МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

До 100-річчя Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (1918–2018)

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: МЕХАНІЗМИ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Колективна монографія

За загальною редакцією
д-ра екон. наук, проф. Т. В. Гринько

Дніпро
Видавець Біла К. О.
2018

УДК 658.5(477)(02.064)
У 67

Рекомендовано до друку Вченою радою
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(протокол № 10 від 29.03.2018)

Рецензенти:

С. Е. Сардак, д-р екон. наук, доц., професор кафедри економіки та управління національним господарством Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

І. В. Гонтарева, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри підприємницької діяльності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

К. С. Жадько, академік АЕН України, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки підприємств Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро).

Автори:
Бикова В. Г., Бобирь О. І., Бовсуновська Г. С., Величко Л. А., Величко О. П., Восьмачкина Н. В., Гбур З. В., Гвініашвілі Т. З., Голубка М. М., Гринько Т. В., Дебунов Л. М., Дучинська Н. І., Дядик Т. В., Зазерська В. В., Ковшун Н. Е., Колосов А. М., Костак З. Р., Кошевий М. М., Куган С. Ф., Кузьмак О. І., Кузьмак О. М., Курінна І. Г., Куценко В. Й., Кучеренко С. К., Кушнір Н. Б., Левкович О. В., Макаренко Ю. П., Максютенко І. Є., Маліновська О. Я., Олійник А. С., Олійник Т. І., Острянин С. О., Павлов Р. А., Павлова Т. С., Парокінний О. А., Петряєв О. О., Піскунова Н. О., Полішко Г. Г., Рябик Г. Є., Савіна Н. Б., Станінов С. Б., Тімар І. В., Тригуб К. С., Хамініч С. Ю., Хуторськой П. О., Чайка Ю. М., Яковенко О. Г.

У 67 Управління розвитком суб'єктів підприємництва: механізми, реалії, перспективи : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К. О., 2018. – 444 с.

ISBN 978-617-645-283-6

В монографії досліджено теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки держави; обґрунтовано сучасні механізми формування стратегії розвитку підприємств України в умовах євроінтеграції; розроблено рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах мінливого середовища; систематизовано методологічні, теоретичні та методичні засади формування економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва; розроблено перспективні напрями розвитку системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єктів підприємництва. Особливу увагу зосереджено на методах та інструментах управління інноваційним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання. Крім того, дослідження містить актуалізацію питань формування моделі системи управління суб'єктів підприємництва в глобальному економічному просторі та механізми їх побудови, у ньому сконцентровано увагу на проблемах та перспективах розвитку підприємництва в Україні та країнах Європейського Союзу.

Матеріали монографії будуть корисними для наукових працівників, фахівців підприємств різних видів економічної діяльності, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також широкого кола спеціалістів.

УДК 658.5(477)(02.064)

ISBN 978-617-645-283-6

© Колектив авторів, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 6

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТА ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Величко Л. А., Величко О. П. Логістичне управління виробничими системами на засадах концепції «ВОА» 11

Куган С. Ф. Роль информационно-коммуникационной системы в наращивании логистического потенциала территории 20

Тригуб К. С., Хамініч С. Ю. Тенденції маркетингового менеджменту у розвитку суб'єктів господарювання національної економіки 33

РОЗДІЛ 2
МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Колосов А. М., Восьмачкина Н. В. Визначення відновлювальної здатності виробничого потенціалу підприємств Донбасу 43

Кучеренко С. К. Визначення чинників запровадження міжнародного інвестування підприємств в Україні 53

Станінов С. Б. Інформаційні технології і «Big Data» та їх вплив на ефективність системи управління стратегічною гнучкістю підприємства 62

Тімар І. В. Вдосконалення системи класифікації готелів в Україні в умовах євроінтеграції 71

РОЗДІЛ 3
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА

Дучинська Н. І., Чайка Ю. М. Конкурентоспроможність України відповідно до світових рейтингів: порівняльний аналіз 80

Курінна І. Г. Методичні засади оцінки ефективності системи оплати праці на підприємстві 91

Кушнір Н. Б., Савіна Н. Б., Ковшун Н. Е. Удосконалення методів управління проектами у сфері створення сучасного високотехнологічного обладнання 102

Парокінний О. А., Яковенко О. Г. Планування діяльності підприємства в умовах мінливого економічного середовища 113

Петряєв О. О. Методичні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства 124

РОЗДІЛ 4

МЕТОДОЛОГІЧНІ, ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУЧАСНИХ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Гбур З. В. Рейдерство та його вплив на економічну безпеку держави 136

Дядик Т. В. Економічний розвиток аграрних підприємств Полтавщини 151

Маліновська О. Я., Костак З. Р. Формування економічної безпеки суб'єктів підприємництва 161

Олійник Т. І. Антикризовий менеджмент в системі економічної безпеки підприємств 171

Рябик Г. Є. Економічна безпека підприємства: маркетинговий аспект 180

РОЗДІЛ 5

РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Бобирь О. І. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності як складової системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єкта підприємництва і як інструменту державної фінансової політики 191

Бовсуновська Г. С. Механізм забезпечення фінансової безпеки страхової компанії 201

Зазерская В. В. Развитие инструментария исчисления затрат, анализа и планирования себестоимости жилищно-коммунальных услуг 210

Куценко В. Й. Напрями розвитку соціально-орієнтованої економіки України 220

Олійник А. С. Економіко-структурна побудова витрат виробництва в аграрному середовищі 230

Піскунова Н. О. Оптимізація грошових потоків суб'єктів господарювання в умовах інноваційного розвитку 239

Хуторській П. О. Методичні підходи до оцінки ринкової вартості підприємства 247

РОЗДІЛ 6

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бикова В. Г. Принципові положення управління інноваційною діяльністю транснаціональних корпорацій на ринку високотехнологічної продукції 257

Голубка М. М. Тенденції розвитку інноваційної діяльності та їх значення для зростання національної економіки (на прикладі Львівщини)..... 271

Кузьмак О. І., Кузьмак О. М. Управління формуванням і розвитком інноваційного потенціалу підприємства 281

Максютенко І. Є. Методологія визначення відповідності основних фондів суб'єктів АТ вимогам інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортного процесу 292

РОЗДІЛ 7

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ

Дебунов Л. М., Яковенко О. Г. Моделювання систем управління фінансовим станом підприємства 302

