



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№1(35)2018



**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
РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ — III, IV

ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ
Відкрита у 2004 році.
Надає повний обсяг
послуг з бізнес-освіти.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АЕ № 458744
від 5.08.2014 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Зулінського, 31/46
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. Тихий, 2
тел.: 8 (04744) 4 28 20;
8 (04744) 3 50 44
e-mail: info_ym@kibit.edu.ua

РІВНІ ПІДГОТОВКИ:

- МОЛОДШИЙ СПЕЦІАЛІСТ
- БАКАЛАВР
- МАГІСТР
- МВА
- ДРУГА ВИЩА ОСВІТА

СПЕЦІАЛЬНОСТІ:

- 073 **МЕНЕДЖМЕНТ**
- 123 **КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ**
- 072 **ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА
ТА СТРАХУВАННЯ**
- 071 **ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ**
- 053 **ПСИХОЛОГІЯ**
- 231 **СОЦІАЛЬНА РОБОТА**

МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА

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

ПРОФЕСОРСЬКО- ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:

висококваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

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

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 1 (35)

Київ
Видавництво КІБіТ
2018

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

Наукові статті, 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:

СЕКЦІЯ “ЕКОНОМІКА”

ПШЕНІНА Т. І., *д-р екон. наук – головний редактор*
ЯКОВЛЕВА О. В., *д-р. філос. наук, ректор КІБІТ – заступник головного редактора*
НИКИФОРУК О. І., *д-р екон. наук – заступник головного редактора*
ЯЗИНІНА Р. О., *канд. екон. наук., д-р. географ. наук – відповідальний секретар*
ВЕТЧИНОВ І. А., *д-р екон. наук*
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*
ЄСМАХАНОВА А. У., *канд. екон. наук*
КЛИМЕНКО В. В., *канд. екон. наук*
КУЛАНХІН О. С., *канд. екон. наук*
ПОЛОНЕЦЬ В. М., *канд. екон. наук*
ПІКУШ Т. А., *канд. екон. наук*
САУХ І. В., *канд. екон. наук*

*Збірник входить до переліку періодичних наукових видань, в якому можуть публікуватися результати
дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора та кандидата з економічних наук,
затвердженого постановою президії ВАК України від 22.12.2016 р. № 1604.*

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

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 1 (35) 2018 р.

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 № 6 від 18.01.2018 року

Тираж 500

Адреса редакції:

04078, м. Київ, пр. Зоряний 1/5

Телефон для довідок: 8-044-430-15-77

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ

04078, м. Київ, пр. Зоряний 1/5

Телефон для довідок: 8-044-430-15-77

e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

I. ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ (КАФЕДРАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ)

УДК 338.984

ВИШНЕВСЬКА Н.М.

м. Житомир

ОСНОВНІ ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ролі та необхідності стратегічного планування на підприємстві. Розглянуто сутність стратегії в діяльності підприємства, визначено та проаналізовано зміст етапів і принципів стратегічного планування.

Ключові слова: стратегія, стратегічне планування, принципи стратегічного планування, етапи стратегічного планування, стратегічна зона господарювання.

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли и необходимости стратегического планирования на предприятии. Рассмотрена суть стратегии в деятельности предприятия, определены и проанализированы этапы и принципы стратегического планирования.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое планирование, принципы стратегического планирования, этапы стратегического планирования, стратегическая зона хозяйствования.

Abstract. The article is devoted to the research of the role and necessity of strategic planning at the enterprise. The essence of the strategy in the activity of the enterprise is considered the content of the stages and principles of strategic planning is determined and analyzed.

Keywords: strategy, strategic planning, principles of strategic planning, stages of strategic planning, strategic area of management.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для того, щоб бути більш успішними та конкурентоспроможними підприємствами в умовах сучасної нестабільної, мінливої ситуації на ринку особливої актуальності набуває необхідність розробки довгострокової стратегії розвитку. Найбільш розробленою частиною стратегічного менеджменту на підприємстві є стратегічне планування. Визначення основних довгострокових цілей, затвердження курсу дій та розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цілей, – все це є стратегією розвитку підприємства. На її формування впливають фактори внутрішнього та зовнішнього середовища які, в свою чергу, вимагають своєчасного реагування.

Досвід передових організацій свідчить, що успіх роботи підприємства на 60% залежить від регулярного та правильного стратегічного планування та особливостей її впровадження. Саме це підкреслював Л. Боссиді: “Стратегія не має жодної цінності, якщо не враховує здатності організації до її впровадження” [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням теоретико-методологічних проблем та розвитком стратегічного планування займалась велика низка вітчизняних вчених, серед них: О. Машков, В. Горбулін, Н. Нижник, Ю. Шаров, В. Віханський, В. Тертичка, Я. Жаліло, О. Трухан, А. Наливайко, З. Шершньова та ін. Значний внесок у становлення й розвиток стратегічного управління зробили такі зарубіжні вчені: А. Чандлер, І. Ансофф, Д. Ендрюс, А. Стрікланд, А. Томпсон, М. Портер та ін. Але деякі напрями залишаються не вирішеними.

У працях вказаних науковців досліджені важливі теоретичні, методологічні й практичні проблеми ефективного стратегічного управління. Однак в сучасних умовах функціонування на багатьох підприємствах залишаються недостатньо вирішеними питання організації та здійснення ефективного стратегічного планування.

Проаналізувавши літературу, ми дійшли висновку, що більшість науковців сходяться на думці, що

сьогодні залишається невирішеним питання одного розуміння сутності стратегічного планування та використання термінів, пов'язаних з ним, що ускладнює не тільки його дослідження, а й реалізація у практичній діяльності.

Метою статті є: на основі аналізу різноманітних випадків використання визначень у вітчизняній та науковій літературі дослідити співвідношення ключових понять стратегічного планування, таких як стратегія і стратегічний план, план і управління, стратегічне та довгострокове планування, і, розглянувши сутність цих термінів та співвідношення між ними, розкрити суть самого стратегічного планування.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стратегічне планування спрямоване, перш за все, на розробку стратегії. У джерелі [3] конкурентна стратегія фірми визначається як загальний план діяльності з підвищення конкурентоспроможності фірми, який визначає загальні цілі діяльності, основні напрями досягнення мети, часові та ресурсні обмеження реалізації цілей, враховуючи вплив факторів зовнішнього середовища. Це визначення є загальноновизначим. Разом з тим, стратегія у сучасних умовах розвитку, на нашу думку, повинна враховувати значно ширший спектр факторів розвитку, а також характеристики та особливості їх впливу на підприємство у часі.

Однак основою стратегічного планування діяльності переважної більшості сучасних підприємств являються поточні та оперативно-календарні плани, бізнес-плани та бюджети. На деяких підприємствах запроваджена практика складання перспективних планів та розробки стратегії без її формалізації. В якості планових показників використовуються фінансові, основою розрахунку яких є бухгалтерська та статистична звітність. В сукупності зазначені показники формують групи планових показників, що відповідають напрямам діяльності підприємства в розрізі складових основного планового документу. На нашу думку, існуючий підхід до організації планової роботи не забезпечує інтеграцію зусиль працівників та зацікавленість у досягненні цілей розвитку, внесенні змін та їх впровадженні з метою посилення адаптивності підприємства та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Стратегічне планування – це один із способів досягнення мети та означає набір дій і рішень, які приймаються керівництвом, забезпечують розробку конкретних стратегій для того, щоб допомогти організації досягти її глобальних цілей. Головна задача стратегічного планування полягає в тому, щоб в потрібні періоди забезпечити необхідні нововведення та зміни в організації. Крім того, процес стратегічного планування допомагає приймати правильні

управлінські рішення та забезпечити розвиток організації.

Стратегічне планування дозволяє вирішити питання про те, які з існуючих напрямів слід ліквідувати, а які розвивати, на відміну від того, що довгострокове та річне планування діяльності організації передбачають планування лише обраних напрямів розвитку організації. Характерними ознаками стратегічного планування є адаптація діяльності організації до умов зовнішнього середовища, які є мінливими, та виявлення вигід від нових можливостей в перспективній діяльності.

Для перспективного розвитку характерними є широкомасштабні зміни основних складових діяльності: організаційні зміни (структура управління підприємством, взаємозв'язки); технологічні (рух ресурсів, послідовність виконання операцій тощо); кадрові (формування, комплектування та вдосконалення персоналу організації); культурні зміни (рівень організаційної культури та культури управління).

Ключовим етапом стратегічного планування є процес розробки стратегічного плану, під час якого необхідно визначити: напрям дій (ціль та рубежі), принципи дій (як діяти) та розставити пріоритети сфер діяльності (на що, в першу чергу, направити зусилля). Іншими словами, стратегія дає можливість прогнозувати майбутні проблеми та виявляти можливості організації, що так необхідно в нестабільній сучасній економіці. Взагалі, ефективне планування має забезпечувати ефективне використання часу, який є найціннішим ресурсом.

У 60-80-х роках Дж. А. Стайнер відзначив основні чинники, що сприяють розвитку стратегічного планування [2]: зростання розмірів підприємства завдяки підвищенню комплексності й багатопрофільності діяльності, використання зв'язків з іншими організаціями, зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках внаслідок заповнення ринків, розвиток методології та інструментарію планування, наявність кваліфікованих кадрів, лідерство підприємств, які більше уваги приділяли стратегічному плануванню. На думку З.Є. Шершньової, використання стратегічного планування “зумовило необхідність інтеграції різних видів планової діяльності, що здійснювались всіма підсистемами підприємства, а також потребу подальшого розвитку стратегічної діяльності на підприємстві, оформлено у вигляді системи стратегічного управління” [5].

Науковці виділяють дев'ять етапів стратегічного планування:

1. Інформаційне забезпечення.
2. Визначення місій та цілей організації.
3. Вибір методів аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
4. Оцінка та аналіз факторів зовнішнього середовища.

5. Оцінка та аналіз факторів внутрішнього середовища, що дає можливість виділити сильні та слабкі сторони підприємства.

6. Прогнозування умов функціонування та результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, тобто передбачення ймовірних змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі та можливого впливу на діяльність організації.

7. Використання розрахунків, обґрунтування найважливіших показників, що найповніше характеризують очікувані стратегії.

8. Вибір оптимальної стратегії.

9. Оцінювання стратегії, тобто встановлення відповідності останньої цілям і місії організації [4].

Наведені вище етапи процесу стратегічного планування розвитку, на нашу думку, мають бути узагальнені в стратегічному плані підприємства, що визначають його структуру. Функціональні можливості стратегічного плану не повинні обмежуватись формулюванням стратегії розвитку, оскільки в плані повинні бути конкретизовані не лише можливості та шляхи її реалізації, а й важелі контролю.

До основних принципів планування входить: загальна тенденція організації процесу планування, реалізація плану та контроль за його виконанням. Основні принципи, дотримання яких необхідне для практичної реалізації планування як процесу:

- гнучкість – постійна адаптація до змін середовища функціонування підприємства. Його дотримання вимагає своєчасного корегування плану при різних змінах зовнішнього і внутрішнього середовища;
- безперервність – систематичний перегляд планів. У разі необхідності можливі зміна періодів планування;
- комунікативність (координація та інтеграція зусиль);

– участь, залучення до планування всіх можливих учасників процесу функціонування підприємства;

– адекватність – віддзеркалення реальних проблем та самооцінки в процесі планування. Даний принцип припускає, що реальні процеси, які відбуваються, з раціональною точністю повинні моделюватися при складанні плану підприємства;

– комплексність – взаємозв’язок і віддзеркалення в плані всіх напрямів фінансово-господарської діяльності;

– багатоваріантність – дозволяє вибрати найкращу з альтернативних можливостей досягнення поставленої мети.

Слід підкреслити такі особливості стратегічного планування: орієнтування на довгострокову перспективу; у стратегічних планах має бути визначені основні напрями розвитку підприємства; обов’язковість здійснення оперативного планування в певних сегментах діяльності; основною метою стратегічного планування має бути забезпечення майбутньої успішної діяльності.

На нашу думку, послідовне вирішення стратегічних проблем є процесом стратегічного планування. При цьому етапи їхнього вирішення мають бути розмежовані так, щоб на кожному була можливість використовувати свої специфічні методи. Також досліджено, що першим (початковим) етапом є встановлення стратегічно важливих зон діяльності підприємства.

Особливим є те, що самостійне ринкове завдання має бути визначено та встановлено для кожної стратегічної зони та орієнтоване на зовнішній ринок і характер потреб споживачів. Привабливістю стратегічної зони повинен бути не тільки власний ринок, але й інфраструктура. У межах стратегічної

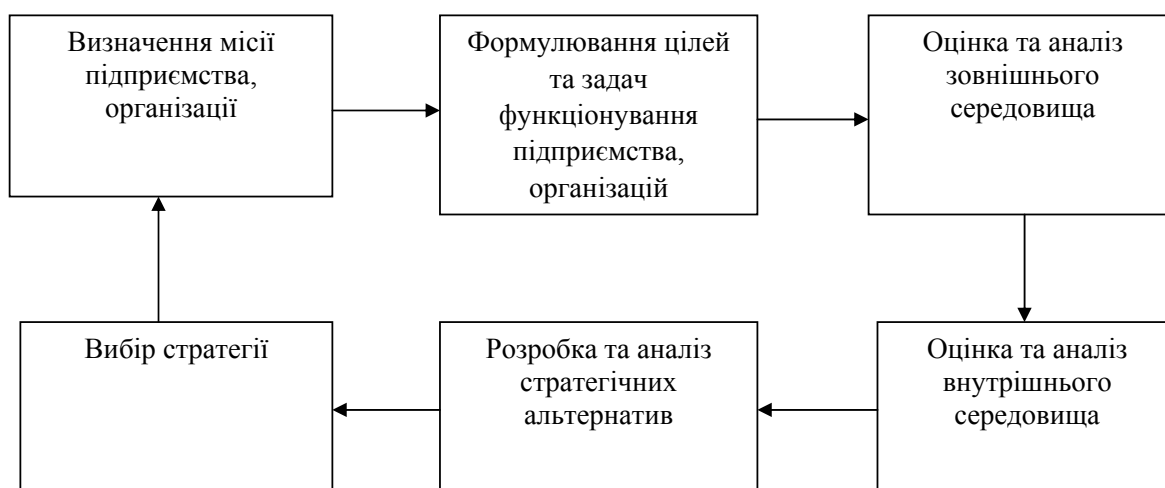


Рис. 1. Послідовність процесу стратегічного планування

зони підприємство має досягти значних конкурентних переваг, які можливі лише в конкурентній боротьбі. Тому для успішної діяльності підприємства в стратегічній зоні потрібно визначити всіх наявних конкурентів. Оскільки стратегічне планування орієнтується на довгострокову перспективу, та стабільність стратегічних зон впродовж тривалого періоду є особливо важливою.

Аналіз окремих стратегічних зон є другим етапом стратегічного планування. При аналізі не приймаються до уваги загальнофірмові проблеми, оскільки окремі стратегічні сфери мають свою ринкову специфіку і зовнішнє оточення, а їх інфраструктура має свої сильні та слабкі сторони стосовно підприємств-конкурентів. Відповідно різні сфери господарської діяльності підприємства мають свої ризики й особливі шанси на успіх. Аналіз зовнішнього середовища і норм регулювання дозволяє виявити стратегічно важливі тенденції розвитку в екології, технології, економіці, правовому регулюванні, суспільстві й політиці. Він допомагає з'ясувати найважливіші зміни в поведінці робітників, профспілок, державних установ, кредиторів.

Аналіз ринку і галузі – найбільш складна ділянка дослідження. І головне тут – вивчення життєвого циклу продукції, ринкових сегментів та галузевої структури. Досить важливим є визначення конкурентних можливостей підприємства, його сильних та слабких сторін. У результаті керівництву підприємства повинен бути представлений план сприятливих можливостей та ризиків для даної господарської сфери. На третьому етапі напрацьовується принципово важливий документ, в якому визначаються цілі та завдання підприємства, розмежовуються сфери діяльності, фіксуються довгострокові цільові перспективи.

На четвертому етапі розробляється загальнофірмова стратегія на певний період часу, як правило – до десяти років. При цьому, якщо підприємство діє в декількох стратегічних зонах, то для кожної з них повинні передбачатися свої цілі й ресурси. При обмеженні діяльності підприємства однією господарською зоною загальнофірмова стратегія визначає фактори успіху, що забезпечують йому переваги в конкурентній боротьбі. У цілому, загальнофірмова стратегія містить у собі проекти і програми, за допомогою яких ці фактори успіху можуть бути реалізовані. Тільки за таких умов стратегічне плану-

вання здатне забезпечити розвиток підприємства як бізнес-системи. Якщо на п'ятому етапі реалізується стратегічне планування стосовно рівня окремої сфери діяльності (базується на цілях і розподілі ресурсів, передбачених загальнофірмовою стратегією), то на шостому етапі розробляється функціональна стратегія як на рівні окремої зони, так і в цілому підприємства. На даному етапі враховуються, наприклад, управління інвестиційними ресурсами, зв'язки з громадськістю, підтримка престижу компанії, розробка й впровадження наукових досліджень.

На останньому етапі визначається реальність цілей, намічених на попередніх етапах планування, шляхом розробки довгострокових фінансових планів. За результатами оцінок фінансової перспективи етапи стратегічного плану можуть бути скориговані.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Наявність та застосування стратегічного планування забезпечує найважливіші переваги у функціонуванні підприємства: готує підприємство до змін у зовнішньому середовищі; пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища; допомагає вирішити проблеми, які виникають; координує роботу його різних структурних підрозділів; покращує контроль на підприємстві.

Своєчасне впровадження необхідних змін у процес стратегічного планування дозволить підприємству підвищити ефективність своєї господарської діяльності. Процес запровадження та здійснення стратегічного планування на підприємстві можуть бути вдосконалені в подальших дослідженнях з метою пошуку шляхів вдосконалення та оптимізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. L.Bossidy, R. Charan. Execution. The Discipline of Getting Things Done. 2002. – p. 21.
2. Steiner G.A., Steiner J.F Business, Government and Society. – N-Y: Mc Grow-Hall, 1991.
3. Коленкова Н.А. Стратегия конкуренции фирмы как научная категория экономической теории конкуренции / Н.А. Коленкова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №5(83). – С. 21-29.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту/ О.Є.Кузьмін, О.Г.-Мельник. – К.: “Академвидав”, 2003. – 416с.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К. КНЕУ, 1999. – 384 с.

УДК 027.7

ІВАНОВА І. М., зав. НБ КІБІТ
м. Київ

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: ОРІЄНТАЦІЯ НА КОРИСТУВАЧА

Анотація У статті викладено основні напрями розвитку бібліотек ВНЗ України, які розглядаються як інформаційна підтримка навчального й наукового процесу; висвітлюється роль бібліотек у формуванні інформаційної культури студентів.

Ключові слова: бібліотеки, електронні ресурси, інформаційні технології, інформаційна культура, системи.

Аннотация. В статье изложены основные направления развития библиотек вузов Украины, которые рассматриваются как информационная поддержка учебного и научного процесса; освещается роль библиотек в формировании информационной культуры студентов.

Ключевые слова: библиотеки, электронные ресурсы, информационные технологии, информационная культура, системы

Abstract: The main directions of the development of the University libraries of Ukraine have been stated in this article, which are considered as informational support of the educational and scientific process; The role of libraries in the formation of culture information of students has been recovered in this article.

Key words: libraries, electronic resources, information technologies, information culture, systems.

Вступ. Сучасне світове співтовариство прямує до відкритого інформаційного простору, що передбачає відсутність будь-яких перешкод в отриманні інформації. Цей процес супроводжується змінами в усіх сферах людської діяльності, бібліотечна справа – не виняток. Бібліотеки переосмислюють свою роль у сьогодишньому суспільстві, виконуючи водночас свої традиційні функції.

Реалізація освітньої функції завжди була невід’ємною складовою частиною діяльності бібліотек. З іншого боку, функціонування освітніх закладів, реалізація освітніх програм неможливі без опору на бібліотеки та їхні інформаційні ресурси. Таким чином, діяльність таких соціальних інститутів, як бібліотеки та освітні установи, завжди тісно взаємопов’язана. Кардинальні зміни у світовій системі освіти, приєднання України до Болонського процесу впливають на зміни в реалізації бібліотеками освітньої функції. Насамперед це стосується бібліотек закладів вищої освіти. Їх модернізація, відповідно до напрямів модернізації системи вищої освіти, стає закономірною. У зв’язку з цим вивчення діяльності бібліотек закладів вищої освіти у контексті модернізації вищої школи є актуальною і важливою проблемою, що потребує спеціального наукового дослідження.

Одним з основних напрямів діяльності вузівських бібліотек є створення оптимальних умов для самостійної роботи студентів. Під нею розуміють різноманітні види індивідуальної й колективної діяльності студентів на аудиторних і позааудиторних заняттях без участі викладача. Із урахуванням того, що кількість годин, відведених на самостійне

оволодіння професійними знаннями, постійно збільшується, роль бібліотеки в цих умовах неухильно зростає. Бібліотека надає студентам необхідні підручники, методичну допомогу й інші навчальні та методичні матеріали. Ефективність самостійної роботи залежить від багатьох складових – упровадження сучасних освітніх технологій, забезпеченості навчальною, навчально-методичною, довідковою й науковою літературою, достатності робочих місць, обладнаних сучасною електронною технікою.

Аналіз останніх досліджень. Феномен бібліотеки закладу вищої освіти, її організаційна структура, роль в інформаційному суспільстві, реформуванні системи вищої освіти вже стали предметом наукової уваги багатьох дослідників. Дана проблематика розглянута в роботах І.П. Бургер, Т.В. Комаровської, Г.Ю. Кудряшової, В.М. Маркової, С.П. Галактіонової, Е.А. Лівадінової, В.Г. Дригайла.

Значна кількість робіт (М.Г. Вохришевої, І.П. Бургер, С.Д. Абулкаїрової) присвячена інноваційній діяльності вузівських бібліотек, зокрема їх інформатизації. У цьому напрямі виділяються дослідження, у яких розкриваються досвід упровадження й використання в бібліотеці ВНЗ новітніх інформаційних технологій (НІТ) (насамперед Інтернету), створення електронних каталогів, баз даних, а також умови їх трансформації в гібридну, віртуальну та електронну бібліотеки [1].

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі глобальної інформатизації визначальним моментом є співіснування друкованих та електронних джерел інформації. Протягом тисячолітньої історії розвитку

бібліотек основою їх роботи щодо задоволення інформаційних потреб користувачів був бібліотечний фонд – “зібрання різних документів, підібраних відповідно до профілю [бібліотеки], завдань, інтересів і запитів читачів, організовані певним чином, збережені тривалий час для повного, якісного й оперативного використання” [2].

Однак у світлі інформатизації обмеженість навіть найбагатшого локального бібліотечного фонду стає дедалі очевиднішою, а впровадження сучасних освітніх технологій, що вимагає залучення широкого спектру інформаційних джерел нового типу, додатково стимулює процеси інформатизації бібліотек ВНЗ. Поняття “бібліотечний фонд” трансформується в більш конструктивне і відповідне сучасній місії бібліотеки поняття інформаційних ресурсів.

Про таку трансформацію свідчить досвід університетських бібліотек США, які є визнаними лідерами в галузі впровадження інформаційних технологій. Значну увагу вони приділяють розвитку інформаційного потенціалу та забезпеченню інформаційних потреб користувача. Наприклад, у бібліотеці Каліфорнійського університету створено віртуальну наукову бібліотеку, яка містить систематизовані анотовані посилання на 14 тис. ресурсів. Із 22 млн примірників фонду бібліотеки Іллінойського університету Урбана-Шампайн – 10 млн друковані, інші – електронні. Стандарт навчання в університетах штату Північної Кароліни передбачає наявність у кожного студента ноутбука й можливість доступу в Інтернет з будь-якого приміщення на території університету. Комп’ютерна техніка підлягає оновленню раз на два роки.

Таким чином, користувачів бібліотек США вже не цікавить, чи є у фондах бібліотек той чи інший документ, для них важливо, чи відкриють для них бібліотеки доступ до потрібної інформації. У який спосіб це буде зроблено (через традиційну книгу у фондї, з онлайн-ової повнотекстової бази даних, через оперативну електронну доставку документа, доступ до “вільного” Інтернету), стає для користувачів питанням не істотним. Набагато важливіше для них швидкість і зручність в отриманні інформації [6].

Ще один приклад сучасного підходу: **бібліотеку у формі гігантського ока відкрили у місті Тяньцзінь неподалік від китайської столиці Пекіна**. Вона має такий глясовий і футуристичний дизайн, який, здається, вийшов прямо з творів наукової фантастики. Ззовні будівля виглядає як око із зіницею. Сама ж “зіниця” розташована у центрі зали бібліотеки, надаючи 360-градусну просторову панораму, її оточують полиці-каскади. Проте, **книжки на них намальовані**. У центральному залі їх виставляти не дозволили. Фонд з понад 1, 2 млн видань розмістився в інших приміщеннях бібліо-

теки. Будівля охоплює величезний (33 700 квадратних метрів) простір. За словами дизайнерів, даний заклад працює за принципом **нескінченної книжкової шафи**.

Завдяки полицям, які можуть бути і сходами вгору, і сидіннями для відвідувачів, а також відкритому простору приміщення, її творці намагалися змінити бібліотеку, яку стереотипно вважають місцем для нудьги.

“Хвилі” в інтер’єрі бібліотеки мають **стимулювати відвідувачів по-різному використовувати простір закладу** – не тільки для читання; тому багато користувачів сказали, що тепер знають, який вигляд має “океан знань”. За задумом, бібліотека має стати **публічним простором**. Саме тому заклад будували у формі ока – “*щоб кожен міг побачити й бути побаченим*” [5].

Вузівська бібліотека сьогодні – це підрозділ інформаційної сфери вузу, головним завданням якого є формування інформаційної культури особистості, що набуває виняткового значення і стає одним із пріоритетних напрямів вищої школи. Нині існує велика кількість визначень поняття “інформаційна культура”, але найбільш поширеним є розуміння інформаційної культури як “сукупності інформаційного світогляду, системи знань та вмінь, що забезпечують самостійну діяльність, спрямовану на задоволення індивідуальних інформаційних потреб з використанням як традиційних, так і новітніх інформаційних технологій” [4].

Сучасна вузівська бібліотека в Україні – не просто сховище навчальних матеріалів, це відкрита комунікаційно-комунікативна система, яка приймає безпосередню участь у педагогічно-виховному, міжкультурному, міжбібліотечному обміні, а також в обміні з внутрішніми структурами ВНЗ (кафедрами, громадськими організаціями) та іншими громадськими закладами (школами, технікумами, видавництвами). Комунікативна діяльність бібліотеки скерована на створення комфортного середовища для використання інформації; розвиток засобів внутрішніх організаційних та зовнішніх інформаційних зв’язків тощо.

Відомо, що вузівські бібліотеки не є незалежними структурами, вони підтримують дослідження, науково навчальні процеси навчального закладу, якому підпорядковані.

З огляду на сучасні тенденції можна виділити декілька аспектів діяльності вузівських бібліотек:

1. Більша частина роботи, як навчальна, так і дослідницька діяльність виконується в мережевому середовищі. Це має значний вплив на послуги, які надає бібліотека.

2. Мережа створює нову динаміку із відкриття і використання довкола головних концентраторів інформаційної інфраструктури: Google, Amazon, тощо. Звісно, вони в повній мірі не зможуть замі-

нити всі бібліотечні послуги, але вони змушують нас замислитись над тим, як налагодити обслуговування (надання послуг) в Мережі. Значну увагу слід приділяти дослідженню того, як розробити місток між відкритою Мережею і бібліотечними послугами і як зробити ці послуги привабливими для більшості користувачів.

3. З огляду на проблему недостатньої кількості літератури, особливо навчальної, вузівські бібліотеки України створюють повнотекстові колекції навчально-допоміжних матеріалів. Часто бібліотеки використовують їх лише у межах свого навчального закладу, щоб уникнути проблем, пов'язаних з вирішенням питань авторського права. Водночас порівняно меншим є вклад вузівських бібліотек у формування корпоративних бібліографічних баз даних.

Впровадження сучасних освітніх технологій передбачає активне звернення до цілого спектру інформаційних ресурсів. При цьому виникає необхідність ефективного керування цими ресурсами, наявність оптимальних умов доступу до них, високого рівня інформаційної культури студентів. Бібліотеки трансформуються в нові за своєю місією інститути, головна функція яких полягає в тому, щоб стати “воротами” доступу до різноманітної інформації незалежно від її належності до локального бібліотечного фонду.

Орієнтація на оперативне отримання інформації реалізується в концепції бібліотек як “інформаційних воріт” (information gateway) і веб-сайтів бібліотек як “інформаційних порталів” (information portals). Таке розуміння бібліотеки закладу вищої освіти є дуже близьким до розуміння сучасних освітніх технологій, що передбачають безперешкодне вільне оперування широким спектром інформаційних джерел незалежно від їх формату [3].

Останніми роками електронні бібліотеки (ЕБ) створюються лавиноподібно і практично неконтрольовано. Під терміном “Електронна бібліотека” розуміється організація масиву електронних документів, забезпечених коректним бібліографічним описом і доступних через засоби телекомунікаційного доступу для пошуку, вилучення і доставки споживачеві потрібної йому інформації. При всьому різноманітті форм ЕБ існують типові етапи їх створення, які в кращому випадку дублюються, що потенційно приводить до несумісності створюваних ресурсів у мережі. Крім того, виникає масове дублювання робіт, коли, скануючи одні й ті ж книги, бібліотеки багато разів виконують одну й ту ж роботу. Складається парадоксальна ситуація: коли в століття цифрових технологій при створенні електронних бібліотек використовується принцип накопичення, типового для традиційних бібліотек, замість принципу надання доступу, характерного для мережевих технологій [8].

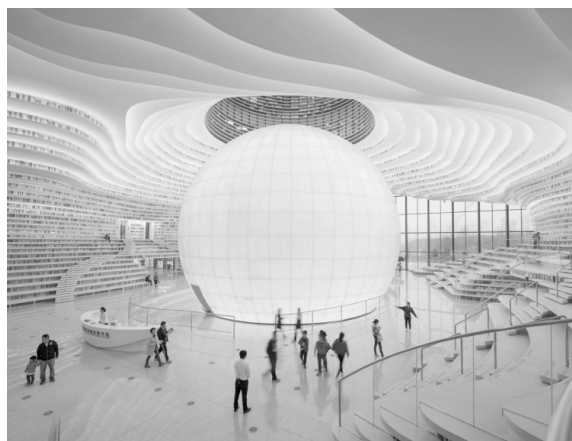


Фото 1, 2. Публічна бібліотека у місті Тяньцзінь (Китай) (джерело – мережа Інтернет)

Сьогодні постала нагальна потреба – налагодити кооперацію вузівських бібліотек (і не тільки) в комплектуванні фондів (організація корпоративних підписок) і надання доступу до документних ресурсів.

Сучасна вузівська бібліотека – доступний, прозорий заклад і з гнучкою структурою та організацією обслуговування, технічно обладнаний, який для формування інформаційного поля використовує новітні технології. Структуруючи інтернет-ресурси, вона виступає в ролі інформаційного посередника, навігатора в морі інформації, допомагаючи знаходити якісні, релевантні інформаційні ресурси, а бібліотекарі є провайдерами якісної інформації, надаючи доступ до електронних інформаційних ресурсів, навчаючи ефективно шукати інформацію в Інтернет та користуватися сучасними інформаційними технологіями.

Безумовно, підключення до мережі Інтернет – один з основних етапів інформатизації бібліотеки, певна об'єктивна необхідність для оперативного й повного інформаційного забезпечення користувачів. Однак якщо бібліотека користується лише тією інформацією, яку пропонують інші користувачі мережі, то вона стає пасивним учасником інтер-

нет ринку. Сучасна вузівська бібліотека здатна й повинна сама пропонувати свої ресурси через Інтернет, стаючи активним учасником інформаційного ринку. Тим паче, що хостінг веб-матеріалів надають переважно заклади вищої освіти, яким бібліотеки підпорядковуються.

Одним з головних завдань наукової бібліотеки КІБіТ є інформаційна підтримка навчального й наукового процесу через освоєння інформаційних і комп’ютерних технологій; створення електронних каталогів; формування корпоративних комп’ютерних мереж бібліотек з каналами виходу в глобальні інформаційні мережі; придбання бібліотекою електронних ресурсів, які потрібні для навчання студентів, створення електронної бібліотеки. На 1 грудня 2017 року фонд наукової бібліотеки КІБіТ налічує 19 270 примірників наукової, навчальної, методичної, художньої літератури, створений електронний каталог, електронна бібліотека. (Якою можна користуватись поки тільки у мережі інституту). В читальному залі облаштовано шість комп’ютерних місць з можливістю виходу в Інтернет, є Wi-Fi.

З метою наближення ресурсів Інтернет до користувача практично всі вітчизняні вузівські бібліотеки створюють бази даних “Навігатор інтернет-ресурсів за профілем ВНЗ”. Навігатор є анотованим путівником по сайтах, що пропонують електронні книги, публікації з періодичних видань, матеріали конференцій та семінарів тощо. Тематика навігатора відповідає навчальним програмам вузу. У останньому випуску “Гіду студента”, виданим КІБіТ, можна знайти потрібні студентам сайти і електронні адреси бібліотек.

Таким чином, на нинішньому етапі розвитку освіти значення вузівської бібліотеки як “воріт”

доступу до різноманітних інформаційних ресурсів зростає і визначається вже не тільки традиційними показниками величини бібліотечного фонду та кількістю підписаних періодичних видань, а й рівнем комфортності доступу до інформації незалежно від її формату. Наскільки високий цей рівень – це одночасно і показник ступеня інформатизації бібліотеки, і умова успіху впровадження сучасних освітніх технологій [3].

ЛІТЕРАТУРА

1. Беззуб І. Бібліотека вищого навчального закладу у формуванні інформаційної культури студента / І.Беззуб // Наукові праці НБУ ім. В.І.Вернадського. – 2012. – Вип. 33. – С. 94-105.
2. Дригайло В. Г. Миссия вузовских и других научных библиотек / В. Г. Дригайло // Науч. и техн. б-ки. – 2004. – № 4. – С. 50–55.
3. Еременко Т. В. Информатизация вузовских библиотек в России и США: сравнительный анализ: моногр. / Т.В. Еременко. – М.: Пашков дом, 2003. – 297с.
4. Коряковцева Н. А. Формирование информационной культуры студентов в библиотеке высшего учебного заведения: дис.... канд. пед. наук: спец. 05.25.03 / Н. А. Коряковцева. – М., 1999. – 172 с.
5. Мрія книголюбів – бібліотека у формі ока працює в Китаї [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2017/11/16/227480/>.
6. Опарина О. Вход без ноутбука запрещен! Университетские библиотеки США / О. Опарина // Библиотечное дело. – 2004. – № 10. – С. 21–24.
7. Подрезова М. О. Місце бібліотек вищих навчальних закладів півдня України в інформаційній підтримці учбового і наукового процесів / М. О. Подрезова, О. В. Суровцева // Вісн. ОНУ. – 2007. – Т. 12. – Вип. 4. – С. 208–216 (Серія “Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство”).
8. Шилук О. Діяльність вузівської бібліотеки в умовах інформатизації суспільства: наук.-практ. видання / О. Шилук // Вища школа. – 2008. – № 5. – С. 52–54.

УДК 330.341.1:658.114

КАРПОВА Т.С., к. э. н.

г. Киев

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: РОЛЬ КЛАСТЕРОВ В ЕЕ РАЗВИТИИ

Аннотация. Инновационный процесс на государственном уровне представляет собой сложную совокупность общественных отношений и новых подходов к производству и сбыту товаров и услуг, способствующих повышению конкурентоспособности товаропроизводителей. Для укрепления своих позиций на внутреннем и мировом рынках, внедрения новых технологий, одной из основных проблем, стоящей сегодня перед предпринимателями является активизация инновационной деятельности. В статье исследованы точки зрения выдающихся зарубежных и отечественных ученых на категорию “кластеры”.

Предложено авторское определение “инноваций”, инновационного кластера как устойчивой совокупности предприятий и организаций, которые осуществляют научную, исследовательскую и опытно-конструкторскую деятельность, находящиеся недалеко друг от друга и объединенные общей целью. Выделены основные преимущества кластеров, особенности их успешной работы, а также исследован отечественный и зарубежный опыт кластеризации.

Обоснована необходимость дальнейшего совершенствования государственной инновационной политики, основанной на разработке новых производственных систем на основе сетевых структур – инновационных и региональных кластеров. Сделан вывод о том, что в настоящее время в Украине инновационное развитие регионов является основным стратегическим направлением деятельности центральных и местных органов власти на пути к инновационному и научно-техническому прогрессу.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, инновационное развитие, кластер, социальные инновации, региональный кластер, инновационный кластер.

Анотація. Інноваційний процес на державному рівні являє собою складну сукупність суспільних відносин та нових підходів до виробництва і збуту товарів та послуг, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності товаровиробників. Для зміцнення своїх позицій на внутрішньому і світовому ринках, впровадження нових технологій, однією з основних проблем, яка стоїть сьогодні перед підприємцями є активізація інноваційної діяльності. У статті досліджено точки зору видатних зарубіжних та вітчизняних вчених на категорію “кластери”.

Запропоновано авторське визначення “інновацій”, інноваційного кластеру як стійкої сукупності підприємств і організацій, які здійснюють наукову, дослідницьку та дослідно-конструкторську діяльність, що знаходяться недалеко один від одного і об'єднані спільною метою. Виділено основні переваги кластерів, особливості їх успішної роботи, а також досліджено вітчизняний і зарубіжний досвід кластеризації.

Обґрунтовано необхідність подальшого вдосконалення державної інноваційної політики, заснованої на розробці нових виробничих систем на основі мережевих структур – інноваційних та регіональних кластерів. Зроблено висновок про те, що в даний час в Україні інноваційний розвиток регіонів є основним стратегічним напрямком діяльності центральних і місцевих органів влади на шляху до інноваційного та науково-технічного прогресу.

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, кластер, соціальні інновації, регіональний кластер, інноваційний кластер.

Abstract. The innovative process at the state level is a complex set of social relations and new approaches to the production and marketing of goods and services, that make contribution in increasing the competitiveness of commodity producers. One of the main problems facing entrepreneurs today is the activation of innovation, so it is necessary to strengthen its positions in domestic and global markets, and introduce new technologies. The article examines the views of outstanding foreign and domestic scientists on the category of “clusters”. There are author's definition of “innovations”, an innovation cluster as a stable set of enterprises and organizations, that carry out scientific, research and development activities, located not far from each other and united by a common goal is proposed. It is identified, the main advantages of clusters, peculiarities of their successful work, as well as domestic and foreign clustering experience. It is substantiated, that necessity of further improvement of the state innovation policy based on the development of new production on network structures – innovative and regional clusters.

The conclusion – nowadays in Ukraine the innovative development of the regions is the main strategic direction of the activity of central and local authorities on the way of innovative, scientific and technical progress.

Key words: innovation, innovation potential, innovative development, cluster, social innovations, regional cluster, innovation cluster.

Постановка проблемы. Необходимым условием выхода национальной экономики из мирового финансово-экономического кризиса является повышение конкурентоспособности предприятий на

основе внедрения инноваций. В посткризисный период конкурентные преимущества, по отношению к другим предприятиям, будут определяться количеством и качеством разработанных и внедренных инновационных продуктов на государственном уровне. В условиях глобализации “международный вес” государств, их могущество определяется “не только наличием у них тех или других традиционных производственных ресурсов, а сравнением их инновационных возможностей и умением эффективно их использовать” [1].

Согласно докладу “Глобальный инновационный индекс” 2016 г., опубликованному Корнельским университетом, школой бизнеса INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), Китай вошел в число 25 ведущих стран-новаторов в мире, а возглавили рейтинг Швейцария, Швеция, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты Америки, Финляндия и Сингапур. По мнению генерального директора ВОИС Френсиса Гарри “Инвестиции в инновации являются важным условием повышения темпов долгосрочного экономического роста. В существующих экономических условиях мобилизация новых источников роста и использование возможностей, раскрываемых глобальными инновациями, становятся приоритетом для всех заинтересованных сторон”. Среди лидеров ГИИ 2016 г. четыре страны – Япония, США, Соединенное Королевство и Германия – выделяются в плане “качества инноваций”, по таким важным индикаторам, как: уровень развития высшего образования, число научных публикаций и количество поданных международных заявок на патенты [2].

Сегодня возникла острая необходимость формирования инновационной модели развития экономики, т.к. чтобы стать успешной, стране необходимо развиваться не экстенсивным, а интенсивным путем, активно стимулируя инновационную деятельность. Эффективная инновационная деятельность определяет темпы экономического развития, структуру современного производства, жизненный уровень в стране, а главное – определяет направление дальнейшего развития экономики и социальной сферы в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельные теоретические и практические вопросы реализации инновационной политики государства и развития кластеров в экономике рассматриваются многими зарубежными и отечественными учеными: А. Абаевым, А. Амошей, В. Андерсеном, М. Войнаренко, С. Соколенко, В. Захарченко, Н. Лапиным, Л. Продановой и др. [3–8]. Однако на данный момент в стране не существует инновационного кластера, который был бы конкурентоспособным на мировом рынке. С точки зрения известного российского ученого А.Л. Абаева масштаб и степень использования инноваци-

онного потенциала, темпы его роста, уровень использования во многом зависят от социальной направленности государственной политики. Баланс объективно действующих внешних факторов и сознательно сформированного внутреннего воздействия обуславливают социально-экономическую обстановку, которая создает внешние побудительные мотивы инновационной деятельности [3]. На современном этапе эффективное инновационное развитие экономики невозможно без функционирования новых производственных систем – инновационных кластеров. Тем не менее, общепринятого определения кластера и обоснования его роли в процессе реализации инновационной политики государства в отечественной и мировой науке пока не сложилось.

Поэтому, на наш взгляд, первоочередным заданием на современном этапе является совершенствование государственной инновационной политики, усиление роли регионов и разработка новых производственных систем на основе сетевых структур – инновационных и региональных кластеров. Исследование процессов кластеризации становится особенно актуальным для повышения конкурентоспособности страны и ускорения инновационного развития, т.к. именно кластеры как территориальные объединения с высоким уровнем конкурентоспособности – основа развития экономики в целом и ее отдельных регионов.

Целью статьи является выявление сущности инноваций и кластеров, преимуществ и недостатков развития кластеров на современном этапе, исследование зарубежного опыта кластеризации, а также необходимости совершенствования инновационной политики государства путем развития инновационных и региональных кластеров.

Изложение основного материала исследования. Закономерно, что решающим фактором развития общества являются: наука, технологии и инновации, именно поэтому нашей стране необходимо переходить на продуктивный способ производства для обеспечения нововведений достаточными финансовыми и интеллектуальными ресурсами. На уровне государства основными факторами ускорения инновационного процесса для предприятий являются: управленческие нововведения, нововведения в системе оплаты труда, наличие свободной конкуренции, творческий потенциал работников, образовательный и культурный уровень населения. Значимость эффекта инновационной деятельности, и деятельности кластеров в частности, вызывает в научном мире живой интерес. Уже во второй половине XX века ученые стали рассматривать инновации как элемент стадии общего процесса экономического и социального изменения [9]. Характеризуя инновации, следует выявлять не только технологические, но экономические и социальные их каче-

ства (организационные изменения внутри и среди компаний, новые стили управления, новые социальные формы работы, новые услуги, новые методы обслуживания и новые институты защиты людей) [10]. Инновации – это создание новых или прикладных структур, меняющих природу функций, отношений и взаимодействий, которые станут неотъемлемым аспектом бизнеса в XXI веке [3, 10, 11]. Мы также считаем, что роль и значимость инноваций позитивна, прежде всего, если они будут сопровождаться соответствующими социальными инновациями [12]. Впервые понятие “инновация” встречается в научной литературе на французском языке в конце XIII века, в англоязычной – в XVI веке, определяя при этом нечто новое в социальной и культурной сферах деятельности. В течение XVIII-XIX веков зарубежные ученые А. Смит [13], Д. Рикардо [14], К. Маркс [15], Ж. Кондорсе [16] исследовали инновации в области науки и техники. Слово Innovations образовано из двух слов: латинского “novatio” и английского префикса “in”, и в переводе с английского означает “введение нового или нововведение”.

По нашему мнению, инновации представляют собой нововведения в области технологии или управления субъектом предпринимательства, связанные с научно-техническим прогрессом, и применяемые в его операционной, финансовой, инвестиционной и управленческой деятельности с целью повышения конкурентоспособности. Инновации выступают конечным результатом внедрения достижений научно-технического прогресса, образующим экономический и социальный эффект и оказывающим влияние на экономическую и социальную жизнь общества.

К преимуществам внедрения инноваций на отечественных предприятиях относятся:

- расширение ассортимента продукции, работ, услуг и улучшение их качества;
- повышение социальной ответственности предприятий;
- расширение имеющихся рынков сбыта и создание новых;
- стандартизация продукции и услуг для соответствия современным требованиям;
- увеличение доходов и минимизация расходов;
- оптимизация производства;
- рост производственных мощностей;
- совершенствование условий труда, исключение форс-мажорных обстоятельств.

Отечественному бизнесу для внедрения инноваций не хватает финансовых ресурсов, в частности заемного капитала. Новая государственная политика необходима, т.к. усиливает роль регионов и разрабатывает новые производственные системы на основе сетевых структур – инновационных класте-

ров. Явление кластера как экономической категории было известно еще со времен ремесленного производства, но только к концу XX века кластеры стали двигателями экономического развития регионов. Впервые кластеры как экономическую категорию выделил в 1890 году известный английский ученый Альфред Маршалл при исследовании возникновения географически локализованных групп предприятий и объединений, выполняющих определенную экономическую деятельность. В своей работе “Принципы экономической науки” он посвятил отдельную главу “концентрации специализированных отраслей в отдельных местностях” [17].

Существует множество подходов к трактовке данного понятия. Профессор Гарвардской бизнес-школы Майкл Портер, основываясь на исследованиях А. Маршалла, предлагает такое определение: “Кластер – группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга” и отмечает, что чем больше развиты кластеры, тем выше уровень жизни в стране и конкурентоспособность предприятий [18].

С.И. Соколенко определяет кластер как добровольное объединение самостоятельных юридических лиц, которые сохраняют свой автономный юридический статус, но совместно работают ради производства конкурентоспособной продукции и экономической выгоды; формируются в определенной сфере предпринимательства; связаны между собой технологически и по признаку географической близости. Ученый утверждает, что “кластеры помогают заполнить пустоту между бизнесом, исследованиями и ресурсами, лучше информируют рынок. ...стимулируют интенсивную конкуренцию, одновременно укрепляя сотрудничество, увеличивают производительность, привлекают инвестиции, способствуют исследованиям и усиливают промышленную базу [19].

М.П. Войнаренко дает следующее определение: “кластер – это территориально-отраслевое добровольное объединение предприятий, которые тесно сотрудничают с научными учреждениями и органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции и экономического роста региона” [20, с.30]. На наш взгляд, кластер – это совокупность предприятий: поставщиков сырья и оборудования, комплектующих изделий и услуг, а также инфраструктуры, высших учебных заведений, научно-исследовательских институтов, которые тесно взаимосвязаны, взаимодополняют друг друга и сконцентрированы на определенной территории, усиливая конкурентные позиции, как отдельных предприятий, так и кластера в целом. Таким образом, внутри кластера создается особая экономическая среда, обеспечи-

вающая свободное перемещение капитала и финансовых ресурсов, торговые отношения, и повышающая конкурентоспособность товаров и услуг. Так происходит укрепление сотрудничества между предприятиями, внедрение на них инноваций и усиление конкурентных преимуществ, объединение отдельных элементов в одно целое для достижения поставленной цели. Нами систематизированы аспекты успешного функционирования кластеров.

Среди учёных нет единого мнения по поводу классификации кластеров. С.И. Соколенко предлагает выделить 5 групп кластеров: конкурентные, стратегические, возникающие, зрелые, стабилизирующие [21]. А.В. Бирюков, трактуя кластер как целенаправленно сформированную группу предприятий, функционирующих на базе центров: генерации научных знаний и бизнес-идей, подготовки высококвалифицированных специалистов, предлагает подразделять кластеры на промышленные, локальные (региональные), инновационные [22]. Большинство отечественных и зарубежных экономистов систематизируют кластеры на такие виды: инновационные, промышленные, транснациональные, региональные. По характеру основного ресурса можно выделить кластеры-потребители инноваций и кластеры, генерирующие инновации и новые технологии.

Можно выделить следующие основные выгоды кластерной модели развития бизнеса и регионов для участников кластеров:

- Рост, развитие, производительность и конкурентоспособность.
- Спрос на ресурсы и услуги со стороны участников кластеров стимулирует развитие и доступность услуг инфраструктуры, а географическая близость позволяет экономить на издержках.
- Прямое сотрудничество с другими участниками кластера, разделение задач позволяет снижать издержки на разработку и внедре-

ние инноваций, закупки, производство, маркетинг, и в итоге увеличивать сбыт.

Однако самая интересная, по нашему мнению, особенность кластеров состоит в том, что они стимулируют инновации. Концентрация компаний отрасли в пределах одного города (или группы близких городов, как в Силиконовой долине) способствует распространению неявного знания. Давно было замечено, что, попадая внутрь западного инновационного кластера, человек буквально становится другим, обнаруживая в себе скрытые ранее творческие способности. Таков эффект обогащенной информационной среды, возникающей в кластерах. Вот почему инновационная экономика, как мы уже говорили, существует только в виде кластеров [23].

Преимущества функционирования кластеров:

- эффект масштаба и могущества;
- достаточный уровень мотивации по экономическим и психологическим мотивам;
- единая стратегия, экономическое и информационное пространство;
- внедрение новых технологий, идей и направлений развития;
- совместная реклама;
- готовность к большим, чем при обычной предпринимательской деятельности рискам;
- объединение интеллектуальных и финансовых ресурсов;
- рациональное использование имеющегося потенциала и контроль за использованием привлеченных средств;
- целесообразное и эффективное использование имеющихся финансовых ресурсов, в частности привлеченных и заемных;
- упрощение процесса принятия выработанных решений;
- своевременное расширение ассортимента продукции.

Недостатки функционирования кластеров:

- отсутствие налаженных систем связи предприятий, входящих в кластер;

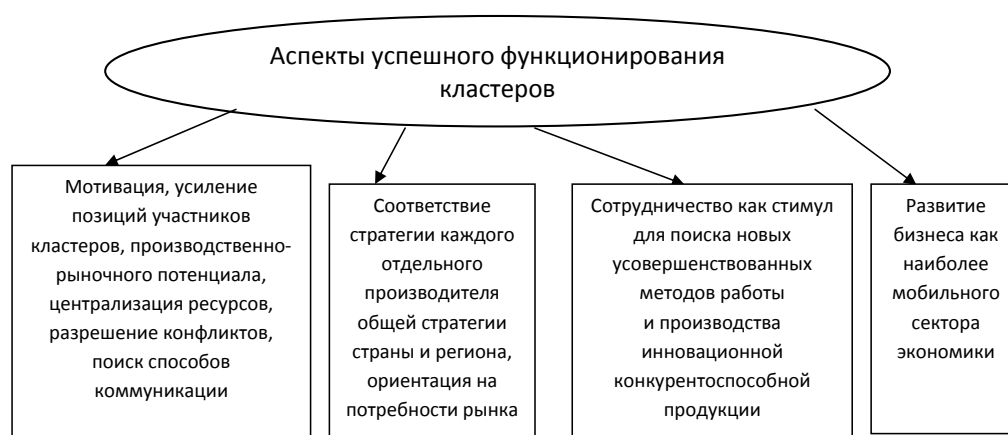


Рис. 1. Аспекты успешного функционирования кластеров (разработан автором)

- падение спроса на продукцию с высоким уровнем НДС;
- сокращение государственных заказов и спроса на инновационную продукцию;
- ограниченность доступа к иностранным рынкам, низкий спрос населения и отсутствие внутреннего рынка инновационной продукции;
- несовершенство технологий и слабая инновационная активность субъектов предпринимательства;
- отсутствие государственной поддержки;
- отсутствие информации о преимуществах кластеризации;
- недостаток необходимых ресурсов;
- низкая квалификация рабочей силы.

Инновационный кластер, на наш взгляд, представляет собой стабильную, упорядоченную, добровольно объединенную систему экономических участников, способных производить конкурентоспособные на мировом рынке товары. Мы определяем инновационный кластер как устойчивую совокупность предприятий и организаций, которые осуществляют научную, исследовательскую и опытно-конструкторскую деятельность (университеты, научно-исследовательские, инженеринговые центры, производственные предприятия), находящиеся недалеко друг от друга и объединенные общей целью (производство инновационной продукции, экономический и социальный эффект).

На сегодняшний день также отсутствует единая классификация инновационных кластеров. Д. Харт при классификации инновационных кластеров использует теорию множеств и делит их на три типа:

- тип А – связанные кластеры;
- тип В – новые промышленные зоны;
- тип С – инновационная среда [24].

Инновационные кластеры, в отличие от традиционных промышленных кластеров, представляют собой тесные партнерские отношения не только между предприятиями, их поставщиками, контрагентами и клиентами, но и институциональными учреждениями (высшими учебными заведениями, научно-исследовательскими центрами, центрами регионального развития, банками, другими финансово-кредитными учреждениями), что позволяет им быть более конкурентоспособными.

Результатом деятельности региональных кластеров выступает инновационная, экспортно-ориентированная продукция и технологии, которые благодаря преимуществам при их создании и аккумуляции усилий и финансовых ресурсов, являются более конкурентоспособными и удовлетворяющими лучшие мировые стандарты.

Региональные кластеры – это кооперация предприятий, похожих по виду экономической деятельности на базе партнерства, способствующая обмену опытом и знаниями, стимулирующая предприятия

к интеллектуальному и инновационному развитию и позитивно влияющая на развитие предпринимательства. В региональные кластеры объединяются предприятия, расположенные в географической близости и имеющие центральное звено. На современном этапе благодаря новым технологиям передачи информации географическое размещение предприятий-участников уже не имеет определяющего значения.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой доказывает, что функционирование и развитие кластеров является надежной базой для сотрудничества предпринимательства, науки и государства, повышения эффективности их деятельности и внедрения инноваций. Нами обобщен международный опыт кластеризации и его особенности, который представлен следующими странами:

Россия: Насчитывается 9 кластеров (энергетическое машиностроение, судостроение, продуктовый, транспортный бизнес, туризм, программное обеспечение, информационные технологии), в разных регионах производится кластеризация экономики, агропромышленный пул – молочный кластер “Петмол”.

