in tax system reforming and negative external and internal influences reduce. The paper underlines, that under current conditions the state financial policy in the EU aims mainly to introduce programs of fiscal consolidation through fiscal imbalances limit that can be achieved through amendments to key directions of fiscal policy: expenditure policies, accumulated income and government sector financing. The scope of public expenditure aimed at optimizing their volumes and rationalization of the structure and budget resources efficiency. It is indicated that the main focus of the Ukrainian government policy is to conduct fiscal consolidation to limit the deficit of public finances and reduce the growth of public debt. The study reveals the peculiarities of the fiscal and budgetary policy in the crisis period.

Key words: fiscal and budgetary policy, tax system, the budget system effectiveness, economic crisis, crisis period.

Постановка проблеми. Угодою про асоціацію між Європейським Союзом та Україною передбачено розвиток співпраці в сфері економіки через створен-

ня поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між ними, налагодження тіснішої співпраці в різних сферах, зокрема в енергозабезпеченні, про-

мисловості, сільському господарстві, зовнішній торгівлі. Особлива увага приділяється започаткуванню нових форматів співпраці, діяльності у фінансовій сфері, наближенню України до європейських стандартів тощо [1]. Все більшого значення набуває покращення співробітництва в проведенні державної бюджетної політики, координації фінансних правил, зближенні регуляторного середовища України та ЄС.

Таким чином, однією з важливих складових забезпечення стійкої бюджетної системи України в умовах кризової ситуації є бюджет, який з метою задоволення потреб суспільства відображає відповідні відносини в процесі перерозподілу валового внутрішнього продукту. Задля досягнення запланованих економічних і соціальних показників та підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами України необхідно забезпечити збалансованість бюджетної системи, стійкість і результативність фінансово-бюджетної політики, в тому числі у сфері доходів і видатків бюджету, міжбюджетних відносин, оподаткування, державного боргу, дефіциту бюджету, що спрямовані на підтримку належного рівня розвитку суспільства [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вагомих праць з питань теорії і практики використання інструментів фінансово-бюджетної політики для відновлення економічного зростання та подолання наслідків кризових явищ можна назвати праці таких відомих економістів, як В. Барановського, В. Андрущенко, Т. Вахненко, В. Геєця, В. Корнєєва, А. Гальчинського, А. Лаффера, В. Норгауза, А. Пігу, П. Самюельсона, Р. Солоу, Ф. Модільяні, Дж. Тобіна, М. Фрідмана, В. Федосова, С. Фішера та інших. Проте аналіз наукових джерел свідчить, що частина ключових питань, які стосуються особливостей запровадження бюджетно-податкової та боргової політики держави в умовах кризового розвитку країни залишається недостатньо дослідженою. В Україні відсутнє теоретичне обґрунтування та досвід практичного використання новітніх підходів до вирішення цієї проблеми, враховуючи світовий економічний досвід подолання кризових явищ [3].

Дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців на цю проблему, відображені в їх працях, можна поділити на дві групи. Таким чином, одні вчені вважають, що високий рівень державних видатків призводить до зниження рівня заощаджень та збільшення податкового тягара, наслідком чого є скорочення темпів покращення економіки країни та погіршення добробуту населення. На думку інших, державні інвестиції у розвиток інфраструктури, а також видатки на утримання державних інститутів та органів влади покращують продуктивність ресурсів, які у приватному секторі стимулюють приток інвестицій і підвищення темпів зростання ВВП. Причина настільки протилежних поглядів полягає в тому, що науковці звертають увагу лише на одну сторону державної діяльності: або негативну, пов'язану зі збором податкових платежів, або позитивну,

що виникає при проведенні державних закупівель. Це й призводить до суперечливих результатів, що, таким чином, спотворює формування висновків про адекватність тих чи інших теоретичних досліджень [4].

Мета статті. Метою роботи є вивчення ролі фінансово-бюджетної політики як інструменту регулювання економіки та обґрунтування засобів покращення фінансової політики України для подолання наслідків кризових явищ та відновлення економічного зростання на всіх рівнях.

Виклад основного матеріалу. Бюджет є економічною категорією, яка відображає відносини, які виникають в процесі цілеспрямованого впливу держави на суспільне відтворення. Бюджет являє собою адаптивний механізм у системі регулювання економіки та спрямований на забезпечення адекватності регулятивних заходів зовнішнім і внутрішнім змінам в економічному середовищі з метою економічного розвитку країни. Задля посилення впливу бюджетної системи на соціально-економічний розвиток країни необхідно вживати заходи, що дозволять підвищити рівень ефективності використання бюджетних коштів, збалансованості бюджету, забезпечити покращення міжбюджетних відносин, дієвий фінансовий контроль, якісне виконання бюджетів усіх рівнів, а що найголовніше – стійкість бюджетної системи.

Бюджетна система є одним з основних інструментів регулювання виробничої, інвестиційної, соціальної, регіональної, зовнішньоекономічної діяльності країни [5].

Зокрема, у країнах Євросоюзу монетарна політика перестала бути самостійною з моменту створення Європейського центрального банку і впровадження єдиної європейської валюти – євро, а фінансово-бюджетна політика була частково обмежена Маастрихтськими критеріями, але залишалася в самостійному веденні держав членів – ЄС.

Світова економічна криза обумовила бюджетні зміни, які супроводжуються зміцненням інститутів та посиленням процедур і правил. Після реформ у Великобританії (в тому числі, запровадження бюджетної ради) і Німеччині (положення конституції про збалансований бюджет) в окремих країнах, зокрема, у Греції, Португалії, Франції, Італії, Ірландії обговорюються ініціативи, що спрямовані на поліпшення бюджетного процесу.

Внаслідок впровадження антикризових програм та фінансування урядами небувалих за обсягами програм стимулювання економіки і фінансового сектору у багатьох країнах з розвинутою економікою помітно зросла державна заборгованість. Зокрема, у 2014 році суверенний борг Японії зріс до 57,2% ВВП, Франції – 201,5%, Італії – 126,7%, США – 98,3% [6]. У подальшому через старіння населення та необхідність збільшення пенсійних виплат спостерігається можливість виникнення більш серйозних проблем для державних фінансів.

Високий рівень державного боргу можна пояснити не лише фінансовою кризою, а й слабкою фіскально-бюджетною політикою минулих десятиліть, коли у складні періоди рівень боргу зростав, проте у сприятливих не знижувався. Отже, уряди більшості країн з розвинутою економікою використовували боргове фінансування видатків, стратегічно не розраховуючи на можливість появи серйозних проблем із обслуговуванням державних боргів, вважаючи це традиційною проблемою країн, що розвиваються.

Для зменшення державної заборгованості і забезпечення фінансової стабільності та поступового економічного зростання країни впроваджують стратегію середньострокової бюджетної консолідації. Бюджетна консолідація передбачає збільшення податкового тягара та скорочення видатків держави. У більшості розвинених країн зростає податкове навантаження, збільшується фіскальна роль податків з метою збільшення акумульованих доходів та скорочення бюджетного дефіциту. Окрім того, зростають податки у фінансовому секторі, в деяких країнах збільшуються ставки універсального та специфічних акцизів. Однак при цьому необхідно збалансувати забезпечення надходжень до бюджету та стимулювання економічного розвитку у кризовому періоді. Під час фінансової кризи доцільно оптимізувати оподаткування за рахунок зниження надмірно високих податків та розширення податкової бази у контексті стимулювання економічного розвитку за рахунок відновлення виробничих ресурсів [7].

Прийнята в Україні податкова модель не повністю відповідає сучасним вимогам. Податкова система України була створена в період багатьох політичних змін, а розвиток ринкових умов господарювання на сучасному рівні трансформації економіки вимагає підвищення ролі державного регулювання даними процесами, в тому числі, і у сфері оподаткування підприємств.

За роки незалежності України механізми регулювання податкових відносин змінювались не один раз, оскільки інституційна діяльність в цьому напрямі є досить активною. Про це можуть свідчити не тільки багаточисленні зміни та доповнення до основних нормативно-законодавчих актів з оподаткування, але й зміна методологічних підходів до розв’язання питань сплати податків. Проте такі зміни торкалися лише внутрішніх механізмів сплати того чи іншого податку. Ці законодавчі акти не були спрямовані на створення ефективного загальнодержавного механізму регулювання [8].

Важливим питанням є також підвищення ефективності державних видатків, для чого необхідно збалансувати державний і гарантований державою борг та підвищити ефективність використання ресурсів, залучених на умовах суверенних позик. Із урахуванням досвіду країн – членів ЄС запроваджуються заходи з реформування системи державних закупівель,

покращення державної допомоги суб’єктам господарювання, дотримання фінансової дисципліни, обмеження квазіфіскальних операцій. Важливим є також підвищення прозорості державних фінансів, посилення громадського контролю забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації.

Відповідно до своїх функцій та структури економіки України інституційні одиниці-резиденти групуються в п’ять інституційних секторів економіки (рис. 1).

Таким чином, сектор загального державного управління (ЗДУ) об’єднує юридичних осіб, для яких основною діяльністю є виконання функцій виконавчої, законодавчої, або судової влади по відношенню до інших інституційних одиниць в межах певної території. Серед їх повноважень наявний збір податків та інших обов’язкових платежів, а також їхнє спрямування відповідно до урядової політики.

Сектор загального державного управління включає всі державні установи та всі неринкові некомерційні організації (НКО), які є підконтрольними і в основному фінансуються органами державного управління [9].

Як свідчать дані табл. 1, за період 2009–2014 рр. доходи сектору загального державного управління збільшилися фактично у 2 рази, видатки та кредитування за вирахуванням погашення – у 1,6 разів, обсяги дефіциту – у 2,2 рази, фінансування дефіциту за рахунок зовнішніх джерел – у 4,5 рази, за рахунок внутрішніх джерел – більш ніж у 3,2 рази. ВВП (у фактичних цінах) за цей самий період збільшився в 1,5 рази, відношення видатків сектору загального державного управління до ВВП зросло з 45,78 до 48,06 %, дефіциту до ВВП – відповідно з 1,93 до 4,32 %.



Рис. 1. Структура державних фінансів України

Джерело: складено автором

Що стосується операцій центральних органів управління (Табл. 2), то протягом 2011-2013 рр. спостерігався від'ємний приріст, але вже у 2014р. доходи збільшилися на 1118,77%. Значний приріст у цьому ж році спостерігався і у розрізі видатків і кредитування за вирахуванням погашення (341,34%), а також фінансування (2234,32%). Водночас зменшення спостерігається в надходженнях від приватизації державного майна, а також доходах та видатках Пенсійного фонду України.

В 2013 році витрати державного бюджету були здійснені обсягом 403,5 млрд. грн., що на 7,8 млрд. грн., або на 2%, більше аналогічного показника в 2012 році. Рівень виконання річного плану (зі змінами) в 2013 році склав 93,2%, невиконання плану – 29,5 млрд. грн. [10].

Фактичний рівень дефіциту державного бюджету України в 2013 році досяг 64,7 млрд. грн., або 4,4% ВВП, що на 5,3 млрд. грн. менше річного показника затвердженого Верховною Радою України [10].

Таблиця 1.

Операції сектору загального державного управління України у 2009–2014 рр., млн. грн

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Доходи	388 562,9	453 120,5	559 710,5	628 967,8	636 386,1	641 973,1
% ВВП	42,54	41,86	42,99	44,64	43,7	40,98
Відносний приріст, %	–	16,6	23,52	12,37	1,18	0,88
Видатки і кредитування за вирахуванням погашення	444 280,4	525 441,4	594 110,5	687 249,7	699 205,2	717 575,9
% ВВП	48,64	48,54	45,63	48,78	48,06	45,8
Відносний приріст, %	–	18,27	13,07	1,16	1,74	2,63
Сальдо бюджету (дефіцит “–” / профіцит “+”)	-55 717,5	-72 320,9	-34 400,0	-58 281,9	-62 819,1	-75 602,8
% ВВП	-6,10	-6,68	-2,64	-4,14	-4,32	-4,82
Відносний приріст, %	–	29,8	-52,43	69,42	7,79	1,2
Фінансування	55 717,5	72 320,9	34 400,0	58 281,9	62 819,1	75 602,8
% ВВП	6,10	6,68	2,64	4,41	4,32	4,82
Відносний приріст, %	–	29,8	-52,43	69,42	7,79	1,2
За рахунок зовнішніх джерел	44 799,9	47 174,6	14 501,6	10 704,2	13 898,5	42 175,0
% ВВП	4,91	4,36	1,11	0,76	0,96	2,69
Відносний приріст, %	–	5,3	-69,26	-26,19	29,84	203,45
За рахунок внутрішніх джерел	10 917,6	25 146,3	19 898,4	47 577,7	48 920,6	33 427,8
% ВВП	1,20	2,32	1,53	3,38	3,36	2,13
Відносний приріст, %	–	130,33	-20,87	139,1	2,8	-31,67
Приватизація	807,8	1 093,4	11 480,3	6 763,5	1 480,0	466,9
% ВВП	0,09	0,10	0,88	0,48	0,10	0,03
Відносний приріст, %	–	35,36	949,97	-41,09	-78,12	-68,45

Таблиця 2.

Операції центральних органів державного управління, млн. грн

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Видатки і кредитування за вирахуванням погашення	48595,2	105534,2	97 415,30	246923	31484,9	138954
Відносний приріст, %	–	117,17	7,69	153,47	-87,25	341,34
Загальний дефіцит “–” / профіцит “+”	-18499	-24 370,70	-19063,1	-31070	-3343,7	78052,8
Відносний приріст, %	–	31,74	-21,78	62,99	-89,24	-2434,3
Фінансування	18498,7	24 370,70	17 804,10	31070	3343,7	78052,8
Відносний приріст, %	–	31,74	-26,94	74,51	-89,24	2234,32
За рахунок зовнішніх джерел	51000,7	22 997,10	-8 497,90	9484,1	8966,4	40170,9
Відносний приріст, %	–	-54,91	-136,95	-211,61	-5,46	348,02
За рахунок внутрішніх джерел	-8277,6	11 208,40	27 507,30	47562,6	1859	-3923,7
Відносний приріст, %	–	-235,41	145,42	72,91	-96,09	-311,07
Надходження від приватизації державного майна	807,8	1 093,40	6 948,90	3315,2	1480	466,9
Відносний приріст, %	–	35,36	535,53	-52,29	-55,36	-68,45
Доходи Пенсійного фонду України	115596	138614,2	161156,9	183442	193574	185964
Відносний приріст, %	–	19,91	16,26	13,83	5,52	-3,93
Видатки Пенсійного фонду України	144030	120224,4	172499	190939	192087	189479
Відносний приріст, %	–	-16,53	43,48	10,69	0,6	-1,36
Всього доходів	28460,5	127095,9	106074,4	144853	29295,8	357048
Відносний приріст, %	–	346,57	-16,54	36,56	-79,78	1118,77

Станом на 31 грудня 2013 року, державний і гарантований державою борг України склав 584,4 млрд. грн., або \$ 73,1 млрд., в тому числі: державний та гарантований державою зовнішній борг – 300,3 млрд. грн., або \$ 37,6 млрд.; державний і гарантований державою внутрішній борг – 284,1 млрд. грн., або \$ 35,6 млрд. [10].

Якщо проаналізувати стан бюджетної системи України у 2013 році, то можна виявити її залежність від політичної стабільності та кон'юнктури на світових сировинних ринках (ціни на газ, нафту). Саме ці процеси обмежують можливості для бюджетного маневру з метою збільшення бюджетних видатків за напрямками, що забезпечує поступальний економічний розвиток країни, навіть при об'єктивній необхідності таких витрат. До того ж прийняті бюджетні зобов'язання не можуть бути істотно скорочені через соціальну спрямованість значної їх частини. Слід зазначити, що структура бюджетних витрат не є оптимальною для стимулювання економічного розвитку. Коштів, що виділяються з бюджету на реалізацію відповідних потребам економічного зростання проектів у сферах інфраструктури, освіти і науки, які визначають перспективний розвиток української економіки, недостатньо. На низькому рівні здійснюється фінансово-економічне обґрунтування рішень, що передбачають виникнення нових видаткових зобов'язань. Неякісною є оцінка довгострокових наслідків прийняття нових зобов'язань для соціально-економічного розвитку України, їх взаємозв'язку з іншими напрямками політики держави та впливу на масштаби таких зобов'язань. Рівень соціально-економічної ефективності здійснюваних бюджетних витрат низький і не відповідає обсягу витрачених на ті чи інші цілі коштів [2].

Незважаючи на погіршення безпеки під час 2014 року, влада зіткнулась з дефіцитом бюджету сектора органів державного управління з великим відривом. Доходи відповідали прогнозам, відображаючи заходи, введені в липні, в той час як витрати були скорочені через брак ліквідності і уповільнення бюджетних платежів у зонах конфліктів на Сході. Дефіцит бюджетних коштів у 2014 р. оцінюється в 4,6 % ВВП, і є нижчим, ніж заплановані 5,8 % ВВП. Фіскальна економія була майже достатньою, щоб компенсувати вищий, ніж очікувалося, дефіцит Нафтогазу у 5,7 % ВВП, в результаті чого сукупний дефіцит уряду і Нафтогазу у 10,3 % ВВП є вищим, ніж був запланований.

У грудні 2014 року влада прийняла бюджет на 2015 рік, запланувавши дефіцит у розмірі 65 млрд грн (3,5 % від ВВП). Пакет податкових реформ включає в себе значні постійні заходи, спрямовані на збільшення прибутку, а також заходи, пов'язані з податковим спрощенням та скороченням податкового тягаря. З боку витрат, бюджет 2015 року покликаний зменшити видатки на управління, а також стати більш ефективним. Бюджет також включає в себе значні пенсійні накопичення, досягнуті шляхом ефективного заморожування пенсій протягом більшої частини 2015 року,

зниження коефіцієнта заміщення з 70 відсотків на 60 відсотків для спеціальних пенсій, і посилювання права дострокового виходу на пенсію. Очікується вдосконалення довгострокової бюджетної стійкості пенсійної системи, роблячи її більш справедливою, шляхом внесення необхідних юридичних поправок до кінця 2015 року. З бюджету продовжують надходити пенсії для всіх пенсіонерів, які переміщені з регіонів АТО, але він не включає ніяких податкових надходжень або витрат з районів активного конфлікту на Сході, за винятком військових витрат, які були збільшені. У бюджеті також збільшуються витрати на капітальні вкладення для фінансування невідкладних потреб України, що стосуються реконструкції [11].