Кошевий М. М. Проблеми та тенденції якості діяльності підприємства в сучасних умовах..... 316

Острянин С. О., Яковенко О. Г. Моделювання рекламної діяльності з урахуванням зміни попиту за дифузійним законом 325

Павлов Р. А., Павлова Т. С., Левкович О. В. Интеграция социальных норм в моделирование процесса принятия финансово-экономических решений 338

РОЗДІЛ 8

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Соціальне підприємництво як складова економічної безпеки країни..... 358

Макаренко Ю. П. Багатовекторний поділ аграрних домогосподарств..... 393

Полішко Г. Г. Проблеми та перспективи забезпечення валютної безпеки розвитку підприємництва в Україні 404

АНОТАЦІЇ 414

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 439

ПЕРЕДМОВА

Людині властиво прагнути вічності,
знаходити в ній для себе мету
і натхнення… Навряд чи взагалі є щось
гідніше, як вдосконалювати свій дух,
увічнювати себе в твореннях своїх
і дарувати їх нащадкам

Олесь Гончар

Монографія, представлена до уваги читачів, є спільним напрацюванням керівництва та співробітників економічного факультету, які разом зі студентами складають згуртований і дружній колектив Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Монографія присвячена дослідженню, систематизації та розробці шляхів розв'язання проблем управління розвитком суб'єктів підприємництва, що базуються на формуванні відповідних механізмів, інструментів і методів, враховуючи реалії та перспективи розвитку суспільства.

В монографії досліджено теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки держави; обґрунтовано сучасні механізми формування стратегії розвитку підприємств України в умовах євроінтеграції; розроблено рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах мінливого середовища; систематизовано методологічні, теоретичні та методичні засади формування економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва; розроблено перспективні напрями розвитку системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єктів підприємництва; визначено методи й інструменти управління інноваційним розвитком підприємств у сучасних умовах господарювання; обґрунтовано моделі системи управління суб'єктів підприємництва в глобальному економічному просторі та механізми їх побудови; сконцентровано увагу на проблемах і перспективах розвитку підприємництва в Україні та країнах Європейського Союзу.

Автори сподіваються, що їх науковий доробок, присвячений 100-річчю Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, буде корисним для розвитку економіки країни та сучасного суспільства, а також стане основою подальших наукових досліджень з цієї проблематики.

Монографія містить передмову та 8 розділів. В першому розділі «Теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки держави» досліджено особливості логістичного підходу до формування системи менеджменту процесу використання техніки у сільськогосподарських підприємствах,

визначено можливості та шляхи організації виконання індивідуальних замовлень підприємств на засадах логістичної концепції «ВОА» (**Л. А. Величко, О. П. Величко**); проаналізована інформаційно-комунікаційна система як складова логістичної системи регіонів Республіки Білорусь, розрахований комплексний інтегральний показник, що дає узагальнену характеристику стану, розвитку та використання телекомунікаційних технологій в регіонах **(С. Ф. Куган**); відокремлені тенденції маркетингового менеджменту у розвитку суб'єктів господарювання національної економіки (**К. С. Тригуб, С. Ю. Хамініч**).

Другий розділ монографії «Механізми формування стратегії розвитку підприємств України в умовах євроінтеграції» містить теоретико-методологічні засади визначення відновлювальної здатності виробничого потенціалу підприємств Донбасу (**А. М. Колосов, Н. В. Восьмачкина**). Також в розділі приділена увага проблемам міжнародного інвестування підприємств в Україні, акцентована увага на механізмах реалізації заходів з усунення чинників негативного впливу на інвестиційну привабливість країни як об'єкту масштабного іноземного інвестування (**С. К. Кучеренко**); досліджено вплив нових інформаційних технологій на систему управління стратегічною гнучкістю підприємства, його конкурентоспроможність, ресурсозабезпеченість, інвестиційну привабливість і тенденції розвитку технології Big Data у контексті забезпечення стратегічної гнучкості підприємства через реалізацію основних функцій: планування, координацію та контроль (**С. Б. Станінов**); розроблено концептуальні засади вдосконалення системи класифікації готелів в Україні в умовах євроінтеграції на основі аналізу особливостей єдиної системи готельних стандартів Hotelstars Union (**І. В. Тімар**).

Вирішенню проблем забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах мінливого середовища присвячений третій розділ монографії «Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах мінливого середовища». В розділі здійснено порівняльний аналіз переваг та недоліків методики досліджень Всесвітнього економічного форуму (The Global Competitiveness Index) та Міжнародного інституту розвитку менеджменту (The IMD World Competitiveness Yearbook), а також доведено необхідність вдосконалення оцінок конкурентоспроможності країн або навіть розробки єдиної загальної методики (**Н. І. Дучинська, Ю. М. Чайка**). Також в розділі приділена увага систематизації методичного інструментарію оцінки ефективності системи оплати праці на підприємстві (**І. Г. Курінна**); розробці рекомендацій щодо вдосконалення методів управління проектами у сфері створення сучасного високотехнологічного обладнання (**Н. Б. Кушнір, Н. Б. Савіна, Н. Е. Ковшун**); визначенню проблем функціонування підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища, обґрунтуванню підходів до моделювання його діяльності та побудови ефективної стратегії управління **(О. А. Парокінний, О. Г. Яковенко**); поглиб-

ленню сутності та змісту конкурентоспроможності продукції підприємства, систематизації методичних основ оцінки конкурентоспроможності продукції і розробці заходів з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства (**О. О. Петряєв**).

В розділі «Методологічні, теоретичні та методичні засади формування економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва» з'ясовано сутність рейдерства, його вплив на формування економічної безпеки України, наведено напрями профілактики рейдерства на рівні підприємств та заходи щодо вдосконалення діяльності державних органів у сфері протидії рейдерським захопленням (**З. В. Гбур**); здійснена оцінка економічного розвитку аграрних підприємств Полтавщини в умовах економічної кризи, проаналізовано основні показники, що забезпечують продовольчу безпеку країни (**Т. В. Дядик**); визначено загрози та фактори, що впливають на економічну безпеку суб'єктів підприємництва, запропоновано авторський механізм формування економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва з метою підвищення рівня їх економічної безпеки (**О. Я. Маліновська, З. Р. Костак**). Також в розділі розвинуті теоретико-методологічні засади антикризового менеджменту в сучасному його підході до забезпечення економічної безпеки та сталого розвитку підприємств (**Т. І. Олійник**), а також удосконалено схему взаємодії маркетингу з економічною безпекою на засадах завдання інформаційно-аналітичної складової маркетингу у розрізі елементів економічної безпеки (**Г. Є. Рябик**).