Германия: 7 лучших кластеров в сфере high-tech (Мюнхен, Гамбург, Дрезден), ключевые кластеры в машиностроении и химической отрасли.

США: Кластер информационных технологий в Силиконовой Долине, долина техники (Албания), производство малых самолетов (Канзас), ковровые компании в Долтоне (Джорджия), инновационные кластеры, Голливуд – столица мировой киноиндустрии.

Нидерланды: Экономика страны разделена на 10 мегакластеров: строительство, охрана здоровья, транспорт, химические отрасли, коммерческие и некоммерческие виды деятельности и т.д.

Казахстан: Действует “Казахстанская кластерная инициатива” по организации конкурсов на разработку региональных пилотных проектов).

Австрия: На базе кластеров создана 100% инновационная экономика – первый кластер в сфере обработки древесины; в стране зарегистрировано 76 региональных кластеров, которые делятся на 6 категорий: промышленные, технологические, образовательные, экспортные, смешанные, кластеры сферы услуг. Пограничные кластеры с Германией, Италией, Швейцарией, Венгрией.

Япония: На базе технопарков организованы региональные центры консолидации усилий правительства, университетов и промышленности для реализации социально-экономических проектов кластерного развития территорий (автомобильный кластер “Тойота”) [25,26,27].

Таким образом, одной из главных особенностей инновационных кластеров является то, что они создают преимущественно экспортно-ориентированную продукцию и технологии, тем самым повышая их рейтинг на международной арене и конкурентоспособность страны в целом.

Выводы. Таким образом, кластеры способствуют стабильному и комплексному развитию территорий, позволяют предприятиям развиваться не по инерции, а формировать четкую стратегию, используя мощности и возможности других участников. Для формирования инновационной модели отечественной экономики, бесспорно, следует обеспечить эффективность и непрерывность государственной политики в инновационной сфере.

В современных условиях необходимо стимулировать инновационную активность входящих в кластер субъектов предпринимательства по следующим направлениям: увеличить целевые гранты, дотации и финансовую помощь на научно-исследовательские разработки; принять нормативно-правовые акты, стимулирующие инновационную активность предприятий; ввести налоговые льготы и снизить государственные пошлины для социально-ответственных и инновационно-активных предприятий; создать специальный фонд развития технологий; увеличить срок формирования госзаказа; обеспечить государственные гарантии для минимизации рисков.

Таким образом, государство должно принимать активное участие в создании наукоемких и инновационных предприятий, оказывая финансовую поддержку, внедряя финансово-фискальные механизмы стимулирования инновационной деятельности, защищая их авторские права, минимизируя риски при внедрении новых проектов, предоставляя налоговые и таможенные льготы. Однако финансирование создания кластера может также осуществляться на основе спонсорства, а финансирование инфраструктуры – на смешанной основе, объединения, таким образом, в современных условиях взносы предприятий-участников.

ЛИТЕРАТУРА

- Алексеев И.В. Північно-американський та азійський досвід податкового стимулювання інноваційної діяльності / І.В. Алексеев, Р.Й. Желізняк // Збірник наукових праць Тернопільського національного економічного університету “Економічний аналіз” – Тернопіль, 2011. – № 9, Ч.2 – С. 24-28.
- Глобальный инновационный индекс 2016 г.: в рейтингах лидируют Швейцария, Швеция, Соединенное Королевство, США, Финляндия, Сингапур; в число 25 ведущих стран вошел Китай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2016/article_0008.html.
- Абаев А.Л. Социальная значимость современного инновационного процесса / А.Л. Абаев // М.: Социальная политика и социальное партнерство, 2008, №7 – 0,5 п. л.
- Войнаренко М. Формирование инвестиционной политики на основе инновационных региональных кластеров / М. Войнаренко // Бизнес-партнер. – 2008. – № 2(101). – С. 9-10.
- Соколенко С.И. Кластеры в глобальній економіці / С.И. Соколенко. – К.: Логос, 2004. – 848 с.
- Захарченко В.И. Кластерная форма территориально-производственной организации / В.И. Захарченко, В.Н. Осипов // Ч.1. Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе. – Одесса: “Фаворит” – “Печатный дом”, 2010. – 122 с.
- Лапин Н.И. Пути России: социокультурные трансформации / Н.И. Лапин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2000. – Том III. – № 3. – С. 32-39.
- Проданова Л.В. Інвестиційно-інноваційне ресурсозабезпечення національної економіки / Л. В. Проданова // Вісник Черкаського університету. Серія “Економічні науки”. Науковий журнал. – 2013. – № 4 (256) – С.33-38.
- Бирюков А.В. Формирование инновационных кластеров в высокотехнологических отраслях промышленности: на примере ОПК России: дисс... док. эк. н.: 08.00.05 / А.В. Бирюков. – Москва, 2009. – 385 с.
- Абаев А.Л. Диагностика научно-инновационного потенциала региона (на примере Республики Северная Осетия – Алания) / А.Л. Абаев. – Владикавказ: Изд-во ВГУ. 2007. – 5 п.л.
- Каніщенко Н.Г. Кластери в системі національної конкурентоспроможності / Н.Г. Каніщенко // Вісник КНУ. Серія Економіка. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2006. – №85 – С. 14-16.
- Абаев А.Л. Предпринимательство как фактор развития научно-инновационной сферы региона / А.Л. Абаев // М.: Экономика и управление собственностью, 2008, №9 – 0,5 п.л.
- Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит // . – М.: Соцэкгиз, 1962. – 685 с.
- Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо // Антология экономической классики в 3-х т. – Т.1. – М.: Экономика, 1955. – 360 с.
- Маркс К. Сочинения. – 2-е изд. / К. Маркс, Ф. Энгельс // М.: Политиздат, 1955.
- Кондорсэ Ж. Цит. по кн. Инновационный менеджмент / Под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева // М.: Дело, 2003. – С.10.
- Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл // М.: Прогресс, 1993 – 594 с.
- Портер М. Конкуренция / М. Портер // М.: Издательский дом “Вильямс”, 2005. – 608 с.
- Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Украинский контекст: науч. издание / С.И. Соколенко // К.: Логос, 2002 – 648 с.
- Войнаренко М.П. Концепція кластерів – шлях до відродження виробництва на регіональному рівні / М.П. Войнаренко // Економіст. – 2000. – №1. – С.29-33.
- Соколенко С.И. Перспективы роста экономики Украины на основе инновационных кластеров / С.И. Соколенко // Развитие инновационных кластеров в современных условиях реструктуризации экономики. Мат. IV Межд. Науч.-практ. конф., г. Севастополь, 1-2 июня 2009 г. – Севастополь: СТПП, 2009. – С. 2-15.
- Бирюков А.В. Формирование инновационных кластеров в высокотехнологических отраслях промышленности: на примере ОПК России: диссертация... д.эк. н.: 08.00.05 / А. В. Бирюков // Москва, 2009. – 385 с.
- Пекар В. Кластеры, новые экономические отношения и бренды городов // В. Пекар, Т. Жданова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://regionpr.ru/page625.html>.
- Харт Д.А. Инновационные кластеры: основные идеи [Электронный ресурс] / Д.А. Харт. – СПб.: ИРИС. – Режим доступа: <http://www.innosys.spb.ru/?id=886>.
- Дубницкий В.И. Циклы деловой активности и источники экономического роста региональной экономики / В.И. Дубницкий, С.Б. Колодинский // Проблемы экономики и управления. – 2009. – № 4. – С. 241-254.
- Береза А.А. Кластеризація: теоретичне підґрунття, міжнародний та вітчизняний досвід / А.А. Береза, М.П. Войнаренко // Проблеми розвитку соціально-економічних систем в контексті глобалізаційних викликів. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. – Хмельницький. – 2012. – С. 121-124.
- Брюховецкая Н.Е. О необходимости классификации предприятий в смешанной экономике / Н. Е. Брюховецкая // Экономика: проблемы теории и практики. – Дніпропетровськ: Наука і освіта. – 2000. – Вип. 13. – С. 89-97.

УДК 519.86: 631.164.23: 338.439.4 (477.66)

КОНЦЕБА С.М.,
МИКОЛАЙЧУК Я.Л.,
СОЛЬСЬКИЙ О.С.
м. Умань

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ВПЛИВУ ІНВЕСТИЦІЙ НА ВИРОБНИЦТВО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. У статті запропоновано використання економіко-математичних моделей для аналізу впливу обсягів інвестицій на виробництво сільськогосподарської продукції. Інформаційною базою для побудови економетричної моделі виступають обсяги виробництва цієї продукції та обсяги інвестицій у виробництво за 2010–2015 роки. Моделі враховують темп приросту продукції під впливом впровадження нових технологій, а також часовий фактор.

Ключові слова: інвестиції, виробництво, сільськогосподарська продукція, модель.

Аннотация. В статье предложено использование экономико-математических моделей для анализа влияния объемов инвестиций на производство сельскохозяйственной продукции. Информационной базой для построения эконометрической модели выступают объемы производства этой продукции и объемы инвестиций в производство за 2010-2015 годы. Модели учитывают темп прироста продукции под влиянием внедрения новых технологий, а также временной фактор.

Ключевые слова: инвестиции, производство, сельскохозяйственная продукция, модель.

Abstract: The article suggests using of economical and mathematical models for analyzing the impact of investment in agricultural production. The information base for building an econometric model is the amount of production of this product and the amount of investment this production in 2010-2015. Models take into consideration the rate of product growth, which is influenced by using new technologies, they also consider the time factor.

Keywords: investment, production, agricultural products, model.

Постановка проблеми. Інвестиції у виробництво сільськогосподарської продукції є важливим фактором реалізації колосального потенціалу аграрного сектору в Україні та прискорення економічного зростання і розвитку. Інвестиційне забезпечення сільського господарства особливо інтенсивно досліджувалося у період реформування аграрного сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий внесок у дослідження інвестицій внесли відомі вітчизняні учені: М.Я. Дем'яненко [2], М.І. Кісіль [4], Ю.О. Лупенко [9], Л.М. Коваль [5], Г.Є. Мазнів [6], І.М. Назаренко [7], І.Л. Федун [10] та ін. Використання математичних методів в економіці досліджувалися у працях вітчизняних науковців Г. І. Кармелюк [3], Н. М. Внукової, В.А. Ковальчук, О.О. Анциферової [1]. Так, Г.І. Кармелюк побудував низку економіко-математичних моделей залежності обсягу продукції сільського господарства в цілому та за категоріями господарств від обсягів вкладених у них інвестицій та визначив їх ефективність. Н.М. Внукова, В.А. Ковальчук, О.О. Анциферова запропонували регресійну економіко-математичну модель, що пов'язує експорт продукції зернових культур з визначеними факторами, одним із яких є прямі іноземні інвестиції в сільське господарство. Однак незважаючи на велику кількість досліджень, питання економіко-математичного моделювання інвестиційних процесів в сільськогосподарських підприємствах на регіональному рівні є недостатньо вивченим, залишається дискусійним і потребує подальших досліджень.

Метою статті є проаналізувати вплив обсягу вкладених інвестиційних ресурсів на виробництво продукції рослинництва і тваринництва в Україні в цілому та в Черкаській області зокрема, а також побудова економетричної моделі з метою оцінки ефективності використання інвестицій в конкретному регіоні при виробництві різних видів сільськогосподарської продукції.

Виклад основного матеріалу. При дослідженні використовувалась одна з методик економетричного моделювання, а саме побудова регресійної моделі, для того щоб на її основі дати можливість потенційному регіональному інвесторові володіти інформацією про тип економічного розвитку регіону, ступінь ефективності використання авансованого капіталу на сучасному етапі; про обсяг інвестиційних ресурсів, які необхідні для подолання диспропорцій у розвитку регіональної економіки.

Аспекти інвестиційного моделювання представимо з допомогою таких етапів. На першому етапі проведено дослідження процесів інвестування за допомогою інструментарію моделювання через представ-

лення залежності обсягів виробництва сільськогосподарської продукції як виробничу функцію від розмірів вкладених інвестиційних коштів:

$$y = f(x), \quad (1)$$

де y — обсяг виробництва сільськогосподарської продукції, млн. грн.;

x — обсяг інвестиційних коштів, млн. грн.

Користуючись статистичними даними динаміки обсягів виробництва продукції рослинництва та розмірів інвестиційних вкладень у галузь рослинництва за 2010-2015 рр. для об'єктів нашого дослідження, динаміки продукції тваринництва та розмірів інвестицій у цей вид економічної діяльності за 2010–2015 рр. (табл. 1) для Черкаської області і України в цілому за допомогою табличного процесора MS Excel отримаємо ряд статистично значимих економіко-математичних моделей (табл. 2).

В отриманих економіко-математичних моделях y_p — обсяг виробництва продукції рослинництва, млн. грн.; y_t — обсяг виробництва продукції тваринництва, млн. грн.; x — розмір інвестиційних вкладень, млн. грн.; R — коефіцієнт кореляції.

Таблиця 1.

Обсяг виробництва та інвестицій сільськогосподарської продукції, млн. грн.

Виробництво продукції рослинництва (обсяг, млн. т.)						
Регіон	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Черкаська область	6624,5	9829,5	8777,5	9392,8	11851,5	19030,4
Україна	194886,5	192715,0	223254,8	252859,0	251427,2	168439,0
інвестиції в галузь рослинництва (млн. грн.)						
Черкаська область	2130,4	627,2	3581,0	3894,7	826,6	7814,6
Україна	12004,2	12902,3	13065,3	12942,0	13388,4	21462,1
Виробництво продукції тваринництва (обсяг, млн. т.)						
Черкаська область	5279,1	5775,7	6161,9	6312,9	7684,5	10093,4
Україна	65125,9	70332,4	74021,4	76963,8	73719,3	71028,3
Інвестиції в галузь тваринництва (млн. грн.)						
Черкаська область	254,9	185,5	1336,0	122,1	244,5	2311,4
Україна	3425,7	3899,4	4839,2	3919,5	3689,9	6259,4

На другому етапі, враховуючи те, що стандартні загальновизнані оціночні показники доцільності та ефективності інвестування в сільськогосподарську галузь (середня ставка доходу, період окупності, чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, тощо) не дають можливості повною мірою оцінити інтенсивність використання та визначити тип економічного зростання під впливом вкладень, пропонуємо ряд нових показників, а саме: середня продуктивність інвестицій (капіталовіддача або інвестиційна віддача), гранична маржинальна продуктивність обсягу виробництва сільськогосподарської продукції, капіталомісткість (інвестиційна місткість продукції). Ефективне використання інвестиційних ресурсів на попередніх етапах розвитку Черкаської області спрощує розв'язання проблеми акумуляції ресурсів для інвестування в майбутньому.

Таблиця 2.

Види моделей залежності обсягів виробництва продукції рослинництва від розміру інвестиційних вкладень в даний вид економічної діяльності

Вид моделі та статистичні параметри	
Україна	Черкаська область
$y_p = 293924,9 - 5,60x, R = -0,58$ $y_p = 382790,8 - 1420,14\sqrt{x}, R = -0,57$ $y_p = e^{12,67} e^{-2,85-5x}, R = 0,57$ $y_p = e^{16,60} x^{-0,45}, R = 0,54$ $y_p = -89251,43 \ln(x) + 1065988,51, R = 0,55$	$y_p = 7287,49 + 1,15x, R = 0,71$ $y_p = 5448,73 + 105,65\sqrt{x}, R = 0,57$ $y_p = e^{8,98} e^{8,45-5x}, R = 0,74$ $y_p = e^{8,29} x^{0,12}, R = 0,41$ $y_p = 1904,65 \ln(x) - 375994, R = 0,43$
$y_t = 69558,17 + 0,53x, R = 0,14$ $y_t = 66132,51 + 87,52\sqrt{x}, R = 0,16$ $y_t = e^{11,15} e^{8,05-6x}, R = 0,13$ $y_t = e^{10,73} x^{0,05}, R = 0,19$ $y_t = 3504,44 \ln(x) + 42590,8, R = 0,19$	$y_t = 5776,50 + 1,49x, R = 0,75$ $y_t = 4971,81 + 81,45\sqrt{x}, R = 0,67$ $y_t = e^{8,67} e^{0,0002x}, R = 0,77$ $y_t = e^{8,09} x^{0,12}, R = 0,64$ $y_t = 948,77 \ln(x) + 1190,22, R = 0,63$

Для оцінки інтенсивності використання інвестицій використаємо модель Кобба-Дугласа

$$y = a_0 x^{a_1}, \quad (2)$$

де a_0, a_1 – параметри економетричної моделі.

Розраховані нами числові моделі об’єктів кожного дослідження

- для виробництва продукції рослинництва мають вигляд:

для України вцілому $y = e^{16.60} x^{0.45}$ (3)

для Черкаської області $y = e^{8.29} x^{0.12}$ (4)

- для виробництва продукції тваринництва мають вигляд:

для України вцілому $y = e^{10.72} x^{0.05}$ (5)

для Черкаської області $y = e^{8.29} x^{0.12}$ (6)

Далі виконаємо кількісний аналіз отриманих результатів наступним чином. Співвідношення $\frac{f(x_t)}{x_t} = A_{1t}$ назовемо середньою продуктивністю інвестицій, тобто капіталовіддачею або інвестицій-

ною віддачею, а зворотнє співвідношення $A_{2t} = \frac{x_t}{f(x_t)} = \frac{1}{A_{1t}}$ – інвестиційною місткістю продукції.

Індекси p і t вказують відповідно на приналежність даних показників галузі рослинництва і тваринництва. Результати розрахунків для конкретних об’єктів дослідження представлені табл. 3 і 4.

Таблиця 3.

Показники інтенсивності використання інвестицій в галузь рослинництва по Черкаській області

Роки	Обсяг інвестицій у виробництво продукції рослинництва, млн., грн., x_{tp}	Обсяг виробництва продукції рослинництва, млн. грн., y_{tp}	Середня продуктивність інвестицій, (інвестиційна віддача), A_{1tp}	Гранична маржинальна продуктивність обсягу виробництва, $\frac{df(x_{tp})}{dx_{tp}} = a_1 A_{1tp}$	Капіталомісткість (інвестиційна місткість) продукції рослинництва, A_{2tp}
Черкаська область					
2010 р.	2130,4	6624,5	3,11	0,37	0,32
2011 р.	627,2	9829,5	15,67	1,88	0,06
2012 р.	3581,0	8777,5	2,45	0,29	0,41
2013 р.	3894,7	9392,8	2,41	0,29	0,41
2014 р.	826,6	11851,5	14,34	1,72	0,07
2015 р.	7814,6	19030,4	2,44	0,29	0,41
Україна					
2010 р.	12004,2	194886,5	16,23	7,31	0,06
2011 р.	12902,3	192715,0	14,94	6,72	0,07
2012 р.	13065,3	223254,8	17,09	7,69	0,06
2013 р.	12942,0	252859,0	19,54	8,79	0,05
2014 р.	13388,4	251427,2	18,78	8,45	0,05
2015 р.	21462,1	168439,0	7,85	3,53	0,13

Для подальшого аналізу знаходимо похідну функції:

$$y = a_0 x^{a_1}, y' = a_1 a_0 x^{a_1-1} = \frac{a_1 a_0 x^{a_1}}{x} = a_1 A_1 \quad (7)$$

Означимо знайдену величину граничною маржинальною продуктивністю обсягу виробництва або граничним випуском за окресленим показником. Наближене значення граничної продуктивності показує, на яку величину збільшиться обсяг випуску продукції, якщо обсяг інвестиційних вкладень збільшити на 1 млн. грн.

Аналіз показує, що протягом періоду, що досліджувався Черкаська область в порівнянні з Україною в цілому була досить нестабільної в плані інвестиційної віддачі. Про це свідчать значні коливання показників як і виробництві продукції рослинництва так і у виробництві продукції тваринництва. В 2015 р. для всіх об’єктів дослідження має місце зниження інвестиційної віддачі й, відповідно, зростання інвестиційної місткості виробництва. Наприклад, у 2015 р. віддача інвестицій у галузі рослинництва Черкаської області складала 2,44, в той час як в Україні в цьому ж році також був найнижчий показник віддачі інвестицій – 7,87. Зростання обсягу виробництва продукції в 2015 році в порівнянні з попереднім в обох галузях виробництва сільськогосподарської продукції та в обох регіонах, що досліджувались пояснюється використанням внутрішніх фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств, оскільки обсяг інвестицій значно зменшився.

Таблиця 4.

Показники інтенсивності використання інвестицій в галузь тваринництва по Черкаській області

Роки	Обсяг інвестицій у виробництво продукції тваринництва, млн. грн., X_{tt}	Обсяг виробництва продукції тваринництва, млн. грн., Y_{tt}	Середня продуктивність інвестицій, (інвестиційна віддача), A_{1tt}	Гранична маржинальна продуктивність обсягу виробництва, $\frac{df(x_{tt})}{dx_{tt}} = a_1 A_{1tt}$	Капіталомісткість (інвестиційна місткість) продукції тваринництва, A_{2tt}
Черкаська область					
2010 р.	254,9	5279,1	20,71	2,49	0,05
2011 р.	185,5	5775,7	31,14	3,74	0,03
2012 р.	1336,0	6161,9	4,61	0,55	0,22
2013 р.	122,1	6312,9	51,70	6,20	0,02
2014 р.	244,5	7684,5	31,43	3,77	0,03
2015 р.	2311,4	10093,4	4,37	0,52	0,23
Україна					
2010 р.	3425,7	65125,9	19,01	0,95	0,05
2011 р.	3899,4	70332,4	18,04	0,90	0,06
2012 р.	4839,2	74021,4	15,30	0,76	0,07
2013 р.	3919,5	76963,8	19,64	0,98	0,05
2014 р.	3689,9	73719,3	19,98	1,00	0,05
2015 р.	6259,4	71028,3	11,35	0,57	0,09

Виробництво продукції тваринництва в Черкаській області характеризувала стрибкоподібна зміна показника граничної продуктивності, тобто в окремі роки гранична продуктивність зростала, а згодом знову спадала. Так, на кінець 2015 р. відбулося рекордне, за шість років, що досліджувались, зниження показника з 2,49 у 2010 році до 0,52 у 2015 році, тобто в 4,8 рази.

Наступним важливим оціночним показником є еластичність випуску продукції відносно обсягу інвестицій:

$$E = \frac{df(x)}{dx} \cdot \frac{x}{f(x)} = \frac{a_0 a_1 x^{a_1-1}}{a_0 x^{a_1}} = a_1 \quad (8)$$

Цей показник вказує на відносну зміну результативного показника при зміні факторного на 1 %. Розглянута вище модель є статичною, вона не враховує динаміки даних процесів. Доповнимо модель часовим фактором. Тобто для динамічного варіанта моделі час виступає самостійним фактором, який має вплив на обсяг випуску продукції. Далі проводимо дослідження з допомогою моделі:

$$y(x, t) = a_0 x^{a_1} e^{\mu t} \quad (9)$$

де μ – параметр, який характеризує темп приросту продукції під впливом впровадження нових технологій; a_0, a_1 – параметри моделі; t – часовий параметр.

Для побудови числових моделей прологарифмуємо ліву і праву частину моделі і введемо позначення:

$$\ln y = \ln a_0 + a_1 \ln x + \mu t \quad (10)$$

Позначимо $\ln y = \alpha, \ln a_0 = \beta, \ln x = \gamma$. Отримаємо залежність виду:

$$\alpha = \beta + a_1 \gamma + \mu t \quad (11)$$

Далі використаємо надбудову «Аналіз даних» ТП MS Excel 2016 (Дані-Аналіз даних – Регресія) для числових даних об'єктів дослідження. Результати обчислень представимо в табл. 5.

На основі проведених обчислень отримаємо наступні економіко-математичні моделі:

- Черкаська область для виробництва продукції рослинництва:

$$y(x, t) = 8,7268x^{-0.0108}e^{0.1710} \quad (12)$$

- Черкаська область для виробництва продукції тваринництва:

$$y(x, t) = 22,8498x^{-1.1471}e^{0.1041} \quad (13)$$

- Україна для виробництва продукції рослинництва:

$$y(x, t) = 8,1473x^{0.0501}e^{0.1042} \quad (14)$$

- Україна для виробництва продукції тваринництва:

$$y(x, t) = 11,6615x^{-0.670}e^{0.0226} \quad (15)$$

Таблиця 5.

Результати обчислень коефіцієнтів економіко-математичної моделі впливу обсягів інвестицій та результатів впровадження нових технологій на обсяги виробництва продукції

Регіон	Показники					
	y	x	t	$\alpha = \ln y$	$\gamma = \ln x$	коефіцієнти
	Рослинництво					
Черкаська область	6624,5	2130,4	1	8,7985	7,6641	$a_0 = 8,7268$ $a_1 = -0,0108$ $\mu = 0,1710$ $R = 0,8913$
	9829,5	627,2	2	9,1931	6,4413	
	8777,5	3581	3	9,0799	8,1834	
	9392,8	3894,7	4	9,1477	8,2674	
	11851,5	826,6	5	9,3802	6,7173	
	19030,4	7814,6	6	9,8538	8,9637	
Україна	194886,5	12004,2	1	12,1802	9,3930	$a_0 = 22,8498$ $a_1 = -1,1471$ $\mu = 0,1041$ $R = 0,9840$
	192715	12902,3	2	12,1690	9,4652	
	223254,8	13065,3	3	12,3161	9,4777	
	252859	12942	4	12,4406	9,4682	
	251427,2	13388,4	5	12,4349	9,5021	
	168439	21462,1	6	12,0343	9,9740	
Тваринництво						
Черкаська область	5279,1	254,9	1	8,5715	5,5409	$a_0 = 8,1473$ $a_1 = 0,0501$ $\mu = 0,1042$ $R = 0,9648$
	5775,7	185,5	2	8,6614	5,2231	
	6161,9	1336	3	8,7261	7,1974	
	6312,9	122,1	4	8,7504	4,8048	
	7684,5	244,5	5	8,9470	5,4992	
	10093,4	2311,4	6	9,2196	7,7456	
Україна	65125,9	3425,7	1	11,0841	8,1391	$a_0 = 11,6615$ $a_1 = -0,0670$ $\mu = 0,0226$ $R = 0,6052$
	70332,4	3899,4	2	11,1610	8,2686	
	74021,4	4839,2	3	11,2121	8,4845	
	76963,8	3919,5	4	11,2511	8,2737	
	73719,3	3689,9	5	11,2080	8,2134	
	71028,3	6259,4	6	11,1708	8,7418	

Аналіз показує, що найбільше зростання обсягів виробництва продукції при рості інвестиційних вкладень на 1% притаманне для виробництва продукції тваринництва в Черкаській області ($a_1 = 0,0501$). Від’ємне значення коефіцієнтів еластичності для виробництва продукції рослинництва в Черкаській області та продукції тваринництва і рослинництва в Україні свідчить про низьку ефективність інвестицій у виробництво продукції. Тобто в цьому випадку використання інвестицій носить витратний характер, причому окреслений низькій ефективності властивий спадний характер. При введенні додаткового фактора виробництва коефіцієнт еластичності результативного показника для всіх об’єктів значно знизився.

Кількісна оцінка залежності знайдена з допомогою статичної та динамічної моделей дає можливість визначити тип економічного росту виробництва, з однієї сторони, і ефективність використання інвестиційних вкладень з іншої. Як бачимо, виник затяжний деінтенсивний тип економічного росту, з досить низькою ефективністю використання інвестицій у виробництві сільськогосподарської продукції. Разом з тим використання нових технологій прискорює динаміку виробництва сільськогосподарської продукції. Так, найбільше зростання обсягів виробництва продукції під впливом впровадження нових технологій притаманне для виробництва продукції рослинництва в Черкаській області ($\mu = 0,171$). Темп росту виробництва продукції рослинництва у Черкаській області під впливом впровадження нових технологій у 1,64 рази більший порівняно з виробництвом продукції тваринництва. В Україні такий показник вищий майже у 4,6 рази.

Висновки. Отримані моделі дають можливість потенційному регіональному інвесторові володіти інформацією про тип економічного розвитку регіону, ступінь ефективності використання авансованого капіталу на сучасному етапі; про обсяг інвестиційних ресурсів, які необхідні для подолання диспропорцій у розвитку регіональної економіки; про характер перебігу процесів інвестування в майбутньому.

Література

- Внукова Н.В. Оцінка впливу інвестицій на обсяги експорту / Н. М. Внукова, В. А. Ковальчук, О. О. Анциферова // Економічний часопис - XXI, 2014. - №7-8(2). - С. 48 – 51.
- Дем’яненко М.Я. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України /М.Я.Дем’яненко// Економіка АПК. – 2014. - №11. – С.7.
- Кармелюк, Г. І. Дослідження ефективності інвестицій у сільське господарство / Г. І. Кармелюк // Фінансова система України: Зб. наук. пр. – Острог: Видавництво Національного ун-ту “Острозька академія”, 2012. – Вип. 19. – С. 429-433.
- Кісіль М. І. Зміни в рейтингах інвестиційної привабливості сільського господарства регіонів / М. І. Кісіль // Зб. наук. пр. Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 2. – С. 92–97.
- Коваль Л. М. Інвестиційне кредитування підприємств аграрного сектору / Л. М. Коваль // Економіка АПК. – 2015. – № 1. – С. 35–40.

6. Мазнев Г. Є. Проблеми фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору / Г. Є. Мазнев // Економіка АПК. – 2014. – № 9. – С. 5–13.
7. Назаренко І. М. Аналіз інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств регіонів України / І. М. Назаренко // Проблеми економіки – 2015. – № 4. – С. 136 – 143.
8. Сільське господарство України за 2010 - 2015 роки : статистичні збірники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. 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.
10. Федун І. Л. Підвищення інноваційно-інвестиційної активності в агропромисловому виробництві України за кризових дисбалансів економічного простору : монографія / І. Л. Федун. – Тернопіль : Крок, 2014. – 434 с.

УДК 338.432

КРОЧАК О.І.

м. Умань

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСТВА (ВІДПОВІДНО ДО П(С)БО 30 “БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ”)

Анотація. Висвітлено проблеми обліку витрат на виробництво продукції виноградарства та їх вплив на побудову обліку відповідно до Положення (Стандарту) Бухгалтерського обліку 30 “Біологічні активи”. Вказано особливості функціонування галузі виноградарства в підприємствах України. Проаналізовано різні способи оцінки продукції виноградарства та визначення витрат і доходів від первісного визнання сільськогосподарської продукції та біологічних активів, одержаних внаслідок сільськогосподарської діяльності.

Ключові слова: виноградарство, облік, витрати, біологічні активи, стандарти.

Аннотация. Освещены проблемы учета затрат на производство продукции виноградарства и их влияние на построение учета в соответствии с Положением (Стандартом) Бухгалтерского учета 30 “Биологические активы”. Указано особенности функционирования отрасли виноградарства на предприятиях Украины. Проанализированы различные способы оценки продукции виноградарства и определения расходов и доходов от первоначального признания сельскохозяйственной продукции и биологических активов, полученных в результате сельскохозяйственной деятельности.

Ключевые слова: виноградарство, учет, расходы, биологические активы, стандарты.

Abstract. The problems of accounting for the costs of viticulture production and their influence on the construction of accounting in accordance with P(C) O 30 “Biological Assets” are highlighted. The peculiarities of the operation of the viticulture industry in the enterprises of Ukraine are specified. Different ways of estimating the products of viticulture and the determination of costs and revenues from the initial recognition of agricultural products and biological assets obtained as a result of agricultural activity have been analyzed.

Key words: viticulture, accounting, costs, biological assets, standards.

Постановки проблеми в загальному вигляді. Галузь виноградарства в нашій країні має свої традиції та багатовікову історію розвитку. Досить тривалий час виноградарство приносило найбільше доходів і було пріоритетною галуззю АПК. Воно забезпечувало значні і стабільні грошові надходження не тільки господарствам, що займалися вирощуванням винограду, а і державному бюджету, у тому числі і валютних коштів від експорту продукції своєї галузі. Крім того виноградарство давало можливість вирішити проблеми працевлаштування сільського населення південних регіонів України, а також забезпечити більш ефективне використан-

ня малопродуктивні схили земель, які неможна використати для вирощування інших сільськогосподарських культур. Протягом багатьох років виноградарство, по суті, було своєрідною страховою культурою у несприятливі роки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань теорії та практики бухгалтерського обліку в цілому і вирощуванню продукції виноградарства, зокрема, присвячені праці як вітчизняних, так і іноземних вчених – економістів. До них можна віднести таких науковців як, М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, О.Д. Гудзинський, В.А. Дерій, Г.Г. Кірейцев, Т.М. Ковальчук,

В.П. Палій, М. С. Пушкар, П.Т. Саблук, В. К. Савчук, Л. К. Сук та інші.

Питання обліку витрат та виробництва сільськогосподарської продукції після впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку недостатньо вивчалися і були предметом досліджень лише окремих вчених – економістів. Вони лише вирішували питання організації та методики обліку витрат, використовуючи загальний підхід, без врахування особливостей окремих галузей сільськогосподарського виробництва.

Мета даної статті полягає у дослідженні проблем та виявленні недоліків обліку витрат та виробництва продукції виноградарства відповідно до положень П(С)БО 30 “Біологічні активи” задля правильної їх оцінки та визначення шляхів їх вдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Інтеграція економіки України у світовий економічний простір обумовлює необхідність подальшого удосконалення методології бухгалтерського обліку з метою створення належної інформаційної системи адекватної потребам відкритої ринкової економіки. Тому процес адаптації нормативно – правової бази у сфері бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів фінансової звітності повинен бути перманентним і охоплювати всі сфери економічної діяльності.

При вирішенні питань ведення обліку витрат у виноградарстві та раціональної системи формування обліково-ек і інформації потрібно врахувати організаційно-економічні особливості галузі (Рис. 1).

Розвиток ринкових відносин та інтеграція економіки України до СОТ обумовили необхідність реформування вітчизняної системи бухгалтерського

обліку і фінансової звітності. Багато проблем в сфері обліку пов’язані з практичним застосуванням норм П(С)БО 30 “Біологічні активи”, який мав сприяти спрощенню обліку сільськогосподарської діяльності та підвищити прозорість фінансової звітності аграрних підприємств, а також максимально врахувати особливості аграрного виробництва з одночасним спрощенням методології обліку [5].

Основним змістом даної реформи є створення системи національних положень стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності на основі гармонізації бухгалтерського обліку з міжнародно-визнаною бухгалтерською практикою. Саме з прийняттям даного документу виникло багато проблемних питань, які стосуються способів та документального оформлення оцінки виготовленої продукції, оцінки самих багаторічних насаджень, формування результатів від первісного визнання.

Принциповими змінами, які вносяться П(С) БО 30 до існуючої практики обліку сільськогосподарської діяльності, є виділення рослин і тварин, які є об’єктами сільськогосподарської діяльності, в окрему облікову категорію – “біологічні активи”, оцінка біологічних активів і сільськогосподарської продукції за справедливою вартістю та особливий порядок визначення фінансових результатів. При цьому вказано, що національний стандарт не являє собою дослівний переклад міжнародного стандарту 41 “Сільське господарство”. Він не тільки був адаптований до облікової політики нашої країни, але і вдосконалив окремі положення міжнародного стандарту.

Виділення біологічних активів в окрему класифікаційну групу не можна вважати новацією для



Рис. 1. Особливості функціонування виноградарства [1]

теорії і практики вітчизняного обліку. В середині та другій половині XX століття звичайною практикою в обліку було відображення робочої худоби, тварин основного стада окремо від основних засобів у категорії “живий інвентар” [2, 4]. Сучасні знаки класифікації біологічних активів наведено на Рис. 2.

На сьогодні склалась одна з головних проблем в бухгалтерському обліку в цілому і виноградарстві, зокрема, це застосування найбільш підходящих видів та способів оцінки. Під оцінкою розуміють процес вираження інформації у грошовому виразі. Оцінка має здійснюватися з допустимою точністю й обережністю, з дотриманням принципу обачності, який визначено Законом України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні” [1, 3].

В пунктах 9 і 12 вказано, що додаткові біологічні активи та сільськогосподарська продукція при їх первісному визнанні оцінюється за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу.

Первісне визнання їх відображається у тому звітному періоді, в якому вони відокремлені від біологічного активу. У П(С)БО 19 “Об’єднання підприємств” [6] під справедливою вартістю визнається сума, за якою може бути здійснений обмін активу, або оплата зобов’язання у результаті операції між обізнаними та незалежними сторонами.

Біологічні активи можна оцінювати за трьома основними методичними підходами: ринковий, витратний, дохідний. Ринковий підхід передбачає оцінку біологічних активів за цінами активного ринку. Споживач оцінює біологічні активи виходячи з цін, що склалися на звітну дату на відповідні біологічні

активи на активному ринку. Для визначення ціни на відповідні біологічні активи аналізуються цінові пропозиції постійних контрагентів покупців і заготівельних організацій.

Також можна визначити ринкову вартість біологічних активів на дату балансу за останньою ринковою ціною операції з такими активами. За відсутності інформації про ринкові ціни на певні види біологічних активів, їхню справедливую вартість визначають виходячи з ринкових цін на подібні біологічні активи, скоригованих з урахуванням індивідуальних характеристик, особливостей або ступеня завершеності біологічних перетворень активу, для якого визначається справедлива вартість.

Оцінюючи ринкову вартість біологічних активів необхідно врахувати те, що згідно Закону України “Про державну підтримку сільського господарства України” держава здійснює регулювання цін на окремі види сільськогосподарської продукції.

Крім того, відповідно до поточної ринкової кон’юнктури Кабінет Міністрів України має право запроваджувати державне цінове регулювання усіх або деяких об’єктів. Довгострокові біологічні активи, вартість яких за ринковим підходом достовірно визначити неможливо, визначають за витратним підходом згідно формули [2, 4].

$$ДБА_{\text{в}} = ДБА_{\text{пв}} - З - В_{\text{к}} \quad (1.1)$$

де $ДБА_{\text{в}}$ – вартість довгострокових біологічних активів за витратним підходом;

$ДБА_{\text{пв}}$ – первісна вартість довгострокових біологічних активів;

$З$ – знос довгострокових біологічних активів;

$В_{\text{к}}$ – втрати від зменшення корисності довгострокових біологічних активів.

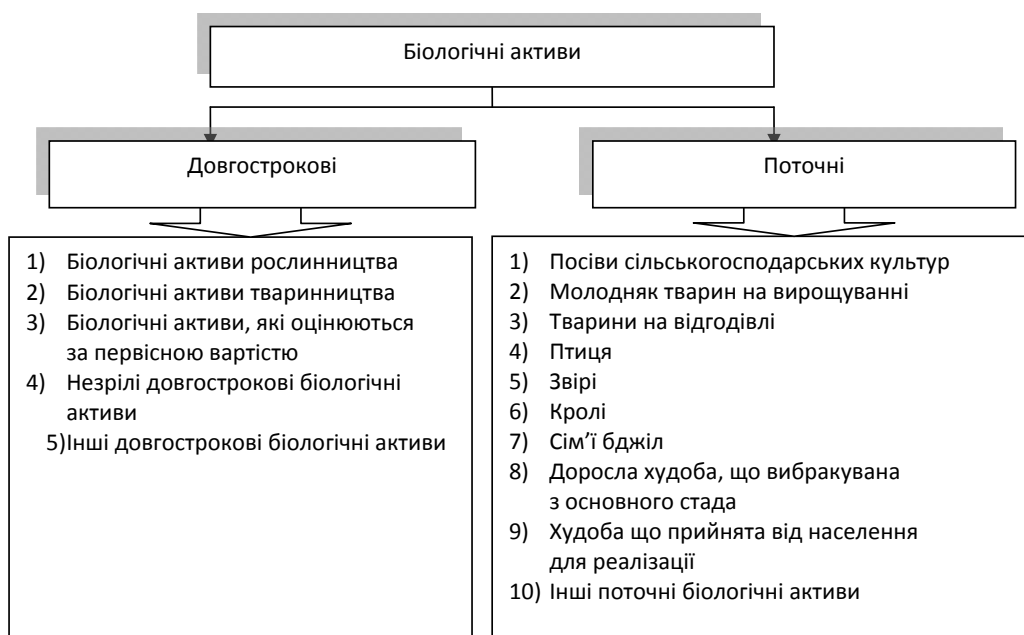


Рис. 2. Класифікація біологічних активів

Незважаючи на існування різних методів оцінки біологічних активів самі довгострокові біологічні активи у вигляді насаджень важко оцінити за справедливими цінами, адже подібного активного ринку насаджень не існує. Тому, ми погоджуємося з думкою ряду вчених, які пропонують оцінку насаджень виноградників здійснювати за первісною вартістю.

Для забезпечення синтетичного обліку довгострокових біологічних активів у Плані рахунків бухгалтерського обліку виділяється рахунок 16 “Довгострокові біологічні активи”, з такими субрахунками: 161 “Довгострокові біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю”, 162 “Довгострокові біологічні активи рослинництва, які оцінені за первісною вартістю” 163 “Довгострокові біологічні активи тваринництва, які оцінені за справедливою вартістю”, 164 “Довгострокові біологічні активи тваринництва, які оцінені за первісною вартістю”.

На рахунку 10 “Основні засоби” пропонується вести облік біологічних активів несільськогосподарського призначення: непродуктивні багаторічні насадження промислових підприємств, квіти тощо. Для відображення амортизації, нарахованої на довгострокові біологічні активи, які оцінюються за первісною вартістю, і облік яких організується на засадах визначених П(С)БО 7 “Основні засоби” виділяється окремий субрахунок 134 “Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів”.

Облік поточних біологічних активів пропонується здійснювати на рахунку 21 “Поточні біологічні активи” за двома можливими варіантами відображення наявності та руху поточних біологічних активів.

Перший – це збереження існуючого порядку, коли на рахунку 21 відображаються тварини на вирощуванні і відгодівлі, а поточні біологічні активи рослинництва – у складі незавершеного виробництва, по дебету рахунку 23 “Виробництво” з відображенням по кредиту цього рахунку сільськогосподарської продукції отриманої від урожаю у кореспонденції з дебетом рахунку 27 “Сільськогосподарська продукція”.

Другий варіант полягає у відображенні всіх поточних біологічних активів на рахунку 21 “Поточні біологічні активи”. Окремий облік витрат на вирощування поточних біологічних активів рослинництва на рахунку 23 “Виробництво” та поточних біологічних активів на рахунку 21 “Поточні біологічні активи”, як це пропонують окремі автори, передбачає щонайменше щокварталу оприбутковувати результати вирощування рослин та відносити їх приріст в оцінці за справедливою вартістю в дебет рахунку 21 “Поточні біологічні активи” з кредиту рахунку 23 “Виробництво”, за аналогією обліку оприбуткування приросту тварин на вирощуванні і відгодівлі [7, 8].

Для цього слід визнати, що сільськогосподарською продукцією є не тільки отриманий урожай, але й приріст поточних біологічних активів рослинництва в оцінці за справедливою вартістю, однак у П(С)БО 30 “Біологічні активи” цього не передбачено. У разі іншого порядку окремого обліку витрат на біологічні перетворення та поточних біологічних активів рослинництва може статися подвійний облік і, відповідно, завищення активу балансу.

Другий варіант розділяє відображення різних за змістом об’єктів обліку – незавершеного виробництва і поточних біологічних активів, але практична реалізація цього варіанту є проблемною. Виходячи з принципу обачності, доцільно в балансі відображати витрати понесені на посів та вирощування озимини у складі незавершеного виробництва, без визнання поточного біологічного активу.

По-друге, за відсутності ринку посівів поточних біологічних активів достовірно визначити їх справедливую вартість неможливо. Можливо визначити неринкову вартість цих активів згідно стандартів оцінки, але для цього необхідно залучати експерта оцінювача.

Таким чином щомісяця або щокварталу на суму, понесених за період, витрат на незавершене виробництво будуть визнаватися поточні біологічні активи, з відображенням по відповідним об’єктам обліку, з кредиту рахунку 23 “Виробництво” у дебет рахунку 21 “Поточні біологічні активи” як вихід продукції біологічних перетворень, а у період початку збирання врожаю необхідно списати вартість поточних біологічних активів рослинництва з кредиту рахунку 21 “Поточні біологічні активи”.

За відсутності оцінки поточних біологічних активів рослинництва за справедливою вартістю такий порядок відображення операцій носить штучний характер, не забезпечує реалізацію принципів П(С)БО 30 “Біологічні активи” та ускладнює облікові процедури. Виходячи з наведеного, а також з урахуванням усталеної практики, у Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку біологічних активів запропоновано поточні біологічні активи, справедливую вартість яких на дату балансу достовірно визначити не можливо, які не досягли зрілості та технологічний процес їх створення не завершено, відображати як незавершене виробництво в оцінці за виробничою собівартістю, яка визначається відповідно до П(С)БО 16 “Витрати”.

Об’єктом бухгалтерського обліку біологічних активів рослинництва можуть бути види сільськогосподарських рослин (зернові, кормові, олійні, ефіроолійні, технічні, прядивні, овочеві, лікарські, квіткові, плодові та ягідні рослини, виноград, картопля тощо), або однорідні групи біологічних активів, які складаються з підвидів сільськогосподарських рослин (озимі та ярі зернові, кісточкові,

зерняткові, горіхоплідні тощо), або окремих культур у зв'язку з відмовою від застосування у якості (ячмінь, кукурудза, соняшник тощо) [70].

У виноградарстві біологічним активом є виноградники, сільськогосподарська продукція, на яку поширюється Положення (стандарт) 30 “Біологічні активи” – виноград, додаткові біологічні активи, на які поширюється Положення (стандарт) 30 “Біологічні активи” – чубуки, продукти переробки, на які не поширюється Положення (стандарт) 30 “Біологічні активи” – виноматеріали, сокоматеріали [5]. Додаткові біологічні активи виноградарства розглядають як сільськогосподарську продукцію і оприбутковують їх по дебету рахунку 27.

Відповідно до П(С)БО 30 “Біологічні активи” біологічні активи та сільськогосподарська продукція при оприбуткуванні, а також на дату балансу відображаються за справедливою вартістю, тобто за цінами реалізації, зменшеними на витрати на місці продажу. Це положення викликало бурхливу дискусію у зв'язку з відмовою від застосування у якості бази оцінки планової та фактичної собівартості сільськогосподарської продукції. Ціни реалізації, так само як і планова собівартість, або інша розрахункова величина є умовністю. Планова собівартість визначається в кожному підприємстві і являє собою суб'єктивну умовність. Ціна ж реалізації на відміну від собівартості формуються в процесі обміну, тому вона є більш об'єктивною [3].

Фактична собівартість сільськогосподарської продукції не враховує всіх факторів виробництва. Головним є природно – кліматичні умови. Без них сільськогосподарське виробництво не можливе взагалі, але їх неможна виразити у грошовій оцінці.

Враховуючи, що більшість біологічних активів та сільськогосподарська продукція є ліквідними активами, така ситуація з їх оцінкою знижує цінність фінансової звітності аграрних підприємств з метою оцінки їх платоспроможності. Разом з тим, норми П(С)БО 30 “Біологічні активи” щодо оцінки біологічних активів та сільськогосподарської продукції не є безальтернативними. Так, довгострокові біологічні активи, справедливую вартість яких на дату балансу достовірно визначити неможливо, визнаються та відображаються в балансі за первісною вартістю з урахуванням суми їх зносу і втрат від зменшення корисності, відповідно до П(С)БО 7 “Основні засоби”.

Так само і поточні біологічні активи, справедливую вартість яких на дату балансу достовірно визначити неможливо, визнаються та відображаються за первісною вартістю відповідно до П(С)БО 9 “Запаси”. Згідно П(С)БО 30 “Біологічні активи” в обліку запроваджується така категорія, як доходи (витрати) від первісного визнання сільськогосподарської продукції та біологічних активів, одержаних внаслідок сільськогосподарської діяльності.

Сільськогосподарська продукція та біологічні активи після первісного визнання і оцінки за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу, переводяться до категорії запасів. Відтак, справедлива вартість сільськогосподарської продукції та біологічних активів, зменшена на очікувані витрати на місці продажу, за умови не зменшення вартості цих активів до чистої вартості реалізації, буде собівартістю реалізації. Порядок визначення та обліку доходів (витрат) від первісного визнання сільськогосподарської продукції та біологічних активів регулюється виключно П(С)БО 30, відповідно, норми П(С)БО 15 та П(С)БО 16 на зазначені доходи та витрати не повинні поширюватися.

Висновки. Виноградарство як специфічна галузь рослинництва розвивається у південній частині території України, в якій є сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування культури. Розвитку виноградарства сприяють також висока споживна цінність винограду, значний попит на виноград та продукцію його переробки як в межах України, так і за кордоном. Тому, вивчення питань обліку витрат на виробництво продукції даної галузі має важливе значення для сільськогосподарських підприємств і широко вивчаються науковцями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аніщенко Г. Ю. Розвиток ефективного та конкурентоспроможного садівництва в сільськогосподарських підприємствах: монографія / Г. Ю. Аніщенко, В. С. Уланчук. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр “Візаві”, 2011. – 252 с.
2. Дудкевич О.В. Проблеми застосування “справедливої вартості” в Україні / О.В. Дудкевич: Запровадження МСФЗ в Україні: проблеми та перспективи для аграрного сектору. VII Міжнародна науково-практична конференція. ННЦ “Інститут аграрної економіки” НААН, 25 листопада 2011р.: збірник тез та виступів. – К.: ТОВ “Юр-Агро-Веста”, 2011. – С. 177–180.
3. Жук В.М. Нові методологічні засади обліку сільськогосподарської діяльності та проблеми практичного застосування П(С)БО 30 „Біологічні активи” / В.М. Жук // Облік і фінанси АПК. – 2006. – № 6. – С. 34-42
4. Кучеренко Т. Відображення біологічних активів у фінансовій звітності сільськогосподарських підприємств / Т.С. Кучеренко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 7. – С. 46-49.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 “Біологічні активи”: наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005р. № 790. – Режим доступу: <http://proaudit.com.ua/buh/standart/p-s-bo-30-b-olog-chn-aktivi.html>.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 “Об'єднання підприємств”: наказ Міністерства Фінансів України від 07.07.1999 № 163 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/19.htm>.
7. Сук Л.К. Облік біологічних активів / Л.К. Сук, П.Л. Сук // Облік і фінанси АПК. – 2006. – № 9–10. – С. 128-134.
8. Харитонova А. Облік у садівництві та виноградарстві / А. Харитонova // Баланс-агро. – 2007. – № 23 – С. 19–22.
9. Чумаченко М. Дискусійні проблеми обліку витрат і калькулювання собівартості продукції / М. Чумаченко, І. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 10. – С. 3-7.

УДК 336.145

НІКІТЧИНА О.В.,
ЦИБУЛЬСЬКИЙ В.О.
м. Житомир

ДЕФИЦИТ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРИЧИНИ ЙОГО ВИНИКНЕННЯ

Анотація. Розглянуто сутність дефіциту бюджетної системи та причини його виникнення в Україні. Обґрунтовано шляхи подолання бюджетного дефіциту, що полягають у вдосконаленні податкової системи, залученні до інвестиційної сфери особистих заощаджень населення, забезпеченні фінансової підтримки малого та середнього бізнесу, посиленні відповідальності суб'єктів господарювання, зміцненні контролю за виплатою державних коштів, реформуванні видаткової системи, удосконаленні нормативно-правового забезпечення бюджетного процесу.

Ключові слова: бюджет, дефіцит бюджету, державний борг, доходи бюджету, видатки бюджету, фінансування дефіциту бюджету.

Аннотация. Рассмотрены сущность дефицита бюджетной системы и причины его возникновения в Украине. Обоснованы пути преодоления бюджетного дефицита, заключающиеся в совершенствовании налоговой системы, привлечении к инвестиционной сфере личных сбережений населения, обеспечении финансовой поддержки малого и среднего бизнеса, усилении ответственности субъектов хозяйствования, укреплении контроля за выплатой государственных средств, реформировании расходной системы, совершенствовании нормативно правового обеспечения бюджетного процесса.

Ключевые слова: бюджет, дефицит бюджета, государственный долг, доходы бюджета, расходы бюджета, финансирования дефицита бюджета.

Abstract. The essence of the budget system deficit and the reasons for its occurrence in Ukraine are considered. The dependence of the budget deficit on the state debt is determined. The budget deficit deficiencies are established for the country's economy. The ways of overcoming the budget deficit, which consist in improving the tax system, attracting personal savings to the investment sphere, providing financial support to small and medium-sized businesses, strengthening the responsibility of business entities, strengthening control over payment of state funds, reforming the expenditure system, improving the regulatory framework, legal provision of the budget process.

Key words: budget, budget deficit, state debt, budget revenues, budget expenditures, financing of budget deficit.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом багатьох років державний бюджет України стикається з такою великою проблемою, як дефіцит, що виникає внаслідок перевищення витрат державного бюджету над доходами. Серед найвагоміших причин бюджетної розбалансованості в Україні виділяють: недосконалість і неефективність податкового законодавства, значний обсяг тіньової економічної діяльності, суттєві витрати на ведення воєнних дій, чималий рівень безробіття, залучення й використання позик для його покриття, зростання державного боргу з ризиком невиконання боргових зобов'язань, значний спад виробництва та інфляційні процеси, а також гальмування розвитку фінансової системи.

Економічні труднощі спричинили існування бюджетного дефіциту, які призвели до виникнення різноманітних фінансових та соціальних ефектів. Неефективний механізм залучення позик як джерела фінансування дефіциту та непродуктивне їх

використання призвели до стрімкого зростання боргу і концентрації платежів щодо його обслуговування. Тому на сучасному етапі розвитку української економіки вирішення проблеми дефіциту бюджету та забезпечення його ефективності управління набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам дослідження бюджетного дефіциту присвячені наукові праці таких учених, як О.Д. Василик, А.І. Даниленко, В.М. Опарін, Г.О. П'ятаченко, В.М. Суторміна, В.М. Федосов, І.Я. Чугунов та інші. Державний борг об'єктом свого аналізу обирали В.Л. Андрущенко, О.Д. Василик, Т.П. Вахненко, О.А. Кириченко, В.М. Суторміна, В.М. Федосов, С.І. Юрій та інші науковці. Але недостатньо дослідженими залишаються питання комплексного підходу і створення механізму управління бюджетним дефіцитом.