Що стосується виключно податкової політики, то тут заходи будуть спрямовані на поліпшення податкової бази шляхом залучення сільськогосподарського сектора до сплати ПДВ на загальних умовах в 2016 році, таким чином поступаючись чистим прибутком близько 0,5–0,75% ВВП. Вони також будуть включати в себе вдосконалення оподаткування та усунення пільг, а також підвищення ставок податку на майно [11].

Економічна криза негативно впливає на доходи населення. Програма, яку уряд планує реалізувати разом з МВФ, прагне допомогти домогосподарствам, шляхом надання основи для економічної стабілізації, стійкого зростання і створення робочих місць. Крім того, для надання допомоги найбільш вразливій частині населення, Програма врівноважує реформи, спрямовані на відновлення фінансової стійкості з розширенням цільової групи соціальної програми.

Очікується, що реальні доходи населення будуть скорочуватися, так як криза призводить до зростання інфляції, високого рівня безробіття та стагнації доходів. Реальна заробітна плата знижується, в той час як інфляція випереджає зростання номінальної заробітної плати в більшості секторів економіки.

Зростання безробіття значною мірою відображає втрату виробничих потужностей і за прогнозами становить до 11,5% в 2015 році з 10,5% в кінці 2014 року. Економічний збиток, в свою чергу, проявляється у зростання невиконаних зобов'язань по кредитах домогосподарств, які досягли 20% до кінця 2014 року. Ці проблеми проявляються ще більш гостро в районах конфліктів на Сході, який змусив багато сімей змінити місце свого проживання [11].

Згідно з вищенаведеними фактами, доцільно згадати про наміри уряду, про які йдеться в Меморандумі про економічну та фінансову політику [9]. Очікується, що надійність державних фінансів і поступова динаміка державного боргу буде цілком забезпечена за рахунок рішучого і тривалого середньострокового фіскального коригування. Беручи до уваги порівняно високий рівень державних витрат і державного боргу України до ВВП, уряд буде домагатись масштабної, проте необхідної консолідації за рахунок збалансування видатків, яка буде спрямована на менший за розміром і більш ефективний уряд.

Внаслідок цього, податкова система стане сприятливою для зростання, справедливою і прозорою для розвитку приватної діяльності. Очікується якнайшвидше фінансове оздоровлення НАК "Нафтогаз України", давнього джерела бюджетних витоків, і до 2017 р. припинення державного фінансування компанії. Уряд суворо обмежить інші операції, що призводять до формування боргу, до тих, що є необхідними, одночасно забезпечивши відповідні державні ресурси для підтримки оздоровлення банківської системи. Окрім власних значних фіскальних зусиль, необхідною буде підтримка з боку зовнішніх кредиторів для забезпечення поступового скорочення обсягу боргу з метою досягнення цільового показника боргу в розмірі менше 71 відсотка від ВВП до 2020 р.

В 2016–2018 рр. продовжиться поступова бюджетна консолідація на основі оптимізації видатків для зменшення дисбалансів, скоротиться розмір уряду, посиляться довіра. Що стосується видатків, то тут уряд спиратиметься на структурні фіскальні заходи, при цьому створюючи фіскальний простір для вкладення інвестицій на підтримку зростання та розвитку. Ключовим відповідним пунктом для змін є пенсійна реформа з додатковими заходами, що будуть спрямовані на вирішення питань заробітної плати в державному секторі, товарів і послуг, а також покращення соціальної допомоги для тих, хто цього найбільше потребує. Що стосується надходжень, податкова система буде направлена на відхід від прямих податків на користь непрямих і оподаткування природних ресурсів, що буде сприяти інвестиціям [9].

Узагальнюючи вищенаведені факти, можемо зробити висновок, що для вдосконалення фіскально-бюджетної політики України доцільно:

- покращити бюджетне фінансування інфраструктурних інвестицій;
- переорієнтувати фіскальні ресурси на економічне зростання;
- внести зміни до єдиного податку з метою охоплення лише реального малого бізнесу;
- ліквідувати податкові пільги в оподаткуванні прибутку підприємств для збільшення податкової бази та підвищення фіскальної ролі даного податку;
- запровадження зниження частки державного боргу до ВВП з метою зменшення боргового тягаря;
- полегшити податкове адміністрування;
- активізувати внутрішній ринок державних запозичень, що спрямовані на залучення коштів від населення до бюджету, в тому числі в іноземній валюті, запровадження системи державних виграшних запозичень та цінних паперів на пред'явника.

Без запровадження фіскальної реформи стійке економічне зростання та макроекономічну стабільність забезпечити неможливо.

У найближчий час потребує вирішення проблема відкритості бюджетної системи. У деяких країнах є досвід створення Єдиного порталу бюджетної системи, який є не тільки вітриною надання бюджетних даних, а й майданчиком для здійснення юридично значимих дій, у тому числі укладання угод про надання субсидій, учасників бюджетного процесу з юридичними особами та публічно-правовими утвореннями, отримання коштів з бюджетів [12]. Подібний досвід може бути застосовний і в Україні, оскільки він дозволить істотно скоротити транзакційні витрати всіх учасників даного процесу.

Висновки. Бюджетна політика має стати більш ефективним інструментом реалізації державної соціально-економічної політики, її надійним, точно прорахованим фінансовим забезпеченням. Критерієм ефективності бюджетної політики є досягнення цілей соціально-економічної політики, на реалізацію яких спрямовуються державні фінансові ресурси. Якщо бюджетні кошти витрачені в більшому обсязі, ніж заплановано, а мета досягнута в меншій мірі, ніж визначено, то в кожному подібному випадку необхідно виявляти і усувати причини такого результату використання бюджетних асигнувань.

Очевидно, що в найближчій перспективі будуть діяти жорсткі обмеження, пов'язані з несприятливою ситуацією в країні і світовій економіці. Тому слід точно визначити пріоритети витрачання бюджетних коштів, змінивши структуру бюджетних витрат на користь тих, які спрямовані на розвиток. Витрати на освіту, науку, інфраструктуру повинні бути пріоритетними, і їх частку в загальних витратах бюджетної системи України необхідно збільшити.

Сьогодні актуальним завданням є розробка бюджетної стратегії при різних варіантах розвитку української та світової економіки. Все це дозволить досягти стійкості бюджетної системи при кризових явищах, а також макроекономічної стабільності країни.

На сьогоднішній день Україні необхідна нова модель соціального розвитку, яка б передбачала не послаблення ролі уряду, а покращення ролі фіскальних механізмів і фінансових інструментів у розробці основних напрямів формування та використання бюджетних коштів, виходячи з необхідності пом'якшення соціальних суперечностей і надання ринковим утворенням соціальності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Угода про асоціацію Україна – ЄС: дорожніказ реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kas.de/wf/doc/kas_32048-1522-13-30.pdf.
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом і його державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/docs/Agreement/AA_Body_text.pdf.
3. Бенч Л.Я. Фіскально-бюджетна політика у кризовому і посткризовому періодах: реалії та перспективи / Л.Я. Бенч. – Наукові записки. Серія "Економіка". – 2011. – №17. – С. 17-24.

4. Кудряшов В. П. Фіскальна консолідація та її впливи / В.П. Кудряшов. – Економіка України. – 2013. – № 9. – С. 31–46.
5. Боголіб Т.М. Обеспечение устойчивости Бюджетной системы Украины в условиях кризисных явлений / Т.М. Боголіб. – Economic Annals-XXI (Економічний часопис-XXI). – 2014. – №07-08(1). – С. 48-51
6. World Data Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>
7. Strengthening Fiscal Credibility. Fiscal Monitor Update / IMF. – January 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fm/2011/01/fmindex.htm>.
8. Стратегія розвитку системи управління державними фінансами : затв. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 № 774-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/774-2013-p>
9. Наказ Державного комітету статистики України від 18.04.2005р. №96 Про затвердження Класифікації інституційних секторів економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.leonorm.com.ua/p/NL_DOC/UA/200501/Nak96.htm
10. Про виконання Державного бюджету України на 2013 рік : Звіт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publishacticle?art_id:397457&eat_id:53608
11. Ukraine request for extended arrangement under the extended fund facility and cancellation of stand-by arrangement / IMF Country Report №15-69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2015/cr1569.pdf>
12. Лист про наміри та Меморандум про економічну та фінансову політику [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=10315035>

УДК 334.72

ПАНЮК Т.П., к. екон. н.
м. Умань

ВАЖІЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ МІНІМІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ КОНФЛІКТІВ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. У статті розглянуто причини виникнення економічних конфліктів на переробних підприємствах в контексті соціальної відповідальності бізнесу. Постає проблема пошуку нових механізмів управління персоналом, які відповідатимуть новим вимогам і забезпечать пошук шляхів усунення та мінімізації конфліктів. Сучасні інноваційні підходи до соціального розвитку підприємства стимулюють і формують принципово нові його стратегічні напрямки. Управління персоналом, як основний елемент концепції соціальної відповідальності має важливий вплив на усунення конфліктів шляхом вибору відповідної персонал – стратегії. Запропоновано шляхи їх попередження, мінімізації та усунення в процесі соціально – економічного розвитку та соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, економічний конфлікт, управління персоналом, кадрова політика, персонал, методи управління персоналом, стратегічне управління персоналом, конфліктна ситуація, мінімізація економічних конфліктів.

Анотация. В статье рассмотрены причины возникновения экономических конфликтов на перерабатывающих предприятиях в контексте социальной ответственности бизнеса. Возникает проблема поиска новых механизмов управления персоналом, которые будут отвечать новым требованиям и обеспечат поиск путей устранения и минимизации конфликтов. Современные инновационные подходы к социальному развитию предприятия стимулируют и формируют принципиально новые его стратегические направления. Управление персоналом, как основной элемент концепции социальной ответственности имеет важное влияние на устранение конфликтов путем выбора соответствующей персонал – стратегии. Предложены пути их предупреждения, минимизации и устранения в процессе социально – экономического развития и социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, экономический конфликт, управление персоналом, кадровая политика, персонал, методы управления персоналом, стратегическое управление персоналом, конфликтная ситуация, минимизация экономических конфликтов.

Abstract. The article deals with the causes of conflicts on economic on processing enterprises in the context of social responsibility of business. It is set that the problem of search of new mechanisms of management a personnel appears, which will answer new requirements and will provide the search of ways of removal and minimization of conflicts. The modern innovative going near social development of enterprise stimulate and form on principle new him strategic directions. It is marked that management a personnel, as important influence has a basic element of conception of social responsibility on the removal of conflicts by the choice of the proper a personnel is strategies. The ways of their warning, minimization, are offered and usunenmyav in the process of socially – economic development and social responsibility of business.

Key words: social responsibility, economic conflict, human resources, personnel policies, personnel, management personnel, strategic HR management, conflict situation, minimizing economic conflicts.

Постановка проблеми. У сучасних умовах соціально-економічного розвитку переробних підприємств важливе місце займають аспекти управлінської діяльності, пов'язані з попередженням та пошуку

шляхів усунення економічних конфліктів. Встановлено, що найчастіше конфлікти на підприємствах викликаються дезорганізацію в системах функціонування та управлінні господарською діяльністю, а існування і розвиток кожної організації пов'язані з постійним розв'язанням протиріч на мікро та макрорівнях. Особливої актуальності вирішення економічних конфліктів набуло з розвитком та застосуванням аспектів соціальної відповідальності бізнесу де акцент переноситься саме на задоволення соціально-економічних потреб персоналу, споживачів та суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних проблем попередження та мінімізації негативних наслідків економічних конфліктів на підприємствах присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених: Е. Н. Абаєва, В. Н. Амелін, Ю. М. Атаманчук, І. Ю. Гришова, Р. Джеффрі, П. Дін, А. Керролл, В. В. Кужель, Т. С. Шабатура, І. А. Крюкова, Л. Є. Лебідь, О. В. Митяй, А. Г. Пуригін, О. Г. Чірва, Т. В. Сорокіна, С. С. Стоянова-Коваль, Д. Н. Швайба, К. Хе Сун та ін. [1-13].

Створений науковцями вагомий внесок в теоретико-методологічний ракурс та досліджено зазначену проблему в багатьох її методичних та прикладних аспектах. Проте з практичної точки зору, а саме в аспекті соціальної відповідальності шляхам мінімізації економічних конфліктів на переробних підприємствах приділено недостатньо. Зокрема, дискусійними залишаються питання пошуку нових та удосконалення існуючих шляхів попередження та усунення конфліктів.

Метою статті є дослідження та визначення проблем які викликають економічні конфлікти на переробних підприємствах та пошук шляхів їх попередження та усунення в аспекті соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Протягом тривалого часу конфлікти розглядали на макрорівні та асоціювали як класову боротьбу за становище в системі виробничих відносин. Однак важливе значення займає вирішення конфліктів на підприємствах, від збільшення обсягів виробництва яких залежить стан і процвітання національної економіки. Переробні підприємства забезпечують суспільство якісними харчовими продуктами, тому бачимо актуальним пошук шляхів вирішення конфліктів саме в цій сфері з метою покращення економічних показників.

Поряд з економічними аспектами все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності переробних підприємств, досягненні високої продуктивності і прибутковості виробництва відіграють неекономічні показники роботи підприємства, де постійно виникають конфліктні ситуації – це рівень соціального забезпечення працівників; турбота про здоров'я та безпеки громадян; задоволення очікувань споживачів; обґрунтованість ціноутворення; відповідальність за своїх постачальників; відповідальність за тих, хто зай-

мається реалізацією продукції (послуг); етичність і порядність у відносинах із споживачами; відкритість інформації про підприємство і продукцію (послуги); постійне оцінювання рівня задоволення потреб споживачів; пріоритет інтересів споживачів при вирішенні конфліктів; сумлінність і достовірність реклами; своєчасність сплати податків; підтримка громадських рухів за якість і благодійність; оновлення техніко-технологічної бази з метою поліпшення якості продукції та раціональне використання виробничих ресурсів з метою захисту навколишнього середовища тощо.

Діяльність переробних підприємств побудована на принципах соціальної відповідальності бізнесу. Значення соціальної відповідальності бізнесу для діяльності вітчизняних переробних підприємств дуже вагома, вона спрямована на:

- дотримання високих стандартів господарської діяльності;
- дотримання соціальних стандартів;
- якість роботи з персоналом;
- мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій;
- створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою;
- покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді [7, 8, 9]. Тому якість роботи персоналу і відповідний психологічний мікроклімат в колективі переробних підприємств безпосередньо залежить від управління персоналом в контексті соціальної відповідальності бізнесу.

Значні та помітні зміни в управлінні персоналом відбуваються у приватному секторі, який переходить до більш глибоких стратегічних форм взаємозв'язку з державою та суспільством. Поняття "соціальна відповідальність бізнесу" показує цю взаємодію.

Наприкінці 1970-х рр. А. Керролл запропонував трактувати корпоративної соціальної відповідальності як відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу [14]. Також він розробив модель, засновану на визнанні визначальної ролі суспільного договору, яка охоплює чотири типи соціальної відповідальності організації: економічну, правову, етичну і так звану дискреційну. Дискреційну відповідальність А. Керролл пов'язує зі сферою, в якій суспільство ще не сформувало чітких очікувань, і вона є такою за змістом, що передбачає індивідуальний добровільний вибір менеджера.

На думку вченого, окреслені ним типи корпоративної соціальної відповідальності не є такими, що взаємно виключають один одного, як і не утворюють континууму з економічними інтересами на одному полюсі і соціальними – на другому, і співвідносяться між собою, скоріше, у порядку історичної еволюції. Хоч усі ці типи відповідальності вже існують одночас-

но в бізнес-організаціях, – зазначав він, – історія бізнесу свідчить про більш ранню увагу до економічних і правових аспектів і про більш пізню – до аспектів етичних і дискреційних. Більше того, будь-яка взята відповідальність або дія бізнесу може мати вбудовані економічні, правові, етичні і дискреційні мотиви [14].

Розвиваючи логіку К. Девіса та інших розробників базової концепції корпоративної соціальної відповідальності, А. Керолл вкладає у неї управлінський контекст, оскільки вона може бути використана для полегшення ідентифікації причин конкретних дій бізнесу, а також для привертання уваги до етичних і дискреційних умов, що їх менеджери часто забувають [14].

В результаті таких динамічних змін чітко постає проблема пошуку нових механізмів управління персоналом, які відповідатимуть новим вимогам і забезпечить пошук шляхів усунення та мінімізації конфліктів. Сучасні інноваційні підходи до соціального розвитку підприємства стимулюють і формують принципово нові його стратегічні напрямки. Один з таких напрямків полягає в ефективному управлінні персоналом, заснований на системі цінностей, яку формує саме підприємство. У сучасних умовах, розглядаючи механізм управління персоналом в цілому, слід починати з системи цінностей, а далі підбирати форми і методи управління персоналом, які імпонують цій системі, будувати кадрову політику (підбір, навчання, розвиток персоналу) враховуючи психологічні вимоги і вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Фундаментом управління персоналом є, все-таки, організаційна культура з її функціями: охоронної, що інтегрує, регулюючої, мотиваційної, економічної та іншими [6].

При достатньо закріплених у діяльність підприємства уже перелічених функціях організаційної культури та інших, вони стають впливовим фактором регулювання взаємовідносин персоналу на різних рівнях ієрархії. Якщо розглядати організаційну культуру і моделювання поведінки людей, то її можна вважати фактором психологічного впливу. Аспекти управління персоналом можна розглядати в контексті ієрархії, виділяючи верхню ланку – керівний персонал, і нижню – підлеглих працівників. Для нижнього рівня система цінностей організації не є домінуючою, оскільки ця категорія працівників приймає те, що декларується на вищих рівнях, тому вони виступають як суб’єкти прийняття (але не обов’язково сприйняття) системи нав’язаних цінностей, а не ідеологами. Таким чином, якщо розглядати систему цінностей як домінанту в концепції управління персоналом, то вона ідеологічно формується представниками управлінської еліти та власниками, а наймані ж працівники, як правило, непричетні до формування культури організації [3]. Проте, вони повинні розуміти важливість підвищення кваліфікації як основу власної продуктивності та самовдосконалення, що є системою соціальних гарантій й безпеки. Економічна цінність працівника виз-

начається кваліфікацією, загальними знаннями, здібностями ефективно вирішувати складні проблеми, які дозволяють працівнику швидко пристосовуватися до економічних і соціальних умов життя. Тому у концепції управління персоналом вагому роль відіграють такі підсистеми: управління мотивацією, управління розвитком та соціально-психологічні методи управління. Вони формують першочергові, корпоративні моделі компетенції, етику ділових відносин, формалізовані і неформалізовані норми поведінки.