У п'ятому розділі «Розвиток системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єктів підприємництва» висвітлено етапи та особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності як складової системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єкта підприємництва (**О. І. Бобирь**); обґрунтовано складові елементи механізму забезпечення фінансової безпеки страхової компанії та поглиблено їх сутність з огляду на специфіку страхової діяльності (**Г. С. Бовсуновська**), запропоновано методичний інструментарій для розрахунку витрат, аналізу та планування собівартості житлово-комунальних послуг (**В. В. Зазерська**). З метою розвитку системи управління фінансово-економічною діяльністю суб'єктів підприємництва доведено необхідність втілення в життя внутрішніх і зовнішніх напрямів розвитку соціальної економіки України з метою забезпечення гармонійного, життєдайного домострою суспільства, економіки та довкілля (**В. Й. Куценко**). Також в розділі приділена увага проблемам економіко-структурної побудови витрат виробництва на засадах виокремлення особливостей формування витрат виробництва в аграрному середовищі (**А. С. Олійник**); обґрунтуванню напряму синхронізації грошових потоків з урахуванням тривалості періодів їх самоафінності та визначенню особливостей формування грошових потоків на макрорівні у сучасних умовах

господарювання вітчизняних підприємств (**Н. О. Піскунова**); дослідженню основних підходів до оцінки ринкової вартості підприємства (**П. О. Хуторської**).

Дослідженню методів та інструментів управління інноваційним розвитком підприємств у сучасних умовах господарювання присвячено шостий розділ монографії «Методи та інструменти управління інноваційним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання». В розділі обґрунтовано принципові положення управління інноваційною діяльністю транснаціональних корпорацій на ринку високотехнологічної продукції, систематизовано чинники впливу на формування інноваційної політики транснаціональних корпорацій та визначено організаційні передумови її реалізації, що сприятиме активізації інтеграції національної економіки у світовий економічний простір (**В. Г. Бикова**); доведено важливість втілення моделі інноваційного розвитку, так як її реалізація дає можливість участі у міжнародному ринковому середовищі, а також проаналізовано тенденції розвитку інноваційної діяльності та їх значення для зростання національної економіки (**М. М. Голубка**). В розділі досліджено основні чинники, що перешкоджають ефективному використанню наявного інноваційного потенціалу підприємств та його розвитку, обґрунтовано етапи прийняття управлінських рішень щодо ефективного використання інноваційного потенціалу підприємств (**О. І. Кузьмак, О. М. Кузьмак**); розроблена методологія визначення відповідності основних фондів суб'єктів АТ вимогам інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортного процесу (**І. Є. Максютенко**).

В сьомому розділі «Моделювання системи управління суб'єктів підприємництва в глобальному економічному просторі» обґрунтовано доцільність застосування моделювання фінансової стійкості за допомогою штучних нейронних мереж, наведено приклад побудови штучних нейронних мереж та результати роботи моделі, які показують, що штучні нейронні мережі здатні досить точно класифікувати підприємства за видами «потенційні банкрути» і «стабільні» (**Л. М. Дебунов, О. Г. Яковенко**); визначено проблеми якості діяльності підприємства у сучасних умовах, обґрунтовано склад і специфіку взаємозв'язків елементів системи управління діяльністю підприємства з метою забезпечення якості діяльності підприємства (**М. М. Кошевий**); досліджено проблему планування та оптимізації рекламної діяльності товарів і послуг, розроблено оптимізаційну модель з урахуванням зміни попиту за дифузійним законом (**С. О. Острянин, О. Г. Яковенко**); наведено основні підходи до моделювання процесу прийняття фінансово-економічних рішень в контексті обліку поведінкового фактору дотримання прийнятих соціальних норм, що дозволяє вийти за рамки класичного подання про мотивацію економічних агентів (**Р. А. Павлов, Т. С. Павлова, О. В. Левкович**).

В заключному восьмому розділі «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні та країнах Європейського Союзу» акцентовано увагу на розробці шляхів вирішення проблем і перспектив розвитку підприємництва

в Україні та країнах Європейського Союзу. В цьому розділі автори зробили спробу сформувати концептуальні підходи до розвитку соціального підприємництва, досліджено етапи створення соціального бізнесу, а також визначено складові та встановлено критерії, які характерні для соціального підприємництва. На основі дослідження зарубіжного досвіду щодо розвитку соціальних підприємств визначено основні напрями соціального бізнесу та встановлено основні соціальні проблеми українського суспільства, що потребують негайного вирішення в Україні. Запропоновано методичний підхід до оцінки впливу розвитку соціального підприємництва на рівень економічної безпеки країни (**Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі**). Також проаналізовано та обґрунтовано критерії поділу аграрних домогосподарств в умовах розвитку ринкової економіки та євроінтеграції, запропоновано класифікацію аграрних господарств за розмірами **(Ю. П. Макаренко**); визначено найбільш значущі проблеми забезпечення валютної безпеки у контексті розвитку підприємницької діяльності в Україні, здійснено аналіз показників валютної безпеки та їх якісну оцінку (**Г. Г. Полішко**).

Ця монографія − наш скромний внесок у літопис славетної історії Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара в рік святкування сторічної дати його заснування, а також столітнього ювілею його славетного випускника − письменника, іменем якого названо alma mater.

Переконані, що історія економічного факультету матиме своє продовження в наступних поколіннях економістів, які працюватимуть на благо науки, нашої alma mater, розвитку всієї держави. Адже ми любимо свій факультет, ту справу, якою займаємося у житті.

Ми висловлюємо вдячність всім авторам, які прийняли участь у дослідженні. Сподіваємось, що результати досліджень мають наукову новизну та будуть цікаві для широкого кола читачів, у тому числі для студентів, аспірантів, докторантів, науковців та керівників суб'єктів підприємництва.

Автори вдячні рецензентам − доктору економічних наук, професору **Гонтаревій І. В.**; доктору економічних наук, професору **Жадько К. С.**; доктору економічних наук, професору **Сардаку С. Є.** за конструктивну роботу, висловлені зауваження та корисні поради під час написання монографії.