Метою статті є дослідження наявних проблем дефіцитності державного бюджету України, обґрун-

тування причинно-наслідкових зв'язків у системі дефіцитного фінансування державної діяльності та розробка шляхів її оптимізації з врахуванням зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. З перших днів державної незалежності особливо актуальною для України постає проблема нестачі необхідних фінансових ресурсів та недостатньо ефективного бюджетного менеджменту. Саме це є вагомою причиною існування дефіциту бюджету та постійного залучення державою кредитних ресурсів для забезпечення власних функцій. У результаті цього, хронічні бюджетні дефіцити та збільшення обсягів урядових позик зумовили необхідність формування обґрунтованої системи управління бюджетним дефіцитом.

Глибинними причинами бюджетного дефіциту в Україні стали зниження виробництва, ефективності функціонування галузей економіки й підприємств, невиважена соціально-економічна політика, що зумовили зменшення обсягів валового внутрішнього продукту й національного доходу. Це природно зумовило скорочення величини фінансових ресурсів у державі, що й відобразилось на показниках бюджету у вигляді довгострокового дефіциту.

Серед конкретних причин виникнення бюджетної розбалансованості в Україні варто виокремити: неефективний механізм оподаткування суб'єктів господарювання; посилення фіскальної функції податкової системи; невпорядковану систему соціальних та економічних пільг; низьку якість бюджетного планування; нераціональну структуру бюджетних витрат; значний обсяг тіньової економічної діяльності; недосконалість і часту зміну фінансового законодавства тощо [5].

Бюджетний кодекс України визначає бюджет як план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюють органи державної влади та органи місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду. У структурі бюджету розрізняють доходи та видатки. Стан бюджету як фінансового плану держави може визначатися трьома показниками: рівновага доходів і видатків бюджету; бюджетним профіцитом – перевищення доходів над видатками бюджету; бюджетним дефіцитом – перевищення

видатків над постійними доходами [2]. Проаналізуємо динаміку Державного бюджету України за 2012–2017 роки (табл. 1) [3].

Як бачимо з результатів таблиці, найбільшу суму дефіциту державного бюджету отримано у 2014 році, що свідчить про неефективну політику щодо управління формуванням доходів та видатків бюджету. Дещо менший дефіцит державного бюджету спостерігався в 2015 році, проте в 2016 році знову відбувається зростання його суми. Для покращення ситуації органам державного управління потрібно вжити заходи щодо збалансування бюджету шляхом збільшення доходів та зменшення видатків. Дефіцит державного бюджету у 2016 р. склав 70,1 млрд. грн., що становить 83,8% граничного обсягу встановленого Законом про Державний бюджет України на 2016 рік. Порівняно з 2015 роком дефіцит державного бюджету збільшився на 24962,7 млн. грн. У 2016 році бюджетно-податкова політика набула стимулюючого характеру і зробила свій внесок у відновлення економічного зростання в країні [6].

Протягом останніх 2 років доходи бюджету зростають разом із дефіцитом бюджету, причому останній зростає швидше, ніж доходи. Кредити міжнародних організацій лише збільшують дефіцит за рахунок нарощування зовнішнього державного боргу, що не є позитивною тенденцією доходної частини бюджету. Проаналізувавши доходи та видатки державного бюджету, можна зробити певні висновки щодо дефіциту державного бюджету. Він є основним інструментом державної фінансово-кредитної політики і здатен справляти значний вплив на соціально-економічне становище країни, а також бути чинником стримування або прискорення розвитку. В 2015 році розмір дефіциту значно скоротився, але з метою повного розуміння ситуації, що склалася у цій сфері, необхідно дослідити зміни даного показника в останні роки з урахуванням змін ВВП України.

Наявність у країні дефіциту державного бюджету спричиняє посилення інфляційних процесів, кризу у сфері державних фінансів, грошової системи, збільшення залежності від позичальників і, як наслідок, погіршення соціально-економічного стану в суспільстві. До основних причин бюджетного дефіциту відносять: певну політику уряду, який проводить значні структурні зрушення в народному

Таблиця 1.

Динаміка дефіциту Державного бюджету України за 2012–2017 роки, млн. грн.

Рік	Доходи	Видатки	Кредитування	Дефіцит бюджету
2012	346054	395682	3817,7	53445,2
2013	339180	403403	484,7	64707,6
2014	357084	430218	4919,3	78052,9
2015	534695	576911	2950,9	45167,5
2016	616275	684743	1661,6	70130,2
2017	721400	790400	2356,9	77500,0

господарстві; негативні, руйнівні наслідки непередбачених подій, таких як війна, катастрофа, стихійні лиха; економічну кризу. Держава у своїй діяльності прагне до збалансованого розподілу витратів і доходів. Для того, щоб досягти цього необхідно мати чітко налагоджену систему управління бюджетом, яка змогла б забезпечити ефективне використання бюджетних ресурсів. Посилити відповідальність суб’єктів господарювання, а саме особисту майнову і кримінальну відповідальність, за дотриманням вимог законодавства, своєчасність і повноту розрахунків з бюджетом. Згідно зі ст. 15 Бюджетного кодексу України джерелами фінансування бюджету виступають: 1) кошти від державних (місцевих) внутрішніх та зовнішніх запозичень; 2) кошти від приватизації державного майна (включаючи інші надходження, безпосередньо пов’язані з процесом приватизації) – щодо державного бюджету; 3) повернення бюджетних коштів з депозитів, надходження внаслідок продажу/пред’явлення цінних паперів; 4) вільний залишок бюджетних коштів з дотриманням умов, визначених Кодексом [2].

Отже, в Україні бюджетний дефіцит набув хронічного характеру та спричинив погіршення стабільності державних фінансів. Дефіцит бюджету впливає на скорочення обсягу заощаджень фізичних і юридичних осіб у загальнонаціональному масштабі, яке обумовлює зростання відсоткової ставки та зменшення доступу приватного сектора до кредитних ресурсів. Наслідком цього є підвищення обмінного курсу національної валюти, що спричиняє зменшення експорту і збільшення імпорту, зростає рівень інфляції. Такий стан зумовлює дефіцит платіжного балансу, а довгостроковим ефектом є спад інвестиційної діяльності та скорочення іноземних інвестицій.

Вихід України з економічної кризи в 2016–2017 рр. вимагає пошуку адекватних сьогоденішньому етапу розвитку джерел його фінансування. Одним із таких джерел може бути, як показує досвід виходу із кризи розвинутих країн, дефіцит бюджету, який перевищує нормативну вимогу в 3 % від ВВП. Все це змушує керівництво нашої держави шукати такі шляхи й умови виходу з кризи, які б не суперечили вимогам МВФ, але одночасно розширювали можливості України щодо джерел фінансуван-

ня свого розвитку. В 1992–2017 рр. в нашій країні постійно спостерігався дефіцит що говорить про складність управління ним в умовах соціально-економічних перетворень в Україні та про необхідність вивчення досвіду інших країн з цього питання.

Зокрема, в Німеччині в останні роки взагалі спостерігається стабільний профіцит, що говорить про вивчення досвіду насамперед цієї країни – члена ЄС. Позитивом німецької економіки щодо управління бюджетним дефіцитом в останні роки стало те, що парламент країни знизив податок на прибуток підприємств до 15 %, що призвело до різкого зростання доходів бюджету.

У Великобританії, застосовують “золоте правило”, згідно з яким, протягом економічного циклу уряд здійснює запозичення виключно на інвестиційні цілі, а не для фінансування поточних витратків, а також “правило стійкості інвестицій”, відповідно до якого відношення чистої величини державного боргу до ВВП протягом економічного циклу має бути стабільним та обумовленим.

Натомість, в Японії та Нідерландах часто використовують правило державних фінансів, яке передбачає збалансованість поточних бюджетних доходів і витратків, що на наш погляд, є актуальним і для України. Окрім того, в умовах поглиблення глобальної економічної рецесії, політика держави має орієнтуватися на всебічну підтримку вітчизняного товаровиробника, забезпечення стабільності банківської системи та збалансування грошово-кредитної політики НБУ.

В умовах світової фінансової кризи уряди країн світу намагаються зменшити дефіцити бюджетів до економічно безпечного рівня – 3% ВВП відповідно до Маастрихтських критеріїв (табл. 2).

Для досягнення запланованих рівнів дефіцитів країни світу вимушені проводити жорстку бюджетну політику щодо скорочення витратків бюджету, зокрема й соціальних, а також підвищення податкового навантаження на економіку.

Наприклад, французький уряд для скорочення дефіциту збільшуватиме податкове навантаження, посилюватиме боротьбу з шахрайством, ухиленням від сплати податків і збільшуватиме надходження до Пенсійного фонду. Також заплановано підвищення податку на додану вартість. За допомогою про-

Таблиця 2.

Очікуваний рівень бюджетного дефіциту в країнах світу (за оцінками МВФ)

Країна	2015 р., %	2017 р., %	Абсолютне відхилення
Японія	6,4	5,2	-0,8
США	5,6	5,4	-0,2
Європейський Союз (в цілому)	2,2	1,0	-1,2
Іспанія	4,8	2,9	-1,9
Словенія	4,1	3,6	-0,5
Великобританія	4,1	1,5	-2,6
Ірландія	3,0	1,7	-1,3
Франція	3,0	1,3	-1,7
Греція	1,9	0,7	-1,2

ведення структурних реформ, які сприятимуть економічному зростанню та збільшенню рівня зайнятості населення, уряд планує скоротити дефіцит бюджету.

Уряд Іспанії планує скоротити питому вагу державних витрат у ВВП з 44,4% до 40,1%. У середньостроковому плані уряд скорочуватиме виплати з безробіття та деякі інші соціальні виплати, здійснюватиме пенсійну реформу, реформу ринку праці, впровадить нові спеціальні та екологічні податки.

Американський уряд передбачає скоротити податкові пільги для великих корпорацій, збільшити оподаткування заможних верств та пом'якшення податкового навантаження для громадян з низьким рівнем доходу. Відміна податкових преференцій для заможних верств та корпорацій дасть змогу залучити до бюджету близько 60 млрд. дол. США, зокрема хеджфонди і фонди прямих інвестицій “privateequity” відноситимуть свої відсоткові прибутки не до приросту капіталу, а до податку від звичайного прибутку компанії.

Заслугує на увагу й пропозиція ряду вчених та практиків щодо запровадження в Україні податку на розподілений прибуток, який вже введено в Естонії та дозволяє цій країні мати бездефіцитний бюджет [4].

Тому, для вирішення дефіцитності бюджету України слід провести ряд заходів, а саме: зменшити видаткову частину бюджету; нарощувати дохідну частину бюджету за рахунок збільшення оподаткування заможних верств та пом'якшення податкового навантаження для громадян з низьким рівнем доходу; посилити контроль за випадками ухилення від сплати податків, тобто провести детінізацію економіки; скоротити кількість зайнятих у державному секторі економіки.

Висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі. При оптимізації дефіциту бюджету влада України змушена враховувати рекомендації МВФ, оскільки від нього вона отримує пільгові кредити. Разом з тим, треба задіяти й внутрішні резерви, пов'язані з кращим використанням суспільних фінансів, зменшенням тіньової економіки, виведенням коштів в офшори, оподаткуванням великого приватного капіталу. Існує дві основні форми зниження дефіциту бюджету: зменшення суспільних витрат та підвищення податків. Кожна з цих форм має своїх прихильників та противників у різних політичних партіях. Відповідно, кожна з них, коли приходить до влади в Україні, використовує свій інструментарій оптимізації дефіциту бюджету та державного боргу.

Сучасна практика показує, що для цього насамперед використовують підвищення непрямих податків. В Україні в останні роки наголос зроблено на постійне зростання акцизного податку та на підвищення цін на енергоносії для всіх споживачів, що негативно сприймається більшістю населення. Для оптимізації дефіциту бюджету в нашій країні слід насамперед скоротити частку перерозподілу доходів через державні фінанси і як найбільше видаткових повноважень передати бюджетам різних рівнів.

Важливим чинником, що може скоротити дефіцит, є пріоритетність фінансування тих видаткових статей, які потенційно можуть забезпечити зростання доходів держави. Насамперед це стосується розвитку ІТ-галузі, в якій Україна досягла значного розвитку.

Підбиваючи підсумки проведеного дослідження, можна зробити висновок, що бюджетний дефіцит на сьогоднішній день досить актуальне та складне явище. Він являє собою перевищення видатків держбюджету над його доходами та є показником негативних явищ в економіці, що зумовлюють інфляцію грошової одиниці. На дефіцит бюджету впливають багато причин, головна з яких – неефективність податкової та фінансової політики держави. Через це протягом багатьох років бюджет був дефіцитним, оскільки не вистачало необхідних надходжень для покриття наявних витрат. Тому запропоновані заходи доцільні і обґрунтовані, оскільки економіка країни потребує негайних дій для свого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адонін С.В. Особливості дефіциту державного бюджету України на сучасному етапі / Адонін С.В., Ізюмська В.А. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – С. 108-111.
2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-174>.
3. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2017 рік / [В.В. Зубенко, І.В. Самчинська, А.Ю. Рудик та ін.]; ІБСЕД, Проект “Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-ІІ) впровадження”, USAID. – К., 2017. – С. 90-94.
4. Карлін М.І. Фінанси зарубіжних країн / М.І. Карлін. – К.: Кондор, 2016. – 384 с.
5. Матвійчук Н.М. Особливості бюджетного дефіциту України в сучасних умовах / Матвійчук Н.М., Бурлачук Н.Ю., Маршук Л.М. // “Молодий вчений”. – 2017. – С. 31-33.
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/>.
7. Семенов М.В. Дефіцит державного бюджету та шляхи його подолання [Електронний ресурс] / Семенов М.В. – Режим доступу: <http://intkonf.org/semeno-m-v-defitsit-derzhavnogo-byudzheta-ta-shlyahi-yogo-podolannya/>.

УДК 332.1:656 (1-22)

РОДАЩУК Г. Ю., к.е.н.

СКУРТОЛ С. Д., к.е.н.

м. Умань

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЇ СКЛАДОВОЇ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Анотація. У статті показано місце та розкрито роль транспортної складової в економічному розвитку сільських територій. Висвітлено взаємозв'язок сільських територій та транспортної складової, а також удосконалено поняття такої категорії як “транспортна система сільських територій”. Визначено чинники екологічного впливу функціонування транспортної системи на розвиток сільських територій.

Ключові слова: транспортна складова, сільські території, транспортна інфраструктура, транспортна система.

Аннотация. В статье показано место и раскрыта роль транспортной составляющей в экономическом развитии сельских территорий. Освещена взаимосвязь сельских территорий и транспортной составляющей, а также уточнено понятие категории как “транспортная система сельских территорий”. Определены факторы экологического воздействия функционирования транспортной системы на развитие сельских территорий.

Ключевые слова: транспортная составляющая, сельские территории, транспортная инфраструктура, транспортная система.

Abstract. The article shows the place and the role of the transport component in the economic development of rural areas. The relationship between rural territories and transport component is highlighted, as well as the concept of such category as “transport system of rural territories” has been improved. The factors of ecological influence from functioning of the transport system on the development of rural territories are determined.

Key words: transport component, rural territories, transport infrastructure, transport system.

Постановка проблеми. В будь-якій економічній системі транспорт активно впливає на процес розширеного відтворення, сприяє створенню запасів сировини, матеріально-технічних ресурсів, продукції промислового і сільського господарства. Транспортна складова є матеріальною основою виробничого процесу, важливим засобом формування доданої вартості, ключовим компонентом розвитку сільських територій. З огляду на це, необхідним є удосконалення поняття категорії “транспортна система сільських територій”, а також наукове обґрунтування взаємозв'язку сільських територій та транспортної складової.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сталого розвитку сільських територій в цілому, та зокрема їх економічної, соціальної та екологічної сфери висвітлено у працях таких науковців як В.В. Юрчишин [1], П.Т. Саблук [2], М.В. Поленкова [3] тощо. Дослідженню соціально-економічних аспектів транспорту в сучасних економічних системах присвячено праці відомих вітчизняних економістів-аграрників, зокрема В.І. Перебийноса та О.В. Перебийноса [16], М.Г. Вергуна [17, 18] та ін. Проблеми розвитку транспортного обслуговування сільського населення та покращення стану доріг у сільській місцевості висвітлено у роботах

таких дослідників, як М. Є. Кристопчук [13], А.М. Стельмашук [15] та ін.

Попри існуючий науковий доробок у дослідженні даної проблеми недостатньо висвітленим є взаємозв'язок сільських територій та транспортної складової, а також удосконалення поняття такої категорії як “транспортна система сільських територій”. Це зумовило вибір теми статті, її теоретичну і практичну цінність.

Метою статті є розкриття місця і ролі транспортної складової в економічному розвитку сільських територій та визначення чинників екологічного впливу від функціонування транспортної системи на розвиток сільських територій. Для вирішення поставлених завдань використано такі методи наукових досліджень: абстрактно-логічний, зокрема його прийоми аналогій і співставлення, індукції і дедукції (для удосконалення трактування сутності поняття “транспортна система сільських територій” та формулювання висновків; графічний (для наочного відображення результатів дослідження).

Виклад основного матеріалу. Транспортна складова – найважливіша ланка у сфері економічних відносин, одна із провідних галузей матеріального виробництва. Транспорт використовується у створенні продукції та доставці її споживачам,

здійснює зв'язок між виробництвом та споживанням, між різними галузями господарства. Розширення територіального поділу праці, його удосконалення і виникнення нових ефективних форм значною мірою залежить від рівня розвитку транспортної складової.

Для аналізу місця і ролі транспортної складової в економічному розвитку сільських територій слід розкрити їх поняття. Зокрема В. В. Юрчишин зазначає, що сільська територія у сучасному розумінні є складною і багатофункціонально-природною, соціально-економічною й виробничо-господарською структурою та характеризується сукупністю властивих кожній з них особливостей [1]. Складовими сільських територій є село як соціально-побутовий і виробничий осередок та адміністративно-культурний центр кожної конкретної території, а також сільськогосподарські угіддя, що знаходяться поза межами сільських поселень і розташованими на них виробничими об'єктами. П. Т. Саблук наголошує, що село є одним із важливих елементів системоутворення сільських територій, і його розвиток не можливий без становлення високотехнічного й при-

буткового аграрного сектору, формування нової організаційної структури сільського господарства та його інфраструктури [2].

Таким чином, сільські території – історично сформована у законодавчо визначених межах системна сукупність, що поєднує в собі адміністративно-територіальну (сільські поселення, села, селища, сільські і селищні ради) та територіально-функціональну приналежність (сільськогосподарське виробництво, переробка, зберігання та реалізація сільськогосподарської і промислової продукції) щодо створення відповідних умов праці і проживання населення та забезпечення продовольчої безпеки країни. Ключову роль у сталому розвитку сільських територій відіграє розвиток їх господарського комплексу, взаємодія між його складовими галузями. Усе це можна досягти тільки за рахунок взаємозв'язку із транспортною складовою (рис. 1).

Економічною платформою, передумовою і фактором розвитку сільських територій є господарський комплекс, основним компонентом якого виступає аграрне виробництво [3]. Крім аграрних

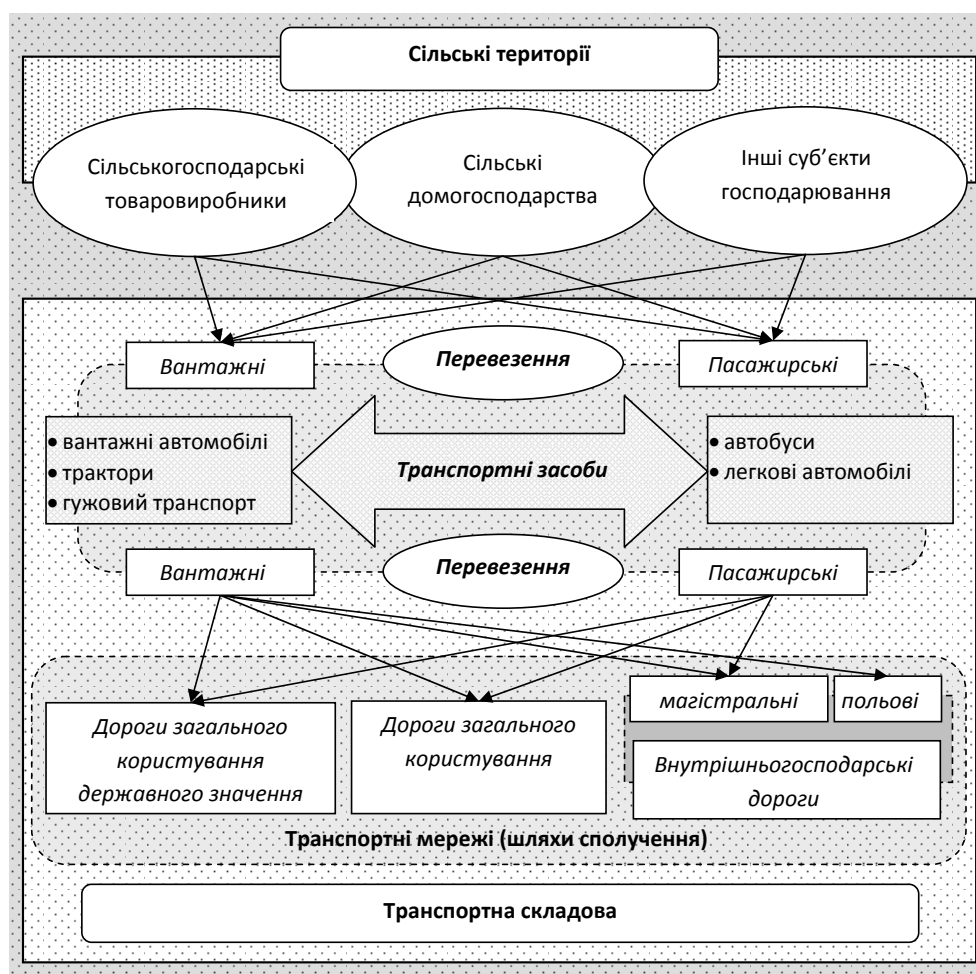


Рис. 1. Взаємозв'язок сільських територій та транспортної складової (власна розробка)

підприємств господарську діяльність на сільських територіях здійснюють також й інші суб'єкти господарювання, зокрема підприємства лісового та рибного господарства, добувної та обробної промисловості, будівельні організації, заклади торгівлі, відпочинку тощо. Усі вони у своїй сфері використовують транспорт для здійснення комерційно-збутової діяльності. Таким чином, можна стверджувати, що економічний розвиток сільських територій та транспортну складову слід розглядати у взаємозалежній та взаємопов'язаній системі.

Для глибшого дослідження питання місця та ролі транспортної складової в економічному розвитку сільських територій варто розкрити такі поняття як “транспортна система” та “транспортна інфраструктура”. Роль і значення транспорту закріплено ст. 1 Закону України “Про транспорт”, в якій визначається, що транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва, яка покликана задовольнити потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях [4]. При розкритті сутності таких категорій як “транспортна система” і “транспортна інфраструктура” було звернуто увагу, що деякі дослідники використовують ці поняття в однаковому (синонімічному) значенні, і до складу транспортної інфраструктури відносять не тільки автомобільні дороги та транспортні вузли, а також і рухомий склад транспорту. Зокрема Н.М. Пашинська говорить, що роботу всіх видів транспорту забезпечує транспортна інфраструктура – економічно збалансована сукупність шляхів сполучення, рухомого складу, засобів управління й зв'язку, різноманітне технічне обладнання [5]. Проте інші дослідники О. Бордун і А. Забаріло вважають, що транспортна інфраструктура – це сукупність об'єктів (підприємств, закладів), які займаються ремонтом, будівлею та реконструкцією, а також експлуатаційним утриманням доріг, мостів та інших дорожніх шляхів [6]. Вона забезпечує наявність рівних та якісних доріг, а також зберігання їх у належному стані. Л. В. Котюченко і А.В. Дзус під поняттям “транспортна інфраструктура” вбачає сукупність транспортних шляхів та пунктів усіх видів транспорту і допоміжного обладнання, спрямованого на безпосереднє обслуговування шляхів та транспортних пунктів [7].

На нашу думку, транспортна інфраструктура сільських територій – це сукупність транспортних мереж (шляхів сполучення) та об'єктів, що обслуговують вантажні перевезення, пасажирські перевезення сільського населення, й об'єктів дорожнього сервісу, що задовольняють потреби населення та виробництва у перевезеннях пасажирів і вантажів та є складовою транспортної системи сільських територій. Це підтверджує і Н.М. Пашинська, яка говорить, що транспортна інфраструктура є інтегратором, системоутворюючим елемен-

том в будь-якій економічній системі, що забезпечує виробничий процес, формується і функціонує в нерозривному зв'язку з ним, а також є важливим чинником розвитку сільських територій [5].

Усі види транспорту не функціонують цілком ізольовано, вони є складовими єдиної транспортної системи. Головною метою функціонування транспортної системи сільських територій є надання транспортних послуг належного обсягу, структури та якості. Транспортна система стає більш інтегрованою і комплексною, трансформується у складну товаропровідну логістичну систему [8]. Оскільки підвищення якості перевезень є найважливішою складовою частиною проблеми підвищення ефективності транспортного обслуговування.

Таким чином, важливо розкрити поняття такої категорії як “транспортна система”. Зокрема дослідник В.О. Дорошук відзначає, що транспортна система є територіальним поєднанням шляхів сполучення, технічних засобів транспорту і служби перевезень, які об'єднують всі види транспорту і ланки транспортного процесу у їх взаємодії, забезпечують успішне функціонування народногосподарського комплексу країни в цілому [9]. Інші дослідники, зокрема Т.В. Бутко, О.І. Гребцов і Т.В. Головка, відмічають, що транспортна система є сукупністю пристроїв, що призначені для виконання деякої сукупності операцій перевізного процесу [10].

Л. Г. Гагаріна зауважує, що транспортна система включає транспортну мережу всіх видів транспорту, рухомі транспортні засоби, трудові ресурси і систему управління всіма видами транспорту [11]. На думку А. Е. Горєва, транспортна система є сукупністю працівників, транспортних засобів і обладнання, елементів транспортної інфраструктури та інфраструктури суб'єктів перевезення, включаючи систему управління, направлену на ефективне переміщення вантажів і пасажирів [12]. За визначенням О. Бордун і А. Забаріло транспортна система є територіальним поєднанням взаємопов'язаних видів транспорту, які, спільно взаємодіючи за допомогою транспортної інфраструктури, найповніше задовольняють потреби народного господарства та населення в перевезеннях вантажів і пасажирів [6]. М.Є. Кристопчук вважає, що транспортну систему слід розглядати як сукупність шляхів сполучення, транспортних засобів, технічного обладнання та механізмів, засобів управління та зв'язку, будівель всіх видів транспорту, об'єднаних системою технологічних, технічних, інформаційних, правових та економічних відносин, що забезпечують задоволення потреб суспільства у перевезеннях вантажів та пасажирів [13].

Узагальнюючи вище наведені визначення транспортної системи можна стверджувати, що дотепер серед дослідників немає спільної думки. Слід також зазначити, що транспортна система як поняття

використовується багатьма авторами, але вони не дають тлумачення цього терміну. На нашу думку, транспортна система сільських територій – це функціональне та територіальне поєднання транспортних засобів і транспортної інфраструктури, що, взаємодіючи між собою, задовольняють потреби сільсько-

го населення та суб’єктів господарювання на сільських територіях у пасажирських і вантажних перевезеннях та інших послугах, необхідних для здійснення виробничо-комерційної діяльності, забезпечення рівного доступу до соціальних благ та підвищення на цих засадах якості життя на селі (рис. 2).

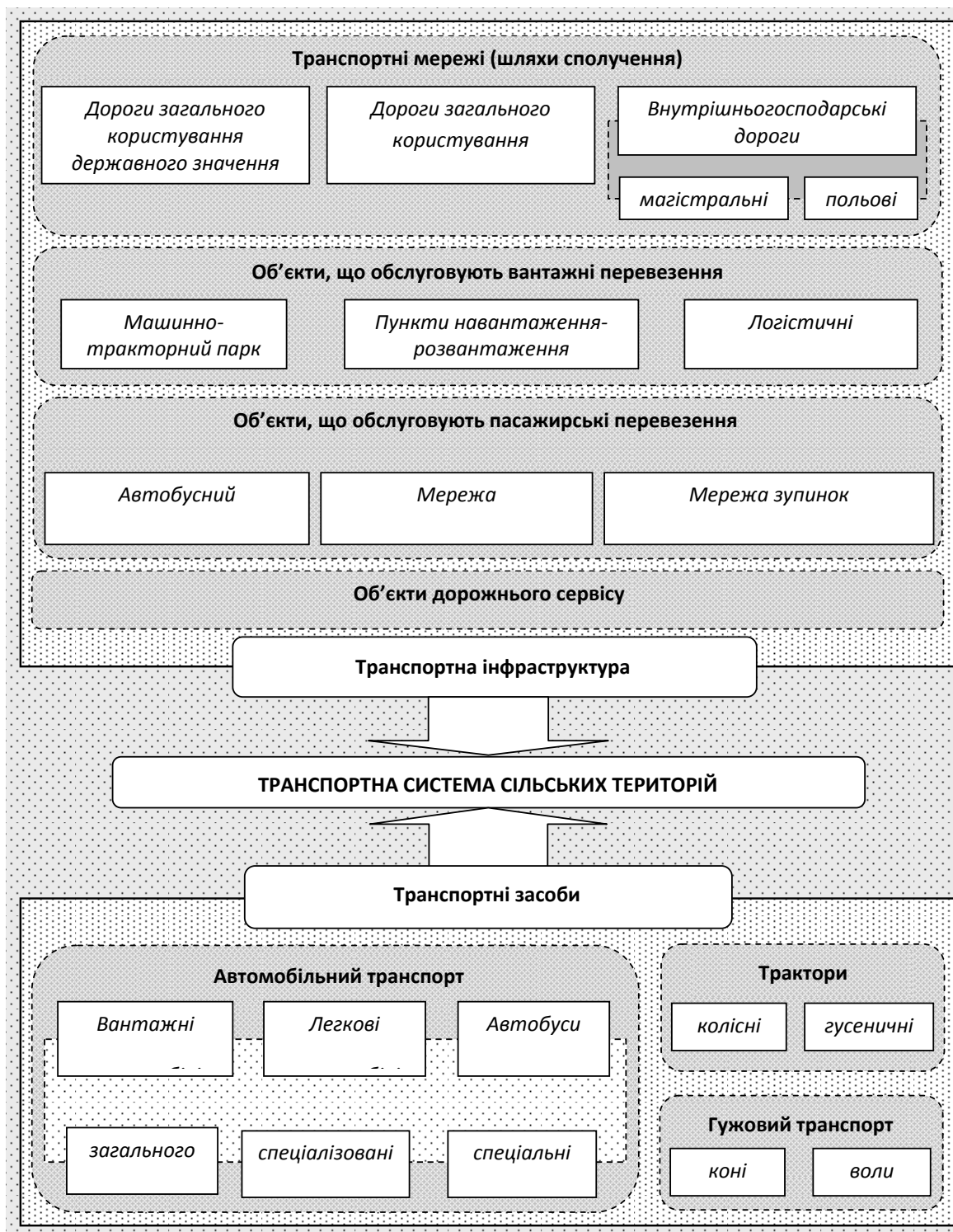


Рис. 2. Структурно-логічна схема транспортної системи сільських територій (власна розробка)

У будь-якому виробничому процесі для отримання готової продукції необхідно постійно переміщати ресурси, тобто сировину, деталі, вузли, напівфабрикати від верстата до верстата, від однієї ділянки до іншої, з одного цеху до іншого. Також це стосується й сільського господарства, де транспортуються добрива, насіння, зерно та інша продукція. Перевезення в сфері виробництва розділені на перевезення в добувній галузі, будівництві, промисловості, лісовому, рибному та сільському господарстві.

Характерною особливістю перевезень у добувній галузі є те, що запас сировини нескінченний і відсутні витрати, що пов'язані з його зберіганням. У будівництві відсутні перевезення готової продукції (будівель і споруд) та витрати, що пов'язані зі зберіганням готової продукції. Зокрема, у добувній галузі та будівництві вантажопотоки мають однобічне спрямування. У промисловості та сільському господарстві одночасно здійснюються перевезення сировини і готової продукції, оскільки готова продукція одного підприємства є сировиною або напівфабрикатом для інших підприємств, причому величина вантажопотоків є змінною. Таким чином, жодне підприємство не може функціонувати без внутрішньовиробничих (внутрішньогосподарських) перевезень, які здійснюються транспортом не загального користування [14].

А. М. Стельмашук відмічає, що функція транспорту загального користування полягає у продовженні процесу виробництва в сфері обігу, оскільки процес виробництва продукції закінчується тоді, коли продукція доставлена до місця споживання

[15]. При цьому вироблена продукція встановленої номенклатури і якості має у повному обсязі і своєчасно доставлена споживачу. Якщо такого переміщення не виконано, то це рівносильне тому, що виробництво продукції не відбулося, оскільки потреби в ній задоволені не будуть. Таким чином, транспорт є ланкою, яка поєднує виробництво і споживання (Рис. 3).

Таким чином, транспорту належить важлива роль у прискоренні процесу відтворення. У сфері обігу, коли готова продукція із сфери виробництва надходить у сферу споживання, здійснюється переважна кількість перевезень (причому сировина, напівфабрикати, паливно-мастильні матеріали також вважаються готовою продукцією, оскільки виробничий процес вже закінчено на тому виробництві, де її видобули або виробили). Такі перевезення є продовженням виробничого процесу у сфері обігу і називаються економічними, оскільки виникли внаслідок процесу економічного поділу праці [16]. Транспорту належить важлива роль у економічному розвитку сільських територій, оскільки він не тільки виконує значну частину виробничого процесу, але і є його складовою частиною.

Оскільки продукція транспорту як кінцевий результат роботи має свою вартість і бере безпосередню участь у формуванні собівартості продукції, що перевозиться, то вплив транспорту на результативні показники господарювання підприємств проявляється через рівень транспортних витрат. Тому одним із найважливіших завдань є підвищення ефективності використання транспортних засобів як складової транспортної системи сільських тери-

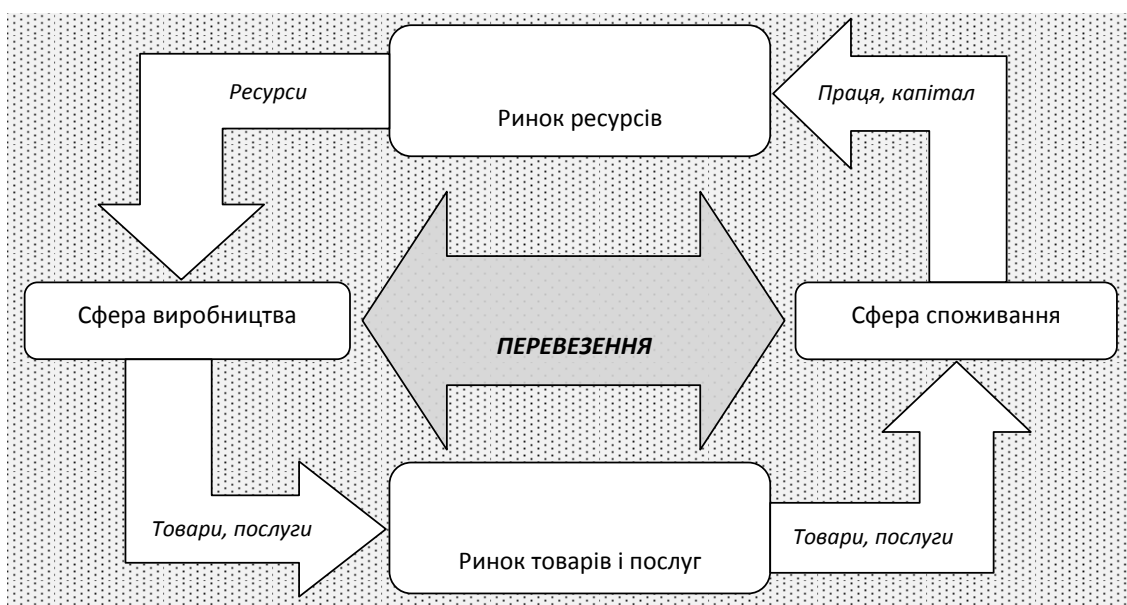


Рис. 3. Взаємозв'язок сфер виробництва та споживання з урахуванням транспортної складової (Джерело: систематизовано авторами за даними [12].)

торій. Суб’єктам господарювання для прийняття господарських рішень необхідно постійно оцінювати рівень та ефективність використання транспортних засобів на перевезеннях. На нашу думку, доцільно оцінку роботи транспортних засобів здійснювати за допомогою техніко-експлуатаційних показників, показників продуктивності та показників якості транспортного обслуговування, оскільки вони найповніше відображають усі сторони транспортного процесу та результати їх роботи.

За оцінками М. Г. Вергуна, продуктивність авто-транспортного за рахунок зменшення простоїв у черзі під розвантаженням збільшувалася в середньому на 25–30 % [17]. У структурі витрат на перевезення вантажів автомобільним транспортом більше 50 % припадає на паливно-мастильні матеріали [18]. В.М. Придюк зауважує, що транспортні витрати складають близько 20–25 % витрат, що визначають собівартість продукції, через що питання місця і ролі транспортної складової у розвитку сільських територій має особливе значення [19]. Подібну оцінку дав Р. О. Герелиця, він сказав, що транспортні витрати в структурі собівартості можуть сягати 30 % [20].

Як бачимо, транспортне обслуговування нерозривно пов’язане з сільськогосподарським виробництвом і включає в себе не тільки перевезення вантажів, а й всі процеси та операції, що відбуваються чи здійснюються транспортними й спеціальними засобами, під час переміщення вантажу від виробника до споживача.

Сільськогосподарське виробництво характеризується значними обсягами перевезень та їх сезонним коливанням, важкими шляховими умовами та наявністю вантажів широкої номенклатури, що зумовлює використання різних видів транспортних засобів та організацію їх узгодженої роботи. Переважна більшість (понад 70 %) вантажних перевезень в сільському господарстві реалізується автомобільним транспортом [21]. На нашу думку, на транспортні роботи потрібно залучати різні види рухомого складу, оскільки використання лише одного з них може призвести до порушення нормального ритму функціонування господарських процесів.

В аграрному секторі є необхідним застосування елементів транспортної системи у взаємодоповнюючому та взаємозбагачуючому комплексі. У сільському господарстві в основному використовується автомобільний, тракторний і гужовий транспорт. Переважне використання того чи іншого виду транспортних засобів залежить від спеціалізації, умов господарювання, технології виробництва сільськогосподарської продукції та відстані перевезення вантажів.

Слід розглянути ще одну складову транспортної системи сільських територій – це шляхова

мережа. Наразі стан доріг є актуальною проблемою, від вирішення якої залежить зменшення втрат продукції під час транспортування та рівень високопродуктивного використання техніки. Наприклад, для Нідерландів величина втрат сільськогосподарської продукції під час її руху від виробника до споживача становить 10 % (для України ж цей показник за офіційними даними містить 1/3 зібраного врожаю, за неофіційними оцінками – понад 50 % [22]). На даний час не всі внутрішньогосподарські дороги мають тверде покриття та доведені до належного стану. Лише 20 % сільськогосподарських підприємств мають дороги з твердим покриттям довжиною 5–8 км, хоча для нормальної роботи потрібно 12–16 км. Перевезення вантажів такими дорогами значно зменшує продуктивність транспортних засобів, збільшує час перебування в русі, впливає на середню технічну швидкість транспорту та призводить до передчасного його зносу, що підвищує собівартість одиниці транспортних робіт, оскільки збільшуються витрати нафтопродуктів та витрати на ремонт і технічне обслуговування.

У порівнянні з європейськими показниками середня швидкість руху на українських дорогах у 2 рази нижче (30 км/год.). Все це призводить до збільшення витрат пального і, в свою чергу, вартості перевезень на 20 %; зростання терміну доставки вантажу, витрат на оплату праці водія та вартості обслуговування автомобілів, що підвищує вартість перевезень на 20 %; зростання в незадовільних дорожніх умовах вартості обслуговування автомобілів, скорочення терміну їх служби (до 30 %) [23]. Встановлено, що на перевезеннях вантажів дорогами із твердим покриттям, витрати пального скорочуються в 1,5–2 рази, а швидкість зростає в 2–3 рази, порівняно із ґрунтовими дорогами. Поліпшення доріг дає змогу зменшити витрати на експлуатацію транспортних засобів і цим самим знизити собівартість продукції.

Транспорт важливий для економічного розвитку сільських територій, однак спалювання палива приводить до забруднення навколишнього середовища, і транспортна складова поступово збільшує свій негативний вплив на нього. Відпрацьовані гази містять чадний газ, який небезпечний для людей і тварин. Є ще одна небезпека – “білий смог”, викиди з солями свинцю та вмістом оксиду вуглецю, оксидів азоту, до того ж транспортні засоби спричиняють ущільнення ґрунту, забруднення у вигляді відпрацьованих покришок, мастильних матеріалів та акумуляторних батарей тощо. Тому визначення чинників екологічного впливу від функціонування транспортної системи на розвиток сільських територій є надзвичайно важливим.

О. Ємець та О. Мельничук відмічають, що результати взаємодії автомобільної дороги з довкіллям залежать від інтенсивності руху, характерис-

тики транспортних засобів, розташування та розмірів дороги, її транспортно-експлуатаційних якостей і системи експлуатації. Автомагістраль в екологічному аспекті розглядається не тільки як інженерна споруда, а як організаційна структура, яка виконує транспортну роботу і взаємодіє з довкіллям [24]. Таким чином, вплив автомобільних доріг і транспортних засобів на навколишнє середовище виявляється у складній взаємодії чинників, які можна розділити на дві групи: дорожні (від функціонування автомобільної дороги) та транспортні – наслідки від роботи автотранспорту (рис. 4).

Висновки. Дослідження охопили різні аспекти взаємозв’язку сільських територій та транспортної складової. У ході досліджень було зроблено наступні висновки:

1. Трактуювання сутності транспортної системи сільських територій не слід ототожнювати з транспортною інфраструктурою. Транспортну систему сільських територій доцільно розглядати як функціональне та територіальне поєднання транспортних засобів і транспортної інфраструктури, що, взаємодіючи між собою, задовольняють потреби сільського населення та суб’єктів господарювання на сільських територіях у пасажирських і вантаж-

них перевезеннях та інших послугах, необхідних для здійснення виробничо-комерційної діяльності, забезпечення рівного доступу до соціальних благ та підвищення на цих засадах якості життя на селі.

2. Стан і рівень розвитку транспортної складової сільських територій значно впливають на кінцеві результати діяльності суб’єктів господарювання, оскільки технологічні процеси передбачають ритмічність, узгодженість та безперервність, що значною мірою забезпечується транспортними засобами. Транспорт продовжує виробничий процес інших галузей матеріального виробництва в сфері обігу, виступаючи пов’язуючою ланкою між сферами виробництва та споживання. Економічний розвиток сільських територій та транспортну складову слід розглядати у взаємозалежній та взаємопов’язаній системі.

3. Сучасний економічний розвиток сільських територій полягає у впровадженні в сільський простір нових функцій, не пов’язаних із аграрним виробництвом. Транспортна система створює передумови соціально-економічного розвитку прилеглих територій, є основою формування зон підприємницької ініціативи, активізує несільсько-господарські види економічної діяльності. Таким

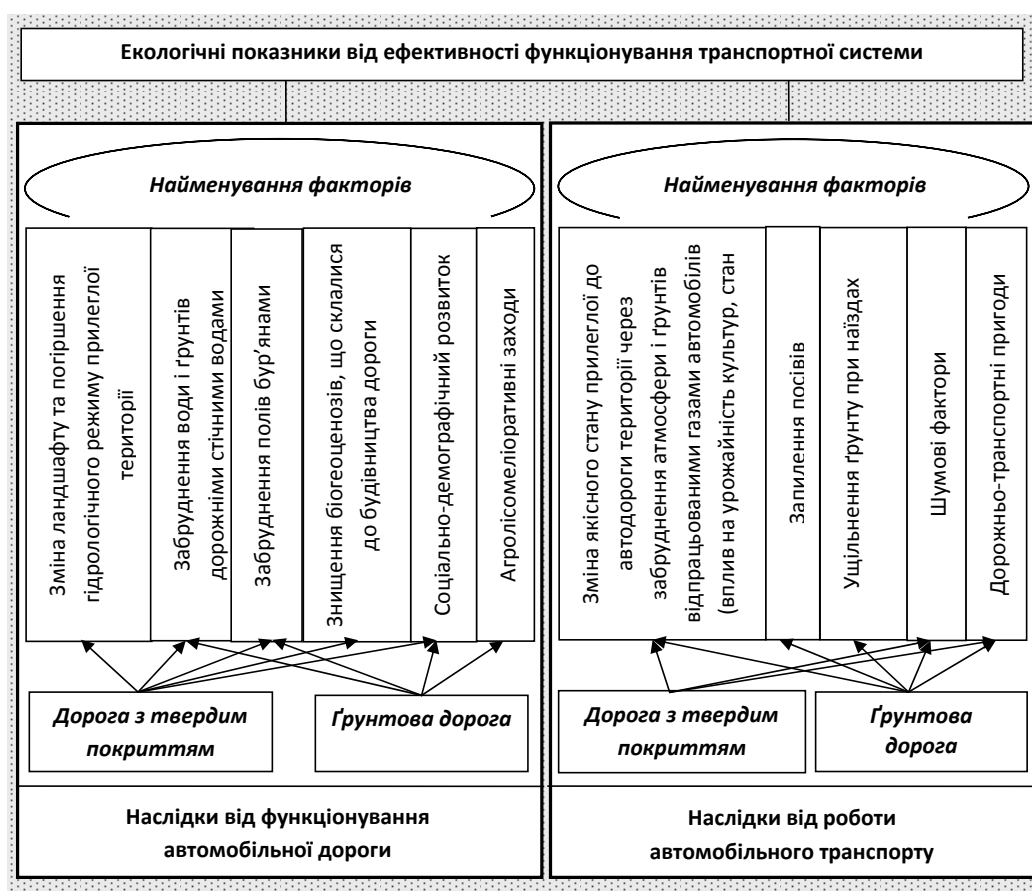


Рис. 4. Чинники екологічного впливу від функціонування транспортної системи на розвиток сільських територій (власна розробка)

чином, рушійною силою, що буде сприяти розвитку несільськогосподарської діяльності на сільських територіях при одночасному розширенні зайнятості місцевого населення, є модернізація транспортної інфраструктури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Юрчишин В. В. Сільські території як системо утворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки / В. В. Юрчишин // Економіка АПК. – 2005. – № 3. – С. 3-10.
2. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П. Т. Саблук // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 5. – С. 21-23.
3. Поленкова М.В. Господарський комплекс сільських територій: інтегральний аспект / М.В. Поленкова // Молодий вчений. – 2013. – № 2 (02). – С. 32-38.
4. Про транспорт [Електронний ресурс]: Закон України від 10.11.1994 р. № 232/94-ВР. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>.
5. Пашинська Н. М. Транспортна інфраструктура – важливий чинник розвитку АПК України в умовах ринкових перетворень / Н. М. Пашинська // Наук. записки Вінницького держ. пед. ун-ту ім. М. Коцюбинського. Серія: Географія. – 2004. – Вип. 7. – С. 152-159.
6. Бордун О. Становлення географії транспортної інфраструктури як наукового напрямку / О. Бордун, А. Забарилко // Вісн. Львів. ун-ту. Серія географічна. – 2004. – Вип. 30. – С. 28-31.
7. Котюченко Л. В. Управління транспортною інфраструктурою у сучасних економічних умовах / Л. В. Котюченко, А.В. Дзус // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. праць. – 2010. – № 26.
8. Небелас В. В. Транспорт як важливий чинник формування і розвитку інфраструктури АПК України / Небелас В.В. // Економічна та соціальна географія: наук. зб. – 2010. – Випуск 60. – С. 143-148.
9. Дорошук В. О. Дефініція економічного оцінювання розвитку транспортної системи / Дорошук В. О. // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. – 2013. – Vol. 6. – С.112-117.
10. Бутько Т. В. Транспортний процес та методи раціонального формування транспортних систем [Електронний ресурс] / Бутько Т. В., Гребцов О. І., Головка Т. В. – 2009. – Режим доступу: http://studopedia.net/9_66401_osnovi-teoriyi-transportnih-protsestiv-ta-sistem.html.
11. Гагарина Л. Г. Понятие транспортного комплекса, транспортной системы и единой транспортной системы в современных условиях развития России [Электронный ресурс] / Гагарина Л. Г. – Режим доступа: www.rusnauka.com/1_NIO_2013/Economics/0_118572.doc.htm.
12. Горев А. Э. Основы теории транспортных систем / Горев А. Э. – СПбГАСУ. – СПб., 2010. – 214 с.
13. Кристопчук М. Є. Соціально-економічна ефективність пасажирської транспортної системи приміського сполучення: монографія / Кристопчук М. Є. – Рівне: НУВГП, 2012. – 158 с.
14. Фришев С. Г. Загальний курс транспорту / Фришев С. Г., Мельник І. І., Бондар С. М.; за ред. проф. С. Г. Фришева. – Ніжин: Вид-во “Аспект-поліграф”, 2007. – 162 с.
15. Стельмашук А. М. Оцінка ефективності транспортно-логістичного потенціалу сільських територій / А. М. Стельмашук // Сталлий розвиток економіки. – 2015. – № 1. – С. 42-50.
16. Перебийніс В. І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: монографія / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.
17. Вергун М. Г. Управління перевезеннями вантажів у сільському господарстві / М. Г. Вергун // Агроінком. – 2008. – №5-6. – С. 39-43.
18. Вергун М. Г. Ефективність використання автотранспортних засобів у підприємствах лісового господарства / М. Г. Вергун // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2011. – № 2(29), Т. 2. – С. 335-342.
19. Придюк В. М. Особливості організації перевезень сільськогосподарських вантажів автомобільним транспортом / Придюк В. М. // Сільськогосподарські машини. – 2014. – Вип. 28. – С. 68-72.
20. Герелиця Р.О. Особливості транспортної логістики підприємств АПК / Р.О. Герелиця // Формування стратегії розвитку регіонального АПК: мат.-ли. IV міжфакультетської наук.-практ. конф. молодих вчених, 30 травня 2008 р. – Житомир, 2008. – С. 187-189.
21. Нечипоренко К. В. Проблеми розвитку транспортної логістики сільськогосподарських товаровиробників / К. В. Нечипоренко // Зб. наук. праць Луцького нац. технічного ун-ту. Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2013. Вип. 10 (37). – Ч. 4. – С. 40-46.
22. Смирнов І. Г. Європейський досвід аграрної логістики (на прикладі Нідерландів) / І. Г. Смирнов, Т. В. Косарева, М.О. Мацера // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2008. – № 633: Логістика. – С. 670-676.
23. Транспортний комплекс України. Автомобільні дороги: проблеми та перспективи / Юхновський І. Р., Лебеда Г. Б., Попова Т. І.; за ред. І. Р. Юхновського – К.: ФАДА, ЛТД, 2004. – 176 с.
24. Ємець О. Вплив автомобільного транспорту на навколишнє середовище / О. Ємець, О. Мельничук // Сучасні досягнення геодезичної науки та виробництва, випуск 1 (17). – 2009. – С. 296-300.

УДК 004: 658.15

СТАВИЦЬКИЙ О.В., к. е. н.

м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто сучасні програмні пакети які представлені на ринку інформаційних систем з автоматизації фінансово-економічного аналізу. Проведено аналіз сучасних програм, визначено їх особливості та універсальність. Доведено, що використання великої кількості пакетів прикладних програм та автоматизованих систем управлінського аналізу діяльності підприємства дозволяє не лише прискорити процес вивчення фінансового стану господарської одиниці, а й зробити його комплексним та всеохоплюючим.

Ключові слова: аналіз господарської діяльності, програмні засоби, інформаційні технології, універсальність, фінансова діяльність, фінансові показники.

Аннотация. В статье рассмотрены современные программные пакеты, которые представлены на рынке информационных систем по автоматизации финансово-экономического анализа. Проведен анализ современных программ, определены их особенности и универсальность. Доказано, что использование большого количества пакетов прикладных программ и автоматизированных систем управленческого анализа деятельности предприятия позволяет не только ускорить процесс изучения финансового состояния хозяйственной единицы, но и сделать его комплексным и всеобъемлющим.

Ключевые слова: анализ хозяйственной деятельности, программные средства, информационные технологии, универсальность, финансовая деятельность, финансовые показатели.

Abstract. The article deals with modern software packages presented in the market of information systems for the automation of financial and economic analysis. The analysis of modern programs, their features and versatility are determined. It is proved that the use of a large number of application software packages and automated systems of managerial analysis of enterprise activity allows not only to accelerate the process of studying the financial condition of an economic entity, but also to make it comprehensive and comprehensive.

Keywords: analysis of economic activity, software tools, information technologies, universality, financial activity, financial indicators.

Постановка проблеми. Сучасність і постійні зміни в умовах існування підприємства вимагають найновіших методів управління. Звідси постає питання необхідності високоякісного забезпечення процесу управління підприємством. Але більшість аналітичних розрахунків, в умовах розгляду чималих компаній займає як по розрахункам, обробці, аналізу і подальшій інтерпретації досить багато часу, враховуючи, що в змінних умовах необхідно реагувати швидко, оперативно і результативно. Тому при неякісному забезпеченні управлінського процесу страждають як якість отриманої інформації, так і якість результату від застосування цієї інформації для прийняття управлінських рішень. Звідси, впровадження інформаційних технологій для проведення аналізу фінансового стану надзвичайно важливі для стабільної роботи сучасного підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ринок інформаційних систем фінансового аналізу пропонує широкий вибір різних інформаційних систем для автоматизації діяльності, за оцінкою

діяльності підприємств. Відмінність цих систем полягає як в складі застосовуваних показників, так і в реалізованих підходах до розробки питань з аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, в тому числі і з узяття за приклад, за базу різних моделей підприємства. У такій ситуації перед користувачем стоїть важкий вибір між численним програмним забезпеченням, яке найбільш ефективно впорається зі своїм завданням – актуальна і своєчасна оцінка фінансової діяльності компанії.