Реалізація вищезгаданого неможливо без стратегічного управління персоналом. На переробних підприємствах воно вирішує наступні завдання:

- 1) забезпечує підприємства необхідними трудовими ресурсами відповідно до їх стратегії;
 - 2) формує внутрішнє середовище підприємств таким чином, щоб внутріорганізаційна культура, ціннісні орієнтири, пріоритети в потребах створюють умови і стимулюють відтворення і реалізацію людських ресурсів і власне стратегічне управління;
 - 3) усуває суперечності в питаннях централізації-децентралізації управління персоналом [12].
- Виконання завдань стратегічного управління персоналом переробних підприємств залежить не тільки від досконалості їх розробки керівником підприємства, але і від реалізації стратегії виконавцями. Саме від них залежить максимальне отримання прибутку, а отже і усунення конфліктних ситуацій забезпечує підвищення продуктивності праці працівників.

Стратегічне управління персоналом здійснюється через розробку персонал-стратегії [13]. Об’єктом даної стратегії є фізичні особи, які мають трудові відносини з підприємством-роботодавцем, характеризуються певними якісними і кількісними характеристиками, що визначають їхню здатність до діяльності в інтересах підприємства. Суб’єктом персонал-стратегії є система органів управління, що включає служби управління персоналом, структурних підрозділів підприємства, об’єднаних за принципом функціонального підпорядкування та лінійних керівників на всіх рівнях управління.

Влучне застосування персонал-стратегії встановлюється вмінням персоналу до продуктивної та творчої праці, інтелектуального розвитку, генерування нових ідей, здобуття нових знань та навичок, що у гармонійному співвідношенні становить кадровий потенціал підприємства. Враховуючи потреби переробних підприємств, першочерговою проблемою яких є нестача висококваліфікованих кадрів здатних продуктивно працювати на новітній техніці та виробляти якісну продукцію, яка відповідає сучасним вимогам суспільства їх діяльність направлена на інноваційний тип розвитку. Відбувається оновлення техніко-технологічної бази з метою розширення асортименту продукції та раціонального використання виробничих ресурсів з метою задоволення суспільних потреб та зменшення забруднення навколишнього середовища.

Ці заходи також мають соціальний аспект який в першу чергу стосується інтересів суспільства і виникає такий зв'язок: суспільство – підприємство – персонал. Цей ланцюжок можна пояснити таким чином, що задоволені потреби суспільства позитивно та прибутково впливають на підприємство, яке мотивує персонал для більш продуктивної та ефективної праці, що в свою чергу зменшить ймовірність виникнення економічних конфліктів.

Важливою складовою стратегічного управління персоналом є кадрова політика. Вона є стратегією роботи з персоналом, відповідає концепції розвитку переробних підприємств. Світовий досвід свідчить, що більшість фірм і організацій розробляють свої власні принципи політики управління персоналом. До основних принципів відносяться: довічна зайнятість; найм персоналу високого класу; можливість кар'єрного росту; тривалий період підготовки; єдиний статус; система атестацій і співбесід; стійкі переконання, цінності, культура; повага до особистості; участь персоналу в управлінні; максимальна відповідальність; розширені горизонтальні зв'язки; заохочення розбіжностей у поглядах.

На переробних підприємствах, для збільшення їх прибутковості, шляхом раціонального використання трудових ресурсів та мінімізації конфліктів вченими розроблені індивідуальні стратегії управління персоналом і сформувався досконала політика в контексті соціальної відповідальності бізнесу, загальними принципами якої є:

- науковість та інноваційність (виконання новітніх наукових та інноваційних рекомендацій у сфері управління персоналом);
- справедливість;
- комплексність і системність роботи з персоналом;
- послідовність;
- дотримання трудового законодавства;
- рівність всіх кадрів і відсутність дискримінації;
- економічність (забезпечення окупності витрат на навчання персоналу);
- конкретність і адресність [11].

Важливе значення в управлінні персоналом та пошуку шляхів усунення економічних конфліктів на переробних підприємствах має концепція соціальної відповідальності де власник має приймати рішення і здійснювати дії, які відповідатимуть інтересам суспільства і підприємства. Тому мотивація соціальної відповідальності власника і як наслідок підприємства, що враховує інтереси суспільства є результатом послідовності етапів: потреби – мотиви – соціально відповідальні дії – цілі.

У практиці господарювання існує різноманіття форм організаційних структур, кваліфіковане управління на кожному рівні дозволяє усунути економічні конфлікти. Кожна з них має свої переваги і недоліки. Так склалося, що основною формою організаційних

структур на сучасному етапі є лінійно-функціональна, має ряд позитивних, які проявляються повною мірою в умовах стабільного виробництва. Динамічність зовнішнього середовища обумовлює прояву негативних наслідків функціонування таких структур. Одним з недоліків лінійно-функціональних структур є виникнення різного роду конфліктних ситуацій між функціональними і лінійними ланками управління, що обумовлено чітким відокремленням усіх видів діяльності і поділом функцій. В результаті це призводить до того, що кожен учасник управлінської діяльності бачить тільки свою мету. Гнучкість і чітку орієнтацію на досягнення поставлених цілей матричної структури управління можна протиставити складності управління в таких структурах, що часто призводить до виникнення конфліктних ситуацій [1].

Ефективність організаційної структури управління також пов'язана з характером відносин між структурними підрозділами підприємства. Так, в ситуації, коли більшість рішень приймається на вищому рівні управління, зв'язки між функціональними підрозділами середнього рівня стають дуже слабкими, що негативно позначається не тільки на соціально-психологічному кліматі в колективі, а й може стати суттєвою перешкодою для розвитку виробництва на інноваційній основі.

Проблемою сучасних організаційних структур є також дублювання функцій як наслідок децентралізації управління та виконання різними функціональними підрозділами однакових функцій, що ускладнює процес взаємодії підрозділів. Як правило, саме керівництво здійснює об'єднання всіх функцій управління в єдине ціле, а як наслідок, – оперативні рішення домінують над стратегічними. В якості одного з недоліків сучасних організаційних структур управління слід виділити також невідповідність міжрізними лініями управлінських зв'язків та діяльності. Взаємодія структурних підрозділів залежить від інформаційних потоків, а тому важливість набуває адресність інформації. Найчастіше організацію документообігу на підприємстві розглядають як окрему область управління, що не зовсім раціонально, так як даний процес повинен бути етапом вдосконалення організаційної структури підприємства [1].

Як соціально-економічний феномен, конфлікт, зберігає тенденцію до ускладнення, оновлення структури факторів, які його породжують. Різні типи конфліктів взаємодіючи, доповнюють один одного, набуваючи нових рис і форми. Це зумовлює динаміку і ускладненню систему соціально-економічних конфліктів. Конфлікт – це особливий вид соціально-економічної взаємодії, що має цілий ряд характеристик: по-перше, протилежність конфліктуючих сторін (ця протилежність повинна бути виражена явно, доведена до "точки кипіння"); по-друге, в межах конфліктної взаємодії між учасниками відсутня комунікація: вони не тільки не слухають, але і нечують один

одного; по-третє, порушення цілісності групи, блокування нормального функціонування всієї соціально-економічної системи в цілому [2].

Економічні конфлікти, засновані на економічних протиріччях, коли економічні потреби одного боку задовольняються або можуть бути задоволені за рахунок іншої. Чим глибше ці протиріччя, тим сильніше зіткнення, глибокі і стійкі конфлікти, тому їх важко вирішити. Економічні конфлікти часто виникають між окремими людьми [6].

Враховуючи природу конфліктів на переробних підприємствах в аспекті соціальної відповідальності, згідно якої здійснюється процес управління і попереджаються негативні наслідки конфліктної взаємодії і проявляються функції самого конфлікту, можна виділити наступні причини їх виникнення: дефіцит ресурсів, що підлягають розподілу у господарській діяльності підприємств; взаємозв'язок поставлених завдань; відмінності в цілях, інтересах між керівником і працівниками; порушення норм законодавства про оплату праці; розходження в інтересах, цінностях, життєвому досвіді між працівниками; недостатня освіченість, низький рівень професійної і кваліфікаційної підготовки працівників; порушення норм укладення та виконання колективних договорів і угод; слабкі комунікації; недосконала організаційна структура і її система управління; нечітке розмежування прав і обов'язків, повноважень персоналу; протиріччя між видами та функціями трудової діяльності працівника; невпевненість у розвитку професійного зростання, кар'єри; невідповідні умови праці; відсутність взаєморозуміння у відносинах між керівником і працівниками; соціально психологічний стан на підприємстві [10].

Для недопущення та мінімізації економічних конфліктів на переробних підприємствах визначені основні соціально-відповідально спрямовані принципи серед яких: доцільність відбору рішень, адаптивність, своєчасність і достовірність аналізу проблеми, оперативність, раціональність, комплексність, стійкість, перспективність, узгодженість з інтересами персоналу та попередження наслідків. Однак, конфлікт, будучи потужним економічним фактором, є каталізатором розвитку підприємства внаслідок його високої організаційної значимості та наслідків. Це проявляється в його функціях, які бувають як конструктивними, так і деструктивними.

На основі теоретичного аналізу літературних джерел встановлено, що найпоширенішим способом вирішення конфліктів у світовій практиці є переговорний процес, до того ж, у розвинених державах за допомогою переговорів вирішують навіть кримінальні справи. При наявності відпрацьованих технологій переговорний процес може займати провідне місце серед регуляторів механізму вирішення конфліктів у трудових відносинах між основними економічними суб'єктами, а саме роботодавцями та

найманими працівниками переробних підприємств в контексті соціальної відповідальності бізнесу [4].

Крім цього, важливим чинником попередження та мінімізації негативних наслідків є вивчення та аналіз основних вимог працівників, зокрема до заробітної плати яка виступає основним мотиватором до праці. У таких випадках керівництву важливо стимулювати персонал шляхом надання можливості підвищення кваліфікації, перепідготовки та надання консультативних послуг за рахунок коштів компанії.

Керівництву важливо усвідомлювати, що економічні конфлікти впливають на результати діяльності підприємства, змінюючи різні показники, у тому числі обсяг виробництва, дохід, прибуток та ін. Ця зміна показників може бути як позитивною, так і негативною. Проте чітко відомо, що вона є, тому при ефективному управлінні конфліктними ситуаціями можлива оптимізація впливу конфліктів на результативність діяльності.

Висновки. Отже, роль соціальної відповідальності в діяльності вітчизняних переробних підприємствах дуже вагома. Проте недосконалість в управлінні персоналом і відсутність формалізованого механізму прийняття управлінських рішень з вирішення конфліктів призводять до того, що досліджувані підприємства стикаються з певними труднощами, в результаті чого заходи щодо попередження та мінімізації негативних наслідків конфліктів залишаються малоефективними. Управління змінами передбачає постійну оцінку адекватності наявної організаційної структури цілям і завданням організації. Серйозною проблемою вітчизняних підприємств, є недостатня підготовленість керівників до прийняття управлінських рішень і використання ефективних методів попередження конфліктів, що необхідно для мінімізації їх наслідків в аспекті соціальної відповідальності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абаева Е.Н. Модель минимизации конфликтов на микроуровне в экономических взаимодействиях на промышленном предприятии / Е.Н. Абаева // Стратегия і механізми регулювання промислового розвитку: Зб. наук. пр. – Донецьк: ІЕП НАНУ, 2010. – С. 224–234.
2. Амелин, В.Н. Сущность, структура, типология и способы разрешения социальных конфликтов / В. Н. Амелин // Вестн. Моск. ун-та. Серия 12. – 1991. – № 6. – С. 64–81.
3. Гальчак Х. Р. Сучасний механізм управління персоналом в умовах соціального розвитку підприємств / Х. Р. Гальчак // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей міжн. нау.-пр. конф., Львів, 10–12 листопада 2011 року / Національний університет “Львівська політехніка”. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 207–208.
4. Гришова, І.Ю., Лебедь, Л.Е. 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.
5. Гришова, І.Ю., Стоянова-Коваль С.С. 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.

6. Діденко Н. Г. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціального партнерства в системі соціально-трудових відносин в Україні / Н.Г. Діденко // Менеджер. – 2007. – №4. – С. 31–35.

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 (13). – С. 162–166. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.]

8. Кужель, В.В. Соціальна політика та соціальні інвестиції підприємств агропродовольчої сфери/ В.В.Кужель// Економічний форум. Науковий журнал. – 2015. – №1. – С. 286–294

9. Кужель, В.В. Трансформація парадигми соціально-економічного розвитку під впливом соціально-відповідальних інвестицій// В.В.Кужель, Ю.М.Атаманчук// Економічний форум. Науковий журнал. – 2015. – № 2. – С. 46–55.

10. Крюкова, И.А. Современный уровень развития инновационных процессов в АПК Украины. – Материалы IV Меж-

дународной научно-практической конференции “Достижения молодых ученых в развитии инновационных процессов в экономике, науке, образовании” (8-10 октября 2012г.). / И.А. Крюкова. – Брянский государственный технический университет. – Секция 4 “Экономика, управление, маркетинг”. – Брянск, БГТУ, 2012. – С. 167–169.

11. Панюк Т. П. Стратегія управління персоналом як напрям розвитку підприємств молочної галузі Рівненської області / Т. П. Панюк, Ю. М. Барський // Електронний журнал “Ефективна економіка”. – Дніпропетровськ. – 2014. – №12 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3610>.

12. Пархоменко Н. А. Середовище стратегічного управління персоналом / Н. А. Пархоменко // Науковий вісник ЛНАУ. – 2010. – №17. – С. 172–180.

13. Романюк Л. М. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством та його персоналом / Л.М. Романюк // Наукові праці КНТУ. – Економічні науки. – 2010. – Вип.17. – С. 210–218.

14. Carroll A. B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A. B. Carroll // Academy of Management Review. – Vol. 4(4). – P. 500.

УДК 331.548

ПАХОМОВА Т.М., к.е.н.

м. Ніжин

СУЧАСНИЙ СТАН ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено причини та фактори, які формують рівень безробіття в Україні. За статистичними даними проведено аналіз динаміки рівня безробіття та причини незайнятості за останній час. На основі проведеного аналізу запропоновано основні напрями вдосконалення регулювання безробіття в Україні.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, робоча сила, ринок праці, економічно активне населення, соціальний захист.

Аннотация. Определены причины и факторы, которые формируют уровень безработицы в Украине. По статистическим данным проведен анализ динамики уровня безработицы и причины незанятости за последнее время. На основе проведенного анализа предложены основные направления совершенствования регулирования безработицы в Украине.

Ключевые слова: безработица, занятость, рабочая сила, рынок труда, экономически активное население, социальная защита.

Abstract. This article identifies the causes and factors that shape the level of unemployment in Ukraine. Based on the statistical data, the author conducts analysis of the dynamics of the unemployment rate and causes of unemployment in recent years. On the basis of analysis, the main directions of improving the regulation of unemployment in Ukraine are suggested.

Keywords: unemployment, employment, labor force, labor market, economically active population, social protection.

Постановка проблеми. Після 2010 року (у працездатний вік входить покоління громадян, які народилися у період низької народжуваності 90-х років) відбується 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

стан Української економіки. [1] У той же час на ринку праці не використовується значна частина трудового потенціалу молоді, яка часто не витримує конкурентної боротьби із представниками старших вікових поколінь. Розвиток молодіжного сегменту ринку праці характеризується посиленням дисбалансу між попитом і пропозицією праці, зниженням рівня економічної активності молоді, зростанням рівня безробіття, збільшенням частки молодих людей, зайнятих у неформальній сфері економіки, збільшенням чисельності молодих трудових мігрантів [2].

З іншого боку, трансформація економіки України супроводжується загостренням проблем зайнятості населення. Зайнятість населення являє собою діяльність частини населення щодо створення суспільного продукту (національного доходу). Зайнятість об’єднує виробництво і споживання, а її структура визначає характер їх взаємозв’язків. Ефективне функціонування економіки пов’язане із забезпеченням повної зайнятості наявних ресурсів. В процесі динамічного розвитку ринкової економіки виникає одна з причин макро-економічної нестабільності – неповна зайнятість.

Актуальність даного питання полягає в тому, що економічне зростання створює передумови для збільшення зайнятості та доходів населення, підвищення продуктивності його праці. Однак об’єктивні нерівномірності виходу з кризи окремих галузей і підприємств, істотні відмінності у співвідношенні інтенсивних та екстенсивних чинників обумовлюють неминучі диспропорції національного ринку праці, різнонаправленість розвитку окремих його сегментів. У поєднанні з прорахунками політики ринку праці це спричинило низку проблем. Ключовою проблемою залишається досягнення суспільно прийнятного рівня, структури, диференціації доходів від трудової діяльності, передусім заробітної плати. Низький рівень трудових доходів та їх не виправдана диференціація неминуче призводять до кризи мотивації трудової діяльності, наслідком якої стає низька трудова активність, неповне використання трудового потенціалу, зниження ролі праці та її повне чи часткове виключення з основних життєвих цінностей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми зайнятості, можливості удосконалення державного регулювання та державної політики зайнятості розглядалися багатьма зарубіжними вченими, починаючи ще від Дж. Кейнса та К. Маркса [3]. Проблеми ефективної зайнятості досліджували М. Алле, Р. Еренберг, М. Портер, Р. Сміт, Дж. Ріфкін, Й. Шумпетер. Загальнотеоретичні основи розвитку ринку праці та зайнятості в Україні розглядалися в працях В. Близнюк, Д. Богині, В. Будкіна, Т. Коропчук, Т. Мірошниченко, Л. Шевченко, Т. Засць, М. Корецького [4]. Зайнятість в умовах трансформаційної економіки досліджувалася в працях В. Секретарюка, В. Герасимчука, А. Колота, В. Летюха, Л. Чижова [5]. У науковій літературі проблема зайнятості розглядається переважно з економічного боку, а питання удосконалення державної політики в сфері зайнятості та безробіття є фрагментарними і потребують подальшого дослідження.

Вирішенням проблеми безробіття займалися такі вчені, як Л. Гальків, І. Моцін, М. Папієв, О. Піжук, Я. Міклош, В. Фелоренко.

Суттєвий вклад у вирішення теоретичних та прикладних проблем зайнятості молоді внесли українські вчені: О.В. Абашина, Л.М. Ільч, В.Л. Кравченко, Е.М. Лібанова, В.В. Онікієнко, М.П. Перепелиця,

М.І. Хмелярчук, О.О. Яременко, Н.В. Метьюлкіна, Т.В. Дроздова та інші [2].

Проте ряд питань, пов’язаних з безробіттям в Україні, особливо у методологічному плані, залишаються недостатньо дослідженими. Це стосується, насамперед, проблеми соціально-економічних наслідків та втрат від безробіття, а також його впливу на безпечний національний розвиток.