З повагою, Гринько Т. В.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТА ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Л. А. Величко, О. П. Величко

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ СИСТЕМАМИ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ «ВОА»

На теперішній час дрібнотоварний сільськогосподарський бізнес займає значну питому вагу у світовому виробництві продовольства. Позитивною рисою такої форми господарювання є висока мотивація до продуктивної праці та раціонального використання землі й інших засобів виробництва.

Діяльність малого агробізнесу також дуже добре узгоджується із концепцією екологічної безпеки та сталого розвитку сільських територій [9; 11]. Однак малі фермерські господарства, як самостійні суб'єкти виробництва, мають низку організаційних проблем, що не притаманні крупному аграрному виробництву. Наприклад, формування на невеликих земельних ділянках власної комплексної системи машин часто є не лише недоцільним, але й економічно невигідним. Саме тому малі за розмірами фермерські господарства вимушені користуватися низкою сторонніх механізованих послуг. Для цього створюються різні форми спеціалізованого міжгосподарського машиновикористання, серед яких значного поширення набула спільна експлуатація сільськогосподарської техніки у вигляді сусідської взаємодопомоги, машинних асоціацій, кооперативів тощо. Незважаючи на значні переваги для фермерів, такі форми обслуговуючої кооперації є досить складними об'єктами менеджменту. Зокрема, у такій системі відбувається спільна організація виконання різних за обсягами власних замовлень, які ще й часто збігаються за часом.

Ефективна організація використання техніки в них часто потребує застосування відповідних засобів підтримки планування та реалізації управлінських рішень. Серед них, на наш погляд, доцільно звернути особливу увагу на можливості логістичної концепції «ВОА» (від нім. «Belastungsorientierte Auftragsfreigabe»). Ця система орієнтована на оптимальне використання місць реалізації замовлень в залежності від навантаження і являє собою методичний підхід за типом «лійки», витік з якої символізує реалізацію замовлення, а вміст «лійки» характеризує стан параметрів виконання замовлення. При цьому процес управління відбувається у такій послідовності: I етап − встановлення терміну виконання (часу перебігу) отриманих та ще не переданих для реалізації замовлень, а також поділ замовлень на термінові та менш термінові; II етап − визначення реальності термінових замовлень (з'ясування ймовірності потрапляння замовлень на певне місце у той час, коли їх доцільно спочатку реалізувати на інших робочих місцях); III етап − верифікація «реальних» замовлень шляхом зіставлення кумульованого навантаження та обмежень у сфері можливостей навантаження кожного робочого місця (можливі для реалізації замовлення передаються для поточної реалізації, а неможливі − скеровуються до наступного періоду планування) [4; 5].

Метою дослідження стала розробка авторської моделі планування рішень в системі менеджменту експлуатації техніки на засадах логістичної системи «ВОА».

1. Стратегія та механізми впровадження логістичної концепції «ВОА» в систему менеджменту на даний час глибоко опрацьовані у середовищі виробничо-постачальницької діяльності. Особливо це стосується сфери управління запасами у промисловості та машинобудуванні [12]. Між тим потенційні можливості застосування складових філософії «Belastungsorientierte Auftragsfreigabe» в системі менеджменту сервісних організацій (де запаси відсутні в принципі) досліджені набагато менше. У цілому організація управління на засадах логістичної концепції «ВОА» є ефективною при виконанні індивідуальних замовлень, на відміну від таких систем логістики, як «KANBAN», «Fortschrittzahlen» (FZ) та «SCOR». Саме тому значні можливості застосування згаданих систем в аграрному бізнесі раніше

досліджувалися нами за умов серійного та масового характеру виробництва [14]. У попередніх напрацюваннях закладено основи для розширення відомих знань та їх перенесення на нові об’єкти логістичного менеджменту.

2. Так, в багатьох сферах економіки доцільним є застосування логістичних концепцій, які орієнтовані саме на координацію індивідуальних замовлень. В середовищі аграрного сервісу це стосується, зокрема, системи машинно-технологічного обслуговування сільського господарства. Особливої актуальності ця проблема набуває під час спільної експлуатації техніки дрібними землекористувачами на кооперативних засадах. Саме тому підвищення рівня керованості процесами та якості задоволення індивідуальних потреб учасників механізованої кооперації можливе за умов застосування в системі менеджменту аграрного сервісу логістичної концепції «BOA». Однак реалізація цього процесу потребує розробки відповідних організаційно-економічних механізмів, правил і процедур, що будуть враховувати низку специфічних особливостей такого явища, як міжгосподарське машиновикористання.

3. Процес раціональної організації використання техніки у сільському господарстві є об’єктом уваги багатьох сучасних світових досліджень. Зокрема ця проблема займає важливе місце у працях таких науковців, як G. M. Artz (2016), A. Başarik (2015), G. Colson (2010), R. Ginder (2010), G. M. Hickey (2016), P. Kenkel (2007), E. Li (2009), G. Long (2007), L. Naeve (2016), Reed, G. (2016), M. Yang (2009), S. Yildirim (2015) та ін.

4. Логістичний підхід та моделювання в системі менеджменту машиновикористання досліджували: T. Bosona (2013), L. E. N. G. Dongmei (2012), D. K. Folinas (2010), I. A. Hameed (2012), D. Hunt (2016), P. Kamboj (2012), H. K. M. Kheir (2010), C. Li (2012), U. M. Maradun (2013), G. Pawellek (2016), M. S. Sabir (1990), N. K. Vasylieva (2015), J. J. W. J. W. Jinfeng (2010) та інші.

Логістична концепція «BOA» вперше була ретельно опрацьована у докторській дисертації W. Bechte. Згодом вона отримала розвиток у наукових працях багатьох періодів та продовжує залишатися актуальною і для сучасного бізнесу. У різні часи ця концепція відображена у дослідженнях таких учених,

як J. A. Buzacott (2012), P. R. Engelhardt (2015), R. Knecht (1991), H. Lödding (2016a, 2016b), H. Wannenwetsch (2014), H. Werner (2013), H.-P. Wiendahl (2003), Y. Yakut (2015) та інших науковців.

G. M. Artz et. al. [2] звертають увагу на те, що для дрібних аграрних виробників машини обміну є ефективною альтернативою доступу до сучасних високотехнологічних операцій. А міжгосподарське машиновикористання дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними в умовах все більш високої концентрації сільськогосподарського виробництва. При цьому раціональний розподіл робочого навантаження техніки може суттєво зменшувати логістичні витрати.