Питанням впровадження інформаційних технологій для фінансового аналізу діяльності підприємств присвячені дослідження М.І. Баканова, Ф.Ф. Бутиця, Н.В. Єрьоміна, С.В. Івахненко, І. Д. Лазаришиної, В.Б. Лібермана, Л.М. Кіндрацької, В. Ковальова, Є.В. Мниха, О.В. Олійника, В. Палія, А.Н. Романова, Н. Русака, В.К. Савчука, В.Ф. Ситника, Г. Н. Соколової, М.Г. Чумаченка, А. Д. Шеремета, що розробили методики розрахунку і аналізу показників за вибраним видом школи фінансового аналізу.

Мета статті – проведення огляду функціональних характеристик найбільш популярних на ринку інформаційних систем програмних засобів автоматизації фінансового аналізу, та подальшого їх впровадження на електронно-обчислювальних засобах підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий аналіз підприємства – це метод наукового дослідження і оцінки явищ і процесів, в основі якого лежить вивчення складових частин, елементів досліджуваної організації. Він являє собою оцінку фінансово-господарської діяльності підприємства в минулому, сьогоденні і передбачуваному майбутньому. Основною метою фінансового аналізу є отримання певної кількості ключових параметрів, що дають об'єктивну і точну картину фінансового стану підприємства, його прибутків і збитків, змін в структурі активів і пасивів, у розрахунках з дебіторами і кредиторами. При цьому особливу роль тут відіграє прогноз на найближчу і більш віддалену перспективу, тобто очікувані параметри фінансового стану.

За змістом процесу управління фінансовий аналіз може бути перспективним, оперативним, поточним і аналітичним за підсумками діяльності за той чи інший період. За широтою і доступності інформаційного забезпечення він може бути зовнішнім і внутрішнім.

Методи проведення аналізу теж можуть розрізнятися, серед них виділяються традиційні та математичні. Останні більш складні, але дають найбільш чіткі результати. Фінансовий аналіз заснований на певних алгоритмах і формулах.

Фінансовий аналіз підприємства включає в себе цілий ряд показників. Серед них: показники фінансово-господарської діяльності підприємства, динаміка валюти балансу, активи і пасиви основних і оборотних коштів, рентабельність підприємства, коефіцієнт поточної ліквідності і ін.

Також з'ясовано, що істотний вплив на фінансовий стан має поточна фаза економічного циклу. У період кризи спостерігається різниця між темпами збуту продукції та темпами її виробництва. Збільшується ставка позичкового відсотка, зростає попит на готівку, що проявляється у зниженні платоспроможності підприємств.

Очевидно, що безпосередній контроль підприємство може мати лише над ендогенними чинниками впливу. Рівень маркетингу, виробничого, фінансового та інвестиційного менеджменту, диверсифікованості асортименту продукції та використання інноваційних або вдосконалених технологічних моделей повністю або частково залежить від вмілого керування та вдалого вибору фінансової стратегії [2].

Розглянемо методи, покладені в основу автоматизації фінансового аналізу які класифікуються за

такими двома основними ознаками: правила читання фінансових звітів та метод математичної формалізації об'єкта аналізу. Відповідно до першої ознаки виділяється шість основних методів, це:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- трендовий аналіз;
- метод фінансових коефіцієнтів;
- порівняльний аналіз;
- факторний аналіз.

Згідно з другою ознакою виділяються наступні основні методи:

- статистичні методи економічного аналізу (статистичне спостереження, зведення і групування показників за певними ознаками, ряди динаміки, розрахунок середніх величин та ін.);
- бухгалтерські методи (метод подвійного запису, бухгалтерський баланс і ін.);
- економіко-математичні методи (методи елементарної і вищої математики, методи математичної статистики, економетричні методи, методи математичного програмування, методи дослідження операцій, евристичні методи і ін.);
- моделювання фінансово-економічних систем і процесів (моделі складання, множення, ділення, подовження, розширення і скорочення факторної системи, ланцюгових підстановок і ін.) [3].

Проаналізуємо кроки автоматизації фінансового аналізу які здійснюються у відповідності з наступним алгоритмом:

- визначення валового доходу від реалізації продукції (товарів, послуг);
- визначення прибутку від реалізації продукції (товарів, послуг);
- визначення результату від фінансових та інших операцій;
- визначення сумарного прибутку;
- визначення загального балансового прибутку;
- визначення чистого прибутку;
- визначення нерозподіленого прибутку.

Аналіз фінансового стану підприємства відбувається у відповідності з наступним алгоритмом:

- визначення структури активів і пасивів;
- визначення показників фінансової стійкості;
- визначення показників платоспроможності (ліквідності);
- визначення показників приросту власного капіталу.

Аналіз ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства здійснюється відповідно за наступним алгоритмом:

- визначення показників прибутковості господарської діяльності (загальна рентабельність, чиста рентабельність, рентабельність влас-

- ного капіталу, загальна рентабельність виробничих активів);
- визначення показників ефективності управління (чистий прибуток, прибуток від реалізації продукції, прибуток від фінансово-господарської діяльності);
- визначення показників ділової активності (віддача всіх активів, віддача основних засобів, оборотність оборотних коштів, оборотність запасів, оборотність дебіторській заборгованості, оборотність ліквідних активів, віддача власного капіталу);
- визначення показників ліквідності та фінансової стійкості (коефіцієнт покриття оборотних коштів, коефіцієнт поточної ліквідності, індекс постійного активу, коефіцієнт автономії, забезпеченість запасів власними оборотними засобами) [4].

Рішення задач фінансового аналізу на ЕОМ реалізується в наступному порядку:

- Ви встановлюєте обрану програму;
- Виконується рішення контрольного варіанту завдань фінансового аналізу;
- Ви набираєте вихідні данні вирішуваних завдань фінансового аналізу;
- Виконується конфігурація програми під цілі і завдання фінансового аналізу;
- Виконується рішення задач і роздруківка текстових, табличних і графічних результатів;
- Виконується систематизація результатів в відповідні до цілей фінансового аналізу.

Аналітичні процедури аналізу результатів зводяться до наступних типових дій:

- порівняння поточних даних з даними попередніх періодів і формулювання приватних і загальних висновків;
- порівнювання поточних даних з даними плану і прогнозу і формулювання приватних і загальних висновків;
- порівнювання поточних даних з нормативними (оптимальними) значеннями і формулювання приватних і загальних висновків;
- порівнювання поточних даних підприємства з середніми галузевими даними і формулювання приватних і загальних висновків.

Результатом такого аналізу буде узагальнена оцінка платоспроможності та ступеня задовільності балансу суб'єкта господарювання. Більш поглиблений і комплексний аналіз дасть детальну інформацію про структуру оборотних коштів, основні та позикові засоби, прибутковість, але в той же час він є дуже кропітким. В такому випадку розумним рішенням буде скористатися відомими на ринку інформаційних технологій програмними засобами. До них можна віднести “Audit Expert”, “Альт-Финансы”, “ФинЭкАнализ”, “Мастер финансов”, “Ваш финансовый аналитик” [1].

Проведемо аналіз цих програмних засобів:

1. “Audit Expert” – аналітична система діагностики, оцінки і моніторингу фінансового стану одного або кількох підприємств на основі даних фінансової та управлінської, в тому числі консолідованої звітності. Програма орієнтована на великі компанії, банки і аудиторські фірми, державні органи, що контролюють фінансовий стан підвідомчих організацій. Результатом роботи з “Audit Expert” є текстовий звіт з графіками та висновками, які легко експортуються в MS Word (рис.1).

Перевагами роботи у середовищі “Audit Expert” є:

- Наявність бази даних для роботи з великими об'ємами інформації про фінансовий стан компанії;
- Перевірка коректності вводу даних;
- Мультивалютність даних;
- Автоматичне оновлення валютних довідників через інтернет;
- Пошук необхідних фінансових показників;
- Розширені можливості роботи з графіками та діаграмами [5].

2. Програмний засіб “Альт-Финансы” є комп'ютерною моделлю для проведення ретроспективного аналізу фінансового стану підприємства і розрахунку прогнозних фінансових показників. Проведення детального фінансового аналізу і управлінська інтерпретація отриманих результатів дозволять знайти оптимальний шлях розвитку, розробити програму заходів для реабілітації компанії, що знаходиться на межі банкрутства (рис. 2).

Можливості роботи у “Альт-Финансы”:

- Аналіз структури балансу та динаміки його статей;
- Аналіз чистого оборотного капіталу і структури затрат;
- Аналіз прибутковості;
- Аналіз ліквідності;
- Аналіз фінансової стійкості;
- Аналіз оборотності активів і пасивів;
- Аналіз рентабельності;
- Аналіз ефективності праці [6].

Слід зауважити, що “Альт-Финансы” має значну перевагу у вигляді адаптивності та відкритості, що дає користувачу змогу самостійно вносити зміни в програму з огляду на поставлену задачу та конкретні умови.

3. “ФинЭкАнализ” – спеціалізована програма для проведення аналізу фінансового стану підприємств всіх форм власності, включаючи і малі. Для зручності вводу даних передбачено імпорт з xml-файла. Результатом роботи програми є звіти з великою кількістю таблиць, графіків та висновків. Всі звіти можна експортувати в MS Word та OpenOffice, де їх можна редагувати та формувати. В програмі реалізовано майже сорок різноманітних аналітичних

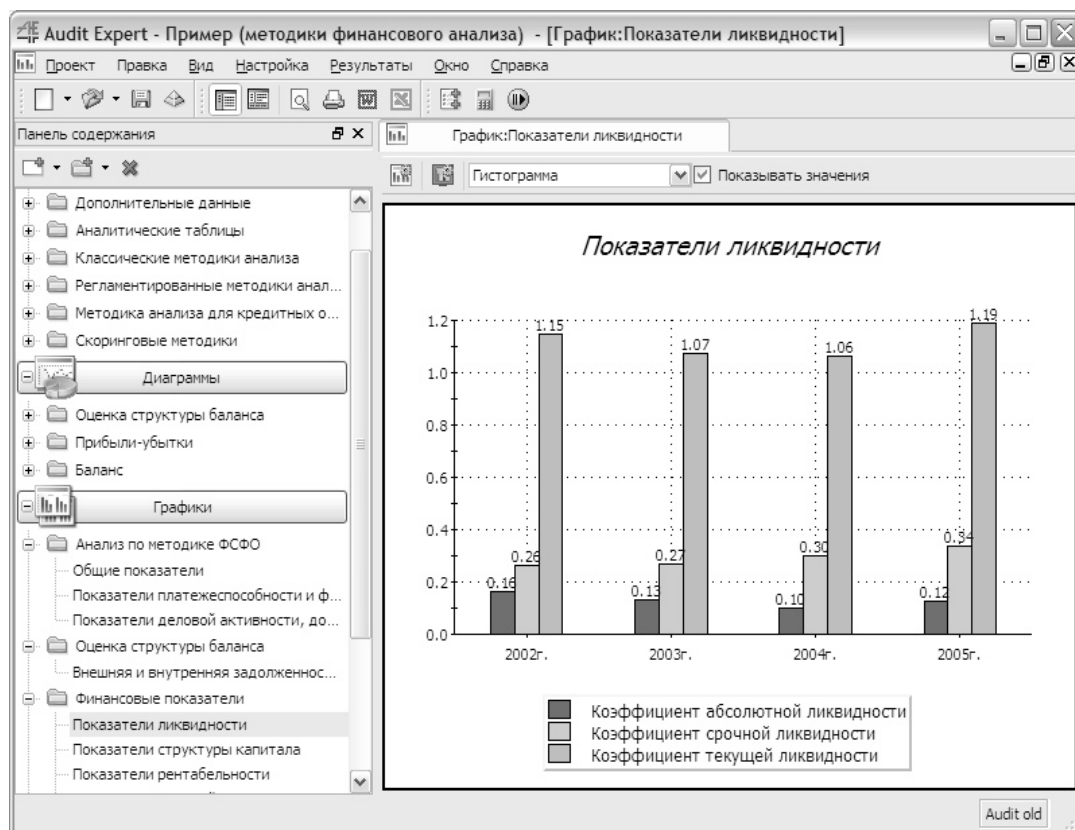


Рис. 1. Интерфейс программы “Audit Expert” (на прикладі розрахунку коефіцієнтів ліквідності)

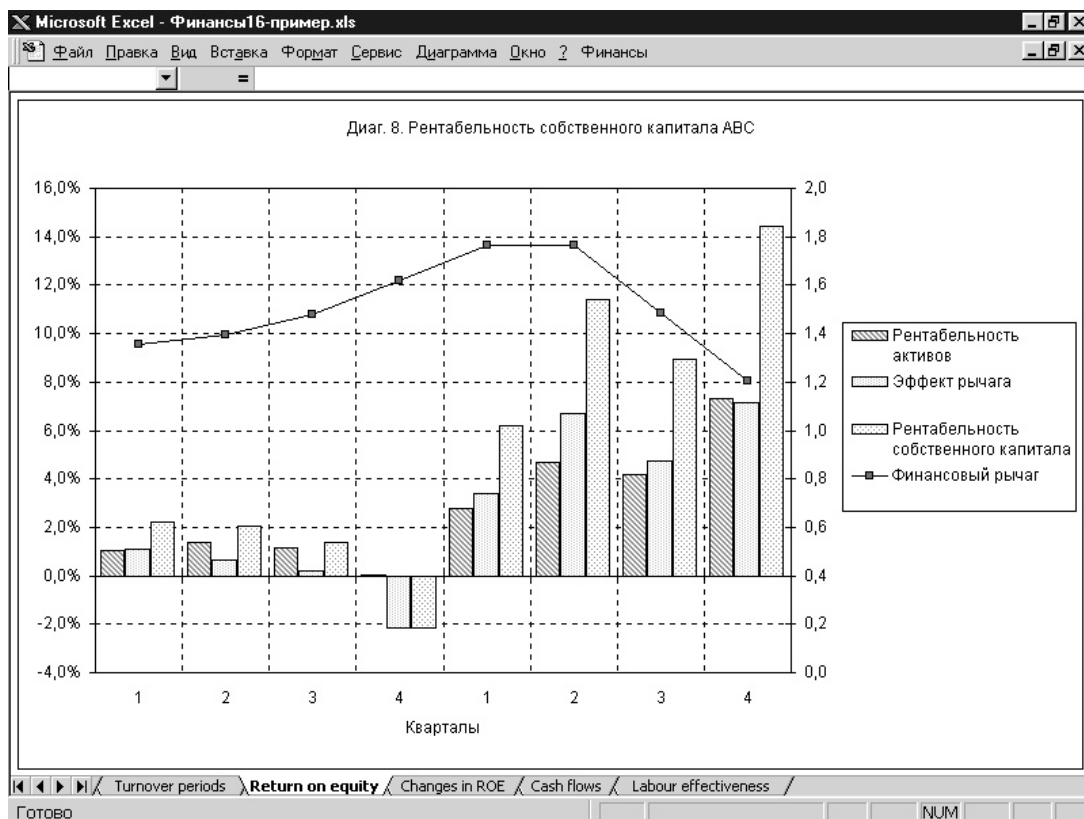


Рис. 2. Интерфейс программы “Альт-Финансы”(на прикладі розрахунку рентабельності власного капіталу)

методик аналізу. Програма має простий і зрозумілий інтерфейс, що полегшує роботу для новачків (рис. 3).

Переваги роботи у середовищі “ФинЭкАнализ”:

- Отримання всіх необхідних розрахунків у вигляді аналітичних таблиць та графіків, а також висновки та рекомендації;
- Зручний та зрозумілий інтерфейс;

Програма може бути встановлена як і на звичайному персональному комп’ютері, так і на сервері в локальній мережі для спільної роботи декількох користувачів;

- Існує інший різновид програми “ФинЭкАнализ 2017 онлайн” взагалі не потребує установки, а є доступним будь-де, де є доступ до інтернету;
- Програма дозволяє працювати зі звітністю Росії, Казахстану, України, Білорусі [7].

4. “Мастер финансов” – професійна програма для оцінки фінансового стану підприємства, яка дозволяє автоматизувати процедури аналізу фінансово-господарської діяльності і складання різних звітів та висновків за результатами аналізу (рис. 4).

Основні функції програми “Мастер финансов”:

- Розробка стратегії розвитку підприємства в середньостроковому та довгостроковому періоді;
- Розрахунок фінансових параметрів, які забезпечують досягнення поставлених цілей;

- Розробка оптимальних умов взаємовідносин з покупцями продукції та її постачальниками;
- Оптимізація податкових умов діяльності підприємства;
- Формування інвестиційної політики підприємства;
- Визначення оптимальних умов фінансування.

5. “Ваш финансовый аналитик” – це система інтелектуального аналізу фінансового стану організації за даними бухгалтерської звітності. Головною особливістю системи є те, що той хто працює в програмі не бере участі в аналітичному процесі (рис. 5).

Ключові можливості програми “Ваш финансовый аналитик”:

- Не потребує знань фінансового аналізу;
- Видає цілісний фінансовий звіт;
- Для роботи з програмою не потрібно спеціального навчання;
- Зручний ввід інформації, можливість вводу з xml-файлів;
- Багатоваріантність опису, що забезпечує унікальність кожного звіту;
- Аналіз показників в динаміці;
- Гнучкий підхід до формування таблиць;
- Інформацію можна зберегти в файл або в базу даних;
- Аналіз ймовірності податкової перевірки.

Підготовка та виконання фінансового аналізу з використанням автоматизованих систем вико-

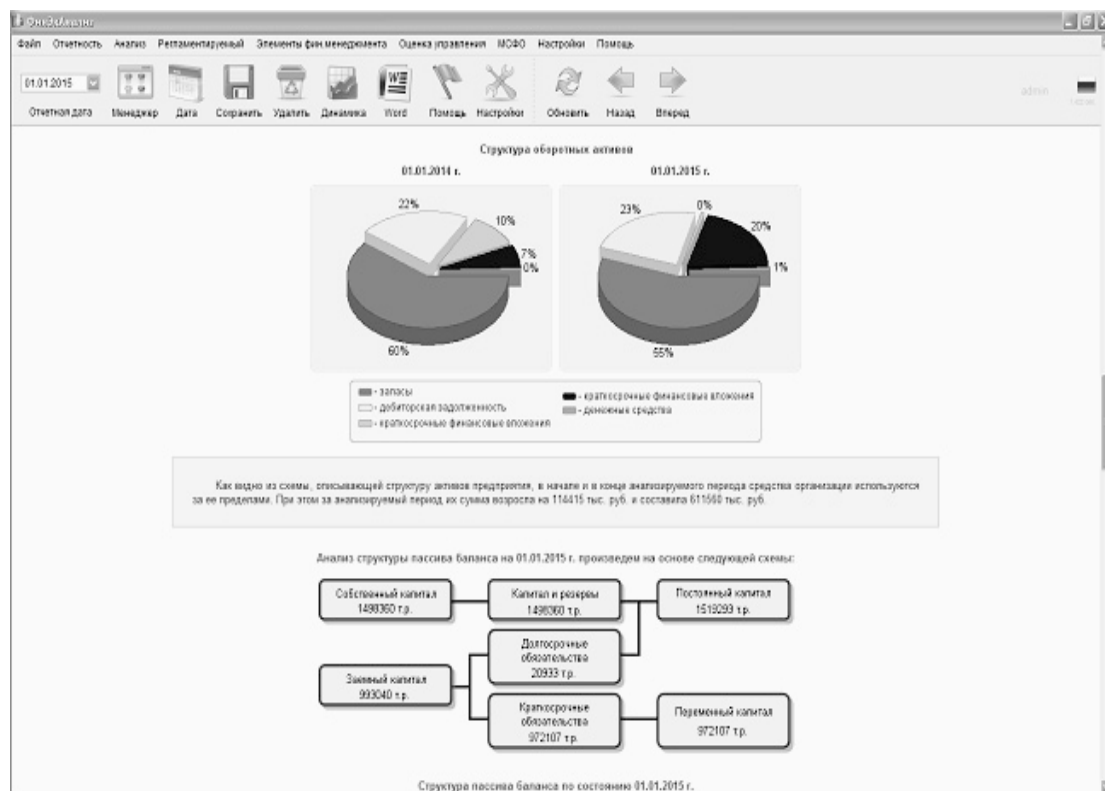


Рис. 3. Интерфейс программы “ФинЭкАнализ”(на прикладі розрахунку порівняльного аналітичного балансу)

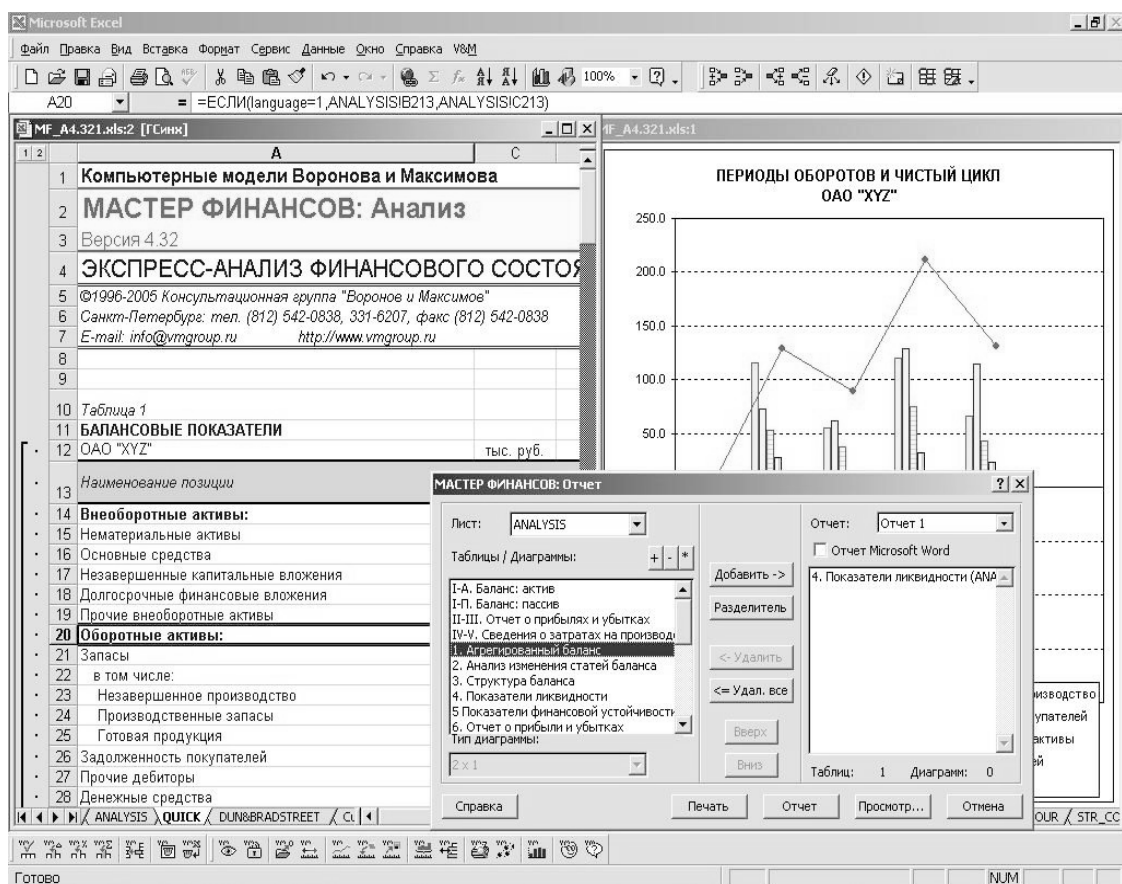


Рис. 4. Интерфейс программы “Мастер финансов” (на прикладі експрес-аналізу)

Настройки // Настройка формул

Добавить раздел Добавить показатель Восстановить стандартные формулы Отчетность: РСБУ

Показатель	Код	Формула
Структура имущества и источников его формирования		
Краткосрочные обязательства	CurrentLiabilities	$F1[1500] - F1[1530]$
Доходы будущих периодов относятся по сути к собственному...		
подробнее		
Собственный капитал	Equity	$F1[1300] + F1[1530]$
Чистые активы	NetAssets	$(F1[1600] - F1[1231]) - (F1[1400] + F1[1500] - F1[1530])$
Расчет чистых активов производится в соответствии с...		
подробнее		
Собственные оборотные средства		
Собственные оборотные средства - 1	Sos1	$Equity - F1[1100]$
Собственные оборотные средства, рассчитанные без учета...		
подробнее		
Собственные оборотные средства - 2	Sos2	$Sos1 + F1[1400]$

Рис. 5. Интерфейс программы “Ваш финансовый аналитик” (на прикладі налаштування формул)

нується за допомогою алгоритму роботи при вирішенні задач автоматизації фінансового аналізу:

- прийняття рішення на виконання аналізу фінансового стану підприємства;
- з’ясування цілей і завдань фінансового аналізу, фінансово-економічної ситуації і формування приватних і загальних висновків;
- формування переліку фінансово-економічних показників, які необхідно отримати в результаті фінансового аналізу;
- формування переліку потрібних значень фінансово-економічних показників;
- оцінка точності і надійності вихідних даних, відбір вихідних даних, необхідних для проведення фінансового аналізу;

Використання програмних продуктів (AIC) для автоматизованого вирішення завдань фінансового аналізу, формування конфігурації системи для вирішення фінансового аналізу виконується за наступним алгоритмом:

- введення вихідних даних і рішення на ЕОМ задачі фінансового аналізу;
- отримання показників і їх аналіз;
- визначення і оцінка причин фактичного стану справ на підприємстві;
- виявлення проблем і визначення шляхів їх вирішення;
- формування звіту за результатами фінансового аналізу.

Для автоматизованого рішення задач фінансового аналізу за допомогою перерахованих програм формуються вихідні дані. Джерелами вихідних даних є:

- інформація про технічну підготовку виробництва;
- нормативна інформація;
- планова інформація;
- господарський (економічний) облік: оперативний, бухгалтерський, статистичний облік;
- звітність (фінансова бухгалтерська звітність, квартальна звітність і ін.);
- вибіркова статистична і фінансова звітність, розрахована за спеціальними вказівками;
- обов’язкова статистична звітність;
- інша інформація (преса, опитування керівників, експертна інформація).

Найбільш важлива інформація про діяльність підприємства міститься в підсумкових таблицях, одержуваних в результаті розрахунку проекту: звіт про рух грошових коштів; баланс підприємства; звіт про прибутки і збитки; звіт про використання прибутку. Ці звіти відображають стан грошових коштів, активів і пасивів підприємства в процесі реалізації проекту. Інформація в таблицях представлена в ті інтервали часу, які відповідають зворотньому мас-

штабу: місяць, квартал, рік. Слід зауважити, що інформація, представлена в підсумкових таблицях, містить розгорнутий у часі прогноз фінансового положення підприємства. Цей прогноз виходить в результаті розрахунку імітаційної моделі, заснованого на початкових даних, введених в процесі підготовки проекту. Таким чином, результати, представлені в таблицях, повністю визначаються змістом вихідних даних.

Найбільш часто використовуваним джерелом інформації є річний бухгалтерський звіт (баланс підприємства, звіт прибутки і збитки, звіт про рух капіталу; грошових коштів; додаток до бухгалтерського балансу; пояснювальна: записка; підсумкова частина аудиторського висновку).

Висновок. Проведене дослідження доводить, що використання сучасних програмних засобів для автоматизації процесу аналізу фінансового стану господарюючих одиниць є дуже актуальним, оскільки наявність таких програм дає змогу провести моніторинг набагато швидше. Безперечною перевагою є і те, що такі інструменти дозволяють полегшувати та контролювати роботу аналітиків.

Як висновок відзначимо, що існує досить великий вибір програмного забезпечення для аналізу фінансового стану підприємства. Представлені системи, кожна з яких має свої переваги, конкурентоспроможні і багато організацій використовують їх в своїх цілях. Вибір конкретної системи для роботи пропонується залишити користувачеві, адже саме користувач може оцінити яка з систем найбільш зручна і проста особисто для нього в користуванні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Первов П. А. Средства автоматизации анализа динамики финансовой устойчивости, обусловленной применением аутсорсинга / П. А. Первов, В. В. Звездин. // Концепт. – 2013. – № 4. – с. 4.
2. Данилова Н. Л. Сущность и проблемы анализа финансовой устойчивости коммерческого предприятия / Н. Л. Данилова. // Концепт. – 2014. – №2. – с. 7.
3. Анализ финансовой устойчивости [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://www.audit-it/finanaliz/terms/solvency/>.
4. Грачев А. В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике / А. В. Грачев. – М.: Дело, 2007. – С. 57-60.
5. Audit Expert — программа анализа финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://www.expert-systems.com/financial/ae/>.
6. Альт-Финансы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.alt-invest.ru/index.php/ru/programmy/opisaniya/alt-finance>.
7. ФинЭкАнализ – программа для анализа финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.1-fin.ru/?id=131>.

УДК 336.02

УМАНЕЦЬ Л.В., ст. викл.

м. Вінниця

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ФІНАНСОВОЇ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Анотація. В статті акцентовано увагу на теоретичні аспекти формування матеріально-фінансової основи функціонування органів місцевого самоврядування в Україні. Розкрито основні структурні складові фінансових ресурсів територіальних громад. Доведено, що основною складовою матеріально-фінансової бази функціонування територіальних громад є доходи місцевих бюджетів, формування яких, в сучасних умовах, є ознакою її фінансової незалежності.

Ключові слова: доходи, територіальна громада, представницькі органи, місцевий бюджет, комунальна власність, фінансові ресурси.

Аннотация. В статье акцентировано внимание на теоретических аспектах формирования материально финансовой основы функционирования органов местного самоуправления в Украине. Раскрыты основные структурные составляющие финансовых ресурсов территориальных обществ. Доказано, что основной составляющей материально финансовой базы функционирования территориальных обществ являются доходы местных бюджетов, формирование которых, в современных условиях, является признаком ее финансовой независимости.

Ключевые слова: доходы, территориальное общество, представительские органы, местный бюджет, коммунальная собственность, финансовые ресурсы.

Abstract. In the article attention is focused on the theoretical aspects of the material and financial basis of the functioning of local government in Ukraine. The basic structural components of the financial resources of local communities. It is proved that the main component material and financial framework of the local communities have revenues of local budgets, their formation, in modern terms, a sign of its financial independence.

Keywords: income, local community representative bodies, local budget, municipal property, financial resources.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Головний вектор розвитку України як демократичної держави полягає в задоволенні потреб людини й забезпеченні необхідних умов для зростання її добробуту. Такі умови формуються, перш за все, на місцевому рівні, в чітко зазначених адміністративно-територіальних формуваннях. Важливим, при цьому, є формування самодостатніх територіальних громад та їх представницьких органів, які б володіли необхідними ресурсами для ефективною реалізації повноважень місцевого самоврядування стосовно вирішення питань соціально-економічного місцевого розвитку.

Місцеве самоврядування є тим інститутом публічного управління, який максимально наближений до буденних проблем життя населення. Законодавство України визначає його як право та реальну здатність територіальної громади – жителів села чи добровільного об’єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища, міста – вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [1; 2]. Першим та головним суб’єктом права на місцеве самоврядування, провідним носієм його функцій і повноважень є територіальна громада села, селища та міста. Однак вона

не має статусу юридичної особи, ані печатки, ані рахунку в банку тощо. Практично місцеве самоврядування здійснюється територіальними громадами через їх представницькі органи, які володіють відповідними атрибутами юридичної особи та наділені обсягом необхідних повноважень. Одночасно, якість виконання останніх залежить як від рівня забезпечення місцевого самоврядування матеріальними, фінансовими та іншими ресурсами, так і, значною мірою, від особливостей вітчизняної моделі організації управління на місцевому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стале та ефективне функціонування територіальних громад неабиякою мірою обумовлено рівнем їх доходів, що залишається малодослідженою економічною категорією, та здатністю представницьких органів щодо їх формування та використання. Слід відмітити, що багато науковців приділяють увагу питанням формування доходів на рівні регіону, зокрема: А. Б. Ахмедов, В.Г. Боронос, Г.В. Возняк, О.О. Єрмакова, Е.А. Ісаєв, І.М. Камінська, М.А. Козоріз, Е. К. Конярова, М. М. Миколайчук, М.І. Назарчук, В. М. Опарін, І. З. Сторонянська та інші.

Деякі аспекти формування і використання безпосередньо ресурсної основи системи місцевого

самоврядування досліджуються такими вітчизняними й зарубіжними науковцями, як В.М. Алексєєв, М.П. Бадида, Є.О. Балацький, Г.М. Бібля, О.І. Дем’янчук, А.В. Єфремов, О.П. Кириленко, І. О. Луніна, А.В. Лучко, П.В. Мельник, Н.Ю. Мельничук, К.В.Павлюк, Л.В. Панасюк, Ю.В. Пасічник, С.В. Слухай, О. О. Сунцова, І. В. Шульгіна та інші. Проте уважне вивчення наявних наукових джерел свідчить про необхідність подальших комплексних досліджень об’єктивних та суб’єктивних можливостей формування доходів на рівні територіальних громад.

Виклад основного матеріалу. В Україні передбачено функціонування на місцевому рівні двох систем управління: систему місцевого самоврядування і систему органів державної виконавчої влади [1; 2]. Відмінність вітчизняної системи організації управління на місцевому рівні полягає в її залежності від типу одиниці адміністративно-територіального устрою країни.

На рівні невеликого поселення людей (місто, район у місті, селище, село) суб’єктами даної системи є тільки органи місцевого самоврядування. Для системи управління територіальними громадами в Україні характерним є різне суспільне призначення органів місцевого самоврядування та статус їх виконавчих органів.

Органами, що безпосередньо представляють територіальні громади, виконують від їх імені та в їх інтересах повноваження місцевого самоврядування, утворюють підзвітні виконавчі органи, мають право на формування і використання власних фінансових ресурсів, є сільські, селищні і міські ради. Характерною рисою місцевого самоврядування базового рівня є виконання представницькими органами не тільки власних, а і делегованих державою повноважень. Утім, це делегування не порушує автономію місцевого самоврядування в межах його власних повноважень, одночасно забезпечуючи економію фінансових та людських ресурсів, оскільки виключає необхідність створення державних виконавчих структур на первинному рівні адміністративно-територіального поділу держави [3, с. 162].

Органи місцевого самоврядування, що створюються на рівні області та району, є тільки представниками колективних інтересів територіальних громад сіл, селищ та міст, що включені до складу певних адміністративно-територіальних одиниць [1; 2]. Варто зазначити, що в Україні області та їх райони – це адміністративно-територіальні одиниці, населення яких не наділене статусом суб’єкта місцевого (регіонального) самоврядування. Обласні та районні ради виконують повноваження, визначені законодавством та передані їм органами місцевого самоврядування базового рівня. При цьому, у зв’язку із відсутністю права на утворення власних виконавчих органів, вищезазначені представницькі

органи територіальних громад вимушені делегувати повноваження місцевим державним адміністраціям, що являються органами виконавчої влади на відповідній території й у сфері місцевого самоврядування призначені для забезпечення підготовки та виконання обласного і районного бюджетів, програм соціально-економічного розвитку. Як наслідок, модель місцевого управління на рівні області та її районів свідчить про значну роль органів державної виконавчої влади у розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць, що виражається в концентрації основних повноважень у місцевих державних адміністраціях. Намагання поєднати в управлінському механізмі субнаціонального рівня структури місцевого самоврядування й державної виконавчої влади, на нашу думку, породжує лише ілюзію самоврядування при фактичному його одержавленні та не відповідає принципам Європейської Хартії місцевого самоврядування щодо наявності власних виконавчих органів на кожному рівні функціонування самоврядних інституцій.

Для того, щоб отримати реальні можливості виконання конституційних обов’язків щодо розв’язання питань соціально-економічного розвитку територіальних громад їх представницьким органам мають бути сформовані потрібні умови діяльності з чітко визначеною матеріально-фінансовою основою. Саме від останньої, як зазначають практичні працівники, на 90 % залежить ефективність місцевого самоврядування [4].

Матеріально-фінансову основу місцевого самоврядування в Україні складають об’єкти комунальної власності: рухоме і нерухоме майно, земля, природні ресурси (матеріальна основа), доходи місцевих бюджетів, інші кошти (фінансова основа) [1; 2]. Суб’єктом права власності визнано територіальну громаду села, селища, міста та районів у містах, а органи місцевого самоврядування, при цьому, наділені правом щодо володіння, користування та розпорядження об’єктами права комунальної власності від імені та в інтересах власника. Зокрема, представницькі органи базового рівня здійснюють управління об’єктами права власності безпосередньо територіальних громад, обласні та районні ради – об’єктами їх спільної власності. Варто відмітити, що, не маючи власних виконавчих органів, обласні та районні ради повноваження щодо управління об’єктами спільної власності територіальних громад змушені делегувати органам державної виконавчої влади відповідного рівня.

За своєю економічною сутністю, комунальна форма власності в Україні тотожна муніципальній власності у країнах із багатовіковими традиціями місцевого самоврядування. Термін “комунальний” походить від французького слова “commune”, що в перекладі означає “община”, яке, у свою чергу,

походить від латинського слова “communis” – спільний. Комунальну власність науковці розглядають як сукупність активів, які належать органам місцевого самоврядування, забезпечують соціально-економічні потреби громади та є джерелом отримання її доходів [5], або як спільне майно жителів територіальної громади, яке використовується на благо громадян, що проживають на зазначеній території [6, 7], та як майновий комплекс, який є основою для виконання функцій представницькими органами [3].

В будь-якій економічній системі рішення людей залежать, перш за все, від загальновизнаних у даному суспільстві прав власності. Згідно з Законом України “Про місцеве самоврядування в Україні”, економічна суть права комунальної власності трактується як право територіальної громади володіти та доцільно, економно, ефективно користуватися і розпоряджатися на свій розсуд і в своїх інтересах її майном як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування [2].

Поданий вище зміст права комунальної власності та складові її об’єктів потребують уточнення. Так, незрозуміло, чому право власності територіальної громади, згідно до наведеного у законі трактування, розповсюджується лише на її майно. Адже ст. 16 та ст. 60 вищезазначеного закону передбачено, що до об’єктів права комунальної власності територіальної громади належать і природні ресурси, земля та доходи місцевого бюджету. При цьому дані об’єкти також потребують раціонального, економного і ефективного використання та розпорядження.

Також, якщо право комунальної власності територіальної громади передбачає володіння, користування і розпорядження об’єктами власності на свій розсуд і в своїх інтересах, то яким чином це узгоджується з існуванням першого кошику доходів та офіційними трансфертами з державного бюджету, які є складовими доходної частини місцевих бюджетів. Відповідні доходи, на нашу думку, не можуть бути віднесені до об’єктів власності територіальних громад та їх представницьких органів. З одного боку, доходи першого кошика формуються за рахунок надходжень загальнодержавних податків і зборів та інших обов’язкових платежів, що закріплені за місцевими бюджетами на постійній основі, і на які органи місцевого самоврядування можуть розраховувати як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі. Проте, з іншого боку, доходи першого кошика використовуються лише для фінансування делегованих повноважень, щодо виконання яких представницькі органи підзвітні і підконтрольні органам державної виконавчої влади.

Характерно, що вищезазначені кошти щороку передбачаються у Законі України “Про Державний бюджет України”. Окрім того, у випадку, коли доходи першого кошика перевищують мінімальний розмір місцевого бюджету, частина надлишку ви-

лучається до державного бюджету. Щодо офіційних трансфертів з державного бюджету, то слід зазначити наступне. Незважаючи на те, що відповідні надходження надаються на безоплатній і безповоротній основі, вони є коштами, які органи місцевого самоврядування отримують лише при потребі збалансування видаткової та доходної частини місцевого бюджету.

Варто зазначити, що матеріальну основу місцевого самоврядування становить майно територіальних громад, а доходи від його використання є джерелом формування фінансових ресурсів, і, відповідно, місцевих бюджетів. Тому виділяти майно як окрему складову фінансової основи, на нашу думку, немає сенсу.

Щодо доходів від об’єктів права державної власності, то варто зазначити наступне. Об’єкти комунальної та інших форм власності було визнано економічною основою і джерелом формування доходів місцевого самоврядування відповідної території ще у 1990 році в СРСР. На сьогоднішній день, суб’єкти права державної власності, згідно законодавства України, є платниками податків, частина яких надходить до місцевих бюджетів. Проте, відповідних надходжень від об’єктів державної власності для розвитку територіальних громад недостатньо. На жаль, А. В. Єфремов не зазначає конкретні види доходів, які повинні приносити територіальним громадам об’єкти державної форми власності.

Враховуючи суспільний характер державної власності, особливо те, що її суб’єктом є український народ, а територіальна громада є його частиною у межах певної території, деякі види доходів від об’єктів державної власності, що розташовані на території громад, поправу можуть вважатися додатковим джерелом фінансування їх потреб. Так як в системі ресурсного забезпечення територіальних громад вагоме місце посідають фінансові ресурси, науково-практичного значення набуває проблема визначення та обґрунтування їх складових елементів.

Економісти, які займаються проблематикою структуризації фінансових ресурсів територіальних громад та їх представницьких органів, мають різні погляди щодо її вирішення. Але, серед складових вищезазначених ресурсів виділяють (рис.1): доходи місцевих бюджетів, кошти цільових фондів, фінансові ресурси підприємств комунальної форми власності, кредитні ресурси, благодійні, спонсорські внески, пожертвування та інші ресурси [8, 9].

Такий підхід до виокремлення елементів у складі фінансових ресурсів територіальних громад та їх представницьких органів, на наш погляд, потребує уточнення. Так, законодавством України передбачено право на утворення органами місцевого самоврядування цільових фондів, проте зазначено, що вони є складовою спеціального фонду

відповідного місцевого бюджету [2]. Окрім того, представницькі органи територіальних громад мають можливість отримувати короткотермінові позики у фінансово-кредитних установах у межах поточного бюджетного періоду для покриття тимчасових касових розривів, що виникають під час виконання загального фонду місцевого бюджету, та здійснювати внутрішні і зовнішні запозичення до бюджету розвитку [10]. При таких умовах, цільові фонди, позики та запозичення, так як і благодійні, спонсорські внески і пожертвування являються складовими доходної частини місцевого бюджету, а не самостійними елементами фінансових ресурсів територіальних громад. Для того щоб уникнення подвійного врахування складових фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування і їх представницьких органів та маючи на увазі організаційні й фінансові особливості функціонування комунальних підприємств, варто розмежувати фінансові ресурси останніх на окремі структурні елементи і не враховувати в їх складі обсягу бюджетного фінансування.

Отже, на нашу думку, самостійними складовими фінансових ресурсів територіальних громад та їх представницьких органів, є (рис. 2): доходи місцевих бюджетів; фінансові ресурси комунальних установ (крім надходжень з місцевого бюджету); фінансові ресурси комунальних комерційних підприємств (крім надходжень з місцевого бюджету); фінансові ресурси комунальних некомерційних підприємств (крім надходжень з місцевого бюджету).

Основною складовою матеріально-фінансової бази функціонування територіальних громад є доходи місцевих бюджетів. Варто відмітити, що за фінансову основу місцевого самоврядування досить часто науковці вважають сам місцевий бюджет [7].

Проте, це твердження, на нашу думку, потребує уточнення. Адже бюджет як об'єктивна економічна категорія відображає сукупність грошових відносин, пов'язаних з розподілом і перерозподілом валового внутрішнього продукту і національного багатства, з метою формування і використання фондів грошових коштів держави та органів місцевого самоврядування [3]. При цьому бюджетні відносини охоплюють, з одного боку, процес формування фонду грошових коштів (доходи бюджету), а з іншого, – процес використання цих коштів (видатки бюджету). Принцип збалансування покладено в основу розрахунку доходної і витратної частин місцевих бюджетів [3].

Як фінансовий план, місцевий бюджет є системою організованих органами місцевого самоврядування заходів щодо соціального й економічного розвитку територіальних громад і складається з двох частин – доходів і видатків. Дослідження економічної сутності даної категорії з різних позицій підтверджує, що місцевий бюджет не можна вважати фінансовою базою місцевого самоврядування, оскільки він включає не лише дохідну, а і витратну частини.

Стратегічне значення у матеріально-фінансовому забезпеченні функціонування територіальних громад належить об'єктам комунального (місцевого) господарства: унітарні комерційні та некомерційні комунальні підприємства, комунальні господарські об'єднання, житловий фонд, нежитлові приміщення, інше майно, природні ресурси, земельний фонд. Самі ці об'єкти покликані забезпечувати життєдіяльність адміністративно-територіальної одиниці, задовольняти потреби громадян у різноманітних суспільних послугах, слугувати джерелом формування фінансових ресурсів територіальних

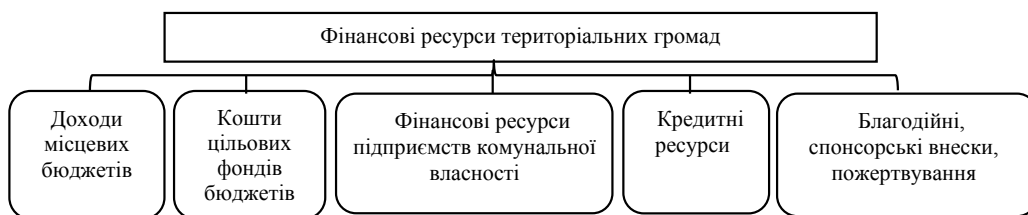


Рис. 1. Структуризація фінансових ресурсів територіальних громад

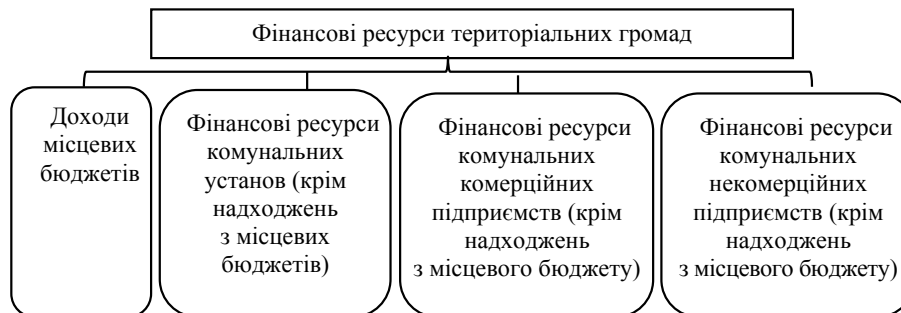


Рис. 2. Самостійні складові фінансових ресурсів територіальних громад та їх представницьких органів

громад та їх представницьких органів. Проте, більшість комунальних унітарних підприємств, у сучасних умовах, навпаки, перебувають на частковому або повному утриманні з місцевих бюджетів, а не виступають їх фінансовими донорами. Так як, з одного боку, ціна та якість продукції й послуг комунальних підприємств є важливим індикатором успішної діяльності органів місцевого самоврядування, а, з другого боку, встановлення фіксованих цін на вищеподані товари та послуги не лише унеможливорює одержання прибутку їх виробниками, а й потребує дотаційної підтримки з боку власника.

Реалії сьогодення свідчать про відсутність не лише економічної, а й соціальної вигоди від володіння об'єктами місцевого господарства, які фінансово неспроможні надати населенню необхідні послуги з оновлення систем життєзабезпечення. На сьогоднішній день більше п'ятдесяти відсотків підприємств комунальної власності працюють у низькорентабельних або нерентабельних галузях [3]. Окрім того, більше третини майнових активів територіальних громад задіяні для обслуговування власне діяльності органів місцевого самоврядування, що, відповідно, вимагає лише затрат на утримання, а доходів для місцевих бюджетів не приносить. По сьогодні не вирішеною залишається проблема вибору стратегічних напрямів трансформації комунального майна: чи його продаж і приватизація, або прийняття або придбання об'єктів відомчого підпорядкування в комунальну власність. Вищеперерахована невизначеність та інші проблемні питання функціонування об'єктів комунального господарства гальмує процес формування матеріальної бази територіальних громад, її якісних та кількісних параметрів, а також позбавляє представницькі органи можливості збільшення ресурсної бази фінансового потенціалу. Загалом, акцент органам місцевого самоврядування варто робити не на перерозподілі певних об'єктів власності, а на створенні необхідних умов для забезпечення максимальної віддачі від використання об'єктів всіх форм власності, які функціонують на підвідомчій території. Даний напрям діяльності органів місцевого самоврядування є особливо вагомий в умовах недостатності коштів місцевих бюджетів. Окремими науковцями увага акцентується на необхідності запровадження самостійного управління територіальною громадою майном комунальної власності та вирішення питань функціонування і розвитку шляхом проведення референдуму або загальних зборів громади [6]. Відповідні нововведення нададуть можливість членам територіальної громади відчувати себе реальними, а не номінальними власниками майна і дадуть змогу у подальшому забезпечити ефективність такого управління.

Висновки і перспективи подальших розробок. Підтримуючи намагання вчених та політиків спри-

яти удосконаленню розвитку місцевого самоврядування в нашій державі, виокремимо наступне: по-перше, забезпечити розвиток територіальним громадам, а відповідно, ефективне управління на практиці самостійно, на нашу думку, неможливо, оскільки для формування спільки людей, незалежно від їх кількості, завжди потрібен лідер (керівник, представник, орган управління тощо); по-друге, вирішення великої кількості питань місцевого рівня шляхом проведення референдуму чи загальних зборів громади, з одного боку, є досить затратним методом управління, а, з іншого боку, не забезпечує його оперативності.

Результати виконаного дослідження засвідчують актуальність вирішення проблеми формування самодостатніх територіальних громад та стимулювання їх до розширення доходів місцевих бюджетів за рахунок ще невикористаних резервів і створення належних умов для матеріально-фінансового забезпечення виконання органами місцевого самоврядування покладених на них функцій і завдань. Зазначені процеси, у свою чергу, потребують досконалого вивчення наявних і потенційних фінансових можливостей територіальних громад та їх представницьких органів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 1 березня 2009 року. – Київ: Вид. Паливода А. В., 2009. – 48 с.
2. Про місцеве самоврядування в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 21 трав. 1997 р. № 280/97-ВР: станом на 24 трав. 2012 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Єгоричева С.Б. Формування та реалізація фінансового потенціалу територіальних громад: монографія / С. Б. Єгоричева, О. В. Тимошенко. – Полтава: ПУЕТ, 2014. – 221 с.
4. Децентралізація як стимул до розвитку територій: замовними мають бути всі [Електронний ресурс] / С. Чернов, С. Татуська, О. Качний. – Режим доступу: <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/decentralizaciayak-stimul-do-rozvitku-teritorij-/p/>
5. Занфіров В. А. Удосконалення управління власністю територіальних громад в Україні / В. А. Занфіров // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 84–90.
6. Алексєєв В. М. Власність територіальних громад в Україні: шляхи розвитку: монографія / В. М. Алексєєв. – Чернівці: Технодрук, 2007. – 335 с.
7. Бадида М. П. Податкова база місцевого самоврядування: монографія / М. П. Бадида. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2010. – 408 с.
8. Гнидюк І.В. Шляхи вдосконалення механізму фінансового наповнення місцевого бюджету та реформування міжбюджетних відносин / І.В. Гнидюк // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський нац. ун-т ім. В.О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 6. – С.676-680
9. Кириленко О. Теоретичні та практичні аспекти фінансового механізму забезпечення органів місцевого самоврядування в Україні / О. Кириленко // Світ фінансів. – 2010. – № 1. – С. 17–27.
10. Бюджетний Кодекс України [Електронний ресурс]: від 8 липня 2010 р. № 2456-VI: станом на 19 травня 2011 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

УДК 336.647

ШУКЛІН Г. В., викл. в. кат.

м. Київ

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНИХ РІВНЯНЬ З ВІДХИЛЯЮЧИМ АРГУМЕНТОМ

Анотація. У статті дано економіко-математичне визначення фінансової стійкості підприємства і запропоновано її аналіз, використовуючи фазові портрети, які будуються за допомогою диференціальних рівнянь з відхиляючим аргументом, що моделюють динамічні процеси діяльності суб'єкта господарювання.

Ключові слова: фінансова стійкість, стабільність підприємства, диференціальні рівняння, фазовий портрет.

Аннотация. В статье дано экономико-математическое определение финансовой стабильности предприятия и предложено осуществлять её анализ с помощью фазовых портретов, которые строятся с помощью дифференциальных уравнений с отклоняющимся аргументом, которые моделируют динамические процессы субъекта хозяйствования.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, стабильность предприятия, дифференциальные уравнения, фазовый портрет.

Abstract. The article gives an economic-mathematical definition of financial stability of an enterprise and proposes of its analysis using phase portraits, which are constructed using differential equations with a rejecting argument that simulates the dynamic processes of the economic activity of the subject of entrepreneurial activity.

Key words: financial stability, resistance of enterprise, differential equations, phase space.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки, особливо в період її переходу від радянської системи до євро інтеграційних процесів, основою підприємства є її фінансова стійкість, яка забезпечує її стабільність. “Фінансова стійкість” є поняттям багатограним і включає в себе чисельні показники, які відображають сутність сьогодення та є маркерами для прогнозування майбутніх змін. Фінансова стійкість є динамічним процесом, який відбувається при здійсненні підприємством господарської діяльності і є головною складовою стійкості підприємства в загалом.

В сучасних умовах господарювання, коли дуже активно розвиваються інформаційні технології, управління підприємством з одного боку перейшло на більш спрощену систему (існує багато програмних продуктів, які в багатьох випадках замінили ручне управління, інтернет банкінги, електронна звітність, тощо), а з іншого боку вимагає від кадрів, які здійснюють це управління, високого рівня підготовки, як в галузі економіки так і в галузі інформатизації.