Метою статті є дослідження проблеми і перспективи зайнятості, ринку робочої сили, визначення основних причин формування і наслідків безробіття

Виклад основного матеріалу. Ринок робочої сили – це суспільно-економічна форма руху трудових ресурсів, особливий, властивий розвинутим товарно-грошовим відносинам спосіб включення робочої сили в економічну систему. В умовах ринкової економіки робоча сила виступає як товар і в цьому схожа з іншими товарами, піддається економічній оцінці й оптимізації. Ринок робочої сили характеризується системою відносин між продавцями (власниками) робочої сили і її покупцями та відповідною інфраструктурою.

У відповідності з міжнародними стандартами, розробленими у 1983 році Міжнародною організацією праці (МОП), все населення можна поділити на три категорії:

1) зайняті – це ті люди, які виконують будь-яку оплачувану роботу, а також ті, що мають роботу, але тимчасово не працюють через хворобу, страйк чи відпустку. До цієї категорії належать і ті, хто зайнятий неповний робочий день;

2) безробітні – ті, хто не має роботи, але активно шукає її або чекає, щоб повернутися на попереднє місце роботи. Конкретніше: людина вважається безробітною, коли вона відповідає трьом критеріям, які мають місце одночасно “без роботи”; – “робить активні спроби знайти роботу”; – “готова зразу ж стати до роботи”.

Зайняті і безробітні становлять робочу силу, або економічно активне населення в даний момент часу.

3) особи поза робочою силою, або економічно неактивне населення – це перш за все люди до 15 років, а також ті, хто перебуває в спеціалізованих установах (психіатричних диспансерах, виправних закладах тощо); до цієї категорії відносяться і особи, що вибули зі складу робочої сили, – дорослі, які потенційно мають можливість працювати, але не працюють і не шукають роботи (навчаються, перебувають на пенсії, надто хворі, щоб працювати, або просто не шукають роботи).

Шукати роботу в нашій країні можна різними шляхами, зокрема через державну службу зайнятості або самостійно.

Та частина людей серед населення працездатного віку, які шукають роботу і реєструються в державній службі зайнятості, складають показник “рівень зареєстрованого безробіття”. Тобто цей показник свідчить про кількість тих людей, які прийшли до центрів зайнятості та отримали статус безробітного.

Збільшення зареєстрованого безробіття означає збільшення кількості звернень по допомогу в працевлаштуванні до служби зайнятості.

Станом на 1 вересня 2015 року кількість зареєстрованих безробітних становила 414,7 тис. осіб.

Проте показник щодо рівня зареєстрованого безробіття не дає повного уявлення про загальну ситуацію з безробіттям у країні. Для визначення реальних масштабів зайнятості і безробіття використовується світова практика – дані вибіркового обстеження населення з питань економічної активності, в основу яких покладена методологія Міжнародної організації праці (МОП).

Показник "*рівень безробіття (за методологією МОП)*" визначається у відсотках як співвідношення чисельності безробітних віком 15–70 років до економічно активного населення відповідного віку. В Україні такі обстеження з 1995 року проводить Державна служба статистики.

За останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України, рівень безробіття населення віком 15–70 років, визначений за методологією Міжнародної організації праці, в Україні в I кварталі 2015 року становив 9,6% економічно активного населення.

Отже, вищезазначені показники – рівень зареєстрованого безробіття і рівень безробіття, визначений за методологією МОП, розраховуються за різною методологією і тому не суперечать один одному, а відображають різні явища на ринку праці.

Також слід уточнити, що такого показника, як "*прихований рівень безробіття*", не існує, як не існує й показника "*офіційний рівень безробіття*". Всі дані, які озвучуються і публікуються Державним центром зайнятості і Державною службою статистики, є відкритими та офіційними.

Ефективне функціонування економіки пов'язане із забезпеченням повної зайнятості наявних ресурсів. В процесі динамічного розвитку ринкової економіки виникає ще одна причина макроекономічної нестабільності – неповна зайнятість.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ УКРАЇНИ

(за даними Державної служби статистики України)

Промисловість. У вересні 2015 р. порівняно з попереднім місяцем та вереснем 2014 р. індекс промислової продукції становив відповідно 105,9% та 94,9%, за підсумками січня–вересня 2015 р. – 83,4%.

Сільське господарство. У січні–вересні 2015 р. індекс обсягу сільсько-господарського виробництва порівняно з відповідним періодом 2014 р. склав 94,7%, у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 95,7%, у господарствах населення – 93,6%. Обсяг продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств у фактичних цінах, за розрахунками, становив 369,7 млрд.грн.

Будівництво. У січні–вересні 2015 р. підприємствами країни виконано будівельних робіт на суму

34,9 млрд.грн. Індекс будівельної продукції у січні–вересні 2015 р. порівняно з відповідним періодом попереднього року склав 77,2%.

Транспорт. У січні–вересні 2015 р. вантажооборот підприємств транспорту становив 230,5 млрд.ткм, або 89,5% від обсягу січня–вересня 2014 р. Підприємствами транспорту перевезено 437,5 млн.т вантажів, що складає 85,7% до відповідного періоду 2014 р. Усіма видами транспорту виконано пасажирооборот в обсязі 72,8 млрд.пас.км, або 90,4% від обсягу січня–вересня 2014 р.

Зовнішня торгівля. У січні–серпні 2015 р. експорт товарів становив 24766,7 млн.дол. США, імпорт – 24146,9 млн.дол. Порівняно із січнем–серпнем 2014 р. як в експорті, так і в імпорті відбулось скорочення поставок на 33,9% (на 12728,9 млн.дол. та 12411,4 млн.дол. відповідно). Позитивне сальдо досягло 619,8 млн.дол. (у січні–серпні 2014 р. також позитивне – 937,3 млн.дол.)

Оптова торгівля. У січні–серпні 2015 р. експорт товарів становив 24766,7 млн.дол. США, імпорт – 24146,9 млн.дол. Порівняно із січнем–серпнем 2014 р. як в експорті, так і в імпорті відбулось скорочення поставок на 33,9% (на 12728,9 млн.дол. та 12411,4 млн.дол. відповідно). Позитивне сальдо досягло 619,8 млн.дол. (у січні–серпні 2014 р. також позитивне – 937,3 млн. дол.)

Роздріб на торгівля. За січень–вересень 2015 р. оборот роздрібною торгівлю становив 735 млрд.грн., або 77,7% від обсягу січня–вересня 2014 р. У структурі обороту роздрібною торгівлю на організовані та неформальні ринки припадало 31%.

Ціни. У вересні 2015 р. індекс споживчих цін становив 102,3%, з початку року – 141,4%; індекс цін виробників промислової продукції у вересні 2015 р. становив 102,0%, з початку року – 128,0%.

Заробітна плата. У січні–серпні 2015 р. середньомісячна номінальна заробітна плата штатного працівника досягла 3975 грн. і збільшилась порівняно з відповідним періодом 2014 р. на 16,9%. У серпні порівняно з липнем п.р. розмір заробітної плати зменшився на 4,2%, а з серпнем 2014 р. – зріс на 24,8%. Заробітна плата працівника становила 4205 грн., що в 3,5 раза вище рівня мінімальної заробітної плати (1218 грн.). Індекс реальної заробітної плати у серпні 2015 р. порівняно з липнем становив 96,6%, відносно серпня 2014 р. – 80,8%.

Населення На 1 вересня 2015 р. чисельність наявного населення в Україні, за оцінкою, становила 42805,7 тис. осіб. Упродовж січня–серпня 2015 р. чисельність населення зменшилася на 123,6 тис. осіб.

За даними Державної служби статистики кількість економічно активного населення віком від 15 до 70 років у середньому у I півріччі 2015 року становила 18,1 млн. осіб, у тому числі 16,4 млн. зайнятих та 1,7 млн. безробітних громадян. Серед осіб працездатного віку кількість економічно активного населення

становила 17,4 млн. осіб, з них 15,7 млн. зайнятих та 1,7 млн. безробітних громадян.

Рівень економічної активності серед осіб віком 15–70 років склав 62,3%, а серед осіб працездатного віку – 71,5%.

Найвищий рівень економічної активності був у Дніпропетровській області та м. Києві, а найнижчий – у Волинській, Донецькій, Тернопільській, Хмельницькій та Івано-Франківській областях.

За даними Державної служби статистики України, у I півріччі 2015 року чисельність зайнятого населення у віці 15–70 років, становила 16,4 млн. осіб, а серед осіб працездатного віку – 15,7 млн. осіб.

Серед зайнятого населення 26,4% (або 4,3 млн.) були зайняті у неформальному секторі економіки. Серед видів економічної діяльності найбільш поширеною неформальна зайнятість була у сільському, лісовому та рибному господарствах (38,3%), у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів (22,6%), а також у будівництві (15,5%).

У структурі зайнятого населення 84,1% складають наймані працівники, лише 1,3% – роботодавці, 14,4% – самозайняті особи.

Майже половину зайнятих громадян становлять особи віком 40–59 років, понад чверть – особи у віці від 30 до 39 років, 22% – у віці від 15 до 29 років.

Майже 40% всього зайнятого населення країни зосереджена у Одеській, Львівській, Харківській, Дніпропетровській областях та м. Києві.

Рівень зайнятості становив 56,5%, а серед осіб працездатного віку – 64,6%. Зокрема, у міських поселеннях 57,3%, у сільській місцевості – 54,9%. Рівень зайнятості серед чоловіків був вище ніж серед жінок, відповідно 61,9% та 51,7%.

Серед вікових груп цей показник розподілився наступним чином: найнижчим рівень зайнятості був серед осіб старше 60 років та серед молоді до 24 років (14,4% та 28,1%, відповідно). Серед осіб від 50 до 59 років він становив 61,7%, а серед інших вікових груп коливався від 71,7% до 77,9%.

Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (62,0%) та Дніпропетровській (61,7%) області, а найнижчий – у Донецькій (50,7%) та Тернопільській (51,4%) областях.

Чисельність безробітних становила 1,7 млн. осіб, зокрема, у містах – 1,1 млн. осіб та 0,6 млн. осіб – у сільській місцевості.

За причинами незайнятості структура безробітних є наступною: 39% складають вивільнені з економічних причин, більш як третину – звільнені за власним бажанням, за угодою сторін або закінченням контракту, 15% – не працевлаштовані випускники навчальних закладів.

Майже 40% загальної кількості безробітних зосереджена в Полтавській, Харківській, Львівській, Дніпропетровській, Донецькій, областях та м. Києві.

Рівень безробіття, за методологією (МОП), становив 9,2% економічно активного населення, а серед

осіб працездатного віку – 9,6%, у тому числі серед осіб віком 25–29 років – 12%, а серед молоді до 25 років – 21% економічно активного населення відповідного віку.

Серед міських мешканців рівень безробіття становив 9,0%, серед сільських – 9,7%. Серед чоловіків цей показник становив 10,3%, а серед жінок – 8,0%.

Найнижчий рівень безробіття спостерігався у місті Києві – (6,5%), Одеській (6,8%) області, а найвищий – у Тернопільській (11,8%), Полтавській (12,8%), Донецькій (13,6%) та Луганській (15,6%) областях.

Серед безробітних понад 40% становили особи віком від 15 до 29 років, кожен п'ятий безробітний – у віці від 40 до 49 років, кожен четвертий – від 30 до 39 років.

Показники безробіття в Україні суттєво не відрізняються від середніх показників по Європейському Союзу. Так, серед населення усіх вікових груп у середньому по країнах ЄС рівень безробіття становив 9,6%, зокрема серед молоді до 25 років – 20,6%.

Найвищим рівень безробіття був у Словаччині, Іспанії, Португалії, на Кіпрі, у Хорватії та у Греції. Відносно низьким (до 6 відсотків) рівень безробіття є у Австрії, Люксембурзі, на Мальті, у Чеській Республіці та Німеччині.

Кількість економічно неактивного населення у віці 15–70 років у I півріччі 2015 року становила 10,9 млн. осіб, а серед працездатного населення – 7,0 млн. осіб. Серед економічно неактивних громадян кожен другий був пенсіонером, кожен п'ятий – учнем або студентом, а кожен четвертий – виконував домашні обов'язки.

Державна політика зайнятості населення в Україні базується на таких принципах:

- забезпечення рівних можливостей усім громадянам у реалізації права на вільний вибір виду діяльності відповідно до здібностей та професійної підготовки;
- сприяння забезпеченню ефективної зайнятості, запобіганню безробіття, створенню нових робочих місць;
- координації діяльності у сфері зайнятості з іншими напрямками соціально-економічної політики;
- забезпечення контролю профспілок, спілок підприємств, власників підприємств за виконанням заходів щодо забезпечення зайнятості населення;
- міжнародного співробітництва у вирішенні проблем зайнятості населення [13, с. 324].

Політика зайнятості має макрорівень (загальнодержавний) і мікрорівень (регіональний і локальний), перший з яких є визначальним.

Основи соціального захисту населення у сфері трудових відносин закладені в Конституції України і в Законі України “Про зайнятість населення” [14, с. 170].

Важливим провідником державної політики на ринку праці є біржа праці. Згідно з Законом України "Про зайнятість населення", цей інститут інфраструктури ринку праці в Україні називається Державною службою зайнятості. Відповідно до Закону послуги, пов'язані із зайнятістю населення, надаються Державною службою зайнятості безкоштовно. При цьому вона не вирішує питань про ціну робочої сили. Основні завдання державної служби зайнятості в Україні:

1. Аналіз і прогнозування попиту і пропозиції на робочу силу, інформування про стан ринку праці.
2. Консультування громадян і власників підприємств, організацій, установ про можливість отримання роботи і забезпечення робочою силою.
3. Облік вільних робочих місць і громадян, які звертаються в питаннях працевлаштування.
4. Допомога громадянам у підборі підходящої роботи, а роботодавцям – у підборі необхідних працівників.
5. Організація професійної підготовки і перепідготовки громадян, які лишилися без роботи.
6. Надання послуг відносно працевлаштування і профорієнтації незайнятого населення.
7. Реєстрація безробітних і надання їм у межах своєї компетенції допомоги, у тому числі і матеріальної.
8. Участь у підготовці перспективних і поточних програм зайнятості і заходів щодо соціального захисту різних верств населення від безробіття.

Нарівні з Державною службою зайнятості на ринку робочої сили великого значення набуває Державний фонд зайнятості. Останній формується за рахунок асигнувань з бюджетів різних рівнів, внесків підприємств, установ, організацій, кооперативів, добровільних внесків громадських організацій, громадян, іноземних фірм. Державний фонд зайнятості використовується для фінансування заходів щодо профорієнтації населення, професійного навчання вивільнених працівників і безробітних, сприяння їх працевлаштуванню і виплати допомоги по безробіттю, надання безпроцентних кредитів безробітним, для здійснення підприємницької діяльності, організації додаткових робочих місць, на утримання працівників служби зайнятості і оплати інших витрат, пов'язаних із соціальним захистом прав громадян України на працю [15].

Висновок. Україна опинилася у досить складній ситуації, її ситуація на ринку праці потребує ретельного і негайного опрацювання існуючих проблем. Проаналізувавши існуючі проблеми у цій сфері можна зробити висновок, що вирішення проблеми безробіття на ринку праці України по регулюванню незайнятості населення мають включати заходи, що систематизовані за 7 основними напрямками:

1. Формування нормативно-правової бази в сфері зайнятості населення.

2. Професійна підготовка кадрів, підвищення якості робочої сили.

3. Збереження і створення робочих місць, сприяння розвитку підприємництва та самостійної зайнятості населення.

4. Розв'язання проблеми зайнятості населення у сільській місцевості.

5. Сприяння зайнятості громадян, які потребують соціального захисту і нездатні на рівних конкурувати на ринку праці.

6. Регулювання соціально трудових відносин.

7. Надання соціальних послуг зареєстрованим безробітним.

Оскільки безробіття є неприйнятною альтернативою зайнятості, кожна держава розробляє заходи боротьби з ним. Це передбачається і міжнародними трудовими нормами.

Враховуючи реалії нашої економіки, одним з основних напрямів боротьби з безробіттям мають стати заходи щодо підвищення продуктивності праці. Це, по-перше, знизить собівартість, а відповідно і ціни товарів та послуг, зробивши їх доступними більшості громадян і конкурентоспроможними на зовнішньому ринку; по-друге, дасть можливість підвищити заробітну плату, пенсії, стипендії, збільшити інші трансферти. Підвищена таким чином купівельна спроможність вимагає збільшення товарів і послуг, а це сприятиме підвищенню виробництва, що, в свою чергу, потребує залучення додаткової робочої сили і збільшення зайнятості.

Однак і перший і другий напрями боротьби з безробіттям мають забезпечуватися підвищенням конкурентоспроможності робочої сили за рахунок підвищення її якості, а саме: зростання рівня загальної освіти, підвищення кваліфікації, розширення діапазону оволодіння працівниками професій і спеціальностей, розвитку таких необхідних складових відтворення якісної робочої сили, як медицина, культура, спорт. Конкурентоспроможність і висока кваліфікація робочої сили дадуть можливість, по-перше, виробляти конкурентноздатну на світовому ринку продукцію і за рахунок високої продуктивності забезпечити подальше економічне зростання; по-друге, досягти позитивних наслідків у трудовій міграції і відкрити шлях до широкого рівноправного входження у світовий ринок праці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стан та перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні. Пахомова Т.М. "Вісник" КІБІТ, 2015 р.
2. Подобед Н.В. Проблеми зайнятості молоді на ринку праці України. /Н.В.Подобед– К.: КНЕУ, 2014. – 744 с.
3. Карл Маркс [Електронний ресурс] // Режим доступу http://ukr.wikipedia.org/wiki/Карл_Маркс.
4. Історія економічних вчень [Електронний ресурс] // Режим доступу :<http://ukrlib.net/historyekonomichnix-vchen/95-kriza>.

5. Українське суспільство. Соціологічний моніторинг / За ред. д.е.н. В. Ворони, д.е.н. В. Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України. – 648 с.
6. Про зайнятість населення [Електронний ресурс] : Закон України // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>
7. Гальків Л.І. / Втрати людського капіталу України: чинник безробіття // Економіка і регіони. – 2013. – №2. – с. 110-113.
8. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. / Дж. Кейнс. М. – 1993. – 255с.
9. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини / О.А.Грішнова. – К.: Знання, 2009. – 535 с.
10. Про зайнятість населення : Закон України // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР). – 1991. – № 14. – С. 170.
11. Про затвердження Основних напрямів проведення державної політики зайнятості : Постанова Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
12. Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні : Декларація, прийнята Законом України від 15 грудня 1992 р. № 2859-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

УДК 658.011.1+338.48 (075.8)

САУХ І.В., к.е.н.