У дослідженнях G. M. Artz та L. Naeve [1] систематизували як переваги, так і недоліки процесу машиновикористання у сільському господарстві. Між тим, вони наголошують на тому, що така проблема, як складність організації механізму обміну технікою, може бути полегшена за допомогою ретельного перспективного планування роботи.

1. Досвід сільського господарства Туреччини і Китаю свідчить, що важливою проблемою є адаптація учасників міжгосподарського використання техніки до незначних обсягів землекористування. А перспективні інновації в машинних кооперативах розглядаються такими науковцями, як A. Başarik та S.Yildirim [3], на основі удосконалення внутрішнього механізму управління.

2. У контексті цього D. K. Folinas et. al. [6] запропонували логістичну систему моніторингу виконання технологічних операцій у сільському господарстві, яка ґрунтується на інноваційному посиленні ролі моніторингу ділової активності (ВАМ). Така система переважно використовується у промисловості. У той же час розроблений на її засадах логістичний підхід до організації використання сільськогосподарської техніки є певною інноваційною системою підтримки прийняття рішень. Його основою є чітко визначені цілі, ретельні розрахунки та скоординована організація взаємодії. Такий підхід був успішно протестований при збиранні врожаю.

Цікавою для системи менеджменту машиновикористання є розроблена I. A. Hameed et. al. [7] об’єктно-орієнтована модель для імітації роботи сільськогосподарської техніки в польових умовах, основними елементами якої були

визначені сукупні витрати та діаграми. Імітаційна модель забезпечує всі ключові робочі параметри, які необхідні для оцінки обраного сценарію. Це дозволяє використовувати імітаційну модель як складову частину системи підтримки прийняття рішень. Однак застосування цієї і попередньої моделей при використанні техніки потребує додаткового врахування особливостей менеджменту при кооперуванні.

Дослідження Y. Yakut [18] присвячене можливостям отримання конкурентних переваг за рахунок інтелектуального аналізу даних у сфері виробництва та логістики. У цьому контексті H. K. M. Kheir [10] у своїй докторській дисертації провів дослідження даних щодо експлуатаційних витрат на сільськогосподарську техніку із використанням системи рівнянь, розроблених American Society of Agricultural and Biological Engineers (ASABE).

У той же час розв'язання системи лінійних рівнянь розглядається німецьким науковцем H. Lödding [13] як важлива складова реалізації логістичної концепції «BOA». Однак той же H. Lödding звертає увагу на використання цієї концепції переважно в системі промисловості.

Таким чином, у попередніх дослідженнях опрацьовано методологічні засади використання різних логістичних систем та концепцій з урахуванням національних, галузевих та ситуаційних чинників. При цьому у більшості праць основна увага зосереджена на логістичному моделюванні рішень в системі матеріального потоку, і в меншій мірі − у сфері обслуговування бізнесу. Крім того, в аграрному кооперуванні системи управління операційними процесами мало досліджуються у інтеграції з такими засобами раціоналістичної логістики, як BOA, Lean production, FZ, а також з концепцією SCM (SCOR-модель). Також недостатня увага приділяється розробці саме комплексних механізмів організації взаємодії учасників агросервісного кооперування на засадах сучасної логістики. Незважаючи на численні наукові розвідки, логістична концепція «Belastungsorientierte Auftragsfreigabe» все ще має низку дослідницьких ніш. Останнє в значній мірі стосується організації системи машиновикористання в аграрному секторі. Тому є необхідність у поглибленому дослідженні даної проблематики з орієнтацією на попередні результати.

Науково-дослідна робота виконувалася на методологічній основі, яка мала авторський розвиток. Так, попереднє визначення «праксеологічного підходу», як основи пізнання логістики, було використано при розробці методології дослідницької роботи. Дослідження системно побудоване на раніше розробленому авторському трактуванні поняття та комплексу засобів «раціоналістичної логістики» (Velychko, 2014). Внаслідок цього було сформовано комплексний методичний підхід до застосування логістичної концепції «Belastungsorientierte Auftragsfreigabe» в системі менеджменту міжгосподарського машиновикористання.

На засадах логістичної концепції «BOA» був розроблений і випробуваний алгоритм складання плану спільного використання техніки шести фермерських господарств. Визначений методичний підхід одночасно забезпечує обов'язкове виконання операцій в необхідні агротехнічні терміни та за всіма періодами сільськогосподарських робіт, а також сприяє мінімізації витрат фермерів. Реалізація такого підходу передбачала декілька послідовних етапів.

Так, для проведення оптимізації спільної експлуатації техніки фермерських господарств була сформована наступна вихідна інформація: 1) обсяги механізованих робіт по окремих технологічних операціях; 2) агротехнічні терміни проведення механізованих робіт; 3) поточна ринкова вартість сільськогосподарської техніки; 4) норми виробітку на механізовані роботи; 5) планові експлуатаційні витрати за видами робіт. Перелік механізованих робіт, їх обсяги та агротехнічні терміни проведення встановлювались на основі технологічних карт вирощування сільськогосподарських культур. Планові параметри продуктивності техніки, а також очікувані витрати палива на одиницю робіт визначалися на підставі норм виробітку та витрат палива на конкретні роботи.

На основі термінів і тривалості виконання робіт були складені графіки виконання операцій, що відповідає очікуванням І-го етапу впровадження логістичної системи «BOA». По горизонталі вказано агротехнічні терміни виконання робіт, а по вертикалі − їх шифри. Згідно ІІ-го етапу концепції «BOA» були визначені розрахункові періоди шляхом поділу сільськогосподарського року на окремі складові. Декілька таких періодів об'єднані в один розрахунковий. Однак при

появі хоча б однієї роботи, яка б була не сумісна з усіма роботами у цьому періоді, встановлювався новий розрахунковий період. Останній відповідає принципам реалізації ІІІ-го етапу логістичної концепції «ВОА». Після цього на основі кількості робочих днів за тривалістю операцій у періоді було розраховано виробіток агрегатів.