При здійсненні управління фінансовою стійкістю, фахівець повинен вміти моделювати процеси, які сприяють або навпаки, негативно впливають на стабільність підприємства. Це може здійснювати як на інтуїтивному рівні так і за допомогою економіко-математичного моделювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання фінансової стійкості підприємства приваблює багатьох науковців. Однак, аналіз публікацій за останні часи показав, що дослідники вибирають певні напрямки без здійснення багатофакторного синтезу системи фінансової стабільності підприємства. Серед науковців України принципи управління фінансовою стійкістю підприємства розглядаються в роботах Г. Савицької, А. Поддєрьогіна, О. Гудзь, О. Філімонова, О. Кривицької, Б. Грабовецького, І. Бланка, В. Вітлінського, М. Дем'яненка, Л. Лігоненко, Л. Риманової, І. Фурмана, Ю. Ярошенка та інших. Серед зарубіжних фахівців в роботах М. Абрютіної, В. Артеменка, М. Келендира, І. Балабанова, Ван Хорна, Л. Гіляровської, та інших. Праці цих фахівців мають велике наукове та практичне значення, однак багато завдань в методиці та методології потребують подальшого розвитку.

В сучасних умовах для управління фінансовою стійкістю необхідно будувати моделі, які з одного боку давали прозорий багатофакторний аналіз стабільності підприємства, а з іншого, були гнучкими до адаптації в умовах як внутрішніх так і зовнішніх змін. Саме потреба в створенні математичної моделі управління фінансовою стійкістю підприємства обумовили актуальність даного наукового дослідження.

Метою статті є дати економіко-математичне означення фінансової стійкості підприємства і на базі цього побудувати математичну модель для аналізу фінансової стабільності підприємства за допомогою диференціальних рівнянь з відхиляючим аргументом.

Виклад основного матеріалу. Фінансова стійкість підприємства є основною характеристикою підприємства, завдяки якій можна аналізувати надійність суб'єкта господарювання, його здатність адаптуватися в умовах внутрішніх та зовнішніх змін.

В наукових працях існують різні означення фінансової стійкості підприємства. Згідно Філімоненко О.С., фінансова стійкість – це стан підприємства, при якому розмір його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство є платоспроможним [4]. Однак, дане означення не відображає сутність стійкості, так як майно (активи) не завжди є ліквідними, що не дає змогу підприємству бути платоспроможним. Більш точно стабільність фінансового стану підприємства визначає Бланк І.А.: фінансова стійкість забезпечується високою часткою власного капіталу в загальній сумі фінансових ресурсів, які використовуються [1]. Грабовецький Б.С. вважає, що фінансова стійкість – це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування [2]. Савицька Г.В. визначає фінансову стійкість підприємства, як здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому внутрішньому і зовнішньому середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах доступного рівня ризику [3].

В наукових працях економістів існує ще достатня кількість тлумачень «фінансової стійкості». Так, Фурман І.В. вважає, що фінансова стійкість підприємства – це такий стан фінансових ресурсів, їх розподіл і використання, який забезпечує розвиток підприємства на основі зростання прибутку і капіталу, при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності за умов можливого рівня ризику [5]. Вважаємо, що фінансова стійкість підприємства – це спроможність підприємства зберігати різницю між швидкістю надходження дебіторських зобов'язань та швидкістю погашення кредиторських зобов'язань (як внутрішніх так і зовнішніх) вище заданого додатного порогу, який визначається ростом нерозподіленого прибутку. Саме таке визначення фінансової стійкості підприємства дає можливість побудувати математичну модель для аналізу фінансової стабільності суб'єкта господарювання.

Нехай $D(t)$ – об'єм поточної дебіторської заборгованості (на момент часу t). Швидкість зміни $D(t)$ задовольняє диференціальному рівнянню з відхиляючим аргументом

$$\dot{V}(t) = a(t)V(t) + b(t)V(t - \tau), \quad (1)$$

з початковими умовами

$$V(t) \equiv v(t), \text{ при } -\tau \leq t \leq 0. \quad (2)$$

Функція $a(t)$ – це інтенсивність виникнення дебіторської заборгованості на момент часу t , а функція $b(t)$ – інтенсивність погашення дебіторської заборгованості за період часу τ (тиждень, місяць, квартал, рік) що передує моменту часу t . Функція $V(t - \tau)$ – це об'єм дебіторської заборгованості за попередній проміжок часу. Початкова функція $v(t)$ визначається методами регресійного аналізу на основі спостережень динаміки зміни об'єму дебіторської заборгованості за попередній період часу (Рис. 1).

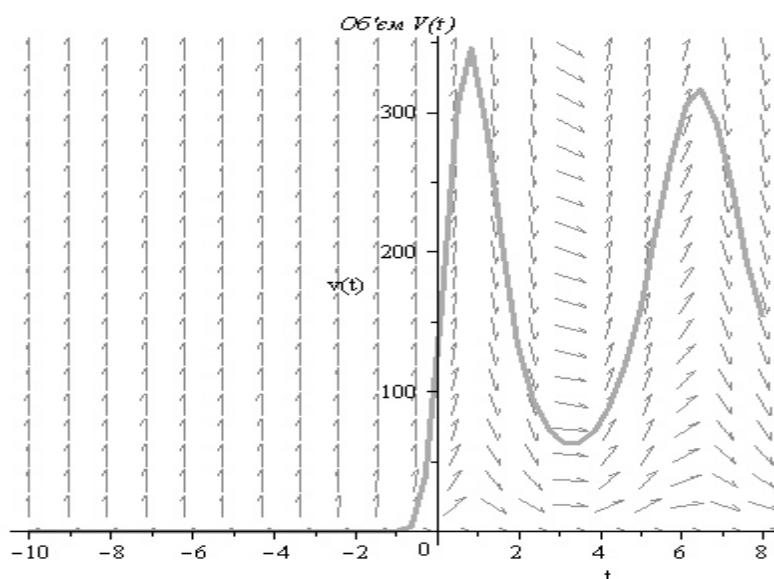


Рис. 1. Динаміка зміни об'єму дебіторської заборгованості, яка описана рівнянням (1)

На Рис. 1 представлено динаміку зміни об'єму дебіторської заборгованості приватного підприємства. За допомогою регресійного аналізу за період $\tau = 10$ днів була побудована функція $v(t)$, графік якої зображено на рисунку в лівій півплощині. В правій півплощині зображено графік інтегральної кривої, яка є розв'язком рівняння (1) з початковими умовами (2). Інакше кажучи, знаючи динаміку попереднього періоду ми будуємо динаміку поточного періоду, яка є початковою для аналізу динаміки в наступних періодах часу.

В роботі [6] розроблено метод розв'язування рівняння (1) з початковими умовами (2), при умові, що функції $a(t)$ і $b(t)$ – постійні. При аналізі динаміки дебіторської заборгованості достатньо знайти математичне сподівання інтенсивностей виникнення і погашення дебіторської заборгованості за період T , і замінити ними $a(t)$ і $b(t)$.

Аналогічно, розглядаємо динаміку зміни кредиторської заборгованості $K(t)$ підприємства.

$$K'(t) = m(t)K(t) + n(t)K(t - \tau), \quad (3)$$

з початковими умовами

$$K(t) \equiv w(t), \quad -\tau \leq t \leq 0. \quad (4)$$

В рівнянні (3) $m(t)$ – інтенсивність виникнення кредиторської заборгованості на момент часу t , а $n(t)$ – інтенсивність погашення дебіторської заборгованості за період часу τ , що передує моменту часу t . Початкова функція $w(t)$ також визначається методами регресійного аналізу на основі спостережень динаміки зміни об'єму кредиторської заборгованості за попередній період часу (Рис. 2).

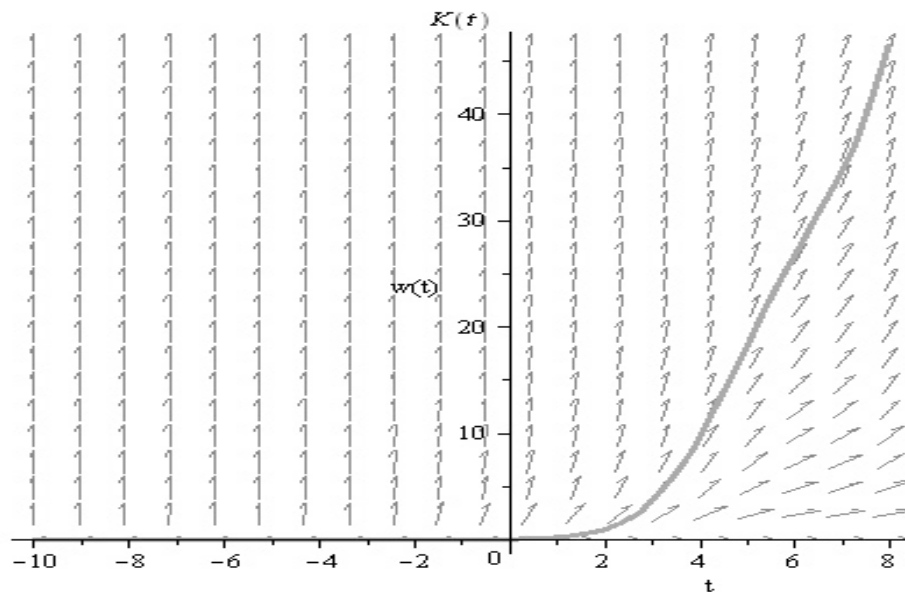


Рис. 2. Динаміка зміни об'єму кредиторської заборгованості, яка описана рівнянням (3)

На рис. 2 представлено динаміку зміни об'єму кредиторської заборгованості того ж самого приватного підприємства, що і було представлено на рис. 1.

Критерієм стійкості є умова

$$D(t) = K(t) + P(t), \quad (5)$$

де $P(t) > 0$ – швидкість формування нерозподіленого прибутку. Маючи залежність $D(t)$ і $K(t)$, будуються фазові портрети динаміки дебіторської і кредиторської заборгованостей. (Вони представлені на рис. 1 і рис. 2.)

Як видно з рисунків, для даного підприємства залежність (5) не виконується. Незважаючи на стабільну динаміку зміни дебіторської заборгованості (права півплощина рис. 1), кредиторська заборгованість зростає значно швидше (права півплощина рис. 2). Тому швидкість формування нерозподіленого прибутку підприємства приймає від'ємне значення, що призводить до порушення фінансової стійкості підприємства за вказаний період. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що підприємству необхідно залучати додаткові фінансові ресурси для поточної стабілізації.

Висновки. Побудова математичної моделі динамік об’ємів дебіторської і кредиторської заборгованостей підприємства за допомогою диференціальних рівнянь з відхиляючим аргументом, дають можливість аналізувати швидкості змін об’ємів заборгованостей і будувати функцію залежності між ними. Це дає змогу своєчасно виявляти негативні тенденції діяльності підприємства, які сприяють порушенню фінансової його стійкості. Також, модель дає можливість породжувати нову інформацію, яку на рівні статистичних даних не було виявлено і дає змогу створювати управлінські стратегії для підтримки фінансової стабільності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент / И.А. Бланк. – К: Ника-Центр; Эльга, 2001. – 528 с.
 2. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/ekonomichniy-analiz-grabovetskiy-bye>.
 3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2005. – 662 с.
 4. Філімоненков О.С. Фінанси підприємства / О.С. Філімоненков. – К.: Кондор, 2005. – 400 с.
 5. Фурман І.В. Процес управління фінансовою стійкістю підприємства та шляхи його вдосконалення / І.В. Фурман // Економіка, менеджмент бізнес.- 2017.- № 1.- С.31-36.
 6. Хусаинов Д.Я. Об одном представлении решений линейных систем с запаздыванием. /Д.Я. Хусаинов, А. Ф. Иванов, Г.В. Шуклин.// Дифференциальные уравнения.- 2005.- Том 41.- №7.- С. 1001-1004.
-

II. МЕНЕДЖМЕНТ, ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

УДК: 004.413

БОРИСЕНКО О.В.

м. Київ

МЕТОДИ КОМАНДНОЇ РОБОТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ПРОГРАМУВАННЯ. СУЧАСНІ ВИМОГИ ІТ-РИНКУ

Анотація. У статті викладено сучасні вимоги до технічних знань і компетенцій, що необхідні програмістам. Висвітлено методи та рекомендації для побудови оптимального навчального процесу. Один із ефективних методів, який досліджується в статті, – робота над груповими проектами.

Ключові слова: ІТ, робота в команді, компетенції програмістів, вивчення мов програмування, ІТ-ринок праці.

Аннотация. В статье изложены современные требования к техническим знаниям и компетенциям, которые необходимы программистам. Показаны методы и рекомендации для построения оптимального учебного процесса. Один из эффективных методов, исследуемый в статье, – работа над групповыми проектами.

Ключевые слова: ИТ, работа в команде, компетенции программистов, изучение языков программирования, ИТ-рынок труда

Abstract: The ability to work effectively in teams is an essential skill for programmers. Building on teaching experience and work experience in IT-teams defined and prescribed effective algorithms and tasks for working in teams.

Key words: IT, teamwork, the competence of programmers, study of programming languages, IT labour market.

Постановка проблеми в загальному вигляді. У сучасному суспільстві набули значного розвитку інформаційні технології. Уже зараз вивчити та освоїти на достатньому рівні всі доступні мови програмування та технології навіть впродовж цілого життя – неможливо. У статті викладений аналіз ринку ІТ, особливості ринку праці в цій галузі, рекомендовано технології та методи вивчення мов програмування, особливості навчання та адаптації молодих спеціалістів до сучасних вимог ІТ-ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджено методики вивчення програмування та роботи в команді. Проаналізовано ринок освітніх послуг в ІТ-галузі, а саме: курси з програмування, школи, конференції, тренінги та семінари. Вивчені звіти та опитування стосовно сучасного ринку праці в ІТ.

Питання роботи в команді як необхідної компетенції для ефективної роботи в середині ІТ-компаній/команд та стартапів малодосліджене та рідко інтегрується в навчальний процес. У багатьох випадках вивчення та написання коду відбувається самостійно без отримання досвіду взаємодії з іншими людьми та необхідних знань для спільної розробки.

Мета статті полягає в дослідженні сучасних методів і технологій вивчення програмування, а також пошукові можливості для інтеграції ефективних методів у навчальний процес. Визначено засоби та педагогічні особливості, які необхідні для підготовки кадрів для ІТ-ринку. У статті розглянуто кейси та інструменти, які дозволяють людям, що вивчають програмування, набути необхідних компетенцій та навичок для командної роботи.

Виклад основного матеріалу

Аналіз ринку показує, що кількість вакансій та компаній, які пропонують можливості для розвитку в сфері інформаційних технологій, постійно зростає. Водночас слід зазначити, що кількість відгуків на вакансії, а отже, кількість кандидатів збільшується з більшою швидкістю, ніж число вакантних позицій. Відповідно – зростає конкуренція. Українська ІТ-галузь орієнтована на експорт послуг, за різними оцінками від трьох до п'яти відсотків ВВП створює ІТ-галузь. Отже, ця галузь генерує грошовий потік валюти, що в умовах нестабільного курсу національної валюти формує великий попит на

отримання ІТ-освіти, проходження курсів або додаткової освіти.

Отримання додаткових знань та навичок дозволить підвищити шанси на отримання відповідних посад в ІТ-галузі. Вище згадані особливості, в тому числі, обумовлюють і зростання кількості людей, що вже мають певну вищу освіту, або працюють в іншій сфері та прагнуть змінити сферу зайнятості, таких людей називають свічерами (від англ. switch – перемикач). Прогнози [2] вказують на те, що у випадку відсутності різкої зміни фінансової політики, галузь продовжить зростати та зможе продемонструвати ріст до 20 % у 2018 році. Усе частіше в бізнес-середовищі під час оцінювання потенційних кандидатів застосовують компетентнісний підхід. Компетенція – це сукупність психічних особливостей, навичок та знань виконувати певну діяльність. Наприклад, серед компетенцій, які роботодавці бажають бачити у молодого випускника, є таке: вміння виконувати роботу вчасно, увага до дрібниць, пунктуальність, швидке засвоєння інформації, вміння працювати з великою кількістю інформації [1].

Всесвітній ринок праці в галузі інформаційних технологій. Наразі на світовому ринку почали з’являтися та розвиватись такі напрямки та технології: *Blockchain* (розподілені безпечні бази даних), *Big Data* (робота та аналіз великої кількості даних), *machine learning* (машинне навчання), робототехніка, *artificial intelligence* (штучний інтелект), *VR/AR* (віртуальна реальність/доповнена реальність). У всіх зазначених напрямках використовуються різні програмні продукти та технології, водночас дуже часто центри з розробки (Research and Development, R&D), компанії та стартапи розміщують в Україні. Це пов’язано з великою кількістю спеціалістів із різних технологій та мов програмування, відносно нижчою оплатою праці, наявністю необхідної інфраструктури та експертизи.

За форматом роботи та джерелами доходів компанії в сфері інформаційних технологій можна розділити на чотири напрямки:

1. Продуктові компанії – ІТ-компанії, що займаються розробкою своїх програмних продуктів або пристроїв із застосуванням сучасних технологій. Основне джерело прибутків для такого типу компаній – це продаж своїх розробок приватним клієнтам (B2C), іншим бізнес-організаціям (B2B), державному сектору (B2G). Приклади українських продуктових компаній: “Petcube”, “MacPaw”, “Depositphotos”, “Readdle”.

2. Аутсорсингові компанії – ІТ-компанії, які надають послуги під замовлення інших ІТ-компаній або бізнесів. Серед переліку послуг аутсорсингових компаній можна виділити таке: розробка програмного забезпечення, дизайн, проведення досліджень та аналітика, тестування продуктів та програм, проєктування та розробка сайтів/мобільних додатків,

розробка ігор. Варто зазначити що аутсорсингові компанії можуть як реалізовувати проєкти “під ключ”, так і залучатись до окремих етапів розробки. Основне джерело прибутків – це надання послуг бізнесу (B2B). Найбільші українські аутсорсингові компанії: “SoftServe”, “Eleks”, “Miratech”, “Sigma Software”, “GlobalLogic”, “Ciklum”, “EPAM”, “Luxoft”.

3. Аутстафінгові компанії – тип компаній, які організовують та підтримують необхідну робочу інфраструктуру для роботи окремих ІТ-спеціалістів на компанії-замовники. Серед послуг, що надають аутстафінгові компанії є таке: пошук та підбір спеціалістів, адаптація та мотивація персоналу, надання робочого місця, організація робочого простору та технічний супровід.

4. Стартапи (Startups). У стартап-ринку України є низка особливостей, зокрема більшість стартапів орієнтовані на західні ринки. На відміну від ринків США та Європейського Союзу, де стартапи, передусім орієнтуються на внутрішнього користувача. Деякі стартапи використовують модель краудфандінгу (фінансування громадою) для залучення коштів на розробку своїх продуктів, зокрема використовуються найбільш відомі платформи: “Kickstarter” та “Indiegogo”. Якщо ж говорити про розробку проєктів для локального ринку, то зазвичай використовується українська краудфандінгова платформа “Велика Ідея”. Серед найбільш відомих українських стартапів можна відмітити “Concepter”, “Ecoisme” та “Looksergy”, який був проданий за рекордну для українського ринку ІТ суму – \$150 млн.,

Ринок формує свою власну інфраструктуру та вимоги до спеціалістів, а отже, з’являється потреба у відповідних експертах, що в свою чергу впливає на вищі навчальні заклади, які займаються навчанням відповідних кадрів, розробку ними спеціалізованих курсів й освітніх програм. Нижче викладено певні методики викладання та командної роботи, які дозволяють ефективно та якісно підготувати спеціалістів для ІТ-ринку.

Методика викладання мов програмування.

Мови програмування почали свій розвиток із виникненням перших обчислювальних машин та комп’ютерів. Найбільш універсальною мовою програмування є мова програмування C, що була розроблена співробітниками “Bell Laboratories”. Наразі цією мовою програмування написані ядра найбільш відомих операційних систем, серед яких *Linux*, *GNU*, *Windows*. Під час вивчення мов програмування варто приділити увагу опануванню основ алгоритмів, пройти стислий курс математики для програмістів, для чого автор радить ознайомитися з книгами “Вступ до алгоритмів” Томаса Кормена, Чарлза Лейзерсона, Рональда Рівеста і Кліффорда Стейна [5] та “Конкретна математика: основи інформатики” Рональда Грема, Дональда Кнута і Олена Паташніка [4].

Мови програмування можна умовно розділити на низькорівневі мови програмування, оператори яких є мнемонічним позначенням машинних команд процесора, наприклад, мова асемблера, та мови високого рівня. Низькорівневі мови програмування використовують для створення ефективних і компактних програм, оскільки розробники мають змогу отримати доступ до всіх можливостей процесора. Мови низького рівня, як правило, використовують для написання невеликих системних програм, драйверів пристроїв, модулів стиків із нестандартним обладнанням, програмування спеціалізованих мікропроцесорів, коли найважливішими вимогами є компактність, швидкодія та можливість прямого доступу до апаратних ресурсів.

Низькорівневі мови рекомендуються до вивчення майбутнім спеціалістам, які планують програмувати під процесори, створювати програми для взаємодії різних комп’ютерних пристроїв і технологій. Високорівневі мови програмування можна умовно розділити на функціональні мови та мови програмування, що підтримують об’єктно орієнтований підхід.

Якщо казати про початок вивчення мов програмування, то рекомендується почати вивчення з мови програмування C, оскільки, досягнувши її, студент зрозуміє основні принципи роботи з пам’яттю. Більшість популярних мов програмування, серед яких *Java*, *C#*, *Python*, наслідують синтаксис та принципи компіляції, які використовуються в мові програмування C, тому той, хто опанував цю мову, може набагато легше та швидше оволодіти іншими об’єктно орієнтованими мовами програмування.

Отже, ефективний алгоритм вивчення сучасних популярних мов програмування виглядає так:

1. Вивчення основ алгоритмів та засвоєння тематики для програмістів.
2. Вивчення мови програмування C.
3. Знайомство з об’єктно орієнтованою парадигмою програмування.
4. Вивчення мови програмування, що підтримує об’єктно орієнтовану модель (*C++*, *Python*, *Java*, *C#*).

4.1 Для веб-розробників: вивчення мови розмітки HTML та CSS, вивчення *javascript*, оволодіння одним із веб-фреймворків.

4.2 Вивчення інших вузькоспеціалізованих мов програмування та фреймворків.

Самі по собі знання, досвід роботи та програмування на тій чи іншій технології не є достатньою умовою для роботи в ІТ-компанії, оскільки часто від програмістів також вимагають вміння роботи в команді, контролю робочого часу, вміння самостійно та за допомогою команди вирішувати складні задачі. Отже, досвід роботи в команді – необхідний. Швидше за все, вище зазначені навички можна отримати під час виконання групового проекту.

Робота над груповими проектами, як метод досягнення необхідних компетенцій.

У переважній більшості ІТ-компаній процеси побудовані таким чином, що спеціалістам із розробки та проектування програмного забезпечення необхідно працювати в команді, якщо ж йдеться про аутсорсингові та аутстафінгові компанії, то ще й досить часто спілкуватись із замовниками або кураторами. Навіть людям, які працюють фрілансерами (“самозайняті” працівники, які реалізують конкретні замовлення клієнтів) теж необхідно взаємодіяти з клієнтом та застосовувати м’які навички [6] для кращої комунікації та колаборації.

Отже, було окреслено такий список нетехнічних навичок та компетенцій, які необхідні для роботи в ІТ-компаніях: робота в команді, вміння управляти своїм часом, навички переговорів, презентаційні навички, вміння структуровано та стисло висловлюватись, вміння переконувати співрозмовників, знання англійської мови (або іншої мови на якій спілкується замовник). Більшість із цих навичок не входить у стандартну програму коледжів і ВУЗів, відповідно – студентам треба напрацьовувати ці навички самостійно.

Один із ефективних методів, який використовує автор, – це виконання групових завдань.

Алгоритм дій виглядає наступним чином:

1. У рамках навчального процесу, після засвоєння студентами необхідних теоретичних матеріалів пропонується практичне групове завдання.

2. Студенти діляться випадковим чином на команди (від 2 до 8 осіб) [7]. Важливо саме рандомно поділити на команди, щоб студенти мали змогу попрацювати в умовах нового середовища, та навчилися вибудовувати стосунки та робочу взаємодію з різними людьми.

3. Оголошуються деталі та додаткові правила, акцентується увага на кінцевому терміні (*deadline*), до якого треба виконати та оформити до представлення матеріали, після – команди приступають до роботи.

У завданні повинна бути чітко прописана кінцева мета та результат, якого команда повинна досягнути, алгоритм досягнення кінцевої мети та шляхи реалізації команда повинна визначити самостійно. Така самостійність надає змогу розкрити лідерський потенціал у членах команди. Самостійний розподіл обов’язків і контроль виконання завдань дозволяють розвинути комунікаційні навички, навички переговорів та переконання. У процесі виконання завдання команда вчиться управляти часом роботи та визначає скільки уваги та ресурсів приділити тій чи іншій задачі. Також кожен із членів команди самостійно вчиться визначати необхідну кількість часу та ресурсів для виконання персональних завдань усередині команди.

Одна з сучасних вимог до розробників і програмістів – це оволодіння системами управління проектами та контролю робочого часу. Студентам варто поставити вимогу: вести комунікацію та розподіл задач, використовуючи онлайн сервіси чи програми. Використання відповідних сервісів чи програм виробить навички формулювання та розподілу задач, дозволить кожному з членів команди подивитись відповідального за той чи інший напрямок та переглянути поточний статус виконання задач. Автор радить до використання один із наступних сервісів:

- <https://taiga.io/>
- <https://worksection.com/>
- <https://trello.com/>
- <https://www.atlassian.com/software/jira>

Перші три сервіси є умовно безкоштовними або цілком безкоштовними, тож не будуть потребувати від студентів фінансових затрат для їх використання

Тип задач або проектів, які пропонуються для реалізації, можна розписати так:

- для інженерних спеціальностей: створити пристрій для вирішення певних задач; вдосконалити вже існуючі пристрої та прилади; запропонувати раціоналізаторське рішення.
- для програмістів: розробити програму; створити свою власну бібліотеку для вирішення визначеного кола задач; створити мобільний додаток або сайт; створити функцію/клас для вирішення заданої проблеми.
- для творчих спеціальностей в ІТ: спроектувати інтерфейс програми; розробити дизайн сайту; створити айдентіку для визначеної компанії;
- для аналітиків, проектних менеджерів, управлінців в ІТ: визначити потреби замовника та скласти технічне завдання; організувати роботу команди та забезпечити контроль за виконанням завдань;
- для тестувальників: розробити скрипти для тестування програмного продукту; автоматизувати чинний процес автоматизації; проаналізувати та скласти список рекомендованих змін для вдосконалення визначеного

Протягом командної роботи повинні розвиватись не тільки м'які навички, а і заглиблення в певну сферу, технологію або мову програмування. Для цього перед командою повинні ставитись не тривіальні задачі, а такі, для реалізації яких немає готових рішень.

Водночас виникає додаткова проблема, пов'язана зі швидким розвитком мов програмування, створенням додаткових розширень та фреймворків, що з одного боку покликані полегшити роботу програмістів, а з другого – створюють додаткові проблеми, пов'язані з вирішенням різних помилок та

обмежень, які у свою чергу пов'язані з розширенням/фреймворком. Вище згадану проблему можна вирішувати теж через командну роботу над навчальними або робочими проектами, коли за групою закріплюється відповідний експерт, який знає та володіє новою технологією/фреймворком і може консультувати та супроводжувати групу протягом виконання та реалізації завдання або проекту.

Full Stack Developer та інші тенденції на ринку веб розробників.

Full Stack Developer – це веб-розробник, що володіє знаннями та досвідом у розробці як інтерфейсу, так і серверної частини веб-проекту. Ця професія виникла кілька років тому, коли на ринку веб-розробки була велика кількість спеціалістів, які вміли розробляти лише серверну (back end) частину або проектувати інтерфейс для клієнтської взаємодії (front end). У ринку, на якому також була велика кількість маленьких компаній, зросла потреба зменшити витрати на розробку веб-продуктів [3]. Наймати окремо backend розробника і frontend розробника дорожче, ніж мультифункціонального розробника, який може самостійно спроектувати інтерфейс, бази даних, розробити серверну частину та реалізувати верстку, а в кінці протестувати все зроблене. Таких спеціалістів почали називати Full Stack Developer, стек – це набір технологій, мов програмування та фреймворків, які використовуються для успішного виконання задач, що поставили перед відповідним спеціалістом. У компаніях, де немає поділу на frontend/backend розробників, на проектах є посади, що як правило, покривають декілька сфер розробки продуктів для вебу, наприклад, проектування та дизайн інтерфейсів, frontend/backend розробник, тестувальник тощо. Стеком технологій Full Stack Developer зазвичай складається з мови програмування *javascript*, мови розмітки *html* та *css*, *javascript framework*, однієї з мов програмування: *PHP*, *Python*, *Java* та відповідних фреймворків).

Для успішного оволодіння необхідним обсягом знань та навичок для посади Full Stack Developer необхідно пройти всі стадії розробки. Типи персональних та групових завдань, які можна використовувати для отримання необхідного досвіду:

- персональні: без використання CMS (Система керування вмістом від англ. Content Management System) розробити сайт-візитку; створити веб-додаток для представлення певного товару або послуги;
- групові завдання: створити портал для заданої тематики; створити агрегатор новин; розробити комплексний інтернет-форум;

Завершальним і важливим етапом групової роботи над проектом є перевірка виконаної роботи замовником або викладачем та зворотній зв'язок.

Перевірка виконаного проекту повинна проходити в присутності всієї команди з отриманням роз’яснень та уточнень у разі, якщо виникають запитання. Зворотній зв’язок повинен надаватись як замовником/викладачем усій команді, яка брала участь у реалізації проекту, так і кожним із членів команди – усі повні сказати про висновки та спостереження, які зробили упродовж реалізації проекту, та надати зворотній зв’язок кожному з членів команди. Після цього команда повинна систематизувати зворотній зв’язок та відгуки про результати своєї роботи та провести роботу над помилками або вдосконаленням проекту.

Висновок. Технології постійно розвиваються і змінюються, за останні 5 років з’явилися нові напрямки роботи: *Blockchain* (розподілені безпечні бази даних), *Big Data* (робота та аналіз великої кількості даних), *machine learning* (машинне навчання), робототехніка, *artificial intelligence* (штучний інтелект), *VR/AR* (віртуальна реальність/доповнена реальність). Стрімкий розвиток виробництва мікропроцесорів та робототехніки спричинив збільшення ринку праці для висококваліфікованих програмістів. ІТ-галузь швидко розвивається і постійно потребує різного роду спеціалістів та працівників. Швидкий розвиток сфери формує нові вимоги до технічних та соціальних навичок спеціалістів, що в свою чергу потребує нових технологій та методів навчання. Важливою компетен-

цією також є вміння швидко шукати та працювати з необхідною інформацією та навички швидкого навчання. У статті був запропонований алгоритм вивчення мов програмування, а також описана методика роботи в командах та виконання групових завдань для отримання необхідного досвіду роботи в команді та оволодіння компетенціями, які відповідають сучасним вимогам ІТ-ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналіз стану ринку праці в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hr-blog.info/аналіз-стану-ринку-праці-в-сучасних-ум/>.
2. Український ІТ-ринок: підсумки 2016 і перспективи 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/2016-summary/>.
3. Borysenko O.V. Social and legal aspects in the students employment system in Ukraine, Scientific conference, Vilnius – April, 9-11 2014 [Electronic recourse]. – Access mode: http://www.mruni.eu/mru_lt_dokumentai/naujienos/2014/Balandis/04%2004%20Mokslines%20minties%20sventes%20programa.jpg.
4. Graham R. L. Concrete Mathematics: A Foundation for Computer Science / R. L. Graham, D. E. Knuth, O. Patashnik. – Boston: Addison-Wesley. – 657 с. – (2nd edition).
5. Introduction to Algorithms / T. H. Cormen, C. E. Leiserson, R. L. Rivest, C. Stein. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. – 1312 с. – (3rd edition).
6. Sonmez J. Z. Soft Skills: The software developer’s life manual / John Z. Sonmez. – New York: Manning Publications Co, 2015 – 504 p.
7. The John Adair Handbook of Management and Leadership; ed. by Neil Thomas. – London: Thorogood, 2004. – 242 p.

УДК: 339.138:659.126

ЕСМАХАНОВА А. У., к.э.н.

г. Киев

СУЩНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БРЕНДИНГА

Аннотация. В статье рассмотрены особенности брендинга, исследованы тенденции, влияющие на его развитие.

Ключевые слова: брендинг, бренд, брендбук.

Анотація. У статті розглянуто особливості брендингу, досліджено тенденції що впливають на розвиток брендингу.

Ключові слова: брендинг, бренд, брендбук.

Abstract. In the article the features of branding are considered, tendencies influencing on development of branding are investigated.

Keywords: branding, brand, brandbook.

Постановка проблемы. Брендинг – процесс создания и развития бренда. Он включает все этапы: от создания продукта – до продвижения и рекламы. Брендинг помогает:

- подчеркнуть конкурентные преимущества и ценности товара;

- раскрыть эмоциональную составляющую бренда;
- создать связь между товаром и потребителем;
- сделать образ бренда индивидуальным, не похожим на другие.

Инструменты брендинга позволяют сделать товар лучше, заинтересовать потребителя, заставить его купить что-либо, и полюбить бренд.

Анализ последних исследований и публикаций.

Хотя тематика брендов и брендинга получила право на жизнь достаточно давно, в последние десятилетия она обрела второе дыхание и значительно расширила сферу своей активности. Мы уже спокойно говорим “бренд-персона”, “город-бренд” и даже “страна-бренд”. Желание “казаться” успешным порой начинает доминировать над желанием “быть” им, а яркий слоган, удачное название, броский логотип воспринимаются чуть ли не как панацея от неудач в конкурентной борьбе. На создание, улучшение и распространение брендов тратятся колоссальные средства, а права на бренд и на его использование становятся источником немалых финансовых поступлений. Вопрос определения сущности понятия “бренд”, “брендинг”, их составляющих и эффективности не является новым в маркетинге. Они рассмотрены в мировой теоретической науке и практике, а так же представлены трудами таких ученых, как Д. Аакер, К. Асплунд, И. Рейн, Ж.Ламбен, Р. Бест, Ф. Котлер, Н. Кляйн, Д. Огилви и др.

Целью статьи является определить основные факторы, которые повлияют на брендинг и бренды в будущем.

Изложение основного материала.

Брендинг – это собственно процесс создания и развития бренда, основной способ дифференциации продуктов, инструмент продвижения товаров на рынок и создания долгосрочной связи с потребителями на основе актуальных для потребителей ценностей, заложенных в бренд. Если сказать короче, то брендинг – это комплекс последовательных мероприятий, направленных на создание целостного и востребованного потребителем имиджа продукта или услуги. Совсем коротко: брендинг – это управление брендом.

Цель брендинга – создание четкого образа бренда и четкое формирование направления коммуникаций. Брендинг включает в себя работы по исследованию рынка, позиционированию продукта, созданию имени, дескриптора, слоган, системы визуальной и вербальной идентификации, использованию идентификационных и коммуникационных носителей, отражающих и транслирующих идею бренда.

Дэвид Огилви назвал брендом неосознаваемую сумму свойств продукта: его имени, упаковки, цены, истории, репутации и способа рекламирования. Бренд – это:

- уникальное эмоционально позитивное образ-представление, обусловленное особенностями продукта и его обрамления, ставшее широко известным общественности и принятое определенными группами людей – аудиториями бренда;

- обещание потребителям желаемых потребительских свойств и уровня качества;
- гарантия качественного удовлетворения запросов потребителя, получения конкретных выгод;
- повышенный субъективный уровень ценности продукта для потребителя и его удовлетворенности, формируемый через позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению данного продукта и напоминающих о нем;
- инструмент быстрого и уверенного потребительского выбора и принятия решения о покупке;
- важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов фирмы, основание для назначения более высокой цены, часто сам по себе – наиболее ценный актив экономики фирмы. Бренд формируется как коммерческое предложение на основе ярко выраженного позитивного имиджа продукта, включая уникальные возможности удовлетворения тех или иных запросов потребителей и является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтении.

Бизнес-процесс. Бренд в наши дни – неотъемлемая часть активов организации, а брендинг – один из инструментов эффективного ведения бизнеса. Процесс создания и развития брендов реализуется посредством брендинга. Однако в экономической литературе не выработано единого мнения, по поводу того, что же представляет собой брендинг и как он связан со стратегией всей организации.

Брендинг определяют как “процесс создания и последующего управления уникальным объектом потребления, который является привлекательным для потребителя и служит носителем добавленной стоимости”. То есть бренд, превращаясь в “привлекательный” объект потребления предоставляет возможность оптимального удовлетворения потребности покупателю. Однако в ходе брендинга создаются, подчеркиваются и позиционируются уникальные свойства именно товара.

Задача концепции бренда – донести маркетинговую идею бренда до потребителя. В реальности в основе любого бизнеса лежит идея и только идея, а не деньги. Деньги и прибыли, накопление капитала – это следствие правильной работы с идеей, которую развиваешь. Идея приобретает ценность только в процессе развития.

Исследования. Анализируя сущность понятия “брендинг”, можно отметить, что выделяют “исследование” в качестве одного из этапов брендинга, определяя его вторым после установления начальной идеи, которое позволяет сформулировать характеристики бренда и его место на рынке по отношению к конкурентам.

Информация, полученная в ходе исследований, становится отправной точкой в разработке бренд-

стратегии. В исследованиях, посвященных брендам, выясняются важные для потребителей характеристики продукта или услуги (те самые обещания бренда), а также ряд других вопросов, которые возникают при создании и продвижении бренда. Кто являются потребителями продукта или услуги? Каковы характеристики ядра целевой аудитории – тех, кто наиболее активно пользуется продуктом или услугой? Ибо Брендинг – это один из способов манипулирования потребителями. С его помощью вы можете сделать свой продукт или компанию непохожими на другие, чтобы получить максимум дохода от потенциальных клиентов.

В зависимости от рынка и продукта, а также конкретных вопросов о потребителе, программа исследований в рамках разработки стратегии бренда может включать в себя несколько составляющих, использующих различные методы исследований.

Стратегия. Эффективная стратегия продвижения бренда должна помогать компании улучшить репутацию, повысить ее актуальность и видимость для целевой аудитории.

Бренд строится на приверженности какой-либо из ценностей человека, его представлении о том, что “модно”, “современно”, “престижно”, “позволяет проявить заботу”, а что – продемонстрировать “компетентность”. У каждого человека возможны тысячи и тысячи подобных оценок, и задача бренда – соответствовать одной из них, важной в данном контексте потребления, актуальной для данного рынка или товарной категории.

Стратегия включает в себя следующие элементы:

- Кто является целевой аудиторией?
- Какое обещание (предложение) следует сделать этой аудитории?
- Какое доказательство необходимо ей привести, чтобы показать, что это предложение чего-то стоит?
- Какое конечное впечатление следует оставить?

Стратегия бренда также определяет, с помощью каких методов четыре перечисленные выше пункта могут быть выполнены – то есть то, как товар сделан, назван, классифицирован, упакован, выставлен и прорекламирован. Обещание преимуществ, даваемых авторами бренда – это та основная идея, которая лежит в основе бренда.

Позиционирование – это платформа для всех следующих действий, разработанных для этого бренда. Для создания успешного бренда стоит обратить внимание на другие бренды, присутствующие на том же сегменте рынка. Это позволит, во-первых, избежать дублирования уже существующего бренда на рынке, во-вторых, учесть ошибки и просчеты, совершенные конкурентами, в-третьих, может натолкнуть на оригинальную идею.

Айдентика. Деятельность по разработке и формированию узнаваемого образа компании, товаров

или услуг, неразрывно связана с таким понятием, как айдентика бренда. Айдентика – набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации компании, объединенных одной идеей. Основная 1-я задача данного набора – выделить компанию среди конкурентов сегмента рынка, где она работает или только собирается заявить о себе. 2-я задача – создать и закрепить узнаваемый образ у потребителей, четко связанный с самой компанией и ее наименованием (в случае известной компании с ее Брендом).

Вербальная идентификация бренда:

- нейминг;
- слоган;
- стиль текстовых коммуникаций;
- тон общения;

Вербальная и визуальная идентификации – первая граница знакомства потребителей с товаром, именно они складывают первичное представление о бренде. Нейминг – разработка названия торговой марки, результат анализа, который включает в себя творческий процесс и тестирование подходящих вариантов на целевой аудитории. Название – посредник в коммуникации клиентов и бренда, поэтому оно должно отображать суть бренда.

Визуальная идентификация бренда:

- концепция;
- атрибуты;
- система дизайна;
- носители стиля;
- фирменный стиль;

Самое большое заблуждение, которое укоренилось на рынке – это то, что под брендингом или разработкой брендбука подразумевают – фирменный стиль и визуализацию бренда. Без разработки платформы бренда, стратегии и исследований вы получите лишь красивую картинку, но не бренд. Описание всех носителей фирменного стиля в едином документе – это не брендбук, а руководство по фирменному стилю. Система визуализации бренда содержит необходимый набор визуализации элементов фирменного стиля и включает в себя следующее:

- логотип и его вариации;
- цветовая палитра;
- шрифты и типографика;
- элементы графики и фон;
- иконки и инфографика;
- стиль иллюстраций и фотообразы;

Брендбук – это инструмент, который помогает компании выстраивать свои отношения с рекламными компаниями, партнерами и целевой аудиторией. Это база, на которой основывается все позиционирование компании на рынке. Только в таком варианте брендбук позволит вам оптимизировать рекламу, расходы на рекламу, добиться узнаваемости фирмы среди покупателей.

Получается, что брендбук – это не что иное, как свод правил, на которые должна опираться компа-

ния при позиционировании себя на рынке. При этом учитывайте, что любая коммуникационная деятельность компании направлена в первую очередь на покупателей. Значит именно с покупателей, целевой аудитории и должен начинаться брендбук.

Документирование и паспортизация:

- нейминг;
- паспортизация стандартов;
- описание носителей фирменного стиля;
- руководства по внедрению фирменного стиля;

Именно этот этап принято считать основным при разработке бренда, но это лишь техническая работа по оформлению и верстке сопроводительной документации к визуальным носителям стиля, объединяющая все, что было разработано на предыдущих этапах.

Внедрение:

- адаптация;
- регламенты;
- средства коммуникации;
- сопровождение и надзор;

Самый долгий, трудоемкий и дорогой этап – запуск, продвижение и воплощение торговой марки в жизнь. На данном этапе происходит визуализация всех точек соприкосновения с брендом.

Тенденции развития брендинга.

Сегодня без активного взаимодействия с аудиторией не обойтись. Развитие цифровых технологий заставляет многие бренды существенно пересмотреть концепцию своего развития. Ключевые инструменты брендинга стремительно теряют свою эффективность – в атмосфере всеобщей доступности информации прежние тактики не работают, а это значит, что нужно изобретать новые подходы.

Очевидно, что в брендинге будут доминировать три основных тренда:

- работа в социальных медиа;
- взаимодействие с пользователями мобильных устройств;
- развитие интернета вещей.

Международное брендинговое агентство “Landor Associates” проанализировало новые тенденции и предлагает взглянуть на тренды, которые изменят бренды:

1. “VR, знакомься, – это B2B”.

Виртуальная реальность (VR) сейчас является чем-то особенным, и эта технология дает нашим маркетологам больше способов подойти к потенциальным клиентам. Виртуальная реальность открывает новое – это прыжок в совершенно новое место в другой концептуальной галактике. Ощущение полного погружения обеспечивает новый уровень эмпатии – и эмпатия – лучший способ описать, как наилучшим образом использовать эту инновационную технологию.

Виртуальная реальность пока еще не так популярна, однако это хорошая ниша. Согласно отчету “Yes Lifestyle Marketing”, всего 8 % опрошенных

маркетологов говорят, что в настоящее время они используют виртуальную реальность для своих маркетинговых кампаний, а также примерно четверть подумывают об использовании технологии в будущем.

Исследования показывают, что виртуальная реальность будет популярна через 5-10 лет или даже раньше! Как мы видим, в настоящее время существует множество технических гигантов, связанных с индустрией VR. Поэтому, есть причины полагать, что эта технология будет очень значительной в будущем.

2. “Привет, чат-боты”.

Чат-боты – это программы-консультанты, которые реагируют на стандартные запросы и команды пользователей. Они постоянно самообучаются благодаря нейронной сети и с каждым новым запросом знают больше, а также способны обрабатывать тысячи обращений в минуту. На сегодняшний день такие бренды, как *Unilever*, *Sephora*, *H&M*, финансовые предприятия, оказывающие банковские услуги, используют направление в продвижении бренда программы-консультанты.

Боты захватывают сферу маркетинга и продаж. Недавно *Unilever* запустила чат-бота, который рассказывает детям полезные сказки про чистку зубов. Бот *Sephora* советует, как нанести макияж. Бот *H&M* помогает выбрать одежду на основании пользовательских предпочтений. Бот банка находит ближайшие банкоматы, звонит в банк, службу поддержки. Компания даже утверждает, что ее чат-бот первым в мире станет проводить платежи. Таким образом можно сказать, что чат-бот уже обучает тонкостям формирования и адаптации бренда, как элемента маркетинговых технологий.

3. “Потребители в настроении”.

Цифровая революция дала нам возможность кастомизировать все, что мы захотим: от интерфейса для шопинга в интернете до демонстрируемой нам рекламы. Но если говорить об офлайн-магазинах, такого уровня индивидуализации они пока предложить не могут.

Зная, что 85-95 % потребительских решений принимаются на подсознательном уровне, ритейлеры чрезвычайно внимательно относятся к тому, чтобы создать для покупателей правильную атмосферу. У физических ритейлеров есть прекрасная возможность, последовав примеру своих коллег из онлайн, пойти по пути индивидуализации сервиса. Термосенсоры, детекторы движения и устройства, распознающие выражение лица, могут отслеживать скорость движения, температуру тела, выражение лица и время, проведенное у того или иного стенда. Располагая таким массивом данных, ритейлеры могут изменять звуковое сопровождение и надписи на цифровых табло или вращать витрины в зависимости от настроения покупателей. Это дает важное конкурентное преимущество, со-

здает у покупателей хорошее настроение – и стимулирует их к покупкам.

Вывод. Брендинг – это искусство, построенное на глубоком знании рынка. Для того, чтобы создать качественный бренд, нужен, кроме времени, усилий и капитала, еще и талант. Ведь бренды неподвластны времени, многие из них пережили свои товары, и теперь позиционируются по-другому.

Бренды полезны для общества в целом, они позволяют нам экономить время на выборе товара. Кроме этого, надо отметить, что все усилия брендинга сойдут на нет, если за словами не будут стоять реальные дела. Важно не столько запустить бренд, провести рекламную акцию, разработать программу сбыта и позиционирования, сколько заставить людей поверить, что это то, что действительно заслуживает доверия, это то, что действительно им нужно.

Успешность бренда достигается его соответствием ожиданиям потребителей, предоставлением дополнительной ценности, удовольствием психологических потребностей потребителей. Функциональные показатели бренда можно объективно измерять и подтверждать. Дополнительную ценность бренда формируют, в частности, его составляющие:

- Опыт использования – продукция должна рекомендовать себя на рынке как отвечающая ожиданиям потребителей по ее использованию.

- Представление потребителей – образ торговой марки согласуется с целевыми представлениями группы потребителей. Престижный и успешный образ марки создается с помощью коммуникативной поддержки, в частности рекламы или спонсоринга, в которых торговая марка ассоциируется с привлекательными или известными людьми.

- Сила убеждения – уверенность потребителей в высоком качестве продукции повышает эффективность последней. Основой для устойчивого убеждения потенциальных покупателей служат сравнительные оценки их собственных представлений о продукте конкретного производителя, а также технологические характеристики продукта с мыслями независимых экспертов.

- Имя и репутация производителя – на продукт переносятся положительные ассоциации, связанные с именем конкретного предприятия, вызывает доверие потребителей и желание испытать товар.

Итак, для того, чтобы создать успешный бренд, необходимо выделить достаточное количество времени и ресурсов для того, чтобы разработать убедительную ценностное предложение для товара, выбрать название бренда и добиться широких ассоциаций с этим названием. Только тогда бренд получит стоимостное выражение, станет инструментом дифференциации и продвижение определенного товара, окупит затраты на его создание.

Маркетологи должны осторожно управлять своей маркой. Они должны разрабатывать стратегии, ко-

торые эффективно поддерживать или со временем улучшать марочную осведомленность, воспринимаемую марочное качество и полезность, а также положительное отношение к ней. Чтобы обеспечить постоянное появление улучшенных и новых товаров для удовлетворения потребностей покупателей, необходимы постоянные капитальные вложения в научно-технические исследования, отличное торговое послепродажное обслуживание покупателей.

Необходимость брендинга для производителя, позволяет выделить следующие преимущества брендинга:

1. Позволит получать дополнительную прибыль.
2. Защитит производителя в процессе работы с партнерами.
3. Упростит процедуру выбора товара потребителем.
4. Идентифицирует компанию-производителя и другие ее товары среди товаров конкурентов.
5. Облегчит выход производителя с новыми товарами на смежные рынки.
6. Осуществит инвестиции в будущее.
7. Определит пределы, в которых он существует.
8. Обеспечит эмоциональную связь с покупателем и тому подобное.

Брендинг создает истории громкого успеха, которые поощряют другие компании последовать данным примерам, внедряя свою стратегию брендинга быстро и с большим энтузиазмом, чем они делали это в другом случае. Бренды являясь звездами судьбы в коммерции и порождают множество поклонников.

Наличие мощного бренда делает компании влиятельными. Они воспринимаются инвесторами, конкурентами, поставщиками и другими организациями как ценные и имеют больше веса во всех видах переговоров. Стратегия, творчество и направления всегда признаются показателями потенциала.

Применение удачной концепции брендинга представителями бизнеса не только укрепит их конкурентные позиции на рынке, а и позволит сделать значительную инвестицию в будущее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Корзун А.В. Эволюция бренда (часть 2) // Бренд-менеджмент. – 2008. № 02 (39). – с. 66-75.
2. Огилви Д. Огилви о рекламе. – М., 2009. – 234 с.
3. Аакер Д. А. Создание сильных брендов. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 440 с.
4. Даулинг Г. Наука и искусство маркетинга. – СПб.: Вектор, 2016. – 400 с.
5. Брендинг: зачем компании создают бренды – стратегии и примеры // Генеральный директор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/254-branding>.
6. Landor: тренды 2017 года, которые повлияют на брендинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mc.today/landor-trendy-2017-goda-kotorye-povliayut-na-branding/>.
7. Аакер Дэвид. Создание сильных брендов. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2010. – 439 с.

УДК 65.012.3

КАЩУК К. М.
м. Житомир**ВИКОРИСТАННЯ ГНУЧКОЇ МЕТОДОЛОГІЇ (AGILE) У МЕНЕДЖМЕНТІ**

Анотація. У статті розкриті поняття і сутність agile-методології її особливості та відмінності від класичних моделей управління організацією. Проаналізовано підходи до визначення даного терміну. Особливу увагу приділено принципам управління компаніями з використанням Agile-моделі, сферам і умовам її застосування. Розглянуто умови, які забезпечують ефективне використання agile-методології в практиці бізнесу.

Ключові слова: менеджмент, управління проектами, agile, гнучка методологія розробки, емоційний інтелект.

Аннотация. В статье раскрыты понятие и сущность agile-методологии, ее особенности и отличия от классических моделей управления организацией. Проанализированы подходы к определению данного термина. Особое внимание уделено принципам управления компаниями с использованием Agile-модели, сферам и условиям ее применения. Рассмотрены условия, которые обеспечивают эффективное использование agile-методологии в практике бизнеса.

Ключевые слова: менеджмент, управление проектами, agile, гибкая методология разработки, эмоциональный интеллект.

Abstract. The article reveals the concept and essence of agile methodology, its features and differences from the classical models of organization management. Approaches to the definition of this term are analyzed. Particular attention is paid to the principles of managing companies using the Agile-model as well as the spheres and conditions of its application. Conditions that ensure the effective use of agile methodology in business practice are considered.

Key words: management, project management, agile, flexible methodology of development, emotional intelligence.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Темп розвитку технологій і постійні зміни в економічній ситуації вимагають від управлінців шукати нові підходи до управління підприємствами, оскільки старі методи та інструменти вже не забезпечують достатній рівень ефективності. Конкуренція стає дедалі агресивнішою, а споживачі більше не хочуть просто купувати серійний продукт, вони хочуть ексклюзиву. Тому компаніям тепер необхідно підлаштовуватися під потреби кожного клієнта. Один з викликів, які постають перед виробниками – це організація потоку ексклюзивних (одиничних) продуктів як у сфері виробництва, так і в сфері послуг. На зміну Lean production, Just-in-Time, Kanban та іншим системам організації підприємства приходять нові. Серед них необхідно виділити Agile-технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін *Agile* з'явився як метод розробки програмного забезпечення в невеликих командах 10–15 років тому. Ідея Agile-методології вийшла з середовища розробників програмного забезпечення, проте наразі сфера його застосування досить різноманітна. Науковці та практики менеджменту називають *Agile* новою культурою управління великими компаніями, підходом в управлінні проектами, новітньою технологією, виробничою системою,

методикою і навіть філософією. Так, проблеми реалізації *Agile* в якості методу в операційному менеджменті займається С.М. Карпов [1]. Ю.В. Жмаєва, С.Г. Удовенко та Л.Е. Чала пропонують застосування *Agile* як методології для розрахунку оптимальної кількості ресурсів проекту з інформаційних технологій (IT) [3]. О.В. Сербська розглядає *Agile* як модель гнучкого проектування в проектному менеджменті компаній [3].

Метою даної статті є дослідження перспектив застосування Agile-технології для удосконалення управління підприємством.

Виклад основного матеріалу. Для великих компаній, які стрімко розширюються, існує проблема втрати гнучкості. Вони довго приймають рішення, не можуть швидко нарощувати потужності і від них позбавлятися, не вміють швидко переключатися з виробу на виріб, залежні від великих виробничих партій. І, найголовніше, вони втрачають можливість детально бачити потреби кожного клієнта та підлаштовуватися під них.