м. Житомир

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Анотація. Стаття присвячена оцінці наукових підходів щодо сучасних тенденцій стратегічного менеджменту підприємств туристичної індустрії. В результаті узагальнено підходи до стратегічного менеджменту, що сприятиме прийняттю виважених та ефективних управлінських рішень, спрямованих на розвиток потенціалу підприємств в умовах нестабільного та складнопрогнозованого зовнішнього середовища. Зважаючи на особливості функціонування туристичних підприємств малого та середнього бізнесу, розкрито зміст сутності стратегічного менеджменту шляхом його порівняння з оперативним та визначено, що стратегічний менеджмент відрізняється від оперативного низкою ознак. В ході дослідження доведено, що стратегічний менеджмент є новою управлінською парадигмою, пов'язаною з постановкою цілей підприємства та підтримкою визначених взаємовідносин з оточуючим середовищем, що дозволяє йому досягати поставлених завдань та відповідає його внутрішнім можливостям.

Ключові слова: стратегія, туризм як складна багаторівнева система, функціональна стратегія, стратегічний менеджмент, оперативний менеджмент, туристичне підприємство

Аннотация. Статья посвящена оценке научных подходов относительно современных тенденций стратегического менеджмента предприятий туристической индустрии. В результате обобщены подходы к стратегическому менеджменту, что будет способствовать принятию взвешенных и эффективных управленческих решений, направленных на развитие потенциала предприятий в условиях нестабильной и сложно прогнозированной внешней среды. Учитывая особенности функционирования туристических предприятий малого и среднего бизнеса, раскрыто содержание сущности стратегического менеджмента путем его сравнения с оперативным и определено, что стратегический менеджмент отличается от оперативного по ряду признаков. В ходе исследования доказано, что стратегический менеджмент является новой управленческой парадигмой, связанной с постановкой целей предприятия и поддержкой определенных взаимоотношений с окружающей средой, что позволяет ему достигать поставленных задач и соответствует его внутренним возможностям.

Ключевые слова: стратегия, туризм как сложная многоуровневая система, функциональная стратегия, стратегический менеджмент, оперативный менеджмент, туристическое предприятие

Annotation. The article is devoted to the scientific approaches to the current trends in strategic management of enterprises of the tourism industry. As a result, the approaches to strategic management are generalized, which will help to make informed and effective management decisions aimed at capacity building businesses in an unstable and difficult to foreseen environment. Taking into consideration the peculiarities of tourism enterprises SMEs, the content of the essence of strategic management is revealed through its comparison with operational and it was determined that strategic management is different from operating by a number of features. The study proved that strategic management is a new managerial paradigm associated with the production and support of enterprise goals defined relationship with the environment that allows it to achieve its objectives and meet its internal capabilities.

Key words: strategy, tourism as a complex multilevel system, functional strategy, strategic management, operational management, travel company

Постановка проблеми. Як світова економічна система, так і національна економіка України представлена на великою кількістю сфер діяльності, до яких належить і туристична. Фундаментальною ціллю існування

туристичного сектору є пізнання людством оточуючого середовища, навколишнього світу, розширення кругозору, формування нових прогресивних поглядів, тобто задоволення соціальних потреб. З економічної точки зору становлення та розвиток туристичної індустрії, розширення ринку туристичних послуг та еволюція видів туристичної діяльності, відповідно, сприяють підвищенню життєвого рівня населення, збереженню та відтворенню етно-культурної спадщини, розвитку супутніх сфер діяльності. В сучасній глобалізованій економіці вплив туризму на всі сфери суспільства значно посилюється. Серед домінантних тенденцій змін в туристичній галузі необхідно виділити наступні: зростання інтернаціональних зв'язків, конкуренції, взаємозалежності, концентрація капіталу, інтенсифікація технологічних і продуктових змін.

В багатьох країнах світу туризм стає пріоритетним напрямом розвитку національної економіки, не тільки завдячуючи його динамічності, високій прибутковості, але й з огляду на великий позитивний соціально-економічний і культурний вплив. Щодо України, слід зазначити наступне. Оцінка потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів дає підстави стверджувати, що країна має значні перспективи розвитку туристичної індустрії, але її сучасний стан не відповідає вітчизняному потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів, низькою є економічна ефективність.

Постають питання про причини такої ситуації та шляхи їх подолання. Основними причинами незадовільного становища туристично-рекреаційної сфери є недостатній рівень:

1) теоретичного осмислення соціально-економічної суті туризму як суспільного явища та його економічної значимості як прибуткового виду економічної діяльності;

2) застосування ефективних економічних інструментів в управлінській діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери України.

Світова практика функціонування найбільш розвинених економічних систем доводить, що високу конкурентоспроможність господарської діяльності та стабільне економічне зростання забезпечують значною мірою ефективні управлінські механізми.

Сучасний стан вітчизняної економіки потребує нових методологічних підходів до підвищення конкурентоспроможності національного господарства, основними пріоритетами стають інновативність, розвиток економіки знань, посилення соціальної спрямованості нових технологій, зростання взаємозв'язку між способами функціонування суб'єктів господарювання. У сучасних умовах трансформації економіки розвиток та ідентифікація сучасного виробництва повинні цілком базуватися на нових рішеннях в галузі технології, техніки, організаційних форм й економічних методів господарювання. Вибір цілей і напрямів економічної політики, формування концепції розвитку українського суспільства нового типу передбачає оновлення організаційних структур відповідно до су-

часних світових інтеграційних тенденцій розвитку, особливо таких, що поєднують інноваційно-інвестиційні процеси.

Водночас, слід зазначити, що туризм є багаторівневою системою, яка об'єднує між собою споріднені сфери діяльності, та в якій переплітаються інтереси представників різних секторів національної економіки, що здійснюють економічну діяльність. Наразі дослідження особливостей функціонування туристичної індустрії є важливим, оскільки забезпечує налагодження узгодженості інтересів суб'єктів туристичної діяльності, їх відповідного соціального та економічного спрямування, приведення їх до системної взаємодії. Сьогодні туризм виступає однією з найприбутковіших сфер світової економіки:

- за економічною віддачею на туризм припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та 30% світової торгівлі послугами, у ньому акумульовано приблизно 7% світових капіталовкладень [16];
- кількість міжнародних туристичних поїздок постійно зростає (за даними Всесвітньої туристичної організації щорічно подорожує понад 1 млрд. осіб, при цьому більше ніж у 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету [13];
- посідає все більш помітне місце у світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, кількістю зайнятих, обсягом експорту послуг [5].

Зазначимо, що способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі, далеко не завжди виявляються адекватними сучасним умовам і тенденціям. Тому проблема активізації розвитку туристичної індустрії України об'єктивно потребує визначення нових напрямів і механізмів ефективного функціонування підприємств галузі. Для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн, в яких державна політика щодо туризму є успішною і спрямована на забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національного туристичного продукту. Отже, сьогодні розвиток туристичної індустрії України за умов трансформації економічних відносин безперечно потребує дієвого стратегічного менеджменту. Впродовж XX ст. менеджмент став одним з вагоміших чинників ефективності та конкурентоспроможності економік розвинутих країн світу. Саме завдяки науково обгрунтованому та оптимізованому менеджменту в організаціях досягається результативність ринкових стратегій, інновацій та інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем формування та досягнення конкурентних переваг організаціями на туристичному ринку займається багато відомих вчених. У той же час питання оптимізації управління туристичними підприємствами не знайшли достатнього відображення в теорії та практиці економічних досліджень.

Щодо питання стратегічного менеджменту як найважливішого чинника підвищення конкурентоспроможності, то слід відзначити незначний обсяг наукових публікацій [3; 5; 8; 10; 15; 16]. Незважаючи на деякі проведені дослідження в цій сфері, проблема реалізації стратегічного менеджменту належить до малодосліджених властивостей економічних систем мікрорівня. Таким чином, одним із першочергових завдань сучасної економічної науки є якнайшвидше вивчення існуючих (сформованих на базі досвіду реформування економіки інших країн) та напрацювання власних теоретичних розробок щодо стратегічного менеджменту. Варто зазначити, підхід до вирішення цієї наукової та практичної проблеми лежить у двох площинах: по-перше, врахування національних цінностей (або архетипу нації) при визначенні шляхів розвитку національної та регіональної економіки, національного підприємництва; по-друге, цілеспрямоване прискорене формування цінностей, які відповідають цілям обраної економічної стратегії розвитку.

Метою статті є визначення стратегічного менеджменту новою управлінською парадигмою, пов'язаною з постановкою цілей підприємства на основі визначених взаємовідносин з оточуючим середовищем, що дозволяє йому досягати поставлених завдань та відповідає його внутрішнім можливостям, а також аналіз сучасних тенденцій стратегічного менеджменту підприємств туристичної індустрії.

Викладення основного матеріалу дослідження. Теоретичні основи побудови і функціонування організацій як частина загальної науки про управління розроблялися на стику різних галузей знань – менеджменту, соціології, антропології, психології, соціальної психології, економічної науки, юриспруденції та інших. Зміни об'єктивних умов функціонування організацій, що характерні для нинішнього сторіччя, внесли чимало нового у розвиток наукових концепцій і управлінської практики.

Друга половина XX століття для теоретиків та практиків була пов'язана з пошуком нової управлінської парадигми, орієнтованої на врахування не лише можливостей внутрішнього потенціалу суб'єктів господарювання, але і на пошук шляхів адаптації до трансформацій зовнішнього середовища. Це обумовило виникнення теорії стратегічного менеджменту, яка досліджує проблеми удосконалення цілеспрямованого керівництва розвитком підприємства в умовах змін. Оцінка економічної літератури дозволила сформулювати такі передумови виникнення стратегічного менеджменту як нової управлінської парадигми: 1) неефективність існуючих методів управління, що базуються виключно на управлінні внутрішнім середовищем підприємства; 2) науково-технічний прогрес, що вимагає нового інструментарію до управління підприємством, в тому числі ме-

тодів роботи з великими обсягами неструктурованої інформації; 3) зсув акценту з аналізу та контролю минулого на аналіз та контроль майбутнього; 4) підвищення гнучкості підприємства, необхідність адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища; 5) зростання конкуренції на ринках, що визначає потребу підприємств у довгостроковій стратегії розвитку його діяльності; 6) ускладнення систем управління, що вимагає їхньої внутрішньої координації.

В останні десятиліття менеджмент активно проникає на українські підприємства, професія менеджера як керівника нового типу набуває все більшого поширення та визнання. Загальноновизнаним стає справедливе твердження про необхідність використання засад сучасного менеджменту в організаціях, що забезпечує їм 1) високу динаміку позитивних змін (економічних, технологічних, соціальних та ін.); 2) максимально повну реалізацію наявних і можливих конкурентних переваг; 3) ефективне втілення результативних стратегій.

В процесі дослідження туристичної індустрії як виду економічної діяльності особливо актуальними постають питання пошуку відмінних особливостей функціонування підприємств туристичної сфери, котрі потребують вирішення.

З метою обґрунтування важливості стратегічного менеджменту на туристичних підприємствах та забезпечення можливості здійснення аналізу динаміки масштабів проведення туристичної діяльності скористаємось наявною статистичною інформацією, представленою Державною службою статистики України [14].

Дані наведеної вище таблиці відображають позитивну динаміку показників, однак, слід звернути увагу на показники 2014 року: кількість громадян, які відвідали Україну, скоротилась в декілька разів, а відповідно зменшились доходи туристичної та супутніх сфер економіки, тому виникає доцільність пошуку механізмів підвищення прибутковості підприємств сфери обслуговування та шляхів стабілізації економічного положення. У зв'язку з подіями 2013–2015 років, сучасна туристична система чутливо відреагувала на зміни в політичній ситуації країни та анексію частини територій України. Так, відповідно до даних Державної служби статистики України¹ мережа суб'єктів туристичної діяльності України – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – у 2014 р. становила 3885 одиниць (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції), що менше порівняно з 2013 р. на 31,7 %, тоді як за попередні роки спостерігалась позитивна динаміка в збільшенні їх чисельності: у 2013 р. відбулось збільшення на 6,5 % порівняно з 2012 р., а в 2012 р. – на 11,6 % порівняно з 2011 р. При цьому спостерігалось значне скорочення частки доходів від

¹Державна служба статистики. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

здійснення туристичної діяльності у ВВП: дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) у 2014 р. склав 5566644,50 тис. грн., що є меншим на 14,3 % порівняно з 2013 р., та на 20,4 % порівняно з 2012 р.

Негативна динаміка зовнішнього середовища підприємств зазначеної сфери характеризується зниженням темпів розвитку, спонукає до пошуків можливих заходів щодо стабілізації їх місця на ринку, одним з яких виступає стратегічний менеджмент, що, в свою чергу, потребує застосування та розробки нових підходів до управління господарською діяльністю.

В умовах ринкової економіки актуалізуються дослідження засад та чинників, які детермінують ефективність розвитку туризму. Основними напрямками цих досліджень постають проблеми підвищення ефективності галузі шляхом найповнішої реалізації функцій менеджменту. В той же час практичний досвід функціонування туристичних підприємств засвідчує, що питання удосконалення системи управління туристичними організаціями були завжди актуальними. Дослідження досвіду роботи провідних зарубіжних та вітчизняних підприємств туристичної сфери потребує акцентувати увагу на тенденціях і закономірностях функціонування сучасного менеджменту і, перш за все, на тих нових концепціях (теоріях), що виникли за останній період і успішно впроваджу-

ються в практику життя підприємств. В цьому контексті логічним є висновок щодо необхідності визначення ефективних підходів до аналізу діяльності туристичних організацій з позицій саме стратегічного менеджменту. При цьому зазначимо, що використання потенціалу стратегічного менеджменту приносить відповідний ефект при відносно мінімальних витратах.

Стратегічний менеджмент в літературі трактується неоднозначно, що, на наш погляд, пов'язано з наявністю диференційованих підходів до тлумачення стратегії, яку трактують як мистецтво управління, набір правил прийняття рішень; план управління підприємством, орієнтований на майбутнє; певний порядок дій, орієнтованих на досягнення мети підприємства. В більшості випадків стратегічний менеджмент розуміють як управлінський процес, що допомагає формувати та реалізовувати ефективні стратегії; як наукову концепцію, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями підприємства та приводити їх у відповідність з останніми.

Проведений аналіз дозволив зробити висновок, що всі трактування стратегічного менеджменту об'єднують такі спільні елементи: наявність впливу зовнішнього середовища, що вимагає розробки відповідних стратегій; реалізація запропонованих

Таблиця 1.

Розвиток туристичних потоків, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України за 2000–2014 рр., осіб

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього*	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього*	Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України усього**	Із загальної кількості туристів:**			Кількість екскурсантів**
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774	1643955
2001	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623	1874233
2002	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956	1991688
2003	14794932	12513883	2856983	590641	344 332	1922010	2690810
2004	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261	1502031
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318	1704562
2006	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145	1768790
2007	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316	2393064
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880	2405809
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170	1909360
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299	1953497
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638	823000
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970	865028
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615	657924
2014 ¹	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746	1174702

Джерело: офіційний сайт Державної служби статистики України [14]

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

* Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

** Розраховано 2000–2010 рр. за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року за даними Державного комітету статистики України.

стратегій сприятиме досягненню цілей підприємства; орієнтація стратегій на тривалий часовий інтервал. На наш погляд, різне трактування стратегічного менеджменту в економічній та фінансовій літературі викликано наявністю різнопланових підходів, взятих в основу його тлумачення. На основі опрацьованої літератури було узагальнено такі підходи до визначення стратегічного менеджменту (табл. 2).

Більш глибоке розуміння сутності стратегічного менеджменту можна отримати шляхом його порівняння з оперативним. На наш погляд, стратегічний менеджмент відрізняється від оперативного низкою вищезазначених ознак, що надає можливість виділити такі його особливості: 1) орієнтація на одночасне врахування можливостей зовнішнього середовища при організації управління (як позитивних, так і негативних) та врахування внутрішнього потенціалу підприємства; 2) оперує власною методологією, в якій часто інтегруються різноманітні прийоми та способи наукових досліджень; 3) інформаційне забезпечення стратегічного управління є складним і неструктурованим; 4) управлінські рішення формуються, в основному, вищим ешеленом управлінського персоналу, вимоги до професійних якостей якого є високими; 5) ефект від прийнятих управлінських рішень можна спостерігати в майбутньому, що надає можливість зосередитись на прогностичній функції управління.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Трансформація структури споживання населення в Україні та за її межами, свідчать про зміни пріоритетів в потребах людини та все більше актуалізують їх нематеріальні види, пов'язані зі споживанням специфічних благ пізнавального та відпочинкового характеру. Глобалізація економіки, зниження рівня адміністративних, транскордонних, транспортних та комунікаційних бар'єрів сприяють інтенсивному розвитку туризму. Більше того, для багатьох ре-

гіонів України туризм є однією з основних бюджетоутворюючих галузей. Аналіз сучасних тенденцій розвитку економічної системи дозволив визначити основним важелем підвищення ефективності функціонування туристичної індустрії науково обгрунтовану стратегію управління даною сферою національної економіки.

В сучасних умовах цілком очевидною є необхідність забезпечення туристичних організацій адекватною системою менеджменту. На жаль, менеджмент в сучасній українській практиці управління сприймається переважно як діяльність з планування, організації, контролю.

Проведене дослідження засад стратегічного менеджменту сфери туризму в Україні підтверджує, що його метою є створення конкурентоспроможної туристичної індустрії, яка усебічно задовольнятиме потреби вітчизняних і зарубіжних споживачів туристичного продукту, сприятиме розвитку національної економіки шляхом збільшення робочих місць, бюджетних та валютних надходжень, збереження культурної і природної спадщини. Одночасно зазначимо, що досягнення конкурентоспроможності на засадах стратегічного менеджменту обумовлює нагальну необхідність 1) чіткої конкретизації на загальнодержавному рівні базових стратегічних, тактичних та оперативних напрямів розвитку сфери туризму; 2) формування конструктивної державної туристичної політики.

Масштабність і важливість туризму свідчать про його належність до стратегічних сфер національної економіки, потенційно інвестиційно привабливого виду економічної діяльності. В той же час слід відзначити, що вироблення стратегії розвитку туристичної галузі і створення умов для її ефективного впровадження є складним завданням. Саме тому необхідна цілісна система стратегічного менеджменту, яка відповідає

Таблиця 2.