Отже, запропонований методичний підхід до застосування логістичної концепції «Belastungsorientierte Auftragsfreigabe» в системі міжгосподарського використання техніки передбачає обчислення витрат на ремонт та технічне обслуговування з урахуванням їх маржинального характеру. Емпіричні дослідження підтверджують, що такі витрати у довгостроковому періоді є змінними. Це дозволило зробити додатковий висновок про те, що витрати на ремонт і технічне обслуговування переважно є регресивними (змінюються у відносно меншій пропорції, ніж обсяги виробітку або терміни експлуатації сільськогосподарської техніки). Важливість відносно точного та обґрунтованого планування витрат на ремонт і технічне обслуговування підтверджує те, що у загальній структурі витрат з експлуатації техніки вони становлять близько 27–39 % і першочергово залежать від вартості сільськогосподарської машини та її виробітку в мотогодинах, тобто тривалості експлуатації [8].

Нормативне планування витрат на ремонт і технічне обслуговування сільськогосподарської техніки є засобом ефективного проектування рішень в рамках менеджменту міжфермерського машиновикористання. Зауважимо, що важливою складовою підготовки таких рішень на засадах логістичної концепції «ВОА» можуть стати засоби економіко-математичного моделювання. Зокрема, для цього було використано метод лінійного програмування. До того ж, у проведеному дослідженні розраховано витрати на ремонт і технічне обслуговування техніки як вихідні дані для побудови матриці задачі лінійного програмування.

У контексті реалізації індивідуальних замовлень на засадах логістичної концепції «ВОА» було складено графіки міжгосподарського використання техніки на господарський рік. Вони розроблені згідно з оптимальним планом спільної експлуатації техніки, який отримано внаслідок розв’язання логістичної моделі задачі.

Логістичний підхід до менеджменту операційних систем дозволяє суттєво підвищити їх надійність, ощадливість та ефективність. Міжгосподарське використання техніки за характером є бізнес-процесом, який орієнтований на організацію виконання індивідуальних замовлень за технологічними операціями. Логістична концепція «ВОА» є одним із підходів, який дозволяє забезпечити ефективний менеджмент такого процесу в контексті його особливостей. При цьому організація впровадження логістичної системи «ВОА» потребує формування комплексного методичного підходу.

Значення для теорії. Розроблена методологія організації використання техніки в сільськогосподарському підприємстві враховує: вимоги етапів логістичної концепції «ВОА» та послідовність їх реалізації; маржинальний характер витрат на ремонт і технічне обслуговування; планування виконання замовлень з урахуванням обсягів навантаження техніки; гнучкість формування цін на сторонні технічні послуги в залежності від рівня постійних витрат; межі економічних переваг від спільного машиновикористання.

Значення для практики. Запропонований механізм дозволяє виконувати технологічні операції у необхідні терміни за всіма періодами сільськогосподарських робіт, а також допомагає мінімізувати витрати підприємств на технічне обслуговування виробництва при спільній експлуатації машин. На його основі можуть бути складені оптимальні графіки використання техніки на підприємствах. Логістична модель також дозволяє сформувати раціональний склад технічного «парку» для спільного користування господарствами.

Подальший науковий пошук в системі менеджменту використання техніки в сільськогосподарських підприємствах варто орієнтувати на дослідження можливостей логістичної системи «Lean production».

Список використаних джерел:

1. Artz, G. M., & Naeve, L. (2016), The benefits and challenges of machinery sharing among small-scale fruit and vegetable growers, *Journal of Agriculture, Food Systems and Community Development*, Vol. 6, No. 3, pp. 19-35.
2. Artz, G., Colson, G., & Ginder, R. (2010), A Return of the Threshing Ring? A Case Study of Machinery and Labor-Sharing in Midwestern Farms, *Journal of Agricultural & Applied Economics*, Vol. 42, No. 4, pp. 805-819.

3. Başarik, A., & Yildirim, S. (2015), A Case Study of Sharing Farm Machinery in Turkey, *International Journal of Natural & Engineering Sciences*, Vol. 9, No. 3, pp. 1-5.
4. Buzacott, J. A., Corsten, H., Gössinger, R., & Schneider, H. M. (2012), *Production planning and control: basics and concepts*, Oldenbourg: Verlag.
5. Engelhardt, P.R. (2015), *System für die RFID-gestützte situationsbasierte Produktionssteuerung in der auftragsbezogenen Fertigung und Montage*, Doctoral dissertation: Technischen Universität München.
6. Folinas, D. K., Bochtis, D. D., & Sorensen, C. A. G. (2010), In-field logistics processes management based on business activities monitoring systems paradigm, *International Journal of Logistics Systems and Management*, Vol. 8, no. 1, pp. 1-18.
7. Hameed, I. A., Bochtis, D. D., Sørensen, C. G. & Vougioukas, S. (2012), An object-oriented model for simulating agricultural in-field machinery activities, *Computers and electronics in agriculture*, Vol. 81, pp. 24-32.
8. Hunt, D. & Wilson, D. (2016), *Farm power and machinery management*, Illinois: Waveland Press.
9. Kharytonov, M., Benselhoub, A., Shupranova, L., Kryvakovska, R. & Khlopova, V. (2015), Environmental assessment of atmospheric pollution in Dnipropetrovsk province (Ukraine), *Studia Universitatis »Vasile Goldis», Seria Stiintele Vietii*, Vol. 25, Issue 2, pp. 125-130.
10. Kheir, H. K. M. (2010), *Validity of ASABE Standards in Estimating Total Operating Cost of Agricultural Machinery in Sudan*, Doctoral dissertation: University of Khartoum.
11. Kolodiychuk, V.A. (2014), Branch positioning of grain products subcomplex in Ukraine's AIC, *Economic Annals-XXI*, Vol. 09-10, No. 1, pp. 45-48.
12. Lödding, H. (2016a), *Auftragsfreigabe mit Linearer Programmierung / Verfahren der Fertigungssteuerung (Grundlagen, Beschreibung, Konfiguration)*, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
13. Lödding, H. (2016b), *Belastungsorientierte Auftragsfreigabe / Verfahren der Fertigungssteuerung (Grundlagen, Beschreibung, Konfiguration)*, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
14. Velychko, O., & Velychko, L. (2017). Management of inter-farm use of agricultural machinery based of the logistical system «BOA». Bulgarian Journal of Agricultural Science, Vol. 23, No. 4, pp. 534-543.
15. Wannenwetsch, H. (2014), *Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung*, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
16. Werner, H. (2013), *Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling*, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
17. Wiendahl, H.-P. (2003), *Modelle und Systeme des Produktionscontrollings.* In: Eversheim, W.; Schuh, G. (Hrsg.): *Betriebshütte: Produktion und Management*, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
18. Yakut, Y. (2015), *Erzielen von Wettbewerbsvorteilen durch Data Mining in Produktion und Logistik*, Hamburg: Disserta Verlag.