Так, використовуючи *Agile* (від англ. agile – рухливий, моторний, швидкий) підприємство здатне до швидкої адаптації під виробництво різної продукції. Наприклад, сьогодні компанія може виробляти пластикову тару, а завтра пластмасові іграшки. Або, наприклад, при виробництві будівельних конст-

рукцій, здатна швидко змінювати розміри, форми і технічні характеристики виробів, що випускаються.

Вперше гнучкі підходи agile були застосовані та поширилися в проектному управлінні, оскільки проект вимагає оперативної реакції на зміни і гнучкості в прийнятті рішень. Гнучка методологія розробки (англ. Agile software development, agile-методи) використовує серію підходів до розробки програмного забезпечення. Дані підходи зорієнтовані на використання ітеративної розробки, динамічне формування вимог і забезпечення їх реалізації за рахунок постійної взаємодії всередині самоорганізованих робочих груп, що складаються з фахівців різного профілю [1].

Даний підхід до сутності Agile є класичним в менеджменті. Однак ми пропонуємо розглянути застосування і впровадження цієї сучасної і перспективної методології в інших сферах управління. Сьогоднішні реалії вимагають Agile в усіх сферах компанії: починаючи з продажів і маркетингу, а закінчуючи навіть веденням бухгалтерського обліку. Проте компанія повинна стати Agile насамперед в управлінні.

Це означає, що замість посад на перше місце виходять ролі: сьогодні співробітник має в компанії одну роль, а завтра той самий співробітник отримує іншу роль, оскільки перша виконана або зараз неактуальна. В управлінні з використанням принципів agile нівелюється значення великих відділів, департаментів, дивізіонів. Їх замінюють малі групи (бізнес-одиниці) з високим ступенем самостійності. Отже, в операційному менеджменті Agile застосовується як ефективна практика організації праці невеликих груп (які роблять однорідну творчу роботу) в поєднанні з керуванням ними комбінованим (ліберальним і демократичним) методом.

Неможливо зробити гнучким менеджмент, якщо маркетинг буде працювати за традиційними схемами продажів без намагань знайти нові способи просування продукції. Позитивний ефект від Agile на виробництві спостерігається при проведенні аналізу факторів, що сприяють отриманню дивідендів в найкоротші строки, а також прогнозуванні того, які нові маркетингові активності дозволяють компанії більше продавати та легше переконувати клієнтів вибрати саме її продукт.

В класичні підручники з менеджменту увійшов приклад заводу Toyota, де кожен співробітник мав право зупинити конвеєр, щоб усунути дефект або внести раціоналізаторську пропозицію. Саме такий підхід ліг в основу філософії Agile. У 1950-х Toyota дарує світу Lean Manufacturing, а через 30 років – Agile Manufacturing. Останній підхід відрізняється від інших більшою гнучкістю (табл. 1) поряд з неухильним дотриманням ряду принципів (рис. 1).

Принципи Agile передбачають постійну увагу до технічності та інноваційності процесу розробки продуктів. Крім того, пріоритетами залишаються швидкість і ефективність виробництва продукції. Скорочення термінів випуску досягається завдяки розробці продуктів з використання сучасного багатфункціонального обладнання, програмного забезпечення для планування виробництва, моделювання і розробки продуктів, а також ефективних комунікацій співробітників, не обтяжених регламентами, процедурами тощо. Дотримання цих принципів дає компанії унікальну перевагу в порівнянні з її конкурентами.

Гнучка методологія розробки стала характеристикою інноваційної організації, яка швидко і чітко реагує на завдання. Проте існують організації, яким Agile зовсім не потрібен. Впровадження гнучких

Таблиця 1.

Відмінності між методами управління

Фактор	Класичний підхід	Lean	Agile
Стратегія	Збільшення обсягів виробництва	Мінімізація витрат	Ефективність в умовах невизначеності
Тип виробництва	Масове	Багатосерійне	Дрібносерійне
Рівень індивідуалізації продукції	Низький	Середній	Високий
Ступінь використання залучених ресурсів, %	Менше 100	100	Понад 100
Рівень інновацій	Низький	Середній	Високий

Джерело: розроблено на основі [2].



Рис. 1. Принципи agile-методології

Джерело: адаптовано на основі [2].

методологій, що вимагає значних витрат і ресурсів, не принесе ефекту, наприклад, державним установам, діяльність яких ґрунтується на законодавстві. Оскільки взаємодіяти з державою неможливо, якщо правила гри змінюються щодня.

До тих організацій, яким життєво важливо бути гнучкими, належать такі:

- що надають виробничі послуги (аутсорсери);
- виробники складного наукоємного обладнання, наприклад, електроніки;
- представники індустрії моди;
- виробники продуктів, попит на які складно спрогнозувати.

Варто додати, що в кризові та трансформаційні періоди всі компанії зазнають труднощів з прогнозуванням продажів, тому останній критерій варто розглядати ситуативно.

Говорячи про впровадження Agile, неможливо оминати питання людського фактору. При формуванні Agile управління персоналом здійснюється невеликими командами, на які ділиться весь колектив організації. Від персоналу залежить 90% успіху, тому його необхідно навчати, розвивати і правильно мотивувати. Багато людей внутрішньо не готові працювати в agile-середовищі. Одні віддають перевагу чітким і стабільним бізнес-процесам, інші не хочуть освоювати нові знання.

Однією з основних умов впровадження Agile на підприємстві є наявність кваліфікованого персоналу. Водночас, варто зазначити, що визначальним фактором при цьому є не кваліфікація працівників, а розвинутий у них емоційний інтелект. Працівникам, яким властиві відкритість до спілкування, “зіграність” та злагодженість, ці якості дозволяють економити енергію і час як при обговоренні стратегічних завдань, так і в поточному управлінні, контролі, розподілі задач. Agile виключає монологічність, ставлення до людей як до функцій, формальні відносини в команді, і навпаки, стверджує діалогічність, емпатійність і неформальність.

Тільки емпатійний колектив може працювати на випередження в умовах невизначеності, оскільки взаєморозуміння та координація дій виникають в потрібному темпі і ритмі. Недарма критики Agile підкреслюють, що без цієї властивості колектив не зможе дотримуватися принципів Agile.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Таким чином, Agile-стратегія управління виробництвом створена з метою підвищення його стійкості до криз, змін споживчого попиту і іншим непрогнозованим подіям. Впровадження Agile тільки на окремі ділянки бізнес-процесів не приносить бажаних результатів. Зміни повинні торкатися всіх сфер компанії: виробництва, маркетингу, менеджменту і навіть бухгалтерії.

Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку рекомендацій щодо удосконалення процесів управління якістю з використанням Agile-моделі з метою підвищення економічної ефективності діяльності підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карпов С.Н. Agile: как и когда применять этот метод [Электронный ресурс] / С.Н. Карпов // Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/operatsionnoe-upravlenie/p17368/>.
2. Жмаева Ю.В. Адаптивное прогнозирование оптимального количества ресурсов IT проекта по методологии AGILE [Электронный ресурс] / Ю.В. Жмаева, С.Г. Удовенко, Л.Э. Чалая // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptivnoe-prognozirovanie-optimalnogo-kolichestva-resursov-it-proekta-po-metodologii-agile>.
3. Сербская О.В. Инновации в проектной деятельности [Электронный ресурс] / О.В. Сербская // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-proektnoy-deyatelnosti>.
4. Майк Кон. Scrum: гибкая разработка ПО = Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum (Addison-Wesley Signature Series). – М.: “Вильямс”, 2011. – С. 576.
5. Роберт С. Быстрая разработка программ. Принципы, примеры, практика = Agile software development. Principles, Patterns, and Practices / Роберт С. Мартин, Джеймс В. Ньюкирк, Роберт С. Косс. – Вильямс, 2004.
6. James A. Highsmith. Agile Software Development Ecosystems. – Addison-Wesley Professional, 2002.

УДК 336: 351|354

МИРОНЕНКО М. Ю., д.держ.упр.

м. Вінниця

ОСНОВНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО, РЕГІОНАЛЬНОГО ТА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. Розглянуто теоретичні та практичні аспекти активізації інвестиційної діяльності. Досліджено світовий досвід стимулювання інвестиційного розвитку в умовах фінансово-економічної нестабільності. Висвітлюються напрями державного, регіонального та корпоративного управління щодо забезпечення ефективного інвестиційного процесу.

Ключові слова: інвестиції, активізація діяльності, держава, регіон, підприємство, управління, ефективність, економічний розвиток.

Аннотация. Рассмотрены теоретические и практические аспекты активизации инвестиционной деятельности. Исследован мировой опыт стимулирования инвестиционного развития в условиях финансово-экономической нестабильности. Освещаются направления государственного, регионального и корпоративного управления по обеспечению эффективного инвестиционного процесса.

Ключевые слова: инвестиции, активизация деятельности, государство, регион, предприятие, управление, эффективность, экономическое развитие.

Abstract. In the presented article the theoretical and practical aspects of activation of investment activity are considered. The world experience of stimulating investment development in the conditions of financial and economic instability has been investigated. The directions of the state, regional and corporate management concerning the provision of an effective investment process are highlighted.

Keywords: investment, activation of activity, state, region, enterprise, management, efficiency, economic development.

Постановка проблеми. За часів жорсткої світової конкуренції та нестабільної економічної ситуації для будь-якої держави безперечним фактом виступає необхідність розробки власної унікальної інвестиційної політики. Увесь хід розвитку національної економіки та його соціально-економічні результати вказують на об'єктивну потребу істотним чином змінити інвестиційну стратегію з метою досягнення її ефективності. У цій ситуації особливо важливим є аналіз накопиченого світового досвіду, в ході якого необхідно виявити найбільш значимі досягнення в сфері інвестиційної діяльності та застосувати їх для створення власної вітчизняної ефективної моделі.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Теоретичні та практичні питання управління інвестиційною діяльністю підприємств досліджували провідні вчені України та країн СНД: М.Д. Білик, І.О. Бланк, В.В. Бочаров, В.В. Зимовець, Л.Л. Ігоніна, В.В. Ковальов, Н.І. Лахметкіна, В.Ф. Максимова, А.А. Пересада, В.П. Попков, В.П. Семенов, О.О. Смірнова, О.О. Терещенко, В.Г. Федоренко, А.В. Череп, В.Я. Шевчук, В.В. Шеремет та інші. Незважаючи на розмаїття наукових поглядів щодо сутності, теорії і практики інвестиційної діяльності та її удосконалення, ці питання залишаються недостатньо вивченими українською фінансовою наукою.

Мета статті – визначення напрямів активізації інвестиційної діяльності через використання ефективного механізму державного регіонального та корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу. Для початку спробуємо зрозуміти, що відбувається у вітчизняній практиці інвестування в сучасних умовах. Курс, що проголошувався рік за роком, на активізацію інвестиційної активності поєднувався з явно не інвестиційною орієнтацією державного бюджету. Це проявляється не лише в крайній недостатності ресурсів, що передбачаються на інвестиційні цілі, їх “розмазуванні” по різних статтях бюджету, але і в тому, що інвестиційні статті бюджету першими потрапляють під скорочення як тільки ставиться питання про необхідність “укластися” в обов’язкові рамки бюджетного дефіциту.

Спірними залишаються питання державної підтримки деяких галузей українського виробництва. Збільшення митних платежів на продукцію зарубіжного машинобудування і вливання значних державних фінансових коштів у вітчизняне автомобільне виробництво, продукція якого є абсолютно не конкурентоздатною на світовому ринку, не дає очікуваної віддачі в соціальному напрямі. Те ж саме відбувається у банківській сфері. Отримані державні кошти у банківському секторі не працюють

на вітчизняного споживача, ставки збільшуються, кредити більшою мірою недоступні для фізичних осіб й малого підприємництва. У цій ситуації ми вбачаємо недоцільність вкладених коштів, відсутність реальних соціально орієнтованих стратегій інвестування, безконтрольність витрачання коштів, елементи корупції та безграмотного адміністративного управління.

Для зміни стану, що склався, вважаємо за необхідне провести, по-перше, переоцінку об'єктів інвестування. Першочерговим завданням в зв'язку з цим виступає виділення найбільш важливих сфер вітчизняного виробництва, розробка конкурентоздатної продукції, переорієнтація цінової політики використання власних природних ресурсів для застосування їх у вітчизняному виробництві. По-друге, необхідно інвестувати сферу наукомістких технологій та впроваджувати у виробництво. По-третє, важливим є реалізація вільного доступу якісної продукції та послуг для вітчизняного споживача, тобто важливим фактом в підвищенні життя населення є соціально орієнтована інвестиційна політика.

Набір працюючих інструментів державного регулювання інвестиціями досить обмежений. Кожен з них стає найбільш ефективним в певній ситуації. І кожен їх них не завжди спрацює в тих або інших умовах. Тому необхідно знати, які інститути, в яких конкретних обставинах працюватимуть, а які виявляться неефективними.

У подібній ситуації виявився б цінний історичний досвід державної політики регулювання інвестицій, який вказує на існування моделей, що об'єднують декілька інструментів. Згідно однієї з точок зору, можна виділити три моделі інвестиційної політики, які обирають основним принципом той або інший аспект стимулювання інвестицій [1].

У першій моделі акцент робиться, головним чином, на податкові стимули для приватних інвестицій. У другому варіанті акцент робиться на державне фінансування приватних проектів. У третій моделі основним стає подолання недоліків координації та створення механізмів для узгодження рішень приватних інвесторів: держава тільки створює необхідну інфраструктуру й заохочує вкладення в людський капітал. Природно, усі перераховані моделі включають ширший набір інструментів, але ми класифікуємо їх по основній стимулюючій мірі, навколо якої групуються інші.

Умовно назвемо першу модель “американською”, другу, – “японською” і третю – “тайванською”. Приведена класифікація є спробою систематизувати досвід країн з ринковою економікою. Важливе те, що усі ці моделі виявилися досить успішними, тому розгляд умов їх реалізації потрібний для вироблення адекватної стратегії інвестиційної діяльності в сучасних умовах України.

У рамках американської моделі (яка характерна для багатьох країн світу, а не тільки для США) ключова роль в регулюванні інвестиційної діяльності відводиться податковим інструментам. Окрім цього, здійснюється послідовна ліберальна макроекономічна політика, спрямована на стабілізацію за допомогою ринкових інструментів цін і процентних ставок. Банкам у рамках цієї системи відводиться підпорядкована роль. Ключовим механізмом контролю за ефективністю розподілу інвестиційних ресурсів виявляється фондова біржа. Саме розвинений ринок цінних паперів – необхідна умова успішної реалізації цієї моделі. Держава сприяє вирішенню проблеми координації шляхом збору, аналізу і поширення якісної економічної інформації про стан і прогноз розвитку економіки. Держава здійснює і інвестиції в інфраструктуру в міру необхідності, але ці інвестиції лише у виняткових випадках стають елементами загальноекономічної стратегії (“новий курс” Рузвельта). За наявності необхідних передумов модель забезпечує ефективний розподіл інвестиційних ресурсів. Якщо розглядати недоліки цієї моделі, то серед них ми можемо назвати відсутність спеціальних стимулів до збереження та неможливість різкого збільшення накопичення [2].

Японська модель будується на активному партнерстві між державою та приватними інвесторами. Держава використовує контроль над банківською сферою та самостійно мобілізує заощадження населення, надаючи ці кошти на пільгових умовах корпораціям в обмін на співпрацю і неухильне дотримання перейнятих на себе зобов'язань. Інвестиції в інфраструктуру прямо координуються з потребами конкретних приватних фірм. Роль координатора беруть на себе організовані державою консультативні ради. Необхідною умовою реалізації моделі є сильний приватний сектор та сильна держава з ефективним апаратом.

Перевагою моделі є можливість мобілізації істотних коштів на ефективні інвестиції. Недоліком стає політизація процесу планування інвестицій та можлива небажана зміна ключових грошово-кредитних параметрів, а також корупція політичних кіл.

Післявоєнна економіка Японії довго не могла звестися на ноги. Після закінчення ряду років уряд усвідомив, що тільки структурна перебудова промислової бази – машинобудування – може забезпечити відродження економічного потенціалу країни. Проте машинобудування не могло налагодити конкурентоздатного виробництва через вкрай високі ціни на сталь. Сталеливарні фірми перекладали провину на вугільні компанії: ціна вітчизняного вугілля була непомірно висока; недешево коштувало і транспортування імпортного вугілля на японські острови. Розірвати цей бермудський трикутник можна було тільки скоординованими зусил-

лями усіх його сторін. Роль координатора узяв на себе у кінці 40-х років японський уряд, зокрема, міністерство торгівлі та промисловості. За ініціативою цього міністерства було утворено спільну раду з промислової раціоналізації, куди увійшли представники провідних підприємств базових галузей економіки і державні службовці вищої ланки. Після опрацювання пропозиції на розгляд ради сценаріїв, розроблених в міністерстві, сторони взяли на себе конкретні зобов’язання з поліпшення ситуації [3].

Усі інвестиційні зобов’язання в істотній мірі (від $\frac{1}{5}$ до $\frac{1}{3}$) фінансувалися пільговими кредитами Японського банку розвитку. Джерелом цих коштів були фонди, які вдалося мобілізувати у банківській системі, де існував суворий контроль з боку центрального банку за процентними ставками, і населення через “поштові” заощадження (багато в чому схожі на рахунки в Ощадному банку). Усі проекти жорстко оцінювалися та контролювалися банком, що забезпечило своєчасне повернення коштів.

Таким чином, японська модель демонструє прекрасний приклад взаємодії держави та приватного сектора економіки, що зрештою призводить до вражаючих результатів.

Нарешті, тайванська модель поєднує ряд інструментів японської та американської моделі. Проте, головним є створення державою приватних механізмів координації інвестиційних рішень. Модель спирається на те, що приватні фірми, працюючи на експорт, якнайкраще знають ринок і потенціал інвестиційних проектів. Навколо цих фірм утворюється мережа постачальників, які природним чином координують свої плани з “головною” компанією.

Завдання держави – активно підтримувати ці групи, а також через фінансування проектно-конструкторських бюро, агентств по технічному обслуговуванню й наукових лабораторій забезпечувати рівний доступ усіх учасників мережі до новітніх технологій та їх рівноправну участь в розробці нового продукту і інвестиційних планів. Ключовою ланкою і запорукою успіху є, таким чином, експортний “тест”. Успішне його проходження відкриває доступ до пільгових кредитів. В той же час цей тип інвестиційної політики стає все більш і більш уразливим у світлі нових правил світової організації торгівлі.

Необхідно відмітити, що спроби запозичення моделей без адекватної інституціональної бази призводять до повного провалу. Показовий приклад Філіппін, які у кінці 1970-х років проголосили цілі і методи інвестиційної політики, багато в чому запозичені з японської моделі. Як ми знаємо, Філіппіни не стали економічним “драконом” Південно-східної Азії. З іншого боку, досвід Східної Німеччини, в якій уряд посилено реалізовував варіант стимулювання інвестицій через небачені по-

даткові пільги, показав, що тільки заходи по створенню сприятливих передумов для інвестицій не ведуть до успіху [1].

Таким чином, ключовим для реалізації ефективних моделей інвестиційної політики є створення цілого ряду інститутів, необхідних для створення сприятливого інвестиційного клімату. Будь-яка успішно діюча модель спирається на фундамент ринкової системи та якнайповнішим чином використовує сильні сторони національної економіки.

Використання Україною реального позитивного досвіду щодо регулювання інвестиційної сфери, накопиченого в провідних країнах світу, необхідно з огляду на те, що інвестиційна ситуація в країні характеризується як поворотом економіки у бік виходу з кризової ситуації, так і відсутністю достатніх інвестицій.

Стимулювання інвестицій, як правило, пов’язане з декількома видами діяльності – такими, як проектний аналіз і маркетинг, здійснювані приватними організаціями, як правове забезпечення та обслуговування інвесторів, здійснюване державними установами. Країни, які займаються залученням припливу іноземних інвестицій, використовують певні координовані урядом організаційні структури. Приведені в табл. 1 дані показують, що, як правило, відповідальність зі стимулювання іноземних інвестицій покладається на конкретну організацію.

Існують різні причини, з яких діяльність, пов’язана із стимулюванням інвестицій, здійснюється урядом. Найбільш важлива – в тому, що результати цієї діяльності приватним фірмам не так легко використати для отримання прибутку. Діяльність зі стимулювання інвестицій забезпечує соціальні вигоди, що є важливішим, ніж потенційна можливість отримання приватного прибутку.

Попри те, що функція стимулювання інвестицій є в принципі завданням маркетингу, для її успішного здійснення потрібна тісна взаємодія з урядовими органами. Агентства зі стимулювання інвестицій здійснюють діяльність по обслуговуванню інвесторів, щоб допомогти їм отримати дозволи та ліцензії, необхідні для здійснення процесу інвестування.

Деякі країни вибрали чисто державну форму організації агентств з залучення (стимулювання) інвестицій, інші – змішану форму організації – державно-приватну.

На закінчення проведеного аналізу регулювання та стимулювання інвестиційної діяльності у різних країнах виділимо основні принципи ефективного інвестування.

Початковим принципом концепції ефективного інвестування повинні стати зменшення норми накопичення та збільшення норми споживання у складі національного доходу. Це дасть можливість

соціально переорієнтовувати економіку та направити її на забезпечення потреб населення і неухильне підвищення його життєвого рівня.

Повинні змінитися і акценти в пріоритетах інвестування: необхідно змінити структуру економіки, зменшити питому вагу галузей важкої промисловості, які у великих обсягах споживають природні ресурси, погіршують екологічний стан, а їх продукція в переважній більшості вивозиться за межі країни; збільшувати питому вагу наукомістких галузей з екологічно чистими технологіями, переробних областей сільського господарства, легкої і харчової промисловості.

Структурна переорієнтація інвестицій дасть можливість безболісно зменшити частку фонду накопичення у складі національного доходу, здолати застарілі диспропорції, збалансувати економіку, підвищити життєвий рівень населення. Важливо також налагодити ефективний механізм інвестування науково-технічного прогресу, щоб зменшити відставання країни від світового рівня [5].

Зменшення норми накопичення може позитивно вплинути на розвиток сфери матеріального виробництва та вирішення багатьох соціальних проблем. У соціально-економічній і виробничо-технічній ситуації, яка характерна для нових умов розвитку національної економіки, частина коштів, які звільнятимуться внаслідок зменшення норми накопичення, доцільно перерозподіляти на користь стадії підготовки інвестування. Ефективність такого рішення підтверджує і світовий досвід. У найбільш розвинених країнах (США, Японії, Німеччині та ін.) на проектно-вишукувальні роботи витрачається 8–12% загального обсягу капіталовкладень, внаслідок чого за рахунок високої якісної підготовки на найновішій науково-технічній основі інвестиційні процеси відбуваються ефективно, швидко і якісно.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні активізація інвестиційної діяльності

підприємств є єдиним шляхом до вирішення проблем їх ефективного функціонування, виготовлення конкурентоспроможної продукції та максимізації прибутків. Відповідно до цього інвестиційна політика усіх суб'єктів господарювання країни потребує розробки реальних напрямків активізації інвестиційних процесів, як на макро-, так і на мікрорівні.

В цілому для держави, на думку Заярної Н.М. та Кренти І.Д., активізація інвестиційної діяльності носить позитивний характер, що проявляється в ряді аспектів, серед яких [6]:

- політичний – підвищення політичної довіри до України, встановлення і розширення політичних зв'язків;
- економічний – економічне зростання за рахунок розвитку й інтенсифікації процесів у галузях національної економіки;
- екологічний – зниження негативного впливу на навколишнє середовище й здоров'я населення за рахунок використання новітніх технологій і передового устаткування і техніки;
- соціальний – підвищення рівня добробуту й соціальної захищеності громадян країни за рахунок розвитку суспільства;
- технічний – поліпшення технічного стану підприємств різних галузей національної економіки, підвищення їх продуктивності й потужності.

Все це у свою чергу сприяє наближенню України до групи розвинутих країн, поліпшенню іміджу держави, підвищенню її конкурентоспроможності та розширенню можливостей міжнародного співробітництва.

Заходи щодо підвищення активності інвестиційних процесів, на нашу думку, слід реалізовувати на трьох рівнях (державному, регіональному та на рівні підприємств), що дозволить поєднати зусилля органів державної й місцевої влади, а також

Таблиця 1.

Організації, відповідальні за здійснення діяльності зі стимулювання інвестицій за кордоном [4]

Країна	Організація	Тип організації
Ямайка	Ямайські національні інвестиції	Змішана форма
Ірландія	Сприяння розвитку промисловості	Змішана форма
Сінгапур	Комітет з розвитку економіки	Змішана форма
Малайзія	Розвиток малайзійської промисловості	Змішана форма
Гонг Конг	Гонконгський державний департамент промисловості	Змішана форма
Ізраїль	Ізраїльський комітет інвестицій	Змішана форма
Франція	Французький комітет розвитку промисловості	Змішана форма
Австрія	Кооперація і індустріальний розвиток Австрії	Змішана форма
Барбадос	Корпорація Барбадосу розвитку промисловості	Змішана форма
Таїланд	Таїландський комітет інвестицій	Державна форма
Велика Британія	Бюро інвестицій у Велику Британію	Державна форма
Канада	Канадські інвестиції	Державна форма
Індонезія	Комітет координації інвестування	Державна форма
Коста-Ріка	Коста-ріканська програма зі стимулювання інвестицій	Приватна форма

окремих господарюючих суб’єктів в процесі удосконалення інвестиційної діяльності на макро- і мікрорівнях. Запропонована трьохрівнева схема активізації інвестиційної діяльності дозволяє упорядкувати та узгодити дії органів державної влади, місцевої влади та самоврядування, галузевих міністерств та відомств, а також власників й засновників підприємств, щодо створення й застосування ефективних інструментів, стимулів та регуляторів, які спрямовані підвищення інвестиційної активності на макро- та мікрорівні.

Активізація інвестиційної діяльності на рівні держави передбачає здійснення комплексу фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів щодо залучення значних обсягів джерел фінансування інвестиційної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках, визначення шляхів та напрямів формування інвестиційної політики, посилення її впливу на процеси реформування та стабілізації економіки і ефективне використання виробничого потенціалу всіх суб’єктів господарювання.

Заходи держави, щодо покращення інвестиційної активності всіх господарюючих суб’єктів, на основі вивчення матеріалів Державного агентства України з інвестицій та розвитку [7], узагальнено та відображено на Рис. 1.

За даними Рис. 1 можемо побачити, що для активізації інвестиційної діяльності держава повин-

на здійснювати комплекс заходів у трьох головних напрямках:

- 1) заходи стимулювання, метою яких є створення сприятливого інвестиційного середовища;
- 2) заходи регулювання, завданнями яких є створення певних правових основ здійснення інвестиційної діяльності та її фінансування;
- 3) заходи інформування, що передбачають забезпечення інформаційної відкритості та прозорості, проведення виїзних заходів, формування сприятливого іміджу країни та її суб’єктів господарювання на міжнародній арені, надання спеціалізованих консалтингових послуг тощо.

До заходів фінансово-кредитного стимулювання, на нашу думку, слід відносити сприяння держави у залученні іноземних інвестицій. Для цього на державному рівні слід забезпечити політичну стабільність та прийнятність для іноземних інвесторів політичного курсу; стабільність і прозорість законодавчої бази; вжиття заходів по створенню прозорого й точного інформаційно-аналітичного середовища в державі; стійкість і зрозумілість податкового, валютного й митного режимів інвестування; чіткі правила діяльності іноземних інвесторів на українському ринку; надійні гарантії захисту інвестицій через створення системи страхування та перестрахування інвестиційних ризиків; максимальне спрощення процедур щодо залучення іноземних інвестицій; створення спеціальних ре-



Рис. 1. Заходи держави щодо активізації інвестиційної діяльності

жимів інвестиційної діяльності на територіях зі спеціальним статусом тощо.

Реалізація вищезазначених заходів дозволить створити привабливі умови для іноземних інвесторів і таким чином залучити у галузі національної економіки додаткові фінансові та інтелектуальні ресурси. Крім того, зарубіжні інвестиції сприятимуть стабільному та стійкому розвитку економіки України в сучасних ринкових умовах.

Податкове стимулювання інвестиційної активності господарюючих суб'єктів, насамперед, має базуватися на стабільності системи оподаткування протягом року, її простоті та доступності. Важливим заходом, має стати звільнення від оподаткування прибутку підприємств, частину якого вони спрямовують на розвиток свого виробничого потенціалу, вдосконалення технології виробництва, модернізацію обладнання та устаткування, запровадження передових методів виробництва, забезпечення випуску конкурентоздатної продукції та продукції на експорт тощо.

Принциповим для держави є оподаткування доходів від вивезених коштів як джерела фінансування інвестиційної діяльності та їх використання в реальному секторі економіки, враховуючи банківську систему. Для власників вивезених капіталів найважливіше – надійність та анонімність розміщення коштів, а також їхня легалізація та мінімізація оподаткування. Досягти компромісу інтересів, на думку Важинського Ф.А., Колодійчук А.В. та Семерикової О.В. можна лише в разі зміни законодавства: замість фінансової амністії вивезених капіталів доцільно покласти в його основу оподаткування доходів від тих капіталів, які залишатимуться на рахунках іноземних банків, із збереженням анонімності і створенням умов, які спонукають власників інвестувати кошти в реальний сектор економіки України [8].

Необхідно також провадити раціональну державну амортизаційну політику, що стимулюватиме господарюючі суб'єкти до збільшення амортизаційних відрахувань. У такий спосіб утвориться додатковий приплив джерел фінансування інвестиційної діяльності не на разовій, а на постійній основі, за рахунок відкриття внутрішніх каналів фінансової підтримки виробництва. Подібний ефект досягається шляхом введення вагомих податкових пільг та відповідного збільшення чистого прибутку тих підприємств, які здійснюють прискорену амортизацію та списання капітальних активів.

Стимулювання конкретних інвестиційних проєктів (програм) передбачає безпосередню участь держави коштами її бюджету у підвищенні інвестиційної активності суб'єктів господарювання. Вважаємо, що кожного року слід розробляти та реалізовувати коштами державного бюджету інвестиційні проєкти (програми), що спрямовані на

пріоритетні галузі національної економіки, розвиток яких здатний істотно прискорювати темпи структурної перебудови останньої, забезпечувати суттєве зростання виробництва й реалізації на зовнішніх і внутрішньому ринках високотехнологічної, інноваційної та конкурентоспроможної продукції. Перелік пріоритетних галузей економіки має формуватися на основі відповідних наукових досліджень.

Розміри інвестицій за проєктами даного типу не повинні бути меншими, ніж їх мінімальні обсяги, які слід законодавчо затвердити із диверсифікацією за секторами українського господарства та коригувати в міру необхідності в залежності від зміни ситуації у національній та світовій економіці.

Використання запропонованих механізмів сприятиме відчутному підвищенню ефективності державного інвестування діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної із забезпеченням експорту вітчизняних товарів за рахунок уникнення невиправданих витрат коштів та виникнення негативних побічних ефектів у зв'язку із його здійсненням. Таким чином, відбуватиметься посилення сприятливих наслідків інвестиційної політики держави на розвиток експортної складової національної економіки.

Стимулювання інфраструктурного забезпечення передбачає низку заходів щодо розвитку фінансового ринку як вирішального фактору підвищення інвестиційної активності в державі. Для господарюючих суб'єктів фінансовий ринок являється полем вибору, спостереження, індикатором тенденцій, що визначає мотивацію підприємства вкласти свої кошти в певні фінансові інструменти або залучити інвестиційні ресурси.

Для вирішення проблем функціонування фінансового ринку, на нашу думку, доцільно вжити сукупність заходів, що перетворюють фінансовий ринок на активного учасника інвестиційних процесів в державі. По-перше, слід усунути правові перешкоди для розвитку фінансового ринку з урахуванням інтересів його учасників, а також створити систему державного моніторингу та контролю за дотримання вимог законодавства при здійсненні операцій на фінансовому ринку. По-друге, необхідно впровадити дієву систему захисту прав і законних інтересів споживачів фінансових послуг шляхом розвитку компенсаційних механізмів, забезпечення інформаційної прозорості фінансових установ щодо власників, продуктів, послуг та результатів діяльності. По-третє, слід створити мережу спеціалізованих фінансових посередників (в основному комерційних банків), орієнтованих на організацію фінансування масштабних інвестиційних проєктів, спрямованих на формування перспективного інвестиційного іміджу країни. Ресурсну базу таких фінансових посередників бажано формувати за участю державних банків, державних підприємств

та коштів державного бюджету. При чому, кошти бюджету держави слід використовувати на поворотній основі або для забезпечення гарантій. Такий крок стане стимулом для розвитку пріоритетних галузей національної економіки в сучасних умовах та джерелом джерел фінансування інвестиційної діяльності для підприємств будь-яких видів діяльності в майбутньому. По-четверте, виникла необхідність у проведенні інституційної реформи фінансового ринку, що полягає у консолідації біржової системи країни на принципах регульованих ринків; завершення розбудови Національної депозитарної системи з урахуванням світового досвіду інтеграції обліково-розрахункової інфраструктури, а також посилення конкурентоспроможності вітчизняних фінансових установ.

Заходи щодо регулювання є важливим аспектом підвищення інвестиційної активності господарюючих суб'єктів, що здійснюється з метою упорядкування інвестиційного процесу в державі та покращення дисциплінованості його учасників. Державне регулювання здійснюється шляхом прийняття законодавчих та інших нормативних актів, ліцензування та контролю за проведенням інвестиційної діяльності. Заходи нормативно-правового регулювання, на думку Кудрявцевої В.В., покликані підвищувати інвестиційну активність суб'єктів господарювання шляхом: створення дієвого, законодавчо закріпленого механізму формування та реалізації інвестиційної політики держави, переведення такої у склад найактуальніших напрямів економічної політики; стимулювання інвестиційних процесів з боку національних та іноземних учасників інвестиційної діяльності за рахунок закріплення та стабілізації правового інвестиційного порядку на модернізованій законодавчій основі; цілеспрямоване зменшення господарсько-правовими засобами рівня трансакційних витрат та інвестиційних ризиків, що виникають у процесі інвестиційної діяльності; стимулювання інвестиційних процесів за рахунок впровадження нових правових форм інвестування зокрема в межах державно-приватного партнерства; створення чітких і прозорих правових механізмів акумуляції інвестиційного потенціалу; запровадження ефективних правових засобів та механізмів репатріації до України офшорних капіталів вітчизняного походження; здійснення ефективного державного контролю за доцільністю та ефективністю процесів інвестування з України національними інвесторами; створення організаційно-господарського механізму протидії та мінімізації наслідків світових криз в інвестиційній сфері відносно національного інвестиційного ринку; створення дієвого господарсько-правового механізму забезпечення інвестиційної безпеки національної економіки, особливо у зв'язку із створенням залежності національних ринків від внут-

рішньої економічної політики світових транс національних компаній та їх об'єднань [9].

Таким чином, проблеми правової невизначеності з регулювання інвестиційної діяльності та поліпшення інвестиційного клімату знаходяться під пильною увагою державних органів влади, які проводять низку організаційних і нормотворчих заходів для успішного їх вирішення.

Активізація процесів інвестування повинна передбачити розробку і реалізацію комплексу заходів також і на регіональному рівні. Пропонуємо розглянути фактори, що впливають на інвестиційну діяльність регіонів та запропоновано заходи щодо її активізації (Рис. 2).

В сучасних умовах господарювання активізацію інвестиційної діяльності на рівні підприємств забезпечує застосування комплексу заходів інвестиційного менеджменту (Рис. 3).

Заходи щодо удосконалення організації процесу управління інвестиційною діяльністю мають реалізовуватися на основі розуміння підприємства як множини учасників виробництва, сукупності норм, традицій та правил, що виражають колективні знання й досвід та регулюють взаємодію між працівниками з приводу розробки й прийняття рішень щодо здійснення реальних та фінансових інвестицій.

Ефективна організація процесу інвестиційного менеджменту у кінцевому підсумку здійснює вплив на результативність і масштаби інвестиційної діяльності: стан і якість взаємодії різних підрозділів підприємства або збільшують або зменшують економічний ефект від реалізації інвестицій. Оптимально організоване корпоративне управління знижує вартість та підвищує рентабельність інвестованого капіталу, що призводить до зростання ринкової вартості господарюючого суб'єкта та робить його інвестиційно привабливим.

Одним з найважливіших факторів успішного здійснення інвестиційної діяльності, на думку Семикіної О.Ф., є працівники підприємства, що володіють необхідним фізичним та інтелектуальним розвитком, здібностями, знаннями і навиками для реалізації інвестицій. Увага до формування системи мотивації та оплати праці із застосуванням фінансових та не фінансових методів дозволяє мінімізувати відхилення планових показників від фактичних при здійсненні інвестиційної діяльності, забезпечує зростання віддачі від інвестицій та приріст ринкової вартості підприємства. Особливо актуальні стимули, що підвищують індивідуальний вклад і зацікавленість в загальній діяльності з негарантованим або відкладеним у часі результатом [10].

Заходи щодо покращення фінансового забезпечення інвестиційної діяльності мають на меті повне та своєчасне покриття потреби підприємств в необхідних ресурсах для здійснення інвестицій різних форм з дотриманням критерію оптимізації



Рис. 2. Заходи регіонів щодо активізації інвестиційної діяльності

структури капіталу та зменшення його середньозваженої вартості. При чому, в сучасних умовах господарювання при виборі джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства мають орієнтуватися на використання внутрішніх джерел, зокрема амортизаційних відрахувань.

Удосконалення використання амортизаційних відрахувань як джерела фінансового забезпечення, на думку Турченок О.В., передбачає істотне коригування існуючої амортизаційної політики. По-перше, амортизаційна політика повинна тісно переплітатися із загальною стратегією інвестиційної діяльності, що потребує поєднання в єдину систему податкових відрахувань від прибутку підприємства, застосування схем прискореної амортизації, наявності пільг за інвестиційними кредитами і витрат на технологічні інновації. Таке поєднання реально сприятиме модернізації виробництва та підвищенню ефективності використання фінансового капіталу в інвестиційній діяльності. По-друге, необхідно чітко окреслити об'єкти, застосування прискореної амортизації. Зокрема, доцільно застосовувати прискорену амортизацію при використанні високотехнологічного обладнання [11].

Підвищення ефективності інвестиційної діяльності на стадії розробки інвестиційного проекту може бути досягнуте за рахунок скорочення термі-

ну проектування; закладення у проект прогресивних форм його реалізації; широкого застосування там, де це можливо і доцільно, типових проектів, які вже виправдали себе на практиці, що дозволяє значною мірою знизити витрати на проектування, а також різко зменшити ризики; застосування в проекті найбільш передових технологій з урахуванням вітчизняних і зарубіжних досягнень; підвищення загального технічного рівня проектування. Крім того, необхідно використовувати принципи наскрізного планування при формуванні й реалізації інвестиційних проектів. Саме це дозволить, підвищити ефективність інвестиційної діяльності і забезпечити системний взаємозв'язок інвестиційної програми зі стратегічною програмою інвестиційної політики, і крім того – прозорий контроль за ступенем досягнення цільових інвестиційних завдань [12].

Заходи щодо удосконалення управління фінансовими інвестиціями підприємств передбачає в першу чергу оптимізацію складу та структури сукупності фінансових активів, з урахуванням їх прибутковості, ліквідності та рівня фінансового ризику. Це досягається шляхом формування інвестиційного портфеля за рахунок активів, які забезпечать акумуляцію, збереження наявних ресурсів і потенційно є засобом для отримання прибутку надалі, при зниженні ступеня невизначеності.

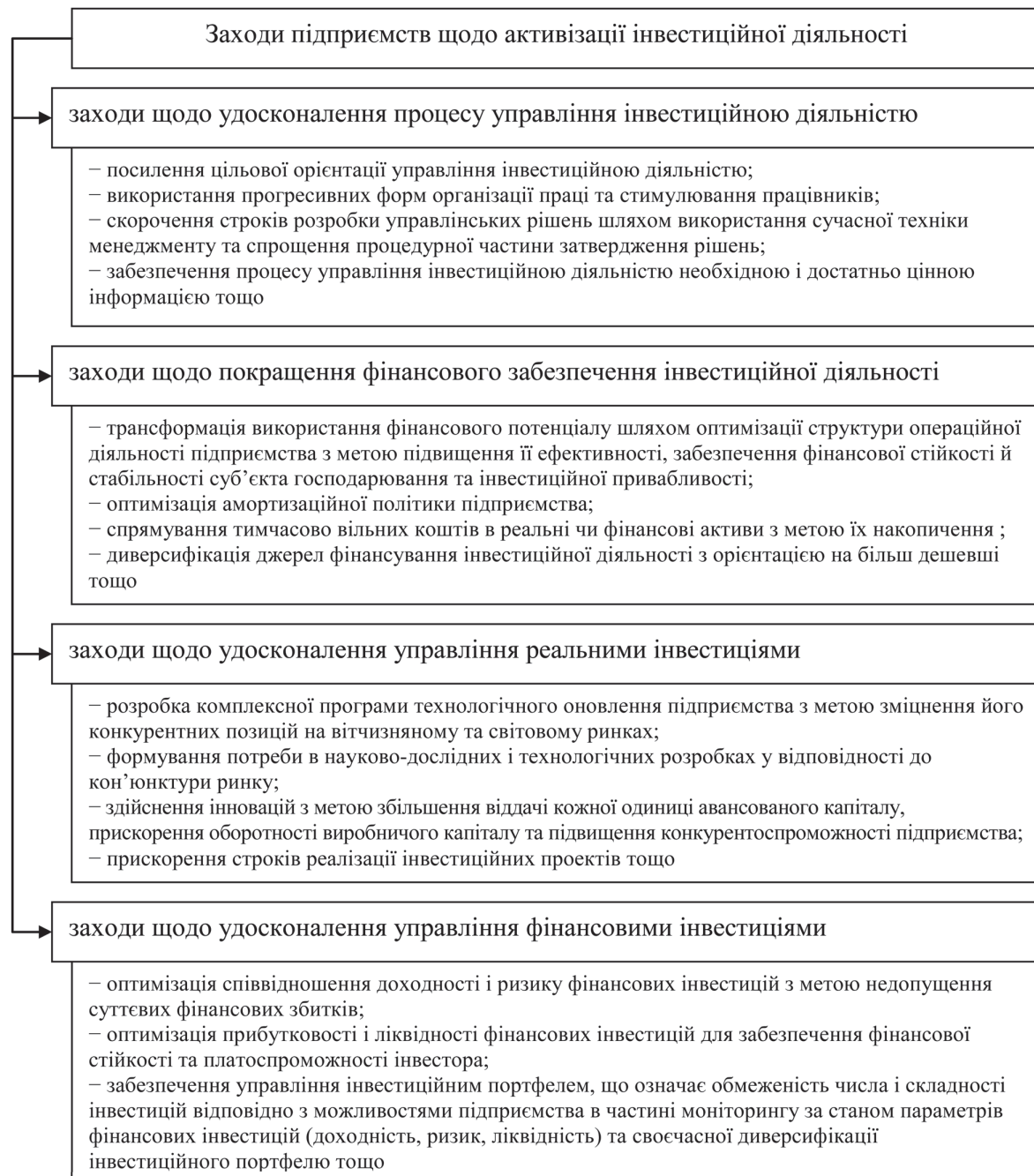


Рис. 3. Заходи щодо активізації інвестиційної діяльності, що вживаються на рівні підприємств

Висновки. Таким чином, питання підвищення інвестиційної активності підприємств на сьогодні є надзвичайно важливим аспектом розвитку окремих галузей промисловості та економіки в цілому. Адже активізація інвестиційного процесу є головною складовою економічних інструментів, які покликані спричинити реальні зрушення в структурі економіки країни, прискорити перехід економіки на якісно новий рівень індустріального розвитку, підвищити якість вітчизняної продукції та її конкурентоспроможність на світових ринках.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ахметзянова Т. А. Анализ отечественного и зарубежного опыта инвестиционной деятельности: модели зарубежной инвестиционной политики / Т. А. Ахметзянова // Вестник Башкирского института социальных технологий. – 2010. – №1. – С. 161-172.
2. Смірнова О. О. Активізація інвестиційного процесу в Україні: монографія / [Т. В. Майорова, М. І. Диба, С. В. Онишко, та ін.]; за наук. ред. М. І. Диби та Т. В. Майорової. – К.: КНЕУ, 2012. – 472 с.
3. Булавко О. А. Зарубежный опыт регулирования и стимулирования инвестиционной сферы / О. А. Булавко // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2011. – №2. – С.20-23.

4. Сисоєва Л.Ю. Механізми державного регулювання інвестиційного ринку України / Л.Ю. Сисоєва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2. – Т.2. – С.151-154.
5. Заярна Н. М. Шляхи та напрями активізації залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / Н. М. Заярна, І. Д. Крента // Науковий вісник НЛТУ України. – 2007. – Вип. 17.2. – С.160-165.
6. Офіційний сайт Державного агентства України з інвестицій та розвитку. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.in.gov.ua>.
7. Важинський Ф. А. Механізм регулювання інвестиційної діяльності в регіоні / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук, А. Ю. Яремко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С.138-143.
8. Кудрявцева В. В. Концептуальні засади кодифікації інвестиційного законодавства України / В. В. Кудрявцева // Державне будівництво та місцеве самоврядування. – 2009. – Вип.17. – С.175-185.
9. Семькина О.Ф. Факторы увеличения инвестиционной активности предприятия: системный подход / О.Ф. Семькина // Вестник Томского государственного университета. – 2006. – №292. – С.158-162.
10. Турченко О.В. Кризові дисбаланси та детермінанти активізації інвестиційної діяльності підприємств / О.В. Турченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія: Фінанси і кредит. – 2009. – №2. – С.302-308.
11. Трешов М.М. Управління інвестиційно-інноваційною діяльністю сільськогосподарських підприємств / М.М. Трешов // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. Серія: Економічні науки. – 2009. – №1. – С. 82-87.

УДК 657

МОМОНТ Т.В.

м. Житомир

УПРАВЛІНСЬКА ЗВІТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ (У КОНТЕКСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ)

Анотація. В статті досліджено економічний зміст управлінської звітності, визначено механізм впровадження форм внутрішньої звітності на туристичних підприємствах, класифіковано найпростіші форми внутрішньої звітності. Визначено потреби в управлінській інформації за суб'єктами/користувачами та за об'єктами обліку для формування управлінської звітності туристичним оператором. Представлено форми управлінської звітності адаптовані до потреб діяльності туристичних підприємств, завдяки яким спрощено механізм визначення доходів, витрат та прибутку. Охарактеризовано результативні показники діяльності туристичного підприємства за фазами життєвого циклу та представлено “Звіт про туристичний продукт за фазами життєвого циклу”.

Ключові слова: фінансовий менеджмент, управлінська звітність, форми звітності, туристичний продукт, управлінська інформація.

Аннотация. В статье исследовано экономическое содержание управленческой отчетности, определен механизм внедрения форм внутренней отчетности на туристических предприятиях, классифицированы простейшие формы внутренней отчетности. Определены потребности в управленческой информации по субъектам – пользователям и по объектам учета для формирования управленческой отчетности туристическим оператором. Представлены формы управленческой отчетности адаптированные к потребностям деятельности туристических предприятий, благодаря которым упрощен механизм определения доходов, расходов и прибыли. Охарактеризованы результативноопределяющие показатели деятельности туристического предприятия по фазам жизненного цикла и представлен “Отчет о туристическом продукте по фазам жизненного цикла”.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, управленческая отчетность, формы отчетности, туристический продукт, управленческая информация.

Abstract. The article analyzes the economic content of managerial reporting, determines the mechanism of introduction of forms of internal reporting at tourist enterprises, categorizes the simplest forms of internal reporting. The needs for management information by subjects / users and for the objects of accounting for the formation of managerial reporting by the tourist operator are determined. The forms of managerial reporting are adapted to the needs of the tourism enterprises, which simplifies the mechanism for determining income, expenses and profit. The results-determining indicators of the tourism enterprise activity in terms of life cycle are described and the “Report on the tourist product according to the phases of the life cycle” is presented.

Key words: financial management, management reporting, reporting forms, tourism product, management information.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Діяльність суб'єктів господарювання, в тому числі і таких, що належать до складу туристичної індустрії, спрямована на отримання позитивного

фінансового результату. В умовах економічної кризи практично неможливо спрогнозувати поведінку споживачів, а особливо туристичного продукту, який не є життєво необхідним, і тому більш виважено і обережно приймаються рішення щодо функціонування туристичного підприємства. Звичайно, підприємства намагаються ставити перед собою стратегічні цілі і вибудовують шляхи їх досягнення, що за умови нормального функціонування економіки країни забезпечить їм сталі прибутки та стабілізує фінансовий стан. Тому, перш за все, потрібно правильно організувати діяльність функціональних підрозділів суб'єкта господарювання, а саме забезпечити оптимальні системи складання бухгалтерської звітності з метою удосконалення процесу управління підприємством, що має на меті досягнення позитивної динаміки показників рентабельності та ефективності діяльності. Базою для зазначених процесів є облікова інформація, передача якої від виконавця до користувача здійснюється через управлінську звітність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням теоретичних і практичних проблем побудови та складу управлінської звітності підприємств присвячено наукові доробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, аналіз яких свідчить про недостатність розроблення загальних теоретичних підходів щодо уніфікації формування звітності та спрощення процесу її подання. Кожен дослідник вносить пропозиції, враховуючи специфіку сектору економіки, проблемами якого займається. Різносторонніми є праці П.Й. Атамаса, Ф.Ф. Бутинця, В.В. Сопка, С.Ф. Голова, А.В. Максименка, Р.Л. Хомяка, Г.Г. Кірейцева, М.С. Пушкаря, І.Б. Садовської та інших. Однак, проблеми використання існуючих форм управлінської звітності та адаптації їх до потреб фінансового менеджменту на підприємствах туристичної індустрії залишаються невирішеними.

Метою статті є дослідження системи внутрішньої звітності та розробка форм управлінської звітності адаптованих до діяльності суб'єктів туристичної індустрії і використовуваних для потреб фінансового менеджменту.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Система внутрішньої управлінської звітності – один з найбільш складних і важливих елементів управлінського обліку, що дозволяє керівництву підприємства, з одного боку, зрозуміти межі своїх можливостей в отриманні необхідних відомостей від виконавців, а також можливостей інформаційної та технічної служб [1], а з іншого боку – отримати ці відомості, оформленими належним чином, тобто в тому вигляді, в якому ними зручно користуватися для прийняття управлінських рішень. Крім того,

система управлінської звітності – це результат діяльності будь-якої системи управлінського обліку або, інакше кажучи, продукт її діяльності. Отже, внутрішня звітність найбільш точно і повно відображатиме зміни в діяльності підприємства, якими можуть виступати диверсифікаційні процеси. Впровадження форм внутрішньої звітності на туристичних підприємствах під впливом процесів диверсифікації пропонуємо проводити наступним чином:

1. Аналіз необхідної облікової інформації з метою підтвердження доцільності створення тієї чи іншої форми звітності.

Форми можуть піддаватися правці, тобто змінюватися за зовнішнім виглядом, за формами подання інформації. Це вважається досить незначним елементом загальної роботи з впровадження внутрішньої звітності. Як правило, перший етап проводиться по бухгалтерських регістрах, і факт відсутності в них інформації, необхідної для управління, можна вважати природним. У цьому випадку необхідно визначити джерела отримання необхідної інформації, які можуть перебувати у функціональних підрозділах, наприклад, відділ продажів або відділ закупівель, виробничі відділи і т. д. Особливо важливо проаналізувати сам факт наявності необхідної інформації. Наприклад, може виникнути ситуація, при якій існуючі форми первинних документів не мають реквізитів, необхідних для отримання відповідного звіту. У цьому випадку слід провести роботу з доопрацювання цих форм або впровадження системи додаткового обліку даних форм первинного документа.

2. Аналіз форм облікових регістрів і облікової практики підприємства з метою забезпечення відображення необхідної облікової інформації, що є системоутворюючим фактором при формуванні внутрішньої звітності, яка виступає інформативною базою при здійсненні стратегічного аналізу. Для того, щоб отримати інформацію з облікових регістрів, необхідно дещо змінити аналітичний облік, щоб необхідна інформація відбивалася в ньому постійно.

3. Створення адекватної реальним процесам автоматизованої системи формування внутрішньої звітності.

На нашу думку, запропонований алгоритм дозволить розробити найбільш інформативні та корисні у використанні форми внутрішньої звітності, не перевантажені зайвими показниками, що безпосередньо забезпечить зменшення витрат робочого часу на її формування та вплине на позитивну динаміку показників ефективності діяльності туристичного підприємства.

Якісне забезпечення інформацією управлінського персоналу господарюючих суб'єктів туристичної індустрії в умовах диверсифікації вимагає вирішення проблеми її насиченості. Відповідно

найбільша потреба в її формуванні виникає у внутрішніх користувачів, які здійснюють процес управління діяльністю і відстежують зміну фінансової стійкості при застосуванні диверсифікаційних процесів, платоспроможності та аналізу фінансового стану туристичного підприємства. Зважаючи на вищевикладене, можемо стверджувати, що інформаційний потік для внутрішнього використання повинен бути представленим у деталізованому вигляді для проведення поглибленої аналітичної роботи на конкретно взятому туристичному підприємстві з метою прийняття ефективного управлінського рішення.

Зауважимо, що потреба в інформації визначається на основі інформаційних запитів, направлених, найчастіше, до фінансової служби, яка включає роботу облікового апарату.

Оскільки головним продуцентом туристичного продукту серед туристичних підприємств виступають туристичні оператори, зосередимо увагу на їх організаційній структурі управління з метою визначення необхідності розробки форм внутрішньої звітності на основі інформаційних запитів щодо об'єктів бухгалтерського обліку. Основними відділами туристичних підприємств – операторів є:

- відділ управління в особі керівника (директора, генерального директора);

- відділ продажів (розгалужений найчастіше за напрямками реалізації туристичного продукту або за видами туризму, включає роботу відділу збуту);
- відділ маркетингу;
- фінансовий відділ (виконує функції обліку, планування, аналізу).