Узагальнені підходи до стратегічного менеджменту

Назва підходу	Сутність підходу
Аналітичний (аналіз оточення)	Визначає стратегічний менеджмент як процес прийняття рішень, який об'єднує внутрішні організаційні можливості із загрозами та сприятливими можливостями, які надаються зовнішнім оточенням
Ресурсний (підхід “мета-засоби”)	Визначає стратегічний менеджмент як напрям в теорії прийняття рішень, націлений на розвиток ефективної стратегії для сприяння у досягненні корпоративних цілей
Плановий підхід	Стратегічний менеджмент – це план управління фірмою, спрямований на зміцнення її позицій, задоволення споживачів та досягнення поставлених цілей
Процесний підхід	Набір рішень та дій по формулюванню та виконанню стратегій, розроблених для того, щоб досягнути цілей організації
Діяльнісний	Акцентує увагу на послідовності дій для здійснення стратегічного управління
Кадровий	Стратегічне управління – це таке управління організацією, яке спирається на людський потенціал як на основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання та своєчасні зміни в організації, що відповідають викликам з боку оточення та дозволяють досягнути конкурентних переваг, що в результаті дозволяє організації виживати та досягати своїх цілей в довгостроковій перспективі
Системний	Є підсистемою менеджменту організації, що виконує велику кількість завдань стосовно стратегічного аналізу, розробки, реалізації і контролю реалізації стратегії організації

* узагальнено за [2; 3; 4; 5; 8; 15]

сучасним і перспективним вимогам динамічного розвитку та реалізується на різних рівнях: державному, регіональному, окремого підприємства.

Таким чином, стратегічний менеджмент є новою управлінською парадигмою, пов'язаною з постановкою цілей підприємства та підтримкою визначених взаємовідносин з оточуючим середовищем, що дозволяє йому досягати поставлених завдань та відповідає його внутрішнім можливостям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Всесвітня туристична організація – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
2. Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банку: концепція та методологія: автореф. дис ... д-ра екон. наук / В. Я. Вовк. – Київ, 2012. – 40 с.
3. Воронкова А. Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис ... д-ра екон. наук / – Донецьк, 2001. – 32 с.
4. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
5. Домашенко С.В. Аналіз перспектив використання CRM-систем у туристичному бізнесі / С.В. Домашенко, Д.М. Морозов // Пр. Тавр. держ. агротехнол. ун-ту. – 2011. – Вип. 11, т. 1. – С. 200-203.
6. Інтернет-ресурс Офіційний сайт Світового Економічного форуму – Режим доступу: www.weforum.org/en/initiatives/gcr/TravelandTourismReport/
7. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., перероб. і доповн. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 406 с.
8. Корнієнко О. М. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних підприємств / О.М. Корнієнко // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – Випуск № 2 (10) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgiirbis_64.exe
9. Князева Е. Н. Антропний принцип в синергетиці / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов // Вопросы философии. – 1997. – № 3. – С. 62-79.
10. Мельниченко С.В., Авдан О.Г. Передумови і сучасні тенденції функціонування підприємств туристичної індустрії на Українському ринку туристичних послуг // Вісник Маріупольського державного університету. – Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 2. – С.77-85.
11. Минцберг Г. Стратегический процесс. Концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Д. Куинн, С. Гошал – СПб.: Питер, 2003. – 514 с.
12. Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
13. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
14. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
15. Полякова О. Ю. Модель оцінки ефективності туризму / О. Ю.Полякова, Н. В. Кулешова // Проблемы и перспективы развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность: Мат-ы X Междунар. науч.-практ. конф. (6-7 мая 2008 г.) / Отв. за вып.: д.т.н., проф. Алейникова Г. М., Д. Е.Дмитриев / Донец. ин-т турист. бизнеса. – Донецк, 2008. – С. 154–156.
16. Сажнева Н.М., Арсененко І.А. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні / Н.М. Сажнева, І.А. Арсененко // Український географічний журнал – 2012, N 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ-2012-1-40.pdf>

УДК 334.722:338.43.01

СКИБА Т.В., к.е.н.,
м. Житомир

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Здійснено теоретико-методологічне дослідження засад та особливостей розвитку сільського підприємництва. Встановлено роль та ключові особливості сільського підприємництва в рамках сільської економіки. Визначено основні особистісні переваги та недоліки сільського підприємництва.

Ключові слова: сільська економіка, агробізнес, підприємництво, сільське підприємництво, функції сільського підприємництва.

Аннотация. Осуществлено теоретико-методологическое исследование принципов и особенностей развития сельского предпринимательства. Установлена роль и ключевые особенности сельского предпринимательства в рамках сельской экономики. Определены основные личностные преимущества и недостатки сельского предпринимательства.

Ключевые слова: сельская экономика, агробизнес, предпринимательство, сельское предпринимательство, функции сельского предпринимательства.

Abstract. The theoretical and methodological essence and features of the rural entrepreneurship are researched. The role and the key features of rural entrepreneurship within the rural economy are proposed. The basic personal advantages and disadvantages of rural entrepreneurship are defined.

Key words: rural economics, agribusiness, entrepreneurship, rural entrepreneurship, functions of the rural entrepreneurship.

Постановка проблеми. Сучасне розуміння сутності сільського підприємництва значною мірою роз-

кривається через призму його значення для сільського населення. Таке підприємництво є особливим яви-

щем, оскільки розвивається відповідно до специфічних умов ареалу базування – сільських територій, їх ендегенного потенціалу з однієї сторони та потреб жителів з іншої. Сільське підприємництво відіграє вагомий соціально-економічну роль у сільському розвитку, оскільки забезпечує істотний внесок у валовий продукт, який формується на сільських територіях; створює основну частку робочих місць; безпосередньо пов’язане з формуванням “середнього класу”; є джерелом соціальної та політичної стабільності; сприяє розвитку інноваційних технологій, які традиційно є менш поширеними у сільській місцевості через відносно консервативний спосіб сільського життя. З огляду на це, особливого значення набуває проблема розвитку сільського підприємництва, яке є каталізатором суспільного виробництва, невід’ємним атрибутом та, водночас, об’єктом необхідних соціальних та економічних трансформацій, ключовим елементом формування механізму саморозвитку сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку сільського підприємництва і його впливу на суспільний поступ досить популярна у вітчизняній літературі. Серед сучасних наукових дослідників, що займаються питаннями виникнення, функціонування і розвитку сільського підприємництва необхідно виділити праці О. Бородіної, З. Варналія, Ю. Губені, В. Зіновчука, М. Ільчука, С. Кваші, І. Костирка, В. Липчука, М. Маліка, Л. Михайлової, П. Музики, І. Прокопи, Л. Романової, П. Саблука, Г. Черевка, В. Юрчишина та інших. Попри ґрунтовні й багатопланові наукові розробки, потребують обґрунтування теоретико-методологічні засади розвитку сільського підприємництва, а особливо стосовно ролі в цьому процесі особистісних переваг сільського підприємництва, досліджені недостатньо, що й зумовило **мету даного дослідження**.

Викладення основного матеріалу. Становлення сільського підприємництва як елементу ринкової економіки відбувається протягом останніх двадцяти років, протягом яких цей сектор формувалася і розвивалася в складних економічних, соціальних, політичних умовах, що обумовлює його сучасний стан та рівень розвитку. В зазначених умовах традиційними для розуміння його сутності є такі методологічні підходи, як: по-перше, певне соціально-економічне явище; по-друге, об’єкт статистичного обліку, та, по-третє, об’єкт державного впливу (регулюючого, фінансового тощо). В основі наведених підходів лежить домінування кількісних або якісних критеріїв дослідження, а тому в заданому контексті найбільш правомірним буде застосування саме першого підходу, який фокусується на якісних рисах підприємництва.

Явище сучасного сільського підприємництва має безліч важливих властивостей як економічного, так і соціального характеру, оскільки його сутність полягає в приватнопідприємницькій ініціативі широких

верств населення. Сільське підприємництво є приватним за своєю суттю (хоча іноді може приймати суспільні форми, наприклад, кооперативні, які найбільшою мірою присутні у сільськогосподарському сегменті підприємництва) та виступає у вигляді безлічі різних за розміром незалежних підприємницьких формувань, кожне з яких належить одній особі або невеликій їх групі (в тому числі – сім’ї).

Зважаючи на домінування в структурі сільської економіки галузі сільського господарства, досить часто в науковій літературі поняття сільського підприємництва ототожнюється з сільськогосподарським підприємництвом або агробізнесом. Проте вважати ці терміни синонімічними неправомерно, оскільки агробізнес, за визначенням О. Яценко [1, с. 185], є складовою економіки країни, що передбачає прогресивну форму організації виробництва аграрної продукції. Розвиваючи розуміння сутності агробізнесу, Я. Козьміна виокремлює такі його системні компоненти як спеціалізація, кооперація, інтеграція, концентрація, інтенсивність, управління, техніка і технологія [2, с. 16]. У свою чергу, системні компоненти знаходяться в діалектичній взаємодії із системоутворюючими складовими: природними, біологічними, політичними, науково-технічними, соціально-демографічними, організаційно-правовими, економічними. Взаємодія факторів функціонування і розвитку ініціює появу структурних і функціональних змін у системах господарювання АПК.

Отже, агробізнес є формою реалізації підприємницької діяльності у сфері виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, а тому він є елементом більш складного за своєю сутністю та масштабами здійснення, а також галузевим охопленням явища сільського підприємництва. Зважаючи на дуальну природу останнього – економічну та соціальну – необхідно виокремити його значимість як для формування економічного базису сільських територій, так і відносно забезпечення суспільного життя.

В економічній площині сільське підприємництво забезпечує оптимізацію процесів поєднання факторів виробництва на принципах функціональної відповідності та комбінаційного поєднання ресурсів, а здійснює акумулювання елементів виробничого потенціалу сільських територій, які зазнали негативного руйнівного впливу внаслідок приватизаційних процесів та трансформаційних змін, з метою формування конкурентоспроможного продукту. Незважаючи на такі економічні особливості становлення сільського підприємництва, можна стверджувати про його системний характер, що виражається через послідовне перетворення вхідних ресурсів у вихідний результат завдяки потенціалу підприємця.

В контексті системного підходу до пізнання сутності сільського підприємництва, обґрунтованою слід вважати позицію Ф. Хамідулліна, на думку якого воно є складною, імовірнісною, динамічною систе-

мою, що охоплює процеси виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних благ. У матеріально-виробничому розумінні, її вхідом є матеріально-речові потоки природних і виробничих ресурсів, інформація, а виходом – матеріально-речові потоки предметів споживання, послуг, продукції, призначеної для накопичення та відшкодування, а також відходів виробництва. Натомість у соціально-економічному аспекті її вхідом є певні соціально-економічні відносини людей у суспільстві, виходом – відтворені й розвинені системою виробничі відносини, зміст яких визначається регульованим і саморегульованим співвідношенням елементів власності [3, с. 172]. Зважаючи на це, сільське підприємництво повинно бути обґрунтовано економічно, логічно вписуватися в систему побудованих виробничих відносин на сільських територіях, демонструвати переваги перед підприємницькими способами господарювання, забезпечувати більш ефективне використання матеріальних і фінансових ресурсів, науково-технічний прогрес, зростання продуктивності праці.

З економічної точки зору сільське підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку завдяки впливу на структурну перебудову сільської економіки, збільшення обсягів виробництва і надання послуг, стимулювання інвестиційної діяльності, підвищення рівня попиту і пропозиції, швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції, стимулюванню господарської активності на сільських територіях та ін., про що зокрема зазначає і Г. Мадрига [4, с. 154].

Суспільне значення сільського підприємництва полягає в тому, що:

- підприємництво забезпечує стабільність суспільного і політичного життя через зайнятість населення, його добробут через розвиток економіки та стабільність;
- підприємницька діяльність – це єдине прийнятне та визнане соціумом джерело багатства і значимості держави та суспільства;
- підприємець особисто зацікавлений у успіху і прикладає для його досягнення всі зусилля, йому не потрібна інша мотивація, крім його успіху;
- підприємництво сприяє науково-технічному прогресу та прогресові взагалі, однак підтримує консервативні настрої;
- підприємницьке середовище орієнтоване не лише на прибуток, але й на тривалість діяльності, тому воно дбає про збереження ресурсів і довкілля, розвиток людського капіталу, стабільність середовища тощо [5, с. 17-18].

Поряд з цим, З. Артимьяк наголошує, що суспільне значення сільського підприємництва виявляється, головним чином, через прямий та опосередкований вплив на процес відтворення соціального життя селян, а саме: умов існування, соціальних якостей та

системи соціальних відносин [6, с. 64]. Доповнюючи позицію З. Артимьяк, Т. Венкова стверджує, що критерії впливу підприємництва на життєдіяльність сільського соціуму визначаються метою створення умов його розширеного відтворення, раціонального розподілу за сферами зайнятості, а також формування нових соціально-ціннісних орієнтацій, що сприяють реалізації потенціалу ділової активності всього сільського населення [7, с. 7]. Крім того, підприємництво є особливим видом культури, який має конкретні значення та зміст, що пов'язані з проблемою відтворення ціннісного середовища.

Також важливою є взаємодія підприємництва і суспільства з огляду на те, що розвиток першого має супроводжуватися підвищенням добробуту сільського населення, більш повним задоволенням суспільних потреб, нівелювати розподіл селян за рівнем доходів, забезпечувати суттєві та позитивні зміни у суспільстві, сприяти вирішенню соціальних проблем. Інакше кажучи, підприємництво налагоджує процес узгодження інтересів людини і суспільства. Водночас, згідно з економічними законами розвитку, здійснення сільського підприємництва полягає у веденні сільським населенням діяльності з метою реалізації власних підприємницьких ініціатив для отримання доходу та досягнення соціального ефекту.

Проте в контексті зміни традиційного прагматичного сприйняття явища підприємництва, зокрема сільського, необхідно перейти до нової його парадигми, оскільки класична не відповідає реаліям. Якщо раніше для сільського підприємництва проблемними факторами були інформація, фінанси, знання, приміщення, реєстрація, ліцензії, оподаткування, то тепер головним дефіцитом є людський потенціал. Як наслідок, рівень розвитку підприємницької діяльності не задовольняє ні державні інституції, ні самих підприємців, ні суспільство і, врешті решт, стримує потенційно можливий розвиток економіки сільських територій і забезпечення добробуту населення. На жаль, сільське підприємництво, що впродовж багатьох років виникало як спосіб виживання для самих підприємців та їх родин, так і залишилося "бізнесом виживання", не сформувавшись у повноцінний сектор економіки, як це має місце в розвинених країнах. Мається на увазі, що сільське підприємництво, окрім функції задоволення місцевих потреб (торгівля, послуги, будівництво тощо), несе і ряд інших важливих економічних навантажень.

На основі зазначеного вище можна зробити проміжний висновок про те, що сільське підприємництво є соціально-економічним явищем, що передбачає повторювану взаємодію людей, здійснювану в соціальному просторі в процесі виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних благ. Ключовими особливостями ролі сільського підприємництва необхідно вважати такі, як: *по-перше*, підприємництво є важелем змін структури сільської економіки,

оскільки збільшення кількості підприємців сприяє диверсифікації її галузей та структури зайнятості; *по-друге*, розвиток підприємництва створює сприятливе середовище для конкуренції – забезпечуючи освоєння нових перспективних видів діяльності, підприємці розробляють та впроваджують інновації, змушуючи тим самим конкурентів також оновлювати виробництво та удосконалювати бізнес; *по-третє*, підприємництво забезпечує високі стимули до праці. З однієї сторони, з метою отримання власних результатів від бізнесу селяни, які ведуть власний бізнес, зацікавлені в якісній і продуктивній праці. З іншої – люди, які працюють за наймом, зважаючи на проблеми функціонування ринку праці на сільських територіях прагнуть до повноцінного використання переваг зайнятості у сільських підприємницьких формуваннях за рахунок

добросовісного використання трудових зобов’язань; *по-четверте*, підприємництво стримує відтік працездатного населення з сільської місцевості, тим самим гальмуючи стрімкі депопуляційні процеси. Зазначені особливості сільського підприємництва обумовлюють не лише його роль у сільському розвитку, а й визначають переваги та недоліки участі в ньому для головних суб’єктів – сільських підприємців (рис. 1).

Виходячи зі сказаного вище, очевидно, що підприємництво як специфічний вид діяльності на сільських територіях пов’язується з множиною суспільно- та економічно значимих функцій. Узагальнення існуючих теоретико-методологічних напрацювань стосовно проблеми підприємницької діяльності, зокрема на сільських територіях, дозволило виділити такі основні функції підприємництва (рис. 2):

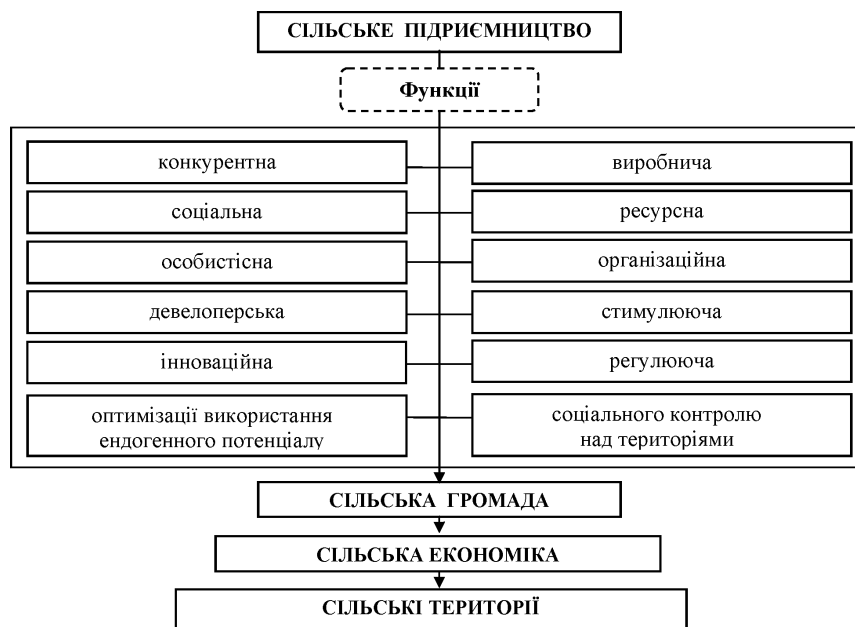


Рис. 2. Функції сільського підприємництва

Джерело: власні дослідження.