С. Ф. Куган

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В НАРАЩИВАНИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Одним из важных условий при принятии управленческих решений является достоверность и полнота исходной информации. Подобное условие создает предпосылки для успешного функционирования как любой экономической системы, так и логистической системы с учетом ее подсистем (в том числе и информационно-коммуникационной), а также для стабильности развития всех вариантов экономической деятельности в рамках национальной экономики.

Совокупность информационных потоков, циркулирующих внутри логистической системы, между ее элементами, а также между системой и внешней средой, представляет собой информационно-коммуникационную подсистему (ИКС). Данная подсистема является интерактивной структурой и включает в свой состав персонал, оборудование и технологии. Функционирование логистической системы или цепи невозможно без информационных потоков, поэтому принципы изучающей их информационной логистики являются основой для построения всех логистических систем. Поэтому очевидным стало то, что эффективная логистическая деятельность невозможна без широкого использования информационно-телекоммуникационных технологий, которые предоставляются, как правило, региональной телекоммуникационной инфраструктурой.

Несомненно, все субъекты сферы логистики должны получать свободный и достаточно широкий доступ к информации своевременно и оперативно, что возможно только при наличии развитой системы информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Будучи по сути своей инновационными технологиями, они упрощают осуществление экономических процессов как в логистике, так и в любой другой сфере.

ИКТ представляются нами как «совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации в интересах ее пользователей» [1, с. 33].

В рамках реализации Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы предусмотрено выполнение работ на базе современной информационно-коммуникационной инфраструктуры (ИКИ), направленных на стимулирование внутреннего спроса реального сектора экономики, сферы услуг, социальной сферы, сферы государственного управления на качественные ИТ-услуги.

Потенциальная взаимосвязь между использованием современных информационно-коммуникационных технологий и широкомасштабным экономическим развитием регионов становится все более очевидной и тесной. ИКТ проникают в самые разнообразные сферы, а их использование является одним из главных признаков, характеризующих современное информационное общество (табл. 1). Воздействие ИКТ наглядно проявляется в таких областях, как экономика региона в разрезе отраслей народного хозяйства, домашние хозяйства, образование и наука, управление социально-экономическими системами региона, общественная и социальная сфера деятельности, включая деятельность государственных органов власти региона и органов самоуправления.

Функции, выполняемые информационно-коммуникационными технологиями в логистической системе:

- интеграция участников системы через реализацию единого коммуникационного пространства, а также принципов и правил деятельности;

- информационное сопровождение и поддержка в течение всего маршрута движения грузов;

- мотивирование как инструмент достижения взаимодействия с учетом интересов и ценностей всех участников системы;

- регулирование и координация действий;

- построение доверительных отношений между участниками логистической системы;

- масштабирование логистической системы (образование кластеров).

Таблица 1

Основные показатели использования информационно-коммуникационных технологий в организациях [2]

Показатели	Использование ИКТ в организациях					
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Количество исследуемых организаций,	898	861	851	918	878	876
из них использовали:						
электронную почту	860	834	832	898	865	854
локальные вычислительные сети	676	684	681	763	740	736
Интернет	867	847	839	908	868	861
Интранет	100	138	154	169	164	166
Экстранет	24	30	41	57	61	66
имели веб-сайт в сети Интернет	411	434	474	544	510	522

Способность к развитию экономической системы на микро-, мезо- и макроуровне в значительной степени будет определять информационно-коммуникационный потенциал (ИКП). Данный вид потенциала представляется как способность системы к эффективному обмену информацией, сохраняющей при этом свою целостность, достижению поставленных целей и поддержанию взаимовыгодных отношений с внешним окружением.

Возрастающая роль информационных технологий как основы ИКП, фактора экономического роста, развития и формирования эффективной экономики нового постиндустриального типа объективно требует сбалансированного развития информационных ресурсов всех субъектов экономики страны.

Информационно-технологические ресурсы (ИТР) − это «совокупность элементов информационно-коммуникационных технологий, приобретенных, адаптированных и используемых в операционной деятельности организаций, учреждений и домашних хозяйств» [3, с. 8].

Предметная структура данных ресурсов позволяет распределить ИТР по их видам в соответствии с принципами Общегосударственного классификатора видов

экономической деятельности Республики Беларусь, которые учитывают требования международных стандартов.

Общепринято выделять пять видов ИТР, в каждом из которых существует распределение ИТР по подвидам: техническое оснащение, программное обеспечение, ИТ-услуги, телекоммуникационные технологии, информационные ресурсы [4, с. 5].

Для оценки состояния и тенденций развития информационных ресурсов экономической системы региона, либо отдельной ее сферы, необходима интегрированная система показателей и индикаторов, которая базируется как на данных государственного статистического учета, так и на результатах специальных эмпирических исследованиях рынка информационно-коммуникационных технологий, проводимых отечественными и зарубежными компаниями.

Считаем необходимым, проводя оценку уровня развития и использования разных видов ИТР в каждом из объектов, осуществлять отбор по трем взаимосвязанным видам характеристик, называемых «группами индексов»:

- состояние (наличие того или иного ресурса, доступа к ресурсу и т. д.);
- оснащенность (организации, сотрудника, физического лица ИТР и др.);
- интенсивность использования (затраты на ресурсы).

При этом необходимо учитывать следующие специфические аспекты ИТР:

1. Двойственный характер информационной сферы: бурное развитие и распространение ИКТ в экономике, а также масштабные преобразования общества на основе его информатизации.

2. Иерархическую структуру сферы ИКТ, включающую национальный и региональный уровни, отдельные субъекты хозяйствования (организации) и домашние хозяйства.

3. Отраслевое разнообразие как по направлениям деятельности, так и по видам продукции (товаров и услуг) сферы ИКТ.

4. Функциональную структуру направлений влияния информационных ресурсов на домашние хозяйства, образование и науку, развитие информационного

общества, распространение технологий электронного правительства, безопасность общества.

5. Разнообразие методов и источников информации при исследовании информационных ресурсов регионов.