В таблиці 1 визначено потребу зазначених вище внутрішніх користувачів в управлінській звітності, побудованій на основі інформаційних запитів щодо об'єктів обліку, в умовах запровадження диверсифікації діяльності суб'єктами туристичної діяльності.

Однак, слід зазначити, що представлені в таблиці 1 інформаційні запити будуть залежати від стадій життєвого циклу диверсифікованого туристичного продукту.

Для аналізу діяльності туристичного підприємства на всіх фазах життєвого циклу диверсифікованого туристичного продукту найпростішими формами внутрішньої звітності є довідки про наслідки діяльності:

- а) довідка про реалізацію туристичного продукту (зазначаємо обсяг реалізації в кількісному та вартісному виразі);
- б) довідка про кредиторську та дебіторську заборгованість, залишки грошових коштів на банків-

Таблиця 1.

Потреби в управлінській інформації за суб'єктами-користувачами та за об'єктами обліку для формування управлінської звітності туристичним оператором в умовах диверсифікації

Суб'єкти/користувачі управлінської інформації	Інформаційний запит	Об'єкт обліку
Відділ управління	Аналіз показників діяльності туристичного підприємства; визначення економічного ефекту від впровадження стратегії диверсифікації	Доходи; витрати; фінансовий результат
Відділ продажів	Організація аналізу фінансово-господарської діяльності; розробка плану аналітичної роботи і контроль за його виконанням; узагальнення результатів аналізу підприємства; розробка заходів за результатами аналізу; аналіз виконання плану розробки туристичного продукту за обсягом, асортиментом, якістю; аналіз витрачання матеріальних ресурсів; аналіз своєчасності та якості матеріально-технічного забезпечення необхідного для розробки туристичного продукту; аналіз забезпеченості технологічним обладнанням та ефективність його використання	Доходи за джерелами утворення; витрати за джерелами утворення; оборотні активи; необоротні активи; фінансовий результат
Фінансовий відділ	Аналіз грошових надходжень; аналіз виконання бізнес-плану; аналіз фінансових результатів діяльності та рентабельності підприємства; вивчення взаємовідносин з банком; аналіз та оптимізація оподаткування підприємства; аналіз рівня організації та нормування праці; аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами; визначення рівня продуктивності праці, використання робочого часу та фонду оплати праці; аналіз трудомісткості та її зниження; дослідження основних показників господарської діяльності; аналіз витрат; визначення витрат на збут; аналіз товарообороту	Доходи за джерелами утворення; витрати за джерелами утворення; грошові потоки; зобов'язання за видами
Відділ маркетингу	Аналіз виконання договірних зобов'язань щодо поставок продукції споживачам за обсягом, якістю, строками; дослідження та оцінка альтернативних ринків збуту	Дебіторська та кредиторська заборгованості

*Джерело: Розроблено автором.

ських рахунках та в касі (зазначаємо інформацію про наявність вільних коштів, розміри заборгованостей у розрізі основних дебіторів та кредиторів);

в) довідка про витрати на розробку туристичного продукту та ін.

Відповідно до інформації, що розкривається в зазначених документах, пропонуємо наводити інформацію в розрізі диверсифікації діяльності, визначаючи в окремому рядку показники, що стосуються диверсифікаційного процесу.

Для формування внутрішньої звітності цікавими будуть аналіз доходів та витрат туристичного підприємства, їх співвідношення та визначення фінансового результату. Тобто, для цілей управління бухгалтерською службою має бути сформовано

деталізований звіт про фінансові результати діяльності туристичного підприємства.

Тому, використовуючи форму 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), пропонуємо туристичним підприємствам, які змушені диверсифікувати свою діяльність, використовувати форму внутрішньої звітності ДТД 1 “Звіт про фінансові результати для цілей управління”, яку представлено в таблиці 2.

Запропонована форма звітності дозволить проводити внутрішнім користувачам оцінку ефективності новоствореного туристичного продукту, тобто розрахувати прибутковість діяльності від здійснення диверсифікації. Зокрема, відображення суми доходу від реалізації нового туристичного продукту

Таблиця 2.
Форма ДТД 1

Звіт про фінансові результати для цілей управління, тис. грн.

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	100,1	76,2
<i>в т. ч. новоствореного туристичного продукту</i>	20001	20,2	0,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(60,4)	(45,1)
<i>в т. ч. новоствореного туристичного продукту</i>	20501	(10,6)	(0,00)
Валовий: прибуток	2090	39,7	31,1
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	20901	9,6	0,00
збиток	2095	()	()
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	20951	()	()
Інші операційні доходи	2120	52,0	33,00
<i>в.т.ч. новостворений туристичний продукт</i>	21201	18,0	0,00
Адміністративні витрати	2130	(30,0)	(22,0)
<i>в.т.ч. на новостворений туристичний продукт</i>	21301	(5,0)	(0,0)
Витрати на збут	2150	(15,0)	(3,0)
<i>в.т.ч. на новостворений туристичний продукт</i>	21501	(14,0)	(0,0)
Інші операційні витрати	2180	(2,3)	(1,4)
<i>в.т.ч. на новостворений туристичний продукт</i>	21801	(1,2)	(0,00)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	44,4	37,7
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	21901	7,4	0,00
збиток	2195	()	()
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	21951	()	()
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	44,4	37,7
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	22901	7,4	0,00
збиток	2295	()	()
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	22951	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	8,0	6,8
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	23001	1,3	0,00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	36,4	30,9
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	23501	6,1	0,0
збиток	2355	()	()
<i>в.т.ч. від новоствореного туристичного продукту</i>	23551		

*Джерело: Розроблено автором.

ту та його питомої ваги в структурі доходів туристичного підприємства дозволить оцінити участь реалізації новоствореного продукту у формуванні доходів підприємства. Враховуючи зміну рівня доходів від реалізації новоствореного продукту в залежності від його життєвого циклу, менеджмент підприємства може прийняти рішення щодо скорочення чи розширення обсягів діяльності з новоствореним туристичним продуктом.

Для забезпечення користувачів управлінської звітності інформацією про доходи підприємства та джерела їх походження пропонуємо форму внутрішньої звітності, яка дозволить провести аналіз за джерелами надходження виручки від реалізації, своєчасності погашення покупцями дебіторської заборгованості та аналіз власної платоспроможності на основі інформації про кредиторську

заборгованість. Для цього скористаємось формою ДТД 2 “Звіт про джерела надходження грошових коштів та шляхи їх витрачання”, представленою в таблиці 3.

Запропонована форма дозволяє проводити облік розрахунків як в національній, так і іноземній валюті. При цьому окремо можна вести облікову реєстрацію даних процесу диверсифікації, що здійснюється на туристичному підприємстві і проводити аналіз доцільності її запровадження.

Використовуючи факти практичної діяльності туристичних підприємств, нами розроблено наступну форму внутрішньої звітності – ДТД 3 “Звіт про склад операційних витрат”, призначену для аналізу та планування витрат туристичного підприємства на впровадження диверсифікованого туристичного продукту. Зазначена форма представлена в таблиці 4.

Таблиця 3.
Форма ДТД 2

Звіт про джерела надходження грошових коштів та шляхи їх витрачання, грн.

Місце зберігання ГК	Джерело надходження/ напрям використання грошових коштів	Вид джерела надходження / напрям використання грошових коштів	Надходження	Витрачання
Початкове сальдо за наявними грошовими коштами			1017,00	
Каса	Початкове сальдо по касі туристичного підприємства		17,00	
	Початкове сальдо за покупцями та замовниками		0,00	
	Покупці та замовники	покупець А	100,00	
		покупець Б	200,00	
		покупець В	300,00	
	Кінцеве сальдо за покупцями та замовниками		600,00	
	Початкове сальдо за постачальниками		2000,00	
	Постачальники	постачальник А		100,00
		постачальник Б		200,00
		постачальник В		300,00
	Кінцеве сальдо за постачальниками		1400,00	
	Початкове сальдо за розрахунками з кредиторами		1000,00	
	Кредиторська заборгованість	А		100,00
Б			500,00	
В			400,00	
Кінцеве сальдо за розрахунками з кредиторами		0,00		
Кінцеве сальдо по касі туристичного підприємства		2017,00		
Банк	Початкове сальдо по рахунках в банках туристичного підприємства		1000,00	
	Початкове сальдо за покупцями та замовниками		0,00	
	Покупці та замовники	покупець А	200,00	
		покупець Б	300,00	100,00
		покупець В	400,00	
	Кінцеве сальдо за покупцями та замовниками		800,00	
Початкове сальдо за постачальниками		1000,00		
	постачальники	постачальник А		100,00
		постачальник Б		500,00
		постачальник В		400,00
	Кінцеве сальдо за постачальниками		0,00	
	Початкове сальдо за розрахунками з кредиторами		200,00	
	Кредиторська заборгованість	А		200,00
		Б		
		В		
	Кінцеве сальдо за розрахунками з кредиторами		0,00	
	Кінцеве сальдо по рахунках в банках туристичного підприємства		1800,00	
	Кінцеве сальдо за наявними грошовими коштами		3817,00	

*Джерело:Розроблено автором.

Запропонована форма звітності дозволить внутрішнім користувачам облікової звітності провести стратегічний аналіз витрат, понесених на розробку та реалізацію новоствореного туристичного продукту, визначити частку в структурі та, в разі необхідності, вносити корективи у відповідності з доцільністю витрат, що будуть понесені.

Зазначена в формі інформація є досить важливою в процесі прийняття управлінських рішень, адже зазначені витрати є вагомими і потребують залучення додаткових ресурсів.

До того ж запропонована нами форма внутрішньої управлінської звітності покликана надати інформацію про визначені операційні витрати для здійснення економічного аналізу процесу диверсифікації, дозволяє аналізувати структуру та динаміку операційних витрат, тобто проводити вертикальний та горизонтальний аналіз витрат з врахуванням процесу диверсифікації, також вона дає можливість визначити матеріало-, фондо-, та трудомісткість діяльності як в цілому по підприємству, так і окремо за процесом диверсифікації, наведені в ній показники можуть бути використані для визначення рентабельності діяльності та послуг.

Наступним напрямом удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління фінансово-господарською діяльністю туристичних підприємств в умовах диверсифікації є розробка форм внутрішньої звітності в залежності від стадій життєвого циклу новоствореного туристичного продукту.

Даний процес пов'язаний з таким елементом методу бухгалтерського обліку як калькулювання.

Калькулюванням витрат за стадіями життєвого циклу (life-cycle costing – LCC) займалися такі вчені як: О.В. Алексєєва, Е.А. Аткинсон, Р.Д. Банкер, Х.П. Баррінгер, Б.С. Бланчард, Д.П. Вебер, Ш. Датар, Т. Джонсон, Б. Диллон, К. Друрі, Р.С. Каплан, В.Е. Керімов, Р.Р. Ландерс, О.Є. Николаєва, Д. Нортон, Б. Райан, К. Сіммондз, К. Уорд, В.Дж. Фабриски, Дж. Фостер, Ч. Хорнгрен, С.М. Янг, однак дане питання не знайшло практичного дослідження на підприємствах сфери туризму. На нашу думку, дослідження процесу диверсифікації через призму стадій життєвого циклу є доцільним оскільки дозволяє чітко спрогнозувати та управляти затратами на формування туристичного продукту на стадії його проектування. Іншими словами, калькулювання життєвого циклу новоствореного туристичного продукту (life-Cycle Costing) – це вимірювання й накопичення всіх фактичних витрат упродовж його життєвого циклу.

Залежно від фази життєвого циклу використовують різні методи управління: стандарт-кост, таргет-костинг та кайзен-костинг. Основною ідеєю методу “стандарт-кост” є розробка норм, до яких підприємство повинно прагнути. Розробка норм – стандартів, складання стандартних калькуляцій до початку виробництва і облік фактичних витрат з виділенням відхилень від стандартів, систематизованих як сукупність, отримали назву системи “стандарт-кост” (standart

Таблиця 4.
Форма ДТД 3

Звіт про склад операційних витрат, тис. грн.

Стаття	Код рядка	План		Факт		Абсолютне відхилення, +,-	
		грн.	% в структурі	грн.	% в структурі	грн.	% в структурі
Матеріальні затрати	2500	98,00	56,24	100,00	58,28	2,00	2,04
<i>в т. ч. на процес диверсифікації</i>	25001	34,00	19,51	20,00	11,66	-14,00	-7,85
Витрати на оплату праці	2505	52,00	29,84	50,00	29,13	-2,00	-0,71
<i>в т. ч. на процес диверсифікації</i>	25051	15,00	8,61	10,00	5,83	-5,00	-2,78
Відрахування на соціальні заходи	2510	19,15	10,99	18,40	10,72	-1,10	-0,27
<i>в т. ч. на процес диверсифікації</i>	25101	5,52	3,17	3,68	2,14	-1,84	-1,03
Амортизація	2515	0,90	0,52	0,90	0,52	0,00	0,00
<i>в т. ч. на процес диверсифікації</i>	25151	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші операційні витрати	2520	4,20	2,41	2,30	1,35	-1,9	-1,096
<i>в т. ч. на процес диверсифікації</i>	25201	1,90	1,09	1,20	0,70	-0,7	-0,39
Разом	2550	174,25	100,00	171,6	100,00	-2,65	0,00
<i>в т. ч. від процесу диверсифікації</i>	25501	56,42	32,38	34,88	20,33	-21,54	-12,05

* Джерело: Розроблено автором.

cost). Система таргет-костинг (target costing) застосовується на етапі проектування нового виробу або модернізації старої продукції. Система таргет-костинг, на відміну від традиційних способів ціноутворення, передбачає розрахунок собівартості виробу за задалегідь встановленою ціною реалізації. Ця ціна визначається за допомогою маркетингових досліджень, тобто фактично є очікуваною ринковою ціною продукту або послуги. “Кайзен-костинг” – це процес зниження витрат на виробничій стадії життєвого циклу продукції шляхом безперервного пошуку поліпшення і полягає у зменшенні фактичних витрат виробництва порівняно з базовими. Базовою точкою скорочення витрат у системі є фактична собівартість продукції за минулий рік. Норма цільового скорочення витрат визначається відношенням планованої суми скорочення витрат до базових витрат.

Цей коефіцієнт використовують для всіх змінних витрат у межах плану. На його основі розраховуються цільові суми зниження витрат. У системі “кайзен-костинг” важливо не тільки встановити норму цільового скорочення витрат і досягнути її, а й утримати досягнене скорочення витрат [2].

З цією метою нами запропоновано форми внутрішньої звітності ДТД 4 “Звіт про доходи та витрати туристичного підприємства” та ДТД 5 “Звіт про туристичний продукт за фазами життєвого циклу”.

Як правило, саме бажання максимізувати прибутки спонукає до застосування диверсифікаційних процесів, і, як наслідок, управлінців цікавитимуть звіти щодо отриманих доходів та понесених витрат. Якщо при незмінних витратах збільшуються доходи або при незмінних доходах зменшуються витрати, то й прибуток зростає. В таблиці 5 запро-

Таблиця 5.
Форма ДТД 4

Звіт про доходи та витрати туристичного підприємства, тис. грн.

Стаття	Період									
	I квартал		II квартал		III квартал		IV квартал		Разом за рік	
	роки		роки		роки		роки		роки	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Дохід від реалізації основного туристичного продукту	26,4	29,0	22,1	26,5	36,4	10,9	29,0	23,2	113,9	89,7
Дохід від реалізації супутнього диверсифікованого продукту	9,1	10,0	8,2	9,8	9,3	2,8	11,6	9,3	38,2	31,9
Всього дохід від реалізації	35,5	39,1	30,3	36,4	45,7	13,7	40,6	32,5	152,1	121,6
Змінні витрати основні	9,4	10,3	8,1	9,7	9,6	2,9	10,0	8,0	37,1	30,9
Змінні витрати додаткові на виробництво диверсифікованого продукту	2,2	2,4	3,6	4,3	2,8	0,8	3,2	2,6	11,8	10,1
Всього змінних витрат	11,6	12,8	11,7	14,0	12,4	3,7	13,2	10,6	48,9	41,1
Маржинальний дохід від реалізації основного туристичного продукту	17,0	18,7	14,0	16,8	26,8	8,0	19,0	15,2	76,8	58,7
Маржинальний дохід від реалізації супутнього диверсифікованого продукту	6,9	7,6	4,6	5,5	6,5	2,0	8,4	6,7	26,4	21,8
Всього маржинальний дохід	23,9	26,3	18,6	22,3	33,3	10,0	27,4	21,9	103,2	80,5
Постійні витрати основні	8,2	9,0	6,7	8,0	16,0	4,8	8,9	7,1	39,8	29,0
Постійні витрати додаткові на виробництво диверсифікованого продукту	5,3	5,8	2,8	3,4	4,5	1,4	6,4	5,1	19,0	15,7
Всього постійних витрат	13,5	14,9	9,5	11,4	20,5	6,2	15,3	12,2	58,8	44,6
Прибуток від реалізації основного туристичного продукту	8,8	9,7	7,3	8,8	10,8	3,2	10,1	8,1	37,0	29,8
Прибуток від реалізації супутнього диверсифікованого продукту	1,6	1,8	1,8	2,2	2,0	0,6	2,0	1,6	7,4	6,1
Загальний прибуток	10,4	11,4	9,1	10,9	12,8	3,8	12,1	9,7	44,4	35,9

* Джерело: Розроблено автором.

поновано форму ДТД 4 “Звіт про доходи та витрати туристичного підприємства”.

Запропонована форма звіту дозволить розрахувати та наглядно відобразити величину складових прибутку туристичного підприємства, оцінити ефект від застосування диверсифікаційних процесів, а також збільшити аналітичність управлінської звітності, покращити якість сформованої на її основі управлінської інформації.

З цією метою нами запропоновано форму внутрішньої звітності ДТД 5 “Звіт про туристичний продукт за фазами життєвого циклу”, яка дозволяє отримати інформацію в розрізі окремих туристичних продуктів, що вже впроваджені, та для аналізу споживчої цінності диверсифікованого продукту. В таблиці 6 представлено звіт за формою ДТД 5, щодо життєвого циклу екологічного туру, розробленого в рамках здійснення процесу диверсифікації.

На підставі сформованого звіту, представленого в таблиці 6, нами проведено аналіз його показників, за результатами якого сформовано таблицю 7, в якій охарактеризовано “поведінку” показників для визначення фінансового результату від диверсифікованого туристичного продукту на кожній фазі життєвого циклу.

Проведений аналіз дозволяє вчасно проаналізувати ситуацію, що склалася на ринку по відношенню до новоствореного (диверсифікованого) туристичного продукту, та прийняти своєчасні управлінські рішення з метою максимізації прибутку та/або продовження стадії активної реалізації туристичного продукту.

Висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Отже, підтвердимо про таке: бухгалтерська звітність є одним з найважливіших інструментів управління, оскільки базуючись на

Таблиця 6.
Форма ДТД 5

Звіт про еко-тур, в частині диверсифікації діяльності, за фазами життєвого циклу, тис грн.

№ з/п	Показник	На одиницю / туру	Фаза впровадження	Фаза активної реалізації	Фаза спадання
1.	Кількість продажів	1	5	81	7
2.	Дохід	28,89	66,84	718,05	71,51
3.	Витрати:	20,40	47,20	507,10	60,60
3.1	Прямі витрати:	9,20	36,00	484,70	49,40
	проїзд	0,70	3,50	56,70	4,90
	проживання	2,00	10,00	162,00	14,00
	харчування	1,30	6,50	105,30	9,10
	трансферт	1,00	5,00	81,00	7,00
	екскурсійне обслуговування	0,50	2,50	40,50	3,50
	оформлення візи	0,20	1,00	16,20	1,40
	заробітна плата бухгалтера аналітика	2,50	2,50	5,00	2,50
	витрати на збут	1,00	5,00	18,00	7,00
3.2	Непрямі витрати:	11,20	11,20	22,40	11,20
	Оренда приміщення	0,50	0,50	1,00	0,50
	Комунальні платежі	0,70	0,70	1,40	0,70
	Заробітна плата АУП	10,00	10,00	20,00	10,00
4.	Знижка, 20% в частині витрат	4,08	9,44	101,42	0,00
5.	Фінансовий результат	4,41	10,20	109,53	10,91

*Джерело: Розроблено автором.

Таблиця 7.

Характеристика результативизначаючих показників діяльності туристичного підприємства за фазами життєвого циклу

Характерна ознака	Фази життєвого циклу туристичного продукту		
	впровадження	активної реалізації	спадання
Кількість продажів	невисока	поступово зростає, досягає максимального рівня (починає знижуватись)	спадає
Дохід	залежить від кількості продажів (мінімальний)	різко збільшується, стабілізується (починає знижуватись)	мінімальний
Витрати на збут	високі	середні	високі
Ціна	висока	стабілізується (незначно зменшується)	близька до собівартості
Фінансовий результат	низький	збільшується до максимального рівня	мінімізуються

*Джерело: Розроблено автором.

даних бухгалтерського обліку як системи суцільного, безперервного і суворо документального оформлення господарських процесів, вона відображає і дає змогу оцінити результати діяльності, прогнозувати показники підвищення ефективності господарської діяльності, спонукати до прийняття стратегічних управлінських рішень, спрогнозувати вектор розвитку бізнесу, оцінити стосунки з контрагентами. Тому, звітність підприємства, в т.ч. і туристичного, за своєю суттю має включати не тільки систему економічних показників, а й сукупність способів і прийомів узагальнення даних обліку та показників фінансового стану підприємства, використовуючи у своєму складі облікову інформацію з форм податкової, фінансової, статистичної та управлінської звітності. Однак, в процесі досліджен-

ня нами виявлено, що характеристику запровадження диверсифікованих процесів та визначення ефекту від їх впровадження найбільш повно дозволяє здійснити управлінська звітність, інформативність якої має найбільший вплив на процеси прийняття управлінських рішень, в результаті чого виникає необхідність в розробці форм управлінської звітності з відповідними методичними рекомендаціями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васюк Н.В. Методологія організації управлінського обліку на підприємстві / Н.В. Васюк // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013 р. – №1 [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/Varvar/Desktop/Vsed_2013_1_7.pdf.
2. Скрипник М.І. Життєвий цикл і методи калькулювання за стадіями / М.І. Скрипник // Вісник ЖДТУ. – 2010. – №1(51). – С. 8-11.

УДК 658.012: 331.101.3

МОСІЙЧУК І.В.

м. Житомир

МОТИВАЦІЯ ЯК ДІЄВИЙ МЕХАНІЗМ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті досліджено формування, основні складові мотиваційного механізму в системі управління персоналом. Обґрунтовано структурну модель мотиваційного механізму та визначено основні методи покращення мотивації працівників.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний механізм, мотиваційний моніторинг, персонал, управління персоналом.

Аннотация. В статье исследовано формирование, основные составляющие мотивационного механизма в системе управления персоналом. Обоснована структурная модель мотивационного механизма и определены основные методы улучшения мотивации работников.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный механизм, мотивационный мониторинг, персонал, управление персоналом.

Abstract. The article deals with the formation, the main components of the motivational mechanism in the personnel management system. The structural model of the motivational mechanism is substantiated and the main methods of improving the motivation of employees are determined.

Keywords: motivation, motivational mechanism, motivational monitoring, personnel, personnel management.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний розвиток науки управління персоналом пов'язаний із появою нових підходів до побудови та застосування дієвих механізмів узгодженості та взаємодії керівництва підприємства та персоналу. Реалізація цього здійснюється за допомогою як традиційних, так і нових методів, які дозволяють досягти балансу між організаційною та мотиваційною складовими в управлінні.

Особливу актуальність мотивація набуває і в умовах світової економічної нестабільності, оскільки, розробка і запровадження ефективних мотиваційних моделей сприяє підвищенню конкуренто-

спроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значних досягнень у дослідженні теорії мотивації праці здобули такі відомі вчені, як: А. Маслоу, М. Туган-Барановський, Ф. Герцберг, Д. Мак-Клеланд, В. Врум, Дж. Адамс, Л. Портер, Е. Лоулер та багато інших. Мотивацію також досліджували: Т. Андреева, Д. Терещенко, А. Колот, С. Бандур, Р. Кучер та ін.

У працях зазначених науковців з різних точок зору досліджені важливі теоретичні, методологічні й практичні проблеми ефективного управління пер-

соналом. Проте в сучасних умовах на багатьох підприємствах залишаються недостатньо вирішеними питання ефективної мотивації персоналу, що передбачає формування мотиваційного механізму управління персоналом та забезпечення його функціонування.

Метою статті є дослідження використання мотиваційного механізму та методів його оцінки в системі управління персоналом підприємства.

Виклад основного матеріалу. Мотиваційний механізм забезпечує перетворення набору факторів, принципів, стимулів, мотивів, ціннісних орієнтацій, сподівань, поведінкових реакцій з лінійного дискретного стану у замкнутий, постійно повторювальний процес. У структурному відношенні мотиваційний механізм включає фінансово-економічні методи і важелі, певну структуру відповідальних працівників, норми і правила стимулювання, періодичність проведення оцінки здійснюваних заходів тощо [1].

Мотиваційний механізм повинен будуватися з урахуванням особливостей персоналу, які включають потреби, інтереси, установки і ціннісні орієнтації працівників та враховувати існуючу структуру управління персоналом, чинники, що впливають на установу всередині і ззовні, а також традиції, що склалися, та історичний досвід роботи [3].

Формування мотиваційного механізму управління персоналом та забезпечення його функціонування, на нашу думку, є цілісним комплексом дій, що враховують особливості об'єкта управління (трудовий потенціал підприємства), суб'єкта управління та середовища господарювання (внутрішніх умов та обмежень і вимог зовнішнього середовища) (рис. 1).

Структурна модель мотиваційного механізму управління персоналом (ММУП), що представлена на рис. 1, містить чотири блоки: теоретичний, організаційний, інструментальний та інформаційний.

Завданням теоретичного блоку є формування загальних положень функціонування мотиваційного механізму управління персоналом, який є компонентом загальної системи менеджменту. На нашу думку, його варто розглядати як управлінську технологію, що застосовується у межах управління персоналом на підприємстві в цілому.

Домінуюча на підприємстві система цінностей та потреб впливає на кожного працівника, у тому числі регулює рівень його трудової віддачі. Окрім того, кожен із працівників є елементом трудового колективу і реалізуючи власний трудовий потенціал впливає на рівень та міру реалізації трудового потенціалу окремих груп та підприємства в цілому.

Важливим є те, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності людини не є сталими. До того ж один і той самий чинник, що на сьогодні мотивує конкретну людину

до ефективного виконання своїх обов'язків і продуктивної діяльності, вже завтра може сприяти зниженню цих мотиваційних настанов. Тому це лише підтверджує необхідність та важливість вивчення потреб конкретної людини, її настанов, бажань, пріоритетів для розроблення дієвих заходів впливу на поведінку кожного працівника. Необхідно звернути увагу, що більшість методів впливу на працівників закладені у культурі тієї країни, де вони застосовуються [4].

Мотиваційний механізм управління поведінкою співробітників банку має базуватися на таких чинниках, як система формальних процедур і правил виконання функцій і робіт, призначених для досягнення мети фірми та уявлення менеджменту про реальні інтереси, мотиви, потреби людей, що працюють в організації, способах їх задоволення, значущих цінностях і нормах поведінки.

Основними складовими мотиваційного механізму є: вдосконалення системи заробітної плати, надання можливостей працівникам брати участь у прибутках банку; вдосконалення організації праці, що включає постановку цілей, розширення трудових функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці. Враховуючи вищевикладене, важливо підкреслити, що в банківській сфері основними стратегічними напрямками підвищення ефективності мотиваційних механізмів управління персоналом мають стати такі: вдосконалення структури існуючих матеріальних і нематеріальних стимулів, реформування оплати праці; забезпечення соціальної безпеки працівників на основі інвестицій в їхній розвиток; залучення потенціалу соціального партнерства, вдосконалення колективно-договірного регулювання праці та її оплати; запровадження оцінювання ефективності мотиваційних механізмів управління персоналом банку.

Важливо наголосити, що мотиваційний механізм повинен будуватися з урахуванням особливостей персоналу банку, які включають потреби, інтереси, установки і ціннісні орієнтації працівників. Мотиваційний механізм повинен враховувати існуючу структуру управління персоналом банку, чинники, що впливають на установу всередині і ззовні, а також традиції, що склалися й історичний досвід роботи.

Рушійною силою мотиваційного механізму банківської діяльності має стати система стимулів. Умови стимулювання мають бути визначені керівництвом банку, яке повинно закладати у систему стимулювання залежність винагороди працівників від результативності та ефективності їх рішень і керівних дій. При цьому мотиваційний механізм банківської діяльності залежить від рівня мотивації, від учасників процесу, від зовнішніх та внутрішніх факторів [5].

Для мотивації праці, а по суті, для забезпечення потрібного рівня трудової активності персоналу доцільно:

- визначити набір цінностей, які будуть закладені в основу мотивування персоналу. Цей набір повинен враховувати основні потреби та інтереси людей, які записують у формі пільг, переваг, видів заохочення в “Правилах внутрішнього трудового розпорядку організації” і закріплюють в інших локальних нормативних правових актах;
- конкретизувати види трудової діяльності, які потрібні організації і які доцільно мотивувати;
- організувати працю так, щоб переконати працівника в можливості задовольнити його інтереси з доступними для нього витратами фізичних і моральних сил, часу та можливості відтворити свою працездатність;
- узгодити певні види діяльності з набором цінностей і переваг;
- при наймі працівника виявити, які в нього мотиви, інтереси, яка система цінностей.

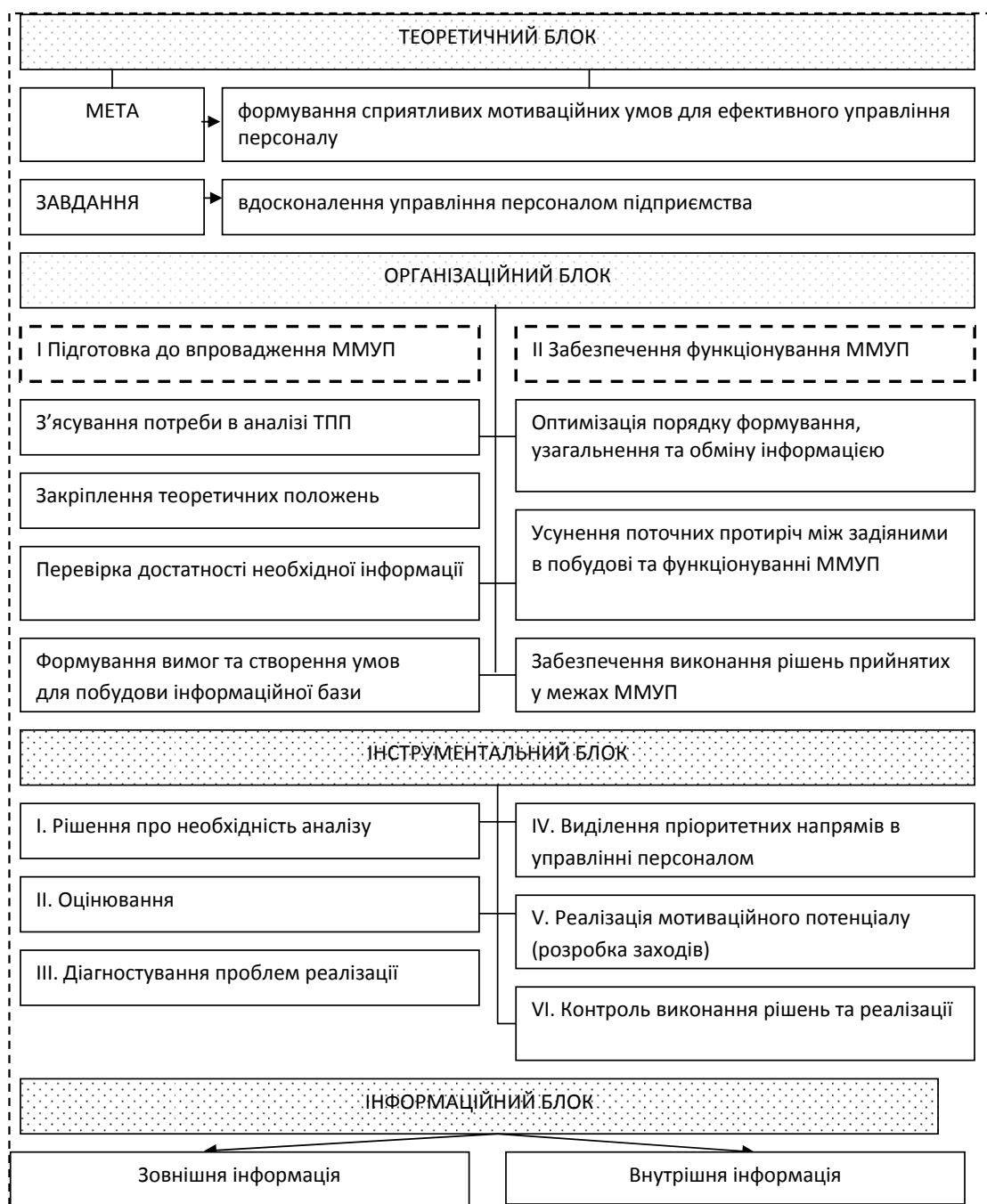


Рис. 1. Структурна модель мотиваційного механізму управління персоналом підприємства

Доходи працівника в організації мають бути достатніми, щоб покривати його витрати. Необхідно регулювати систему мотивації та стимулювання персоналу (табл. 1).

Умовами ефективного використання мотивації праці є:

- високий рівень оплати;
- використання високопрофесійної праці;
- відсутність зрівнялівки в оплаті;
- високий престиж праці в державі, висока купівельна спроможність людини та її зацікавленість у підвищенні кваліфікації.

Для того, щоб мотиваційний процес був керованим, необхідно створити певні умови:

- треба мати повну й достовірну інформацію про об’єкт управління;
- постійно мати уявлення про стан і динаміку мотиваційної спрямованості персоналу;
- ретельно стежити за соціально-економічними наслідками управлінських рішень і вміти їх прогнозувати;

Для ефективної роботи працівників необхідно об’єднати в єдину комплексну систему матеріальні та нематеріальні стимули, які додадуть працівникам впевненість в тому, що вони необхідні підприємству і їх робота дуже важлива.

Ефективно така мотивація впливатиме лише на тих людей, які вже задовольнили свої базові потреби і впевнені в тому, що зможуть їх забезпечувати, та наступним етапом для них є самореалізація [9]. Універсальними методами нематеріальної мотивації, які підійдуть як для великих підприємств, так і для середнього бізнесу, є: 1) покращення робочого місця; 2) позитивне ставлення керівництва до підлеглих; 3) підвищення по службі; 4) гнучкий графік; 5) безкоштовне навчання; 6) зайнятість працюючих в робочий час; 7) зворотній зв’язок [1].

Зрозуміло, що для кожного працівника існує індивідуальна схема, адже на різних людей діють різні стимули і для цього потрібно враховувати

безліч аспектів, починаючи з особливостей характеру працівників і закінчуючи їх прагненням професійного самовираження. Використання нематеріальних методів мотивації працівникам дасть змогу не лише підвищити ефективність їх роботи, але й зведе до мінімуму матеріальну складову мотивування.

Збільшення на підприємстві мотивованих працівників надає більше можливостей керівництву щодо його ефективного використання. Тому керівникам важливо зосередитись не лише на збалансованості системи стимулювання персоналу, а й на пошуку індивідуальних важелів впливу на підлеглих.

З метою оцінки ефективності мотиваційного механізму на підприємстві можна запропонувати систему показників, які є складовими методологічної бази проведення діагностики системи мотивації праці:

1. Економічні та трудові показники, що визначають ефективність використання робочого часу, трудового потенціалу працівників, заробітної плати та загальних витрат на персонал, та його розвиток, результативність праці тощо.

2. Показники руху персоналу.

3. Показники кадрового потенціалу (освітньо-кваліфікаційного рівня, демографічної структури персоналу).

4. Показники соціально-економічної, інноваційної та трудової активності персоналу.

5. Показники, що характеризують стан організації та умов праці.

6. Показники, що характеризують соціально-психологічний клімат на підприємстві: рівень задоволеності працівників роботою, згуртованості, лояльності до підприємства тощо.

Для формування ефективних мотиваційних систем керівнику необхідно не лише правильно і чітко поставити мету і завдання, а й сформулювати довгострокові та короткострокові плани мотивації, стиму-

Таблиця 1.

Регулятори мотивації

1.	Робоче середовище	Нормальне робоче місце, низький рівень шуму, ергономіка, дизайн, столі, чистота, добрі фізичні умови праці
2.	Винагороди	Добра зарплата, справедливі винагороди за результати роботи (премії, акції, дивіденди), соціальні блага (житло, медичне обслуговування, санаторії, спорт, дитячі садки, відпочинок, безкоштовне харчування)
3.	Безпека	Відчуття потреби працівника на підприємстві, повага, визнання керівником і колегами, добрі відносини в колективі
4.	Особистий ріст	Можливість навчатись. Ріст кар’єри. Ріст відповідальності і впливу. Можливість творчого росту, самовираження
5.	Відчуття належності	Відчуття потреби своєї роботи. Інформованість про справи, плани, перспективи підприємства. Інтерес і врахування керівництвом думок і поглядів працівника. Спільне прийняття рішень.
6.	Інтерес і виклик	Цікава робота. Можливість росту майстерності. Підвищена відповідальність. Змагальний ефект (бути кращим за інших). Вирішення нових складних завдань.

Джерело: розроблено автором

лювати конкретні групи або конкретних співробітників, орієнтуючись на зовнішні та внутрішні чинники мотивації, вибираючи певні методи стимулювання; виробити вміння правильно налаштовувати і виховувати співробітників, уникати управлінських помилок, тобто самому постійно навчатись і вдосконалювати знання з теорії моделей, видів і методів мотивації та практики застосування мотиваційних складових в управлінні персоналом. Мотивація персоналу на сучасному підприємстві виступає інструментом підвищення результативності та якості трудової діяльності працівників.

Основні методи покращення мотивації працівників можуть бути наступні:

1) Навчання керівників оволодінню методикою мотивації персоналу та побудови ефективної команди.

2) Розроблення системи винагород, що передбачає мотивацію за результат.

3) Запровадження системи оцінки ефективності праці співробітників, виявлення їх потенціалу та можливостей у сфері праці.

4) Створення прозорих і зрозумілих алгоритмів кар'єрного зростання (системи управління кар'єрою персоналу).

5) Створення кадрового резерву. Для адекватного реагування на зміну стану мотивації праці на підприємстві та відповідного коригування елементів кадрової політики та системи управління персоналом, необхідно застосовувати систему показників комплексної оцінки ефективності мотиваційного механізму.

Таким чином, не варто недооцінювати значення сили та можливості мотивації праці, оскільки правильно підібраний комплекс мотиваторів та демомотиваторів є запорукою позитивного впливу на результативність і якість праці персоналу підприємства. Керівництво має можливість досягти значних результатів при незмінних витратах на персонал за умови постійного вдосконалення мотиваційного механізму. На мотивацію працівника впливає велика кількість стимулів, і раціональне їх поєднання повинно сприяти підвищенню ефективності механізму мотивації персоналу в кожному конкретний період часу на конкретному підприємстві.

Мотиваційний моніторинг – це система постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності з метою його оперативної діагностики й оцінки в динаміці, прийняття кваліфікованих управлінських рішень в інтересах підвищення ефективності виробництва.

Мотиваційний моніторинг передбачає проведення регулярних опитувань та аналіз наявної економічної, соціологічної та психологічної інформації. Для оцінки мотивації трудової діяльності в динаміці взаємозумовленості та взаємозв'язку з соціально-

економічними процесами важливо мати набір ключових характеристик (показників), до яких належать:

а) характеристика трудової діяльності і якості трудового потенціалу – професійно-кваліфікаційний склад працівників; якість професійної підготовки та перепідготовки робочої сили; стан зайнятості; оцінка конкурентоспроможності працівників; форми і методи матеріального стимулювання трудової діяльності та їх дієвість; форми і методи негативної мотивації та їх ефективність; умови й організація праці; рівень продуктивності праці; рівень задоволення працею та результатами трудової діяльності; роль і місце праці в ціннісних орієнтаціях працівників; основні мотиви трудової діяльності і зміни в їх структурі;

б) показники рівня життя – номінальна заробітна плата; структура доходів; диференціація доходів; структура витрат; реальний бюджет працівників та їх сімей; рівень забезпечення житлом, послугами медицини, освіти, культури; екологічна ситуація; особиста безпека;

в) характеристики стану суспільної думки щодо ефективності соціально-економічної політики держави, соціальної спрямованості ринкових перетворень.

Система моніторингу мотивації трудової діяльності має ґрунтуватись на таких принципах:

- системність – побудова набору оціночних показників для кожного напрямку мотивації трудової діяльності;
- комплексність – отримання й обробка соціально-економічної, соціологічної та психологічної інформації, яка характеризує стан і зміни в мотивації трудової діяльності;
- аполітичність – аналіз основних причин зміни стану мотивації трудової діяльності з врахуванням впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Мотиваційна стратегія, яку ми вибираємо, має ґрунтуватись на аналізі ситуації і бажаному стилі взаємодії керівників з підлеглими.

Управління мотивацією здійснюється з використанням таких методів:

- використання грошей як міри нагороди і стимулів;
- застосування покарань;
- мотивація через роботу;
- винагороди і визнання досягнень;
- залучення людей до управління;
- заохочення і винагороди групової роботи, обмеження лімітування негативних факторів.

Формування мотиваційного механізму спрямоване на:

- збереження зайнятості персоналу;
- справедливий розподіл доходів і ефекту зростання преміальної частини оплати праці;

- створення умов для професійного та кар’єрного росту працівників;
- забезпечення сприятливих умов праці і збереження здоров’я працюючих;
- створення атмосфери взаємної довіри і зворотного зв’язку.

Мотиваційний механізм забезпечує перетворення набору факторів, принципів, стимулів, мотивів, ціннісних орієнтацій, сподівань, поведінкових реакцій з лінійного дискретного стану у замкнутий, постійно повторювальний процес. У структурному відношенні мотиваційний механізм включає фінансово-економічні методи і важелі, певну структуру відповідальних працівників, норми і правила стимулювання, періодичність проведення оцінки здійснюваних заходів тощо [5]. Управлінська модель механізму мотивації є цілісною системою внутрішніх мотивів та зовнішніх стимулів діяльності банківських працівників, використання яких дозволяє виявити внутрішні резерви стійкого розвитку банку.

Для вирішення даного завдання і уникнення можливих негативних наслідків, кожна банківська установа повинна мати план кар’єрної політики і просування по службі, де доцільно вказувати послідовність посад, які може займати менеджер у перспективі. Отже, для того, щоб отримати максимальну віддачу від застосування методів мотивації та підвищити рівень продуктивності праці необхідно використовувати їх у комплексі. Це сприятиме тісному взаємозв’язку між ними, адже використання лише одного комплексу методів не дасть змогу стимулювати творчу активність персоналу на досягнення цілей банку [4].

Складовою механізму заохочення працівників банку може бути визначено одноразові премії та винагороди, які мають цілком конкретне призначення. Доповнюючи системи оцінювання трудового внеску працівників, ці елементи значно підвищують гнучкість і дієвість організації заробітної плати. Запроваджуючи виплату одноразових премій і винагород, роботодавці можуть заохочувати й розвивати в працівників якості, що безпосередньо впливають на ефективність роботи, проте не підлягають точній кількісній оцінці (авторитет в колективі, відданість фірмі, творче ставлення до роботи, загальна й професійна культура, сумлінність тощо).

При прийомі працівника на роботу важливо визначити, який вид мотивації для нього пріоритетний.

Людина, для якої головним є матеріальна мотивація, буде проявляти меншу ініціативу у нововведеннях, творчих розробках, навчаннях, ніж особа, для якої гроші не є основним фактором, щоб працювати професійно та якісно. Також на вибір засобів мотивації впливає стать та вік працівників. Матеріальне заохочення впливає на незаміжніх жінок, що відсувають особисті питання на другий план, і на тих одружених чоловіків, які і далі дозволяють собі вести насичене особисте життя. На роботу заміжніх працівниць і неодружених чоловіків має позитивний вплив публічна похвала.

Висновок. Отже, можна стверджувати, що мотиваційний механізм в системі управління персоналом підприємства слід визначити як сукупність організаційно-управлінських заходів та важелів впливу мотиваційного спрямування, що дадуть змогу забезпечити оптимальне відтворення, розподіл і використання фінансових ресурсів, мобілізацію кадрового потенціалу та активізацію його трудової діяльності, спрямованої на досягнення поставлених цілей банку.

Запропоновані рекомендації щодо використання мотиваційного механізму на підприємстві можуть бути вдосконалені в подальших дослідженнях з метою пошуку оптимальних управлінських рішень на підприємствах з урахуванням сучасних умов господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева Т. В. Мотиваційний механізм як засіб підвищення ефективності праці в банківській сфері / Андреева Т. Є., Терещенко Д. А., Величко В. А. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С. 259–263.
2. Ефективне використання мотиваційного механізму в системі управління персоналом на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/%D0%BA/Downloads/ecfor_2015_1_50%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%D0%BA/Downloads/ecfor_2015_1_50%20(1).pdf).
3. Кучер Л. Р. Формування мотиваційного механізму управління персоналом торговельного підприємства під впливом факторів ринкової економіки // Економіка: проблеми теорії та практики: 36. наук. пр. – Вип. 220: В 3 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – Т. 1. – С. 204 – 210.
4. Музиченко-Козловський А. В. Основні елементи механізму мотивування працівників / А. В. Музиченко-Козловський, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 361–367.
5. Сучасні моделі та механізми мотивації персоналу українських підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%BA/Downloads/ape_2014_4_31.pdf.

УДК 339.138:659

ПОЙТА І.О.,
ПАЦАЛЮК К.О.
м. Житомир

ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ПЕРЕВАГИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Анотація. В статті розглянуто основні методи та інструменти Internet-маркетингу та специфіку їх застосування на українському ринку. Уточнено категорійну базу й визначено склад основних елементів Internet-маркетингу. Викладено результати систематизації основних інструментів і технологій Internet-маркетингу, розкрито сутність кожної категорії. Зазначено найпопулярніші Internet-інструменти для просування продукції та перспективи їх розвитку.

Ключові слова: Internet-маркетинг, електронний маркетинг, маркетинг-мікс, пошукова оптимізація, маркетинг контенту, копірайтинг, SEO Copywriting, вірусний маркетинг.

Аннотация. В статье рассмотрены основные методы и инструменты Internet-маркетинга и специфика их применения на украинском рынке. Уточнены категории и определен состав основных элементов Internet-маркетинга. Изложены результаты систематизации основных инструментов и технологий Internet-маркетинга, раскрыта сущность каждой категории. Определены популярные Internet-инструменты для продвижения продукции и перспективы их развития.

Ключевые слова: Internet-маркетинг, электронный маркетинг, маркетинг-микс, поисковая оптимизация, маркетинг контента, копирайтинг, SEO Copywriting, вирусный маркетинг.

Annotation. The article considers the main methods and tools of Internet marketing and the specifics of their application in the Ukrainian market. The categories have been refined and the composition of the main elements of Internet marketing has been determined. The results of the systematization of the main tools and technologies of Internet marketing are described, the essence of each category is disclosed. The Internet-tools for promotion of products and prospects of their development are indicated.

Keywords: Internet marketing, e-marketing, marketing mix, search engine optimization, content marketing, copywriting, SEO Copywriting, viral marketing.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стрімкий перехід бізнесу до мережі Internet приводить до необхідності застосування специфічних інструментів Internet-маркетингу, які б активно привертати увагу споживачів на електронні ресурси організацій. Як свідчить практика, більшість організацій бізнесу обмежуються створенням лише власного сайту. Проте створення сайту – це лише перший крок до ведення бізнесу в Internet. Для нормального функціонування та отримання прибутків організації-виробники повинні займатися просуванням власних сайтів, бути на “одній хвилі” зі споживачами, відстежувати їх потреби та надавати послуги найзручнішим для них способом. А це передбачає використання широкої номенклатури інструментів і технологій Internet-маркетингу. Однак здебільшого вибір та застосування наявного інструментарію Internet-маркетингу відбувається безсистемно, що не дозволяє використати всі їх можливості та одержати, за рахунок формування їх оптимального набору синергетичний ефект.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми застосування інструментів та технологій Internet-маркетингу досліджувались у працях В. Байкова, О. Варвиш, К. Вертайма, В. Висоцької,

Р. Гавриш, Т. Данько, Д. Еймор, І. Литовченко, О. Паньковецького, В. Пилипчака, Ю. Попова, С. Ілляшенка, Н. Ілляшенко, Г. Мозгової, І. Успенського, Я. Фенвік, Б. Халліган, Ю. Шипуліної тощо. У теоретичних розробках було розглянуто основні інструменти й технології Internet-маркетингу, що активно використовуються в сучасному бізнесі, а також способи їх застосування відповідно до специфіки бізнесу. Проте стрімке зростання видів Internet-бізнесу приводить до появи абсолютно нових інструментів і технологій Internet-маркетингу, що не мають достатнього теоретичного та практичного обґрунтування.

Метою статті є аналіз сучасних комунікаційних інструментів Internet-маркетингу, розроблення рекомендацій щодо їх раціонального використання для просування продукції у віртуальному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Практично всі сучасні комерційні компанії мають представництво в Інтернеті у вигляді повноцінного ресурсу, блогу, сторінки. Однак просто створивши мережевий ресурс і навіть заповнивши його інформаційним контентом, ви не забезпечите автоматичне збільшення продажів і зростання популярності компанії (сайту).

Інтернет-маркетинг (internet marketing, e-marketing) – це сукупність прийомів в Інтернеті, спрямованих на привернення уваги до товару чи послуги, популяризацію цього товару (сайту) в мережі і його ефективного просування з метою продажу [2]. Інтернет-маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка зачіпає основні елементи маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу і просування [4]. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Ефективний маркетинг в Інтернеті складається з маркетинг-міксу (табл. 1).

Сучасний Інтернет-маркетинг має ряд очевидних переваг:

1. Інформативність – споживач отримує максимум необхідної інформації про послуги і продукти: щоб зацікавити клієнта, відомості про товар повинні бути не тільки абсолютними, але і оригінальними (унікальними);

2. Висока результативність у порівнянні з традиційною рекламою. Звичайна реклама в ЗМІ та на білбордах коштує дорого і часто не окупає себе: охоплення аудиторії широкий, але не продуктивний. Така реклама “на широку ногу” використовується скоріше як іміджева, тобто служить для підтримки інтересу (упізнавання) будь-якого бренду або компанії. Просування товарів і послуг в інтернеті працює за іншим принципом: відвідувач сам знаходить таку рекламу, втягуючись у процес у той момент, коли набирає в рядку пошуку певні слова та словосполучення;

3. Велике охоплення цільової аудиторії. Кількість споживачів конкретного продукту в Інтернеті нічим не обмежена: в теорії – це всі користувачі Інтернету, оскільки зробити замовлення на придбання товарів і послуг можна з будь-якої точки планети.

Щоб зрозуміти зміст та специфіку електронних маркетингових заходів, необхідно вивчити основні питання інтернет-маркетингу, таких як позиціонування, маркетинг електронної пошти, Google AdWords, контент-маркетинг, реклама в Facebook, соціальний маркетинг або онлайн-аукціони.

1. Пошукова оптимізація. Позиціонування та оптимізація сайтів спрямовані на досягнення максимальної можливої позиції в пошуковій системі Інтернету для певних ключових слів. Це надзвичайно ефективний та відносно дешевий метод реклами в Інтернеті.

Завдяки високій позиції в пошуковій системі, збільшуються шанси на ринку – підприємство (сайт) стає видимим та пізнаваним. Інтернет-користувачі зазвичай натискають на кілька результатів після введення конкретної фрази в пошуковій системі. Від того, яку позицію в результатах пошуку займає сайт, залежить, чи буде потенційний клієнт відвідувати сайт і ознайомиться з пропозицією. Може статися, що пропозиція підприємства буде найбільш конкурентоспроможною та надзвичайно привабливою, але якщо не буде досягнуто потенційних клієнтів, то не варто розраховувати на продажі.

Це можливо лише отримавши спеціальні знання про SEO. Однак слід зазначити, що високі позиції в пошуковій системі не завжди приводить до зростання продажів. Тому, перш ніж підписати контракт на позиціонування необхідно спочатку перевірити чи сайт готовий до такої діяльності.

2. Електронний маркетинг. Електронний маркетинг – використовує електронну пошту в маркетингових питаннях. Основними завданнями маркетингу електронної пошти є спілкування з клієнтами по електронній пошті, створення та аналіз бази даних розсилки, підготовка контенту окремих повідомлень, що надходять до підрядника, а також заохочення потенційних клієнтів скористатися запропонованою пропозицією.

У довгостроковій перспективі маркетингові заходи, що здійснюються за допомогою електронної пошти, впливають на зміцнення довіри клієнтів до компанії та, крім того, є відносно недорогим та простим способом просування.

Однак варто уникати деяких негативних аспектів маркетингової кампанії електронної пошти, щоб не заважати клієнтам. Проблеми, що негативно впливають на стосунки з підрядником, обов’язково будуть надсилати небажані повідомлення (SPAM). Тому розсилка повинна бути ретельно підготовлена,

Таблиця 1.

Маркетинг-мікс в розрізі Інтернет-маркетингу

Елемент маркетинг-міксу	Характеристика елемента
Продукт (товар)	Обов’язкова умова те, що реалізується через мережеві ресурси, повинне відрізнятися якістю або якимись унікальними властивостями, щоб конкурувати з іншими сайтами і звичайними магазинами.
Ціна	Вважається, що в інтернеті ціни дещо нижчі, ніж в “реалі”.
Просування	Багаторівнева розкрутка як самого сайту, так і окремих товарів. Даний елемент включає цілий арсенал інструментів SEO, контекстну, інтерактивну і банерну рекламу, роботу з громадами в соцмережах і блогами.
Точка продажу	Власне сайт: функціональний ресурс повинен мати оригінальний дизайн, якісну навігацію, юзабіліті вищого рівня.

Джерело: [4].