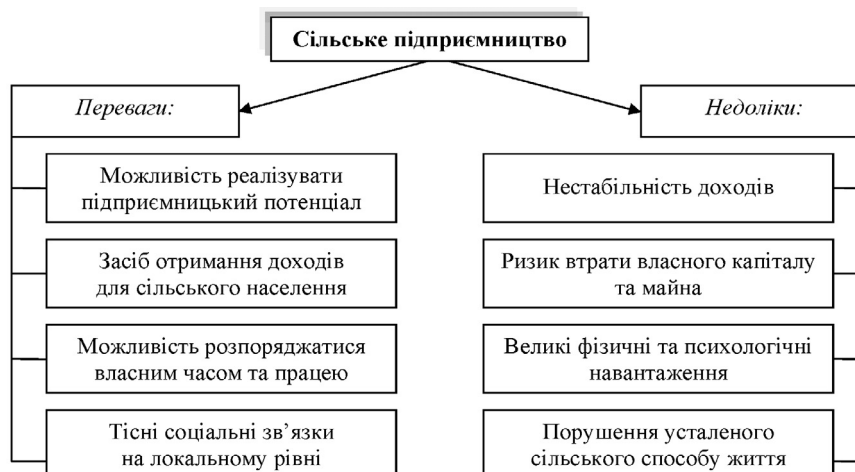


Рис. 1. Особистісні переваги та недоліки сільського підприємництва

Джерело: власні дослідження.

- *виробнича* – полягає у виробленні товарів та наданні послуг, які характеризуються оригінальністю і орієнтовані на індивідуальні запити споживача;
- *ресурсна* – передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів.
- *організаційна* – полягає в безпосередній організації виробництва, збуту, реклами тощо, зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях здійснення контролю за їх виконанням;
- *стимулююча (мотиваційна)* – передбачає формування стимулюючого механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача;
- *інноваційна* – полягає в сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей і виживання за рахунок пошуку незайнятої ніші, зорієнтованих на веденні конкурентної боротьби на ринку;
- *конкурентна* – посилює конкуренцію на ринках товарів і послуг (внутрішньогалузеву), а також багато в чому впливає на інтенсивність міжгалузевої конкуренції;
- *соціальна* – з однієї сторони, ця функція проявляється у підвищенні рівня зайнятості населення, з іншої – через розвиток трудових ресурсів, оскільки фахівці, які починають кар'єру на малих підприємствах, потім можуть переходити на великі підприємства, вже маючи практичний досвід;
- *регулююча* – охоплює конкурентну і соціальну функції, але має і самостійне значення, оскільки через регулювання діяльності та розвитку підприємництва держава має можливість впливати на інші сектори економіки та окремі економічні процеси;
- *особистісна* – передбачає реалізацію власної мети підприємця, отримання ним задоволення від своєї діяльності.
- *девелоперська* – підприємницька діяльність не тільки здійснює прямий і непрямий внесок у забезпечення економічного зростання, а й стимулює економічний розвиток [8, с. 56].

Зважаючи на особливості розгортання явища підприємницької діяльності в умовах сільських територій, що виявлені в дослідженні, необхідністю є розширення встановленого переліку його основних функцій такими, як: соціального контролю над територіями та оптимізації використання ендегенного потенціалу. Функція *соціального контролю над територіями* – це сукупність норм, інститутів і відносин, які передбачають зростання самосвідомості сільських підприємців як лідерського активу сільської громади,

з метою підвищення впорядкованості поведінки та активізації взаємодії із оточуючим середовищем для підтримки громадського порядку і суспільного згуртування.

Функція *оптимізації використання ендегенного потенціалу* полягає у максимально ефективному поєднанні структурних елементів, внутрішньо економічного та суспільного потенціалу з урахуванням їх відмінностей у соціально-економічному розвитку та регіональної специфіки ведення господарської діяльності для забезпечення комплексності розвитку територіальних громад.

Виходячи із наведеного переліку функцій сільського підприємництва, можна стверджувати, що його основна мета полягає у забезпеченні позитивного впливу на соціально-економічний розвиток сільської громади завдяки балансуванню та реалізації економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності на основі використання ендегенного потенціалу сільської території та забезпечення потреб сільського населення.

Важливо відмітити, що інтенсивність та ефективність розвитку сільського підприємництва залежить від дії різноманітних чинників, що в умовах ринку вимагає забезпечення багатоукладності економіки, в рамках якої сільське підприємництво виступатиме в ролі основної організаційної форми виробництва, стане базисом для економічного розвитку [9, с. 118]. Крім того, воно дасть змогу селянам забезпечити себе відповідним рівнем доходу і пристосуватися до мінливих умов господарювання, подолати властивий сучасному стану сільської економіки його стихійний характер та спрямувати на сталий розвиток і довготривалу ефективність.

Висновки. Отже, сільське підприємництво в існуючих соціально-економічних та інституційних умовах є рушієм сільського розвитку, що спонукає до трансформації економічного, соціального і культурного життя селян. Розвиток підприємництва відкриває нові можливості для розбудови сільської економіки, підвищення рівня життя, зростання зайнятості та поліпшення добробуту населення, повноцінного використання людського ресурсу, що, в свою чергу, сприяє залученню все більшої кількості селян до підприємницьких процесів та розв'язання накопичених соціальних та економічних проблем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яценко О. Н. Развитие агробизнеса на рынке продукции пчеловодства / О. Н. Яценко // Management theory and studies for rural business and infrastructure development. – 2010. – № 21(2). – С. 185-193.
2. 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. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://base.dnsgb.com.ua/cgi-bin/irbis64r/cgiirbis_64?

3. Хамидуллин Ф. Ф. Развитие методологии исследования малого бизнеса / Ф. Ф. Хамидуллин // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 3/4. – С. 171-174.
4. Мадрига Г. М. Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічні та соціальні аспекти / Г. М. Мадрига // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: [зб. наук. пр.] / відп. ред. О. Є. Кузьмін. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2013. – С. 154-163.
5. Губені Ю. Е. Основи підприємництва та агробізнесу / Ю. Е. Губені. – Львів: Українські технології, 2002. – 256 с.
6. Артимяк З. С. Розвиток форм підприємництва в аграрному секторі та їх ефективність: автореф. дис. на здобуття

наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / З. С. Артимяк. – Львів, 2008. – 20 с.

7. Венкова Т. В. Роль предпринимательства в решении социально-экономических проблем аграрной сферы: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Т. В. Венкова. – Черкесск, 1999. – 20 с.
8. Варналій З. С. Основи підприємницької діяльності / З. С. Варналій, В. О. Сизоненко. – К.: Знання України, 2004. – 404 с.
9. Скиба Т. В. Детермінанти розвитку сільського підприємництва / Т. В. Скиба // Регіональна економіка – 2012. – № 2(64). – С. 55-63.

УДК 911.3:796.5.338.48(075.8)

ЦИБУЛЬСЬКИЙ В. О. к.е.н.,
м. Житомир

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Анотація. Застосування ефективного механізму державного регулювання туристичної індустрії є необхідною умовою забезпечення поступального економічного розвитку України, використання потенціалу туристично-рекреаційного комплексу України в контексті побудови соціально орієнтованої економіки.

Ключові слова: туристична індустрія, туристично-рекреаційні ресурси, державне регулювання, механізм державного регулювання туристичної сфери.

Аннотация. Применение эффективного механизма государственного регулирования туристической индустрии – необходимое условие обеспечения поступательного экономического развития Украины, использования потенциала туристическо-рекреационного комплекса Украины в контексте построения социально ориентированной экономики.

Ключевые слова: туристическая индустрия, туристически-рекреационные ресурсы, государственное регулирование, механизм государственного регулирования туристической сферы.

Abstract. The article notes that the use of effective mechanism of state regulation of the tourism industry justified as a necessary condition for sustained economic development of Ukraine, the potential of tourist-recreational complex of Ukraine in the context of building a socially oriented economy.

Keywords: The tourist industry, tourist and recreational resources, state regulation, mechanism of state regulation of tourism.

Постановка проблеми. Сучасні глобалізаційні метаморфози та виклики, що постали перед Україною у процесі розбудови власної соціально-економічної ідентичності, актуалізують питання про визначення ефективних моделей розвитку тих секторів національної економіки, які, безперечно, є “потенційними генераторами” національних економічних систем. Архітектоніка глобалізаційних змін об’єктивно потребує суспільних перетворень у напрямі від капіталомісткої та неефективної індустріальної економіки до гнучкої та динамічної індустрії послуг. Паралельно з цим відбувається зміщення акцентів з пріоритетності матеріальної бази виробничих процесів і систем у площину зростання вагомості людського капіталу, що зумовлює істотні секторальні зміни, актуалізуючи проблему розвитку такого важливого сектору економіки як туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українським вченим належить вагомий теоретичний до-

робок у наукових дослідженнях з проблематики державного регулювання господарської діяльності у туристичній сфері. Цим питанням присвячені наукові праці Ю. В. Алексєєвої, Л. І. Давиденко, В. К. Євдокименко, Є. В. Козловського, Т. І. Ткаченка, В. К. Федорченка та ін.

Результати аналізу наукових доробок і власних досліджень автора дозволяють стверджувати, що державне регулювання туристичної індустрії “це комплекс заходів держави, спрямованих на скерування поведінки господарюючих суб’єктів в напрямі, необхідному для досягнення поставлених державою цілей суспільного розвитку.

Метою статті є аналіз теоретичних та практичних підходів вдосконалення механізму державного регулювання сфери розвитку туризму, адже, незважаючи на активізацію дослідницьких зусиль, це питання залишається недостатньо вивченим.

Виклад основного матеріалу. Трансформація структури споживання населення в Україні та за її межами, свідчить про зміни пріоритетів в потребах людини та все більше актуалізує їх нематеріальні види, пов'язані зі споживанням специфічних благ пізнавального та відпочинкового характеру. Глобалізація економіки, зниження рівня адміністративних, транскордонних, транспортних та комунікаційних бар'єрів сприяють інтенсивному розвитку туризму. Більше того, для багатьох населених пунктів в Україні туризм є однією з основних бюджетоутворюючих галузей.

Як окремому виду економічної діяльності, туризму притаманні певні галузеві й економічні особливості, які зумовлюють відповідні проблеми в організації регулятивних процесів діяльності суб'єктів, що його здійснюють. Багато таких проблем до сьогодні залишаються невирішеними, як через неврегульованість у нормативних актах, так і через недостатній рівень їх дослідження та розкриття в наукових працях.

У світовій системі господарства туризм сьогодні посідає провідні позиції. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) вже наприкінці 2000 р. туризму відводилося перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів та послуг. Сучасна індустрія туризму – одна з прибуткових і динамічних галузей світового господарства та регіонального розвитку економіки. На туризм припадає близько 12% загальносвітового валового продукту, 7% світових інвестицій, 11% споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами. Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг зайнято понад 260 млн. осіб, що становить 10% працюючих. Більше як у 40 державах туризм є головним джерелом поповнення бюджету, а ще у 70 – однією з трьох основних статей [2].

Не випадково туризм у багатьох країнах світу стає пріоритетним напрямом розвитку національної економіки, що зумовлено не лише його динамічністю, високою прибутковістю, але й великим позитивним соціально-економічним і культурним впливом. За довгостроковими прогнозами ВТО очікується збільшення кількості подорожуючих людей у світі на 3,3% щороку і до 2030 р. цей показник досягне 1,8 млрд. осіб.

Оцінка потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів дає підстави стверджувати, що Україна має значні перспективи розвитку туристичної індустрії. Але її сучасний стан не відповідає вітчизняному потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів, низькою є її економічна ефективність. Процес активізації внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через низку негативних факторів, до яких належать: нерозробленість нормативно-правової бази; економічна та політична нестабільність країни; обмеженість асортименту запропонованих послуг; відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації; недосконалість реклами вітчизняних туристичних ресурсів.

Зростання ентропійності глобального розвитку, неефективність систем багатостороннього регулювання світового господарства зумовлюють посилення ролі національної регуляторної політики в контексті конкурентоспроможності туристичної сфери.

Сьогодні розвиток туристичної індустрії України за умови трансформації економічних відносин безперечно потребує дієвого державного регулювання. Масштабність і важливість туризму свідчать про його належність до стратегічних сфер національної економіки, потенційно інвестиційно привабливого виду економічної діяльності. В той же час слід відзначити, що вироблення стратегії розвитку туристичної галузі і створення умов для її ефективного впровадження є складним завданням. Саме тому необхідна цілісна система державного регулювання, яка відповідає сучасним і перспективним вимогам динамічного розвитку та реалізується на різних рівнях: державному, регіональному, окремого підприємства.

Регіони України володіють багатим рекреаційно-туристичним потенціалом, який, при ефективному використанні, здатний не лише привести до відродження рекреаційно-туристичних комплексів, а й дати поштовх для розвитку всієї вітчизняної економіки. Світова практика показала, що при ефективному державному регулюванні туризм спроможний продукувати відчутні позитивні результати як для окремих регіонів, так і для держав у цілому.

Незважаючи на те, що туризм проголошується одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, державна і регіональна політика формування механізму стратегічного управління туристичною сферою в Україні залишається, на жаль, недостатньо послідовною та обґрунтованою. Певною мірою, це обумовлено, по-перше, безперервною реструктуризацією та реорганізацією центральних органів виконавчої влади, які здійснюються в системі управління туристичною діяльністю, по-друге, негативними економічними процесами останнього десятиліття, що охопили й туристичну сферу. Як наслідок, було порушено цілісність важливих складових туристичної інфраструктури, напрацьовані зв'язки, відбулося руйнування соціально орієнтованого внутрішнього туризму та погіршення його матеріально-технічної бази.

В той же час, слід відзначити, що в Україні діяльність у сфері туризму достатньо врегульована інституційним базисом, який включає закони, нормативно-правові акти, а також державні і регіональні стратегії та програми розвитку туризму. Зокрема, основоположним законодавчим актом є Закон України "Про туризм" [1], який визначає загальні правові, організаційні, регулюючі, соціально-економічні засади реалізації державної політики в сфері туризму та є правовим підґрунтям для розробки комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності.

Важливим програмним документом розвитку туризму в Україні була й Державна програма розвитку

туризму на 2002–2010 роки, основною метою якої визначалося створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту [2]. На певному етапі саме ця Програма стала стратегічно важливим документом у сфері державного регулювання туризму, на основі якого на регіональному рівні були розроблені та прийняті програми розвитку туризму [3]. Проте, відсутність належного державного фінансування туристичної сфери протягом останніх років, несформованість громадського моніторингу та публічного звітування внаслідок реорганізації державної системи управління туристичною сферою фактично спричинили невиконання заходів, передбачених Програмою.

Як результат вищезазначеного в сучасних українських реаліях регіональні РТК мають ряд серйозних проблем: низька якість рекреаційно-туристичних послуг, слабка інфраструктура, високий рівень зносу основних засобів, нестабільність (або, навіть, стагнація) розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Ситуацію можуть змінити розробка ефективної системи стратегічного управління та державного регулювання РТК на регіональному та державному рівнях, що мають єдину мету, стратегію і програму реалізації.

Якщо всерйоз вивчати й використовувати позитивний зарубіжний досвід, то саме цей аспект – державне регулювання – насамперед заслуговує на увагу й використання в ході здійснення ринкових реформ в Україні.

Отже, для України функціонування механізму державного регулювання є необхідною умовою переходу до ефективної ринкової системи ведення господарства. Єдине, що слід підкреслити, в Україні масштаби державного регулювання мають бути набагато ширшими, ніж у традиційно ринкових країнах. Однак це не означає, що можна відкинути зарубіжний досвід. Навпаки, його потрібно всебічно вивчати і водночас робити певні висновки.

Не випадково, всесвітньо відомий англійський економіст Дж. Кейнс у зв'язку з цим змушений був констатувати: “...Розширення функцій уряду... я захищаю... як єдино практично можливий засіб уникнути повного руйнування існуючих економічних форм і як умову для успішного функціонування особистої ініціативи” [4]. Цей висновок був детермінований кризовими явищами світової економіки і соціальними катаклізмами початку ХХ століття.

В сучасних умовах в багатьох країнах світу туризм стає пріоритетним напрямом розвитку національної економіки, не тільки завдячуючи його динамічності, високій прибутковості, але й з огляду на великий позитивний соціально-економічний і культурний вплив [5].

Щодо України, слід зазначити наступне. Оцінка потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів дає підстави стверджувати, що країна має значні перспективи розвитку туристичної індустрії. Але її сучасний стан не відповідає вітчизняному потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів, низькою є її економічна ефективність.

Постають питання про причини такої ситуації та шляхи їх подолання. Основними причинами незадовільного становища туристично-рекреаційної сфери є недостатній рівень 1) теоретичного осмислення соціально-економічної суті туризму як суспільного явища та його економічної значимості як прибуткового виду економічної діяльності, а також 2) державного регулювання.

Таким чином, вищезначена мета державного регулювання реалізується через відповідні його механізми щодо забезпечення системної стабільності, стійкості (адаптованості) до дії зовнішніх та внутрішніх дестабілізаційних факторів, зменшення вразливості туристично-рекреаційного комплексу. Тому подальші розвідки можуть стосуватись, наприклад, змісту процесу формування системної стабільності національної туристичної сфери, яке стає підґрунтям (основою) динамічного розвитку національного туристично-рекреаційного комплексу, підвищення рівня господарської активності його суб'єктів, що знаходить вираз у відповідних показниках економічної та соціальної ефективності. Кінцевий результат (на виході маємо) ефективного та дієвого застосування механізмів державного регулювання вбачається таким: 1) туристично-рекреаційні ресурси стають привабливими за якісними та доступними за ціновими параметрами; 2) туристичні послуги – різноманітними за видами та умовами з відповідним рівнем якості; 3) національний туристично-рекреаційний комплекс – характеризується стійкою позитивною динамікою розвитку.

Висновки. Способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі, далеко не завжди виявляються адекватними сучасним умовам і тенденціям. Тому для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн, в яких державна політика щодо туризму є успішною і спрямована на забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про туризм” від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР // Інтернет-ресурс Верховної Ради України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583 // Інтернет-ресурс Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
3. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року: затверджено 21 липня 2006 р. № 1001 // Інтернет-ресурс Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
4. Кейнс Д. Общая теория занятости, процента и денег. – М., 1996. – С. 16.
5. Ткаченко Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Ткаченко Т. І. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. Нац. Торг. – екон. ун-т, 2009. – 463 с.

УДК 338.2.338.3(075.8)+65.012

ШИМАНСЬКА В. В., к.е.н.

м. Житомир

ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНЕЗИ РОЗВИТКУ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНИХ ОЗНАК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ "РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА"

Анотація. Статтю присвячено дослідженню генези розвитку та класифікаційних ознак економічної категорії "реструктуризація підприємства". Розглянуто направленість наукових шкіл XX-XXI ст. та виділено їх підходи до реструктуризації. Деталізовано чотири етапи до сутнісного наповнення даного поняття, а також узагальнено класифікаційні ознаки та види реструктуризації підприємств.