а адреса бази даних повинна бути отримана відповідно до правильної практики маркетингу електронної пошти. Інакше, замість лояльності замовника, можна отримати його роздратування та кваліфікацію компанію у групі компаній, які нав'язують себе і не поважають конфіденційність інших людей. Саме тому, слід пам'ятати:

- потрібно подбати про поштову базу, варто видалити неактивні та застарілі адреси;
- у відправлених повідомленнях краще не використовувати слова просування, знижки тощо – такі електронні листи розглядаються як СПАМ;
- перед відправкою поштових відправлень необхідно спочатку зробити тести і відправити повідомлення для операторів популярних Gmail і т.д., і перевірити, чи повідомлення не потрапило в СПАМ;

3. Google AdWords – це найпоширеніша система платних пошукових систем (на Google). За допомогою Google AdWords можна створити оголошення самостійно та особисто вибирати ключові слова, пов'язані з компанією та її професією. Ця система електронного маркетингу дозволяє відображати спонсоровані посилання в результатах пошуку Google, а також на сайтах партнерів. Рекламу йде до певної людини, коли він чи вона шукає продукти, пов'язані з нашою діяльністю в пошуковій системі Інтернету. Він відображається у вигляді певного рекламного місця.

Вказана форма електронної маркетингової діяльності дозволяє точно визначити та планувати бюджет, який буде витрачено на рекламну діяльність, а також перевірити, які рекламні елементи працюють, а які не обов'язково.

Найважливішими перевагами рекламної діяльності Google AdWords є:

- веб-сайт компанії відображається людям, які шукають інформацію, пов'язану з профілем компанії, тому він відразу надходить до людей, які потенційно цікавляться нею;
- дозволяє здійснювати повний контроль роботи компанії;
- клієнти Google AdWords не платять за показ оголошень і окремих кліків. Підприємець може точно оцінити ефективність, виміряти точності оголошення в системі AdWords за допомогою так званого “Показника якості AdWords”.

4. Маркетинг контенту (Content Marketing) – став одним з найважливіших елементів сучасного інтернет – маркетингу в останні роки. Важко уявити собі ефективне позиціонування без цінного вмісту. Завдяки величезній популярності сайтів соціальних мереж, особливо Facebook, вміст у різних формах можуть бути використані для створення поінформованості про бренд, генерування потенційних

клієнтів або трафік на веб-сайті. Все більше і більше маркетологів знають про це, і все більше і більше компаній інвестують в цінний вміст.

Найпопулярнішим вмістом є:

- фотографії;
- відео;
- записи в блозі;
- звіти;
- навчальні посібники;
- експертні статті;
- аудіо підказки;
- відео підказки.

При створенні контенту також варто пам'ятати про копірайтинг. У сфері інтернет-маркетингу копірайтинг (*copywriting*) – це насамперед написання текстів для потреб конкретного веб-сайту (також для веб-сайтів, які просто створюються), а також підготовку статей про певну тему.

SEO Copywriting створюють унікальні, цінні та конкретні ключові слова. SEO можна охарактеризувати як своєрідну техніку створення тексту – статті повинні бути не тільки привабливими для потенційного читача та правильно відредаговані, але також корисні з точки зору позиціонування та оптимізації конкретного веб-сайту.

SEO Copywriting – надзвичайно важлива частина електронного маркетингу та побудови іміджу компанії в Інтернеті. Це не має нічого спільного з копіюванням текстів інших людей та безглуздою вставкою ключових слів. Такі практики можуть лише перешкоджати користувачам Інтернету та свідчать про відсутність професіоналізму. SEO Copywriting – це цікавий, унікальний і цінний вміст, оптимальна кількість ключових слів і правильне редагування, що враховує аспект позиціонування.

5. Оголошення Facebook. Facebook – це найпопулярніший сайт соціальної мережі, на сьогоднішній день 1,86 мільярда людей використовують його щомісяця. У той же час Facebook має найбільшу користувальницьку базу, якою він керує дуже добре, користувачі самі надають інформацію про себе – що вони роблять, що їм подобається, як вони проводять свій вільний час. Одним словом, у Facebook має детальну інформацію, яку маркетологи можуть використовувати багатьма способами.

Рекламне оголошення Facebook – це просунутий інструмент для створення маркетингових кампаній, орієнтованих на рідку, чітко визначену групу одержувачів – так звану аудиторію. Завдяки передовим інструментам націлювання можна точно визначити групу користувачів, їх стать, вік, географічний район, інтереси, професія та багато інших технічних параметрів. Крім того, можна створити групи одержувачів, близьких до певної групи – в Facebook, що містяться параметри певної групи і на цій основі шукає користувачів з подібними параметрами. Проте це ще не кінець націлювання.

Розміщення відповідного коду відстеження на веб-сайті – так званий “підсель” можна побудувати групи користувачів, які відвідали сайт і націлити їх у процесі так званого “Ремаркетингу”.

Крім того, Facebook дозволяє перевірити кілька форм реклами в межах однієї кампанії та багатьох рекламних оголошень в межах певної групи. Всі ці можливості роблять Facebook ідеальним місцем для електронного маркетингу, який можна використати для підвищення обізнаності про бренд, створення групи одержувачів на віртуальній сторінці або генерування потенційних клієнтів шляхом перенаправлення трафіку на власний сайт.

6. Вірусний маркетинг (вірусний Marketing) є елементом електронного маркетингу, який прагне створити ситуацію, в якій самі користувачі Інтернету поширюють сполучення між собою, що відносяться до компанії або її діяльності. Завдяки такій практиці, компанія може дійти до багатьох людей протягом короткого часу і при низьких фінансових витратах.

Висновки та перспективи подальших розробок у даному напрямі. Із розвитком технологій усе більше компаній мають можливість обирати серед великої кількості маркетингових інструментів ті, які б задовольняли їх найкращим чином. Керівництво компаній, зокрема у часи економічної кризи, змушене зменшувати бюджети на маркетинг. Однак, спираючись на можливості Internet-маркетингу, обмеження у коштах має й позитивні сторони: спеціалісти у сфері маркетингу починають активний пошук або створення маловитратних методів просування, ідеї з просування стають більш оригінальними, залучення клієнтів відбувається за допомогою несподіваних креативних рішень, за рахунок чого комунікаційна ефективність поступово зростає.

Електронний маркетинг може відбуватися на багатьох рівнях. Інтернет дає нам багато можли-

востей, однак, це також змушує підприємства бути гнучкими і адаптуватися до змінних вимог ринку. Динамічно зростає кількість людей, які є прихильниками саме такої форми просування – не тільки через порівняно нижче, ніж у традиційних рекламних витрат, але і значну ефективність і здатності точно вимірювати результати і віддачу від інвестицій.

Інтернет в сучасному світі є поширеним засобом зв'язку між підприємствами, передачі інформації і способів залучення клієнтів. Відповідна професійна реклама в Інтернеті практично є гарантією для збільшення доходів компанії і її визнання, просто потрібно вибрати тільки ті канали, які будуть ефективні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Sznajder A., Sztuka promocji, czyli jak najlepiej zaprezentować siebie i swoją firmę, Business Press Ltd, Warszawa – 2003, s. 286.
2. Ілляшенко С.М. Інструменти та методи просування продукції в інтернет: аналітичний огляд / С.М. Ілляшенко, Т.Є. Ілляшенко [Електронний ресурс] // “Маркетинг і менеджмент інновацій”. – 2017. – № 3. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_20_32.pdf.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Internet-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4(2). – С. 64-74.
4. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Ф. Котлер. – СПб.: Издательский дом “Нева”, 2005. – 432 с.
5. Мамыкин А.А. Стратегия и тактика маркетинга в Интернет [Електронний ресурс] / А.А. Мамыкин. – Режим доступа: http://www.acgroup.ru/publics/managers/marketing_pub2.shtml.
6. Мозгова В.Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств / Г.В. Мозгова // Ефективна економіка. – 2013. – №10. – С. 79-86.
7. Шкляєва Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства [Електронний ресурс] / Г.О. Шкляєва // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 513.- Режим доступу: <http://duep.edu/uploads/vidavnistvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7653.pdf>.

УДК 005.91:005.21

ЧЕРНЯХОВИЧ І.А.

м. Вінниця

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Анотація. В статті розглянуто актуальні проблеми управлінської праці в сучасних умовах господарювання. Основну увагу зосереджено на недоліках сучасної системи управління на всіх рівнях господарювання та можливостях їх усунення.

Ключові слова: персонал, управління, людські ресурси, професійна компетентність.

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы управленческого труда в современных условиях хозяйствования. Основное внимание сосредоточено на недостатках современной системы управления и возможностях их устранения.

Ключевые слова: персонал, управление, человеческие ресурсы, профессиональная компетентность.

Abstract. In the article actual problems of administrative work in modern conditions of managing are considered. The main focus is on the shortcomings of modern management system and the possibilities of their elimination.

Keywords: personnel, management, human resources, professional competence.

Постановка проблеми. Управління демократичною державою передбачає створення ефективних управлінських структур та вирішення проблем їх компетентності як на загальнодержавному рівні, так і на рівні організації. Успішний досвід розвинутих країн світу свідчить про необхідність створення високоефективних механізмів управління, в основі яких комплексний, стратегічний підхід до використання потенціалу.

Сьогодні в Україні, на жаль, існує невизначеність як для влади, так і для більшості суб'єктів господарювання, відносно пріоритетів подальшого розвитку. Така ситуація провокує необхідність розробки довготривалої стратегії менеджменту та управлінських пріоритетів

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань, пов'язаних з ефективністю управлінських технологій, їх теоретико-методологічних засад, практики застосування, займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених. Серед них: М. Амстронг, Г. Бертулчі, М. Кляйманн, К. Манхейм, Б. Будзан, А. Кібанов, К. Оганян, Г. Щокін, та багато інших.

Проте питання щодо раціонального використання управлінських кадрів ще недостатньо досліджені в працях науковців. Розробка концептуальних підходів до розгляду діяльності управлінського персоналу ускладнена динамічністю розвитку цього аспекту управління. Існує об'єктивна необхідність подальшого розвитку теоретичних досліджень з формування управлінського персоналу.

Метою статті є узагальнення теоретичних аспектів сутності та особливостей управлінської праці, а також вивчення основних проблем в сучасному менеджменті українських підприємств та виз-

начити напрями вдосконалення механізмів прийняття управлінських рішень з врахуванням напрацювань зарубіжного та українського досвіду, як теоретичного так і практичного аспектів.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах українські підприємства зіткнулися із завданням виживання та успішного розвитку в ринкових умовах жорсткої конкуренції. Вирішення цієї проблеми змушує по іншому поглянути на організацію діяльності підприємства, нових уявленнях про роль менеджменту в організації. Ключ до вирішення проблеми – нові підходи до управління.

Менеджмент як сукупність принципів, методів, функцій і форм управління фірмами розвивається в економічно розвинуті світі давно та націлений на стратегічний результат. Однак українські фахівці тривалий час вважали, що основними цілями менеджменту є отримання високого прибутку та постійне випередження конкурентів по продуктивності праці.

В останні роки відношення до менеджменту в Україні змінюється. Існує підвищена увага до теоретико-методологічних аспектів управлінської діяльності. Однак практична ситуація лишається переважно негативною. На думку Б.Будзана, найгострішими практичними проблемами менеджменту в Україні є наступні:

- відсутність кваліфікованих менеджерів при високій потребі в них;
- відсутність системної якісної підготовки управлінців всіх ланок;
- відсутність управлінських стратегій;
- відсутність стимулів та невміння імпортувати нові технологічні прийоми;
- відсутність стимулів для використання інтелектуального потенціалу;

- низький професійний рівень діючих менеджерів-директорів підприємств; низька корпоративна культура [1].

Г. Щокін, фахівець в галузі управління людськими ресурсами, наводить основні недоліки, що властиві управлінським структурам українських підприємств:

- непомірна централізація управління, небажання делегувати повноваження, переводити працівників апарату управління ближче до виробництва;
- слабка диференційованість, як відображення адміністративно-командних методів управління;
- надмірна чисельність та мала ефективність штабного апарату;
- відсутність уваги до аналізу ринку;
- недостатній зв’язок відділів збуту й технічного розвитку;
- відсутність чіткого розподілу функцій та повноважень між підрозділами організаційної структури;
- низька ефективність техніко-економічного планування;
- слабка мотивація працівників [5].

Крім вищеперерахованого, науково-технічний прогрес, розвиток інформаційного суспільства, глобалізація вимагають розвитку інтелектуального потенціалу управлінців. Але інтелектуальний потенціал – це не просто множина здобутків яскравих особистостей, це постійне самовдосконалення, вимогливість як до підлеглих, так і до себе.

Складна економічна ситуація в Україні потребує нових підходів до управління, тому особливе значення мають докорінні зміни, що відбуваються у сфері управління, оскільки триває модернізація соціально-економічної системи України. Постає необхідність рішуче ламати стереотипи мислення, які склалися протягом тривалого часу, позбуватися застарілих знань.

В першу чергу, практикам потрібно розуміти, що управління пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності. Тому для вирішення будь-якого питання потрібен комплексний підхід, з врахуванням всіх причин та наслідків.

Фундаментальною задачею управління є забезпечення організації стійкою конкурентною перевагою, яка досягається шляхом її забезпечення висококваліфікованими вмотивованими кадрами. Конкурентна перевага охоплює всі ресурси та управлінські рішення, які дозволяють компанії в повній мірі використовувати ринкові можливості та уникати загроз. Управління націлене на визначення напрямків руху організації у мінливому зовнішньому середовищі з урахуванням спрямування на задоволення власних комерційних потреб.

Управління дає можливість вирішити ряд завдань:

- 1) забезпечити організацію необхідним потенціалом;
- 2) сформувати внутрішнє середовище організації таким чином, щоб організаційна культура, ціннісні орієнтири створювали умови та стимулювали відтворення та реалізацію потенціалу організації та самого управління;
- 3) забезпечити розвиток та підтримувати гнучкість організаційних структур;
- 4) вирішити протиріччя між централізованими та децентралізованими механізмами прийняття рішень.

Основні функції управління реалізуються суб’єктами управління по відношенню до об’єктів та узагальнюються в наступних сферах:

- забезпечення ресурсами;
- організація;
- трудові відносини;
- управління ефективністю та розвиток;
- формування та управління системою винагород;
- ієрархія взаємовідносин.

Управління, з одного боку, реалізується за допомогою конкретних функцій спрямованих на досягнення тактичних та стратегічних цілей організації. З іншого боку, складається із функціональних напрямів (управління людськими ресурсами, маркетинг, інвестиції та ін.).

Бізнес, по своїй суті, орієнтований на одержання прибутку. В додаток до цього, економічна ситуація в Україні, правові умови ведення бізнесу породжують зацикленість на прибутку на сучасному етапі. В результаті – відсутність творчого, комплексного підходу до прийняття управлінських рішень.

Є небагаточисельні професіональні менеджери, переважно з західною освітою, які прагнуть покращити управлінські методи з врахуванням умов та в рамках можливостей. Але, більшість з них, яка отримала освіту в рамках вітчизняних програм, просто не здатні практично приміняти отримані знання. Рівень освіти і знань керівників будь-якої ланки сьогодні в середньому є нижчим від рівня знань їх підлеглих, які, в основному, мають досвід та спеціальну освіту. Тому важливим є зміна підходів до процесу професійної підготовки кваліфікованих управлінців, застосування нових методів управлінської освіти, підвищення кваліфікації топ-менеджерів. А саме головне, надання можливості тим, хто отримує освіту, отримати в процесі практичні навички прийняття управлінських рішень.

Зацикленість управлінців на прибутку провокує ще одну проблему – ігнорування інтересів клієнтів. Український бізнес в нинішній складній ситуації ще не дозрів до максимальної орієнтації на клієнта. Отже, основне завдання – вижити за будь-яку ціну.

Українським керівникам необхідно розуміти, що вижити можна тільки завдяки клієнтам, оскільки в кінцевому рахунку бізнес існує для клієнтів, а не для керівництва. Якщо дотримуватись даного правила, то і збагачення стане логічним наслідком діяльності, яка зорієнтована на інтереси споживача.

Важливим критерієм управлінської діяльності є добросовісна конкуренція. Періодично можна спостерігати, як у галузях українського бізнесу виникають проблеми через те, що суб'єкти галузі знищують один одного і не вміють співпрацювати. Особливо, якщо ця галузь є висококонкурентною.

Більшість українських управлінців вважають, що поняття конкурентної боротьби по суті передбачає вигравш за рахунок програшу іншого. Це явище, можливо, пояснюється зосередженістю українських керівників на власній особі. Менеджери західних компаній віддають перевагу іншому варіанту: “виграю я – виграє інший”.

Українським керівникам притаманний, переважно, авторитарний стиль управління. Такі керівники абсолютно впевнені, що тільки вони знають, як діяти правильно, і абсолютно ігнорують точки зору підлеглих. Такі керівники не дбають про команду, яка розвиває бізнес. Єдина їх мета – вони прагнуть контролювати максимум процесів на підприємстві, не маючи при цьому достатніх знань. Для таких керівників типовою є позиція: якщо в компанії трапляються невдачі, то винними є співробітники, але якщо кампанія досягнула успіху, то він став можливий завдяки особистим зусиллям керівника.

Західний менеджмент, навпаки, добре розуміє, що кадри вирішують все. Тому практикує делегування повноважень, розділяє успіх, мотивує команду. При цьому використовує широкий спектр стимулів до продуктивної роботи. Створення комфортних умов для роботи, гнучкий графік, надання автомобіля, мобільного телефону, безкоштовні фрукти, кава, абонемент в спортзал та інші.

Небажання що-небудь змінювати, схильність зберігати стабільність, прагнення охороняти свій Status Quo, свою позицію, посаду та напрацювання, пишатися минулими заслугами та досягненнями і продовжувати робити все, як раніше, зберігати непорушність процесів у компанії, які одного разу призвели до успіху, ще один значний недолік українського менеджменту. Безумовно, пишатися минулими досягненнями або минулими стратегіями можна, але вони працюють не завжди. За своєю значимістю і масштабами проблема змін – найважливіша проблема управління.

Особливо актуальною проблемою є недовірливе та упереджене ставлення до консалтингу та консалтингових фірм. На Заході консалтинг є пріоритетним напрямом діяльності. Західні менеджери вва-

жають, що краще скористатися думкою професіонала та досягти більшої ефективності свого бізнесу. Керівникам підприємств потрібен об'єктивний аналіз ефективності їх роботи, “погляд збоку”.

Пережитком минулого є також недосконалість організаційних структур, відсутність чіткої структури управління компанією, негнучкість організаційних структур, формалізована ієрархія компанії, відсутність чітких посадових зобов'язань. Розповсюдженою є також формалізація функціональних та інформаційних зв'язків на підприємстві та надто глибокі вертикальні зв'язки без встановлення горизонтальних інформаційних зв'язків між нижніми рівнями різних гілок.

Наслідком цих явищ є необґрунтована бюрократизація компанії, коли всі рішення приймаються на верхньому рівні управління, відсутність чітких посадових зобов'язань, недостатність та несвоечасність забезпечення управлінців якісною інформацією для прийняття управлінських рішень.

Висновком із вищесказаного повинно стати розуміння того, що розв'язання існуючих проблем менеджменту в Україні вимагає застосування системних механізмів на загальнонаціональному рівні. Одним з головних елементів такого механізму є побудова національної системи стандартів управлінської діяльності. Вкрай потрібна зміна пріоритетів з боку держави.

Сучасний успішний менеджер повинен більше прислухатись до думки своїх підлеглих, а також переймати досвід успішних європейських колег, які керуються, переважно демократичними принципами управління організацією і при цьому успішно вирішують підприємницькі проблеми та задачі.

Важливим фактором збільшення продуктивності управлінської праці повинно стати збільшення повноважень керівників хоча б окремих ланок, а для цього, насамперед, необхідна довіра вищестоящого керівництва або власника. В Україні історично склалось так що управління всіх рівнів, включаючи загальнодержавний, завжди сконцентоване в руках однієї людини, яка має суто авторитарний стиль управління, що як показує західна практика, не є ефективним, тому максимальне розгалуження влади, надання більше повноважень компетентним працівникам нижчестоящих ланок сприяло би підвищенню ефективності механізму управління організацією.

Мотивація сьогодні розглядається як вирішальний фактор в управлінні організацією. Сучасні українські методи не відзначаються високою ефективністю (найчастіше використовуються погрози, звільнення, штрафи, невеликі премії та виплати на свята). Лише після запровадження ефективної системи мотивації праці можливо досягнути конкретно вираженої зацікавленості у ефективній діяльності.

Для керівників та менеджерів мотивація саморозвитку відіграє важливу роль у забезпеченні управлінської самомотивації, адже вона забезпечує готовність людини працювати над собою, переробляти саму себе, усвідомлювати та визнавати свою недостатню підготовленість до ефективного виконання управлінських функцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будзан Б. П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. – К.: Основи, 2001. – 349 с.
2. Колесніков Г. Вплив ментальності українського народу на політико-економічні процеси в суспільстві // Проблеми педа-

гогічних технологій: Збірник наукових праць. – Луцьк: 2010. – №2. – С. 13-20.

3. Колесніков Г. Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2012. – №7/4. – С.23-26.
4. Хміль Ф. І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики. – Львів: Львівська комерц. академія, 2016. – 206 с.
5. Щокін Г.В. Практична психологія менеджменту: Як зробити кар’єру. Як будувати організацію: Науково-практичний посібник. – К.: Україна, 2004. – 399 с.
6. Лесечко М. Українська модель менеджменту // Львівська газета від 08.09.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ar25.org/article/ukrayinska-model-menedzhmentu.html>.

УДК 37.013

ШИМАНСЬКА В.В.
м. Житомир

ПРИКЛАДНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ЦІЛЕОРІЄНТОВАНОМУ УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ КОМПЛЕКСОМ

Анотація. Стаття присвячена визначенню прикладного інструментарію цілеорієнтованого управління розвитком туристичного комплексу. Розроблено алгоритм формування стратегії управління розвитком ТКУ процесного типу.

Репрезентовано схематичний опис алгоритму формування оптимальної для України стратегії розвитку ТКУ.

Ключові слова: туристичний комплекс, цілеорієнтоване управління, цілеорієнтований розвиток, економічне зростання, результативність управлінського інструментарію.

Аннотация. Статья посвящена определению прикладного инструментария целеориентированного управления развитием туристического комплекса. Разработан алгоритм формирования стратегии управления развитием ТКУ процессного типа. Представлено схематичное описание алгоритма формирования оптимальной для Украины стратегии развития ТКУ.

Ключевые слова: туристический комплекс, целеориентированное управление, целеориентированное развитие, экономический рост, результативность управленческого инструментария.

Abstract. The article is devoted to the definition of the application tool of purpose-oriented management of the development of the tourist complex. The algorithm of formation of the strategy of management of development of TKU of process type is developed. A schematic description of the algorithm for the formation of the TKU's optimal strategy for Ukraine is presented.

Key words: tourist complex, purpose-oriented management, purpose-oriented development, economic growth, effectiveness of managerial tools.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідно признати, що туристична сфера на початку ХХІ ст. характеризується як один із видів економічної діяльності, що стрімко й динамічно розвивається. Цей процес в Україні опосередковано пов’язаний із розвитком таких секторів національного господарства, як харчова і легка промисловість, транспорт, торгівля, зв’язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та туристичного призначення тощо, і може відіграти роль каталізатора для виходу української економіки з кризи при вдалому розвитку суміжних галузей і виробництв.

Туристичний комплекс набуває дедалі більшого значення для економіки та соціальної сфери України, а його розвиток позитивно вплине на економічне зростання виробництва, зокрема, предметів споживання, агропромислового комплексу, спортивно-оздоровчих баз, розвиток дорожнього будівництва й транспорту, підприємств торгівлі й харчування, закладів культури тощо. Саме цим і підтверджується актуальність статті та необхідність добору прикладного інструментарію управління розвитком ТКУ.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним та практичним питанням розвитку

туристичної сфери та окремих сфер діяльності туристичного комплексу присвячені наукові роботи: М.Г. Бойко, В.Ф. Данильчука, В.А. Квартальнова, В.Ф. Кифяка, Н.Й. Коніщевої, О.О. Любіцевої, А.А. Мазаракі, В.В. Микитенко, Т.В. Момонт, М.П. Мальської, С.В. Мельниченко, І.В. Саух, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко та ін.

Метою дослідження є добір прикладного інструментарію цілеорієнтованого управління розвитком туристичного комплексу України та обґрунтування його дієвості.

Виклад основного матеріалу. Результати вивчення наслідків реалізації на практиці управлінських інструментів процесного типу, які використовувалися державними, регіональними і місцевими корелянтами протягом останніх років на теренах України з питань розвитку туризму, свідчать про найвищу результативність – у разі комбінування технологій стратегічного управління. Однак, вважаємо, що існування, удосконалення та забезпечення дієвості загальної системи управління – утримує, наразі, лідерство серед інших засобів.

Отже, на нашу думку, формувати стратегію розвитку ТКУ (вірніше, стратегічний набір) слід лише на засадах запровадження у практику процесної методології стратегічного управління.

Відтак, за результатами кількісного інтерпретаційного моделювання вагомості впливу ключових засобів процесного типу на цілеорієнтований розвиток ТКУ, нами у вигляді табл. 1 систематизовано пріоритетний перелік управлінських інструментів для використання суб'єктами управління, які опікуються питаннями управління розвитком ТКУ. Відповідно, з аналізу, приведених у табл. 1 кількісних оцінок та узагальнень, прийняття в якості реальних ризиків (внутрішніх загроз), впливу на розвиток ТКУ трьох груп деструктивних системно-універсальних чинників дозволить не лише упередити, а й попередньо усунути їх.

Оскільки, взагалі, і їхня кількість, і склад – є, як видно (вагомість визначена для когнітивно-інформаційних – на рівні 38,9 відносного значення), в основному, результатом “недолугого” виконання / не виконання суб'єктами управління різного рівня свої цільових функцій та обов'язків. При цьому, об'єктивніше було б ці кількісні виміри визначити – в якості протизаконної чи анти-нормативної діяльності суб'єктів управління державного, регіонального та місцевого рівнів. Однак, віднесення (чи формулювання) вказаних порушень і перешкод до відповідної площини, наразі, є компетенцією інших інституціональних установ.

Щодо відкритості до загроз і ризиків сучасних ключових компетенцій та надзвичайного їхнього сприйняття до впливу деструктивних факторів (вимір у відносних одиницях, хоч, і становить, доволі, не високе значення – а, саме 6,2), то признає-

мо наступне: як і генерування умов для нарощення конкурентних переваг чи збереження конкурентної позиції в контексті забезпечення цілеорієнтованого розвитку ТКУ, так і формування, нарощення і освоєння його стратегічного потенціалу – потерпають, у більшій частині, від впливу зовнішніх, відносно функціонування української економіки, факторів. Однак, у разі реалізації певного (одного з двох варіантів розвитку інтеграційних процесів: євроінтеграційного чи інваріантного) вибору держави протягом наступних трьох років (2017–2020 рр.) – саме використання ОЕМ_{РТКУ} – стане коригуючим системо- й структуроутворюючим регулятором впливу за рахунок інкорпорування до складу його підмеханізмів певної природи зовнішньоекономічних, суспільно-політичних, технологічних, інформаційно-методичних та регламентних важелів, які є визнаними й затвердженими положеннями Директив ЄС та Ради Європи.

Проте, хоча Україна й імплементувала діяльність в межах зони вільної торгівлі та поступово інтегрується до світового європейського співтовариства, однак, дієвість використання європейських ініціатив потерпає від існування того ж самого переліку системно-універсальних деструктивних чинників (в основному, когнітивно-інформаційних). При цьому, усунення вагомості їхнього впливу на розвиток і ТКУ, і національного господарства, у цілому, підпорядковане лише опосередкованій та безпосередній діяльності корелянтів державного, регіонального і місцевого управління.

Певним чином підсумовуючи наведене, визнаємо: аналіз сучасних умов формування та реалізації ОЕМ_{РТКУ} і, відповідно, оцінка вагомості впливу на його інструментарій деструктивних факторів (див. табл. 1), які мають місце у організаційно-динамічній, нормативно-правовій та когнітивно-інформаційній сфері функціонування ТКУ, дозволяють стверджувати: забезпечення його цілеорієнтованого розвитку в межах системи економіки та управління національним господарством – є імовірним, лише, у разі:

1) Запровадження у практику дієвої системи стратегічного управління розвитком ТКУ забезпечить умови для:

- а) збалансованості функціонування НГ;
- б) регенерації українського соціуму;
- в) забезпечення сталого розвитку держави;

2) Реалізації інтеграційного вибору держави при нагромадженні ключових компетенцій залежить від:

- а) об'єктивності сформованої системи показників оцінки та прогнозування розвитку ТКУ;
- б) кваліфікаційної підготовки та професіоналізму суб'єктів різних рівнів управління, які опікуються питаннями цілеорієнтованого розвитку ТКУ;

Таблиця 1.
Узагальнюючі виміри ідентифікації вагомості впливу трьох груп деструктивних чинників на результативність управлінського інструментарію процесного типу за дія цілеорієнтованого розвитку туристичного комплексу України *

Деструктивні фактори впливу на цілеорієнтований розвиток ТКУ	Перелік усталених управлінських засобів процесного типу, що забезпечують результативність стратегічного управління розвитком складних економічних систем					Вагомість деструктивного впливу на використання засобів							
	Визначеність, адекватність і сформованість		Обов'язковість, об'єктивність та адекватність		Існування / удосконалення системи		Використання технологій			Відносне значення	Абсолютне		
	моделі розвитку у	ДПП	ключових компетенцій	ОЕМ-ТКУ	бенчмаркінг результатів	кроссінжинг-ринг бізнес-процесів	системи показників	стратегічного управління розвитком	управління якістю			управління за результатами	когнітивно-інформаційних
Когнітивно-інформаційні	9,0	9,0	8,0	10,0	8,0	10,0	10,0	10,0	8,0	9,0	10,0	8,0	119,0
Організаційно-динамічні	8,0	9,0	6,0	10,0	7,0	9,0	10,0	10,0	6,0	7,0	9,0	7,0	98,0
Нормативно-правові	8,0	9,0	5,0	10,0	6,0	8,0	9,0	9,0	5,0	5,0	9,0	6,0	89,0
Сприйнятливість процесних інструментів до 3-х груп чинників	25,0	27,0	19,0	30,0	21,0	27,0	29,0	29,0	19,0	21,0	28,0	21,0	306,0
Відносні значення сприйнятливості до 3-х груп чинників	8,2	8,8	6,2	9,8	6,9	8,8	9,5	9,5	6,2	6,9	9,2	6,9	100,0
Загальні виміри існуючого в межах національного господарства деструктивного впливу на результативність управлінського інструментарію розвитку ТКУ													
Когнітивно-інформаційні чинники деструктивного впливу, у т. ч.													
а) значення вагомості впливу ресурсних, інформаційно-методичних і технологічних перешкод розвитку ТКУ (і семи його підсистем)													
б) недосконалість і не дієвість сучасних функціоналів, якими користуються суб'єкти управління та їхня здатність до цільової орієнтації розвитку ТКУ (і семи його підсистем)													
Організаційно-динамічні чинники деструктивного впливу													
Нормативно-правові фактори деструктивного впливу													
Підсумок та узагальнення результатів ідентифікації:													
Визначення складу пріоритетних об'єктів локалізації зусиль (процесного типу) для застосування державними, регіональними і місцевими корелянтами в контексті забезпечення цілеспрямованого розвитку ТКУ													
I. Лише запровадження у практику дієвої системи стратегічного управління розвитком ТКУ забезпечить умови для:													
- збалансованості функціонування національного господарства;													
- регенерації українського соціуму;													
- забезпечення сталого розвитку держави.													
II. Реалізація інтеграційного вибору держави при нагромадженні ключових компетенцій залежить від:													
- об'єктивності сформованої системи показників оцінки та прогнозування розвитку ТКУ;													
- кваліфікаційної підготовки та професіоналізму суб'єктів різних рівнів управління, які опікуються питаннями цілеорієнтованого розвитку ТКУ;													
- дієвості розробленого стратегічного набору управління розвитком ТКУ;													
III. Досягнення визначених цілей розвитку уможливлено:													
- перманентним застосуванням корелянтами раціональних форм ДПП та бенчмаркінгової і, у паритеті, саме кроссінжингової технології бізнес-процесів;													
- удосконалення архітектури і змісту оригінального організаційно-економічного механізму розвитку ТКУ;													
- розробки, добору і залученню більш дієвих важелів та регуляторів впливу на розвиток ТКУ.													

Джерело * Ідентифіковано, розраховано, узагальнено та систематизовано автором у табличному вигляді за використання інтерпретаційного методу логічного проектування

в) дієвості розробленого стратегічного набору управління розвитком ТКУ;

3) Досягнення визначених (прийнятих і запроваджених принципів, розроблених в межах Концепції розвитку туристичної діяльності в Україні до 2022 року) цілей розвитку ТКУ, що уможливлено:

а) перманентним застосуванням корелянтами раціональних форм ДПП та бенчмаркінгової і, у паритеті, саме кросінжинірингової технології бізнес-процесів;

б) (а, зазначене, передбачатиме і, надалі) – удосконалення архітектури і змісту оригінального організаційно-економічного механізму розвитку ТКУ;

в) розробку, добір і залучення більш дієвих важелів та регуляторів впливу на розвиток ТКУ.

Приведені обґрунтування та оціночні судження дозволяють спрямувати діяльність державних, регіональних і місцевих корелянтів на формування засобів результативного управління розвитком ТКУ, сутність якого, надалі, буде покладено в основу Стратегії управління розвитком національного ТКУ.

Поряд із цим, визначаємо, що результатом інтерпретаційних процедур (див. Табл. 1) стало:

- отримання узагальнених кількісних вимірів вагомості впливу трьох груп деструктивних чинників на забезпечення цілеорієнтованого розвитку національного туристичного комплексу. Їхнє вивчення та визнання об'єктивності – може стати вихідним положенням задля формалізації найвагоміших засобів стратегічного управління в контексті подальшого удосконалення організаційно-економічного механізму процесного типу;
- ідентифікація кількісно-якісних значень, відповідно, і нормативно-правових (29,0), і організаційно-динамічних координатних площин (32,1) подальшої розбудови OEM_{PTKY} , перманентне уточнення їхніх значень (і, відповідно, прогнозування змін за використання єдиного критерію оцінки рівня розвитку ТКУ) – забезпечить суб'єктів управління науково-обґрунтованим інструментарієм формування, добору та удосконалення сучасного ресурсно-функціонального, системно-універсального, потенційно-факторного забезпечення в контексті активізації розвитку як національного туристичного комплексу, у цілому, так і кожної з семи його підсистем, зокрема.

Похідним положенням, за результатами здійснення логічного проектування вагомості впливу трьох груп найвагоміших чинників – є отримання їхніх кількісних значень, окремо, для:

1) агропромислового комплексу і, відповідно, мисливства та лісового господарства;

2) сфери надання комунальних та індивідуальних послуг (а у його межах, і діяльності у сфері культури та спорту);

3) діяльності транспорту та зв'язку;

4) готелів та ресторанів;

5) української промисловості (і, відповідно, реального сектору регіональної економіки, зокрема), у цілому та, для легкої та харчової промисловості;

6) будівництва та архітектури;

7) охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Однак, з огляду на ці розрахунки, можна засвідчитись, що для кожної з семи підсистем ТКУ, сприйняття певної (однієї з трьох) групи чинників – має несхожі значення, що передбачає висновок, який стосується подальшого детального обґрунтування як об'єктів докладання зусиль, так і їхніх масштабів.

У цьому зв'язку, визнаємо, що на Рис. 1 нами здійснено детальний опис специфічних функцій кожної з семи підсистем національного туристичного комплексу.

Розмежування останніх за паритетністю, дозволить формалізувати у певний період часу концептуально-аналітичну модель реалізації дії OEM_{PTKY} і, відповідно, передбачати суттєві трансформації в межах туристичного комплексу держави. Оскільки, як доведено автором у праці [3], ТКУ – є поліфункціональним об'єднанням, тобто, певною мірою, має синергетичні характеристики, і, відтак, хоч, як складна система обмежена просторовими, кількісними, виробничо-господарськими, зовнішньоекономічними, технологічними чи галузевими масштабами. Однак, можна стверджувати, що у перспективі (реалізації інтеграційного вибору держави), імовірнішим є як їхнє звуження (є мало можливим, так і поширювання, розповсюдження, розростання (наприклад, при приєднанні до єдиних європейських транспортних, енергетичних, інформаційних, глобальних чи суспільних мереж).

Тому, на Рис. 2, автором і відтворено відповідного типу блок-схему – задля подальшої розбудови OEM_{PTKY} .

З огляду на репрезентовану (див. Рис. 3) блок-схему і структуру системоутворюючого важеля з удосконалення розбудови архітектури OEM_{PTKY} , можна визнати, що за урахуванням її взаємозв'язків та взаємозалежностей проглядається можливість формалізації оригінальної концептуально-аналітичної моделі реалізації дії останнього, що нами представлено наступним модельним вирішенням, у вигляді формули (1)

$$OEM_{PTKY} = CUP_{HTK} \cap A_{TKY} [\cap Z^7] \cup CП_{TKY} \cap \cap P^3(HP \cup OD \cup KI) : [T_{KI} \cup T_{DPP}]_P \quad (1)$$

де OEM_{PTKY} – організаційно-економічний механізм розвитку ТКУ;

CUP_{HTK} – система управління розвитком ТКУ;



Рис. 1. Структура і взаємозалежність між специфічними функціями семи галузей, інкорпорованих до національного туристичного комплексу в контексті забезпечення його цілеорієнтованого розвитку (авторська розробка)

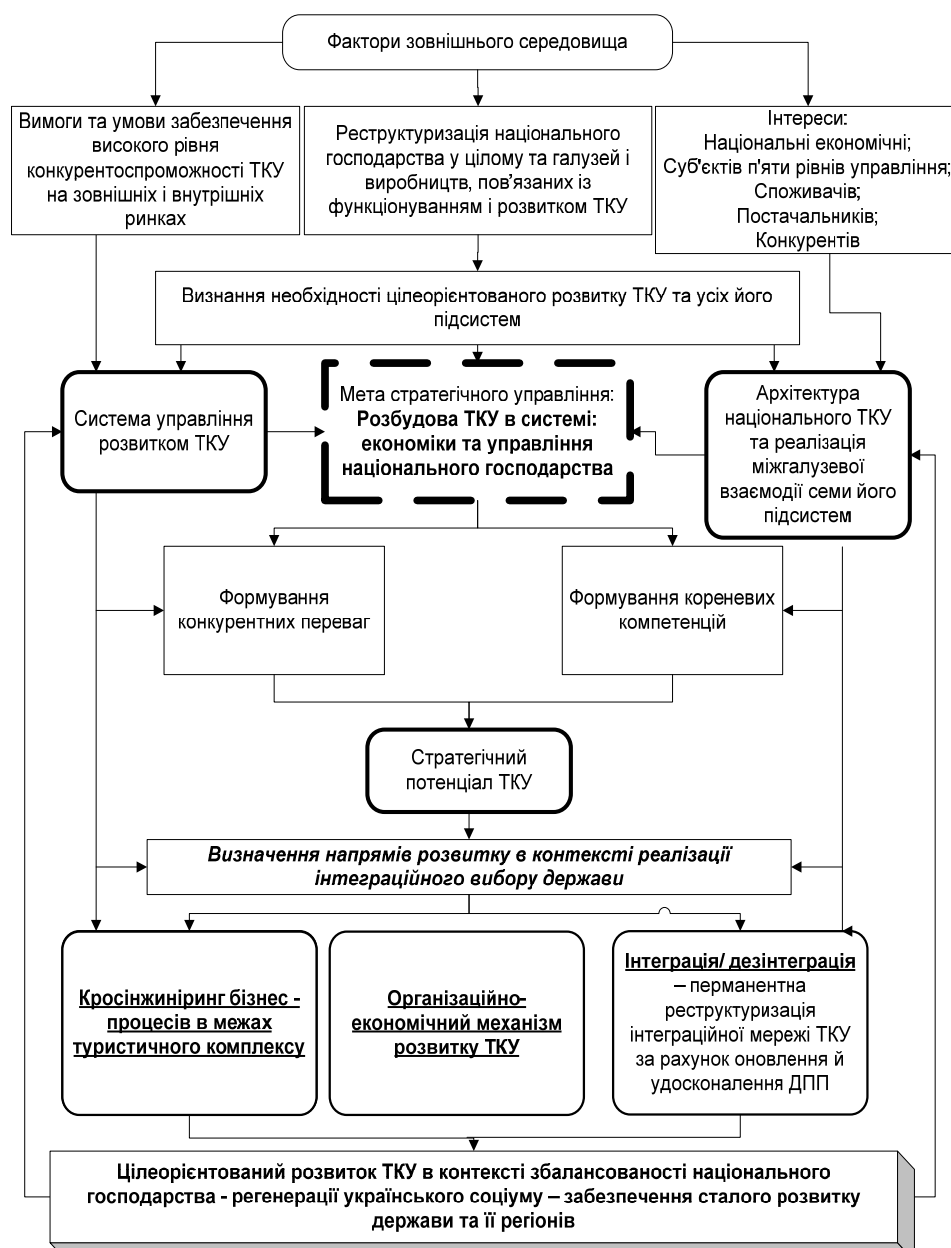


Рис. 2. Блок-схема розбудови та удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку туристичного комплексу України (авторська розробка)

A_{TKU} – архітектура ТКУ, до якої інкорпоровано специфічні міжгалузеві зв'язки (Z^7) між сімома видами економічної діяльності;

$СП_{TKU}$ – стратегічний потенціал ТКУ (як нами визнано, до розбудови сучасного OEM_{TKU} залучено стратегічний потенціал – масштаби розвиненості);

P^3 – три ключових регулятори (НП – нормативно-правовий, ОД – організаційно-динамічний; КІ – когнітивно-інформаційний), реалізація дії яких втілюється шляхом поширеного застосування кросінжинірингової технології управління (T_{KI}) та сукупності методів, форм і регламентів ДПП (T_{DPP}),

які є основоположними засобами процесного управління, інструментарій якого репрезентовано за використання вихідних положень теорії процесного управління розвитком національної економічної системи держави.

У цьому контексті, можна репрезентувати і схематичний опис алгоритму формування оптимальної для України Стратегії розвитку ТКУ, що відтворимо у взаємозв'язку за п'ятьма замкненими етапами її формалізації (Рис. 3).

Зазначимо, що деталізація змісту кожного з приведених вище п'яти блоків формування оптимальної для України Стратегії управління розвитком

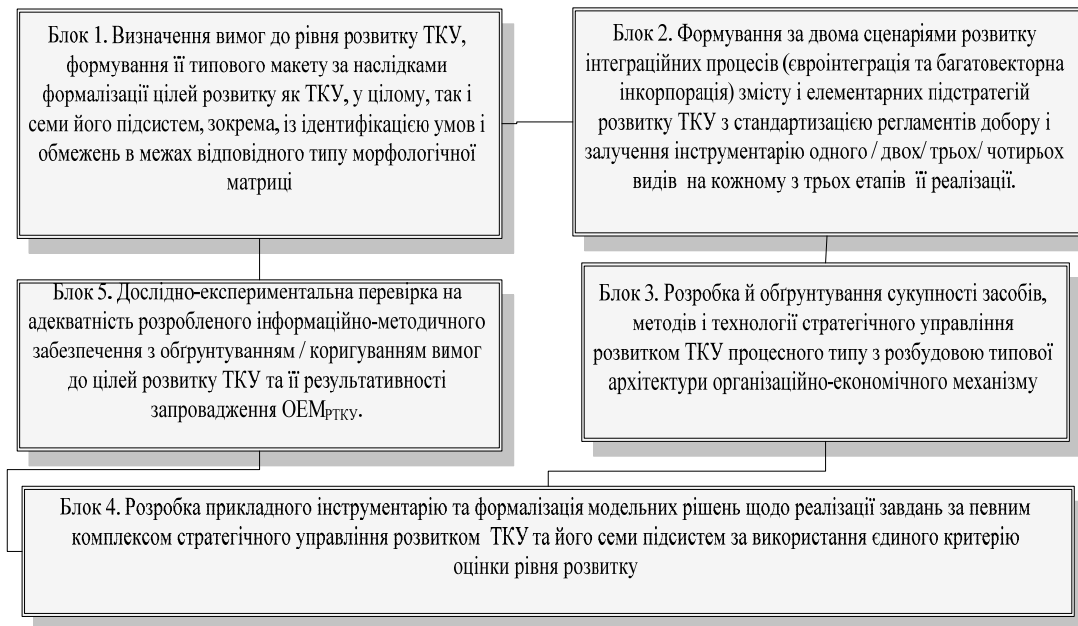


Рис. 3. Алгоритм формування Стратегії управління розвитком ТКУ процесного типу (авторська розробка)

ТКУ та ідентифікація змісту процедур для кожного з трьох етапів її реалізації вимагає врахування двох пріоритетних прикладних завдань – це:

- 1) *по-перше*, побудова оптимальної моделі розвитку ТКУ;
- 2) *по-друге*, формування системи показників із оцінки та прогнозування рівня розвитку ТКУ і, відповідно, кожного з семи його підсистем, яку формалізовано за єдиним критерієм ідентифікації узагальненого інтегрального показника.

Висновок. Отже, застосування запропонованого прикладного інструментарію дозволить здійснити на практиці: оцінку умов та прогнозування наслідків запровадження у практику даного типу механізму розвитку ТКУ (процесного типу); передбачити імовірнісні структурні зрушення в межах ТКУ; добору та формування оптимізаційного комплексу різних за природою політик, реалізація яких забезпечує інтенсифікацію та цілеспрямованість розвитку ТКУ з урахуванням набутих, в межах НГ, умов

та наявних обмежень; побудову мультирівневої системи показників задля оцінки та прогнозування вимірів розвитку (за використання семирівневої гетерархії абсолютних, відносних та узагальнених інтегральних значень певної сукупності показників; раціоналізацію системи моніторингу рівня розвитку ТКУ та результативності реалізації дії ОЕМ_{РТКУ}.

ЛІТЕРАТУРА

1. Момонт Т. В. Визначення алгоритму побудови фінансового, податкового та управлінського обліків на туристичних підприємствах / Т.В. Момонт // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій: Зб. наук. пр. – К.: Вид-во ПВНЗ “КІБІТ”, 2015. – №1 (26). – С. 64-69.
2. Саух І. В. Стратегічний аналіз фінансового потенціалу туристичних підприємств: теорія, методологія, організація: монограф. / І.В. Саух. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2017. – 420 с.
3. Шиманська В. В. Дослідження чинників формування конкурентоспроможного туристичного комплексу України / В.В. Шиманська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5 (131). – С.132 – 140.

ЗМІСТ

І. ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ (КАФЕДРАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ)

Вишневська Н. М. Основні етапи стратегічного планування діяльності підприємства. м. Житомир	3
Іванова І. М. Роль інформаційного забезпечення вищого навчального закладу: орієнтація на користувача. м. Київ	7
Карпова Т. С. Государственная инновационная политика: роль кластеров в ее развитии. г. Киев	11
Концеба С. М., Миколайчук Я. Л., Сольський О. С., Економіко-математична модель впливу інвестицій на виробництво сільськогосподарської продукції. м. Умань	17
Крочак О. І. Проблеми обліку витрат на виробництво продукції виноградарства (відповідно до П(С)Б 30 “Біологічні активи”). м. Умань	22
Нікітчина О. В., Цибульський В. О. Дефіцит державного бюджету України: сучасний стан та причини його виникнення. м. Житомир	27
Родащук Г. Ю., Скуртол С. Д. Місце та роль транспортної складової в економічному розвитку сільських територій. м. Умань	31
Ставицький О. В. Використання інформаційних систем для автоматизації оцінки фінансового стану підприємства. м. Київ	39
Уманець Л. В. Концептуалізація матеріально-фінансової основи функціонування територіальних громад в Україні. м. Вінниця	46
Шуклін Г. В. Аналіз фінансової стійкості підприємства за допомогою диференціальних рівнянь з відхиляючим аргументом. м. Київ	51

ІІ. МЕНЕДЖМЕНТ, ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

Борисенко О. В. Методи командної роботи при вивченні програмування. Сучасні вимоги ІТ-ринку. м. Київ	55
Есмаханова А. У. Сущность и тенденции развития брендинга. г. Киев	59
Кашук К. М. Використання гнучкої методології (AGILE) у менеджменті. м. Житомир	64
Мироненко М. Ю. Основні напрями активізації інвестиційної діяльності у контексті державного, регіонального та корпоративного управління. м. Вінниця	67
Момонт Т. В. Управлінська звітність як складова фінансового менеджменту (у контексті туристичної індустрії). м. Житомир	76
Мосійчук І. В. Мотивація, як дієвий механізм у системі управління персоналом підприємства. м. Житомир	84
Пойта І. О., Пацалюк К. О. Технології інтернет-маркетингу та переваги їх застосування на українському ринку. м. Житомир	90
Черняхович І. А. Ефективність управлінської праці на підприємствах України. м. Вінниця	94
Шиманська В. В. Прикладний інструментарій у цілеорієнтованому управлінні туристичним комплексом. м. Житомир	97

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 і науки 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);

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) прізвище, ініціали автора (авторів), науковий ступінь (якщо є), (правий верхній кут, курсив, жирний шрифт);
- 3) назва статті (посередині, великими літерами, жирний шрифт);
- 4) анотація українською та російською мовами (повинна бути змістовною, а не декларативною); (між назвою статті і анотацією один інтервал);
- 5) після анотації ключові слова (**ключові слова** жирним шрифтом, самі слова звичайним);
- 6) анотація з ключовими словами англійською мовою: **Abstract**.
- 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]).

Оформлення списку літератури

- 1) Список літератури подається відповідно до порядку посилання, згідно останніх вимог ВАК України наступним чином:

Один автор:

1. Ярошенко Т. О. Електронні журнали в системі інформаційних ресурсів бібліотеки / Т. О. Ярошенко. – К.: Знання, 2010. – 215 с.
2. Голікова Т. В. Державне управління територіальним економічним розвитком: теорія і практика: монографія / Т. В. Голікова; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — К.: НАДУ, 2007. — 294 с

Два автори:

- Кузьміна Л. М. Хвилі і середовище. Припущення та наближення / Л. М. Кузьміна, М. І. Скіпа; НАН України, Від-ня гідроакустики Мор. гідрофіз. ін-ту. — К.: Наук. думка, 2008. — 141с.

Три автори:

1. Павленко, І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції / І. І. Павленко, О. В. Варяниченко, Н. А. Навроцька. — К.: ЦУЛ, 2012. — 256 с.

2. Костюк П. Г. Іони кальцію у функції мозку – від фізіології до патології / П. Г. Костюк, О. П. Костюк, О. О. Лук’янець; НАН України, Ін-т фізіології ім. О.О. Богомольця. – К.: Наук. думка, 2005. – 197 с.

Книги під назвою

Інститут літератури ім. Т.Г. Шевченка Національної академії наук України: Ювілейне видання з нагоди сімдесятип’ятиріччя Інституту літератури / відп. ред. та упоряд. О.В. Мишанич, НАН України. Ін-т літератури ім. Т.Г. Шевченка. – К.: Наук. думка, 2003. – 587 с.:

Монографія:

Пархоменко, В. Д. Інформаційна аналітика у сфері науково-технічної діяльності: монографія / В. Д. Пархоменко, О. В. Пархоменко. — К.: УкрІНТЕІ, 2006. — 224 с.

Дисертація:

Лисак, В. Ю. Організаційно-економічні засади використання персоналу підприємств харчової промисловості: дис.... канд. екон. наук: 08.00.04 / Лисак Володимир Юрійович; НУХТ. — К., 2012. — 279 с.

Електронні ресурси:

Адлер А. Индивидуальная психология как путь к познанию и самопознанию человека [Электронный ресурс] // А. Адлер; переизд. 1924 г.; ред. К.Кузина. – К.: “Наука жить”, 1997. – Режим доступа: <http://tululu.org/b52687/>.

- 2) Слово «література» розташовується через інтервал після тексту, посередині, 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
- Статті та всі матеріали надсилати на електронну пошту vestnik@kibit.edu.ua

УВАГА!



**ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

**XXII міжнародна
науково-практична конференція
СТУДЕНТ – ДОСЛІДНИК – ФАХІВЕЦЬ**

24 травня 2018 року
10:00 – 16:00
провулок Зоряний 1/5, Київ

Запрошуємо викладачів та студентів
усіх курсів до участі у конференції

Тези виступів будуть надруковані
у спецвипуску Вісника КІБіТ

СЕКЦІЇ

Економічні аспекти сучасності
Проблеми менеджменту та маркетингу
Психологія: практичні та теоретичні аспекти
Комп'ютерна інженерія: Хакатон

КРУГЛИЙ СТІЛ

Викладацька майстерня:
Інструменти роботи з сучасним студентом

РОБОЧІ МОВИ КОНФЕРЕНЦІЇ

українська, російська, англійська

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ТЕЗ

Оформлення тез доповіді:

- 1) Прізвище, ініціали, автора (авторів), місто.
- 2) Назва доповіді.
- 3) Прізвище та ініціали наукового керівника (для студентів).
- 4) Текст тез.
- 5) Список літератури в алфавітному порядку.
- 6) При цитуванні джерела у тексті посилання оформити так: [1, с. 50].
- 7) Список джерел і літератури наприкінці тексту – в алфавітному порядку, оформлений згідно з вимогами ДСТУ ГОСТ 7.1:2006.
- 8) **Обсяг:** до 7 000 символів з пробілами.

Тези надсилаються файлом з розширенням.doc або.docx на адресу vestnik@kibit.edu.ua до 20 квітня 2018 року.

Довідки за телефонами:
044-430-15-77 або 050-311-59-39
Терехова Любов Володимирівна – координатор конференції
vestnik@kibit.edu.ua

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ



WWW.KIBIT.EDU.UA

**ВПЕВНЕНІСТЬ
І ДОВІРА**

- МЕНЕДЖМЕНТ
- ЕКОНОМІКА
- ПСИХОЛОГІЯ
- КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

WWW.KIBIT.EDU.UA