Ключові слова: реструктуризація підприємств, реінжиніринг, реформування.

Аннотация. Статья посвящена исследованию генезиса развития и классификационных признаков экономической категории "реструктуризация предприятия". Рассмотрена направленность научных школ XX-XXI ст. и выделены их подходы к реструктуризации. Детализованы четыре этапа к сущностному наполнению данного понятия, а также обобщены классификационные признаки и виды реструктуризации предприятий.

Ключевые слова: реструктуризация предприятий, реинжиниринг, реформирование.

Abstract. The article is devoted to research of genesis of development and classification signs of economic category "restructuring of enterprise". The author considers the direction of scientific schools of XX-XXI of century and highlights their approaches to restructuring. The article details four steps to the natural content of this concept, as well as generalizes the signs and types of restructuring of enterprises.

Key words: restructuring of enterprises, reengineering, reformation.

Постановка проблеми. Одним з напрямів реформування підприємств в сучасних кризових умовах розвитку економіки України є їх реструктуризація. Загальновідомо, що реструктуризація підприємства може бути визначена як будь-які зміни у виробничій та організаційній структурах суб'єкта господарювання, структурі активів і пасивів, які не є частиною повсякденного ділового циклу підприємства, основними цілями якої є: а) досягнення певних економічних і соціальних цілей; б) зміна розподілу власності та контролю над діяльністю підприємства; в) залучення інвестицій; г) збільшення вартості підприємства; д) вирішення конфліктів між учасниками підприємства, між окремими підрозділами підприємства, а також між філіями і центральним апаратом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок в розвиток теоретичних засад та методологію оцінювання, планування та здійснення реструктуризації зробили відомі вчені: М. Аїстова, О. Алімов, А. Белова, І. Бланк, О. Бондар, В. Геєць, С. Довбня, М. Кизим, Т. Клебанова, І. Крейдич, В. Микитенко, Д. Стеченко, М. Хамер.

Метою статті є дослідження генези розвитку економічної категорії "реструктуризація", розгляд підходів до сутнісного наповнення даного поняття, а також узагальнити класифікаційні ознаки видів реструктуризації підприємств.

Виклад основного матеріалу. Аналіз існуючих підходів до визначення змісту поняття "реструктуризація" дозволив встановити, що в науковій еко-

номічній літературі до теперішнього часу відсутнє чітке загальновизнане визначення даного поняття. Ми ж поділяємо точку зору [4] стосовно сутності та змісту поняття "реструктуризація підприємства", яке автор трактує в якості оптимізаційного комплексу заходів і процедур, що передбачають активізацію процесів із реформування, реорганізації, реконструкції, модернізації та санації, інжинірингу, реінжинірингу, кросінжинірингу виробничо-економічних систем, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності діючих підприємств, у тому числі їхніх товарів і послуг задля нарощення результативності функціонування соціально-економічної системи регіонів в контексті забезпечення цілеорієнтованого загально-економічного прискорення в державі.

Процеси інтеграції та глобалізації змінили масштаби реструктуризації, сконцентрувавши увагу на потреби в адаптації фірми до змін зовнішнього середовища, а не лише на підвищенні її конкурентоспроможності. З урахуванням вищевикладеного, реструктуризація виступає як процес, стимулюючий адаптацію фірми або комплексу в цілому до змін зовнішнього середовища, включення національного господарства у світовий економічний простір для побудови бізнесу по єдиним економічним принципам та юридичним законам, внесенням ключових змін в усі сфери діяльності фірми або комплексу як на стратегічному, так і на оперативному рівнях. Передумовою реструктуризації, що визначає її основні характеристики на всіх рівнях економіки, виступають макроекономічні про-

цеси формування і розвитку єдиного економічного простору.

Дослідивши підходи до сутнісного наповнення поняття “реструктуризація”, [5] виділяють чотири етапи:

1 етап – 1991–1994 рр. Перебудова господарсько-го механізму (реструктуризаційні зміни в основному передбачали врегулювання заборгованості суб’єкта господарювання за допомогою різних фінансових інструментів). Реструктуризація представлялася як невід’ємний інструмент антикризових

заходів в рамках процедур банкрутства, була пов’язана з проблемою врегулювання неплатежів. Внаслідок цього основний акцент реструктуризації був зроблений на вирішенні завдань макроекономічного характеру. Мікроекономіка, що характеризується високим рівнем неплатежів між суб’єктом господарювання, великою часткою бартерних операцій, залишалася на другому плані. Уявлення про реструктуризацію було негативним, її пов’язували з глибокою кризою, загрозою банкрутства, крахом бізнесу і т. д.

Таблиця 1.

*Гене́за розвитку економічної категорії “реструктуризація”**

Період	Представники	Направленість наукових шкіл	Підходи до реструктуризації
1900–1930 рр. – ера “закритих систем і раціонального індивіда”.	Макс Вебер, Анрі Файоль, Фредерік Тейлор.	Розроблений ними підхід орієнтований на організаційні й технічні удосконалення в організації шляхом підвищення ефективності внутрішніх функцій. Поділ планування робіт та їх виконання. Спеціалізація праці керівників і робітників. Раціональний підхід до формування ієрархії управління в організаціях. Функціональне керівництво групою. Формулювання принципів організації виробництва, вироблення критеріїв створення організаційних структур, встановлення керованості і делегування прав.	Удосконалення внутрішнього середовища, підвищення ефективності виробничих процесів.
	Тектологія А. Богданова	Формулювання універсальних організаційних принципів і законів. Системний підхід до вивчення господарюючих суб’єктів.	Вивчення реструктуризації в рамках загальних понять (управління, адаптація, функціонування соціально-економічних систем).
1930–1960 рр. – період “закритих систем і соціального індивіда”.	Ентоні Мейо, Дуглас Макгрегор, Честер Бернард	Розробили питання управління закритими системами, опираючись на внутрішні людські відносини й неекономічну мотивацію працівників.	Розгляд реструктуризації, що проявляється у підборі ефективного персоналу і побудові результативної організаційної структури
1960–1975 рр. – період “відкритих систем і раціонального індивіда”.	Альфред Чадлер, Пол Лоуренс, Джей Лорш	Розглянули організацію як частину системи більш високого рівня, і крок назад, повернувшись до механістичних подань про людину.	Конкретизується сутність реструктуризації як цілеспрямованого трансформування виробничих і управлінських технологій на основі вибору конкурентної стратегії фірми.
	Ігор Ансофф	Модель організаційного потенціалу. В основі лежить ідея матриці. Організація розглядається як система.	
1975 р. – теперішній час – “період відкритих систем і соціального індивіда”	Джеймс Марч	Відбувається повернення до соціального мислення, але в рамках відкритих систем.	Реструктуризація долає рамки функціонального побудови підрозділів підприємства і безпосередньо виходить на бізнес-процеси.
	Пітер Друкер, Дейвіс	Ситуаційна модель пропонує дві структури: механічна (організація твердо стоїть “на ногах”), органічна (орієнтована на зміни зовнішнього середовища).	
	Майкл Хаммер, Джеймс Чампі і ін.	Розроблено концепцію реінжинірингу, покликану вирішувати наступні завдання: створення оптимальної системи управління, націленої на досягнення певної ієрархії цілей; досягнення нової якості у всіх елементарних процесах і у всій системі в цілому; оптимізація процесів прийняття рішень для досягнення максимальної гнучкості системи. Розробка підходів до формування мережових організацій, моделі розширення кооперування фірм.	

Джерело: Систематизовано й узагальнено автором за результатами вивчення базових положень і концепцій, представлених у наукових працях [4, 5, 7].

2 етап – 1995–1997 рр. Розвиток концепції реструктуризації з метою встановлення контролю над бізнесом. Пов'язаний з розширенням застосування законодавства про банкрутство суб'єктів господарювання і зводився до використання традиційних заходів антикризового управління.

3 етап – 1998–2003 рр. Відбудовування бізнесу. Характеризується зниженням витрат виробництва і стає найважливішою по значущості та актуальності завданням перетворень.

4 етап – 2004 р. – по теперішній час. Поширюється на успішно працюючі суб'єкти господарювання і розглядається в якості необхідного і ефективного способу підвищення його конкурентоспроможності. Реструктуризація, що прирівнювалась раніше лише до процедур банкрутства, отримала свій розвиток в напрямі оздоровлення діяльності суб'єкта господарювання.

Так як реструктуризація є обширним процесом, необхідно науково класифікувати такі перетворення на рівні підприємства. В даний час, як у вітчизняній, так і в західній науковій літературі розглядається велика різноманітність видів проведення реструктуризації (табл. 2).

За часом реалізації проекту реструктуризації підприємства, пропонується виділяти короткострокову реструктуризацію, тобто, передбачається розробка та впровадження необхідних змін строком до одного року, і довгострокову, термін реалізації якої більше року. За масштабом структурних змін (охоплення), виділяють цілісну (комплексну) реструктуризацію, яка включає всі елементи компанії та часткову, що стосується одного або декількох елементів бізнес-системи. Реструктуризація може стосуватися всього

підприємства в цілому, або ж якого-небудь функціонального підрозділу, відповідно з цим можна виділити організаційну і функціональну реструктуризацію. Крім того, зміни можуть торкнутися лінійного підрозділу, у зв'язку з цим реструктуризація матиме лінійний характер.

За суб'єктом ініціювання реструктуризація поділяється на зовнішню (держава, санатор) та внутрішню (власник підприємства, керівник філії, акціонер).

Реструктуризація підприємства може бути пов'язана з реалізацією стратегії, тобто носити стратегічний характер, або ж бути необхідною для реалізації короткострокових цілей діяльності підприємства, тобто оперативною.

Значна кількість науковців класифікують процеси реструктуризації на активні та пасивні. Пасивна реструктуризація – зняття з виробництва продукції, що не приносить прибуток, скорочення витрат на соціальну сферу, скорочення надлишкової зайнятості, продаж або здача в оренду приміщень, що не використовуються. Методи активної реструктуризації – введення нової продукції, вихід на нові ринки, вдосконалення системи маркетингу, здійснення енергозберігаючих заходів, підвищення якості продукції, що випускається.

За причинно-цільовою ознакою виділяють адаптивну – пристосування підприємства для роботи в змінених зовнішніх умовах, антикризову – збереження бізнесу, запобігання банкрутства і реструктуризацію розвитку – підвищення престижності марки, підвищення конкурентоспроможності підприємства. Реінжиніринг – одержання оптимальної системи управління, нової чи доданої якості в кожному елементарному процесі, оптимізація процесів прийняття рішення тощо.

Таблиця 2.

Узагальнені класифікаційні ознаки видів реструктуризації підприємств

Ознака класифікації	Вид
Час реалізації	Короткострокова, довгострокова
Охоплення	Цілісна (комплексна), часткова
Об'єкт змін	Організаційна, функціональна, лінійна
Суб'єкт ініціювання	Внутрішня, зовнішня
Характер змін	Стратегічна, оперативна
Інтенсивність розробки та реалізації заходів	Пасивна, активна
Причинно-цільова ознака	Адаптивна, антикризова, реструктуризація розвитку, реінжиніринг
Організаційна ознака	Добровільна, примусова
Предмет змін	Реструктуризація активів Реструктуризація виробництва Реструктуризація системи управління Реструктуризація заборгованостей (боргів) Реструктуризація власного капіталу
За рівнем реструктуризації	На мікрорівні, на макрорівні
Цільова спрямованість	Підвищення ефективності, фінансове оздоровлення, підвищення інвестиційної привабливості.
Стратегія підприємства	Реструктуризація, що реалізує: антиборгову стратегію, захисну стратегію, автоматичну стратегію, нарощування потенціалу, удосконалення маркетингової концепції

Джерело: Систематизовано й узагальнено автором за результатами вивчення базових положень і концепцій, представлених у наукових працях [1-3, 6, 8].

За організаційною ознакою розрізняють добровільну (здійснюється за ініціативою власника) і примусову (відповідно до законодавства про банкрутство).

За предметом змін реструктуризацію поділяють на: реструктуризацію активів – виведення надлишкових активів і придбання на виручені кошти необхідного для виробничих потреб майна); реструктуризацію виробництва – зміна структури та асортименту продукції, впровадження сучасних технологій на базі технічного переозброєння; реструктуризацію системи управління – вдосконалення структури і методів менеджменту; реструктуризацію заборгованостей – відстрочка, розстрочка, списання, тощо; реструктуризацію власного капіталу – зміна величини і структури власного капіталу шляхом зміни вартості акцій, скорочення або збільшення їх кількості.

За рівнем реструктуризації – на макrorівні – реструктуризація проводиться індивідуально на кожному підприємстві і на макrorівні – за допомогою стратегічних інвесторів.

Метою реструктуризації підприємств слід вважати пристосування до змін ринкового середовища. Однак для досягнення головної мети реструктуризації підприємства йому необхідно досягнути певних цілей. Саме тому, за цільовою ознакою реструктуризація поділяється на: реструктуризацію, що сприяє підвищенню ефективності, фінансовому оздоровленню, підвищенню інвестиційної привабливості.

Як спосіб структурної перебудови реструктуризація пов’язана з реалізацією визначеної стратегії, а саме: реструктуризація, що реалізує: антиборгову стратегію, захисну стратегію, автоматичну стратегію, нарощування потенціалу, удосконалення маркетингової концепції.

Висновки. Отже, реструктуризація є ключовим інструментом досягнення визначеної мети при перебудові підприємств на основі ринкових механізмів. Хоч підприємства здійснюють реструктуризацію з метою забезпечення сталого розвитку, зміцнення положення на ринках, вона частіше є інструментом антикризового управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабич О. В. Види реструктуризації підприємства [Текст] / О. В. Бабич // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №. 3 (25). – С. 86-89.
2. Бень Т., Довбня С. Проблеми і передумови ефективної реструктуризації підприємства // Економіка України. – 2000. – № 8. – С. 36-41.
3. Бельх Л. П. Реструктуризация предприятия / Л. П. Бельх, М. А. Федотова. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 399 с.
4. Белова А. І. Система стратегічного управління реструктуризацією підприємств: цілі, проблеми та перспективи: Монографія [Текст] / А. І. Белова. – Київ; КНУБА МОН України, Вид-во Вишемирський В. С., 2014. – 294 с.
5. Земцова Е. А. Исследование генезиса категории “реструктуризация бизнеса хозяйствующего субъекта” [Текст] / Е. А. Земцова, Р. А. Набиев, Ш. К. Кутаев. – Вестник АГТУ. – Сер.: Экономика. – 2015. – № 1. – С. 18-29.
6. Кузнецова В. А. Реструктуризация промышленных предприятий: сущность, типы, оценка эффективности: моногр. / В.А. Кузнецова, Н. В. Васильев; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск 2006. – 164 с.
7. Омельченко О. С. Організаційно-економічне забезпечення реструктуризації підприємств машинобудування при загрозі банкрутства [Текст] : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Омельченко Ольга Сергіївна; Нац. техн. ун-т України “КПІ”. – Київ, 2015. – 23 с.
8. Стеченко Д. Сценарний підхід до реструктуризації підприємств на основі комплексу економіко-математичних моделей [Електронний ресурс] / Д. Стеченко, О. Омельченко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 195-215. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13sdmemm.pdf>.

ЗМІСТ

Боровик П.М., Бечко П.К., Сліпченко В.В. Перспективи подальшого функціонування в Україні спеціальних податкових режимів для агробізнесу. м. Умань	3
Бражко О.В. Класифікація ризиків управління брендом в інноваційній економіці. м. Запоріжжя	7
Венгерова О.В. Особливості мотивації праці у бюджетній сфері. м. Запоріжжя	13
Гришов В.В., Демченко О.В. Концептуальні напрямки інноваційного розвитку аграрного виробництва в Україні. м. Умань	17
Ігнатенко О.В. Використання моделі компетенцій на сучасних українських підприємствах (економічний аналіз та психологічний аспект). м. Київ	22
Колотуха С.М., Бечко В.П., Кравцова Л.Л. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: формування та використання в умовах економічної нестабільності. м. Умань	29
Кондратюк Д.М. Розробка бренд-платформи. м. Житомир	37
Кригульська Т.Б. Культура організації як інструмент сучасного менеджменту. м. Запоріжжя	40
Лукомська О.І. Роль зеленого туризму в розвитку агробізнесу України. м. Умань	45
Мартінова Н.С. Перспективи розвитку соціального партнерства на прикладі туристичного бізнесу України. м. Київ	53
Момонт Т. В. Можливості використання фасетної системи представлення бухгалтерської інформації (підприємствами туристичного сектору в умовах диверсифікації їх діяльності). м. Житомир	58
Нестеренко Н.В., Фатюха В.В. Механізми забезпечення фінансової стійкості комерційних банків в сучасних умовах їх функціонування в Україні. м. Запоріжжя	62
Нікітчина О.В. Мікрострахування як підґрунтя для розвитку добровільного медичного страхування в Україні. м. Житомир	68
Онуфрійчук О.П. Особливості бюджетної політики в умовах фіскальних перетворень в Україні. м. Київ	75
Панюк Т.П. Важіль соціальної відповідальності в процесі мінімізації економічних конфліктів на переробних підприємствах. м. Умань	81
Пахомова Т.М. Сучасний стан зайнятості та безробіття в Україні. м. Ніжин	86
Саух І. В. Сучасні тенденції стратегічного менеджменту підприємств туристичної індустрії. м. Житомир	91
Скиба Т.В. Теоретико-методологічні основи розвитку сільського підприємництва в Україні. м. Житомир	96
Цибульський В.О. Теоретичні та практичні підходи до вдосконалення механізму державного регулювання туристичної сфери в Україні. м. Житомир	101
Шиманська В.В. Дослідження генези розвитку та класифікаційних ознак економічної категорії "реструктуризація підприємства". м. Житомир	104

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 **дві 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. – (6-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/uvarov/perspmet/index.html>.

4. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики / М. Хайдеггер; пер. и примечания А.В. Ахутина и В.В. Бибихина // 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.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ



WWW.KIBIT.EDU.UA

**ВПЕВНЕНІСТЬ
І ДОВІРА**

- МЕНЕДЖМЕНТ
- ЕКОНОМІКА
- ПСИХОЛОГІЯ
- ПІДГОТОВКА
ДО ЗОВНІШНЬОГО
НЕЗАЛЕЖНОГО
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

ВИПУСКНИКИ КУРСІВ ЗАРАХОВУЮТЬСЯ до КІБІТ НА ПІЛЬГОВИХ УМОВАХ

WWW.KIBIT.EDU.UA