Оценку информационно-коммуникационного потенциала необходимо проводить с целью разработки программы оптимизации внешних и внутренних связей для повышения устойчивости, целостности, конкурентоспособности логистических систем регионов.

Предполагаемый набор параметров позволит количественно и качественно оценить уровень развития связей, проанализировать уровень взаимоотношений всех участников системы:

1 группа. Количественный уровень развития горизонтальных связей системы (число участников, среднее количество взаимодействий).

2 группа. Качественный уровень развития горизонтальных связей системы (эффективность взаимодействия, выраженная через реализацию совместных проектов; скорость движения информации).

3 группа. Качество информации (степень неопределенности, полнота, достоверность, точность, объем информации).

4 группа. Обратная связь (оперативность отклика на полученные сообщения внутри системы, оперативность отклика на полученные сообщения из внешнего окружения системы, количество положительных/отрицательных отзывов о системе).

Кроме того, комплексная система индикаторов информационного развития регионов, учитывающая перечисленные требования и параметры, может составить объективную базу для проведения оценки и анализа информационно-коммуникационного состояния любой из отраслей экономики в регионах республики.

Общим недостатком всех форм исследовательской и аналитической работы является отсутствие единой методики исследований с представленными в ней основными индикаторами сферы ИТР, на которую могут опираться субъекты рыночных исследований и другие заинтересованные пользователи.

Иерархическая структура объектов региональной оценки информационно-технологических ресурсов обосновывает необходимость использования уровневой структуры индикаторов для оценки их состояния и развития. Можно выделить три основных уровня в иерархической структуре индикаторов в соответствии с иерархической структурой объектов оценки: республиканский, региональный и уровень отдельных организационных единиц (рис. 1).

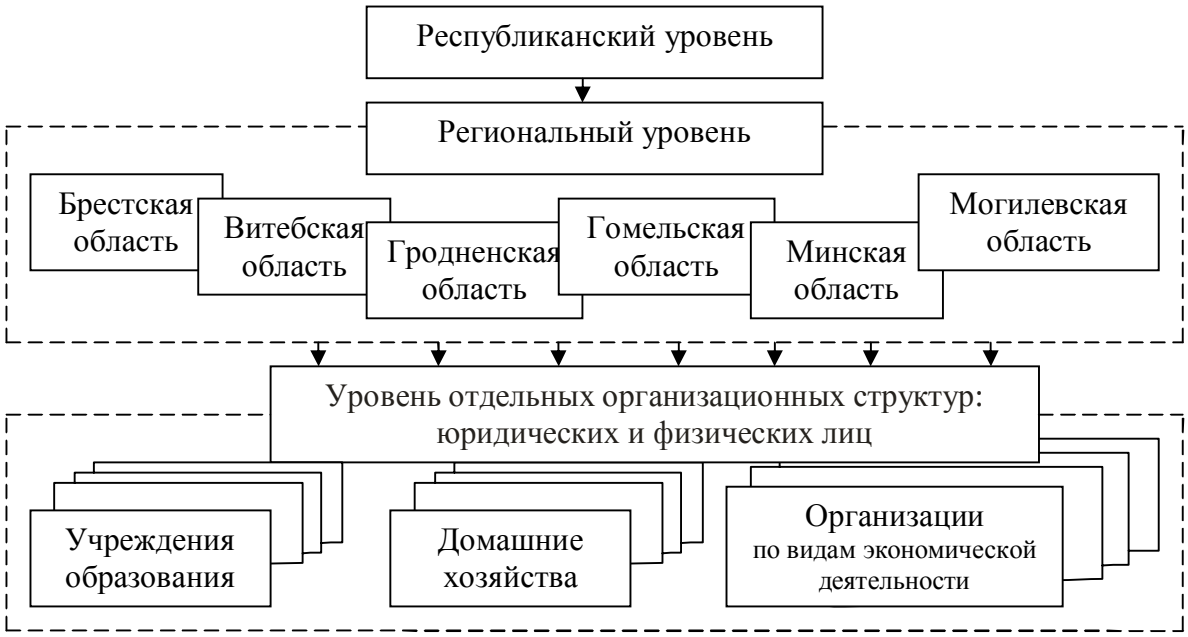

Рис. 1. Иерархическая структура индикаторов региональных ИТР
(разработано автором)

Республиканский уровень включает совокупность характеристик, позволяющих оценить национальные информационные возможности по отношению к другим странам, выяснить сбалансированность развития информационно-коммуникационных технологий во всех субъектах административной структуры страны (в разрезе регионов или отраслей) и разработать предложения по регулированию процесса информатизации республики.

Региональные интегрированные системы индикаторов должны учитывать сложившийся уровень развития ИТР в исследуемом регионе, что позволит сравнивать, анализировать и оценивать уровни их использования в различных регионах.

Первичные данные о состоянии и развитии ИТР формируются на нижнем уровне иерархии − уровне отдельных организационных структур.

Для проведения анализа информационно-коммуникационной подсистемы в логистической системе региона необходимо разработать следующий состав индикаторов, формирующих комплексный индикатор оценки уровня развития ИТР в регионе по направлению «Логистика» (рис. 2).

Изучение современного состояния ИТР в регионах Республики Беларусь проводилось в рамках настоящего исследования по направлению «Логистика» и базировалось на предложенной системе индикаторов, а также модели их агрегирования.

В качестве исходных показателей в исследовании использовались данные статистической отчетности организаций за период с 2014 по 2016 год (с акцентом на 2016 год). В качестве объектов исследования были выделены 6 областей республики и город Минск.

В системе индикаторов предлагается использовать показатели, сгруппированные по 3 видам ИТР: локальные сети, Интернет, услуги связи.

Оценка состояния и развития ИТР в регионах проводилась по интегральному информационному индексу региона, агрегирующему индексы по трем предметным областям оценки: техническое оснащение, программное обеспечение и телекоммуникационные технологии.

В 2016 году во всей республике число организаций, использующих информационно-коммуникационные технологии, составляло не менее 82,1 % от общего числа исследуемых организаций [5]. Численность организаций, использующих Интернет и электронную почту, по всем регионам в целом находится на уровне 99−100 % от общего числа исследуемых организаций.

Структура затрат в секторе информационно-коммуникационных технологий состоит из следующих элементов: затраты на приобретение вычислительной техники, приобретение программных средств, оплата услуг электросвязи, обучение сотрудников, оплата услуг сторонних организаций (рис. 3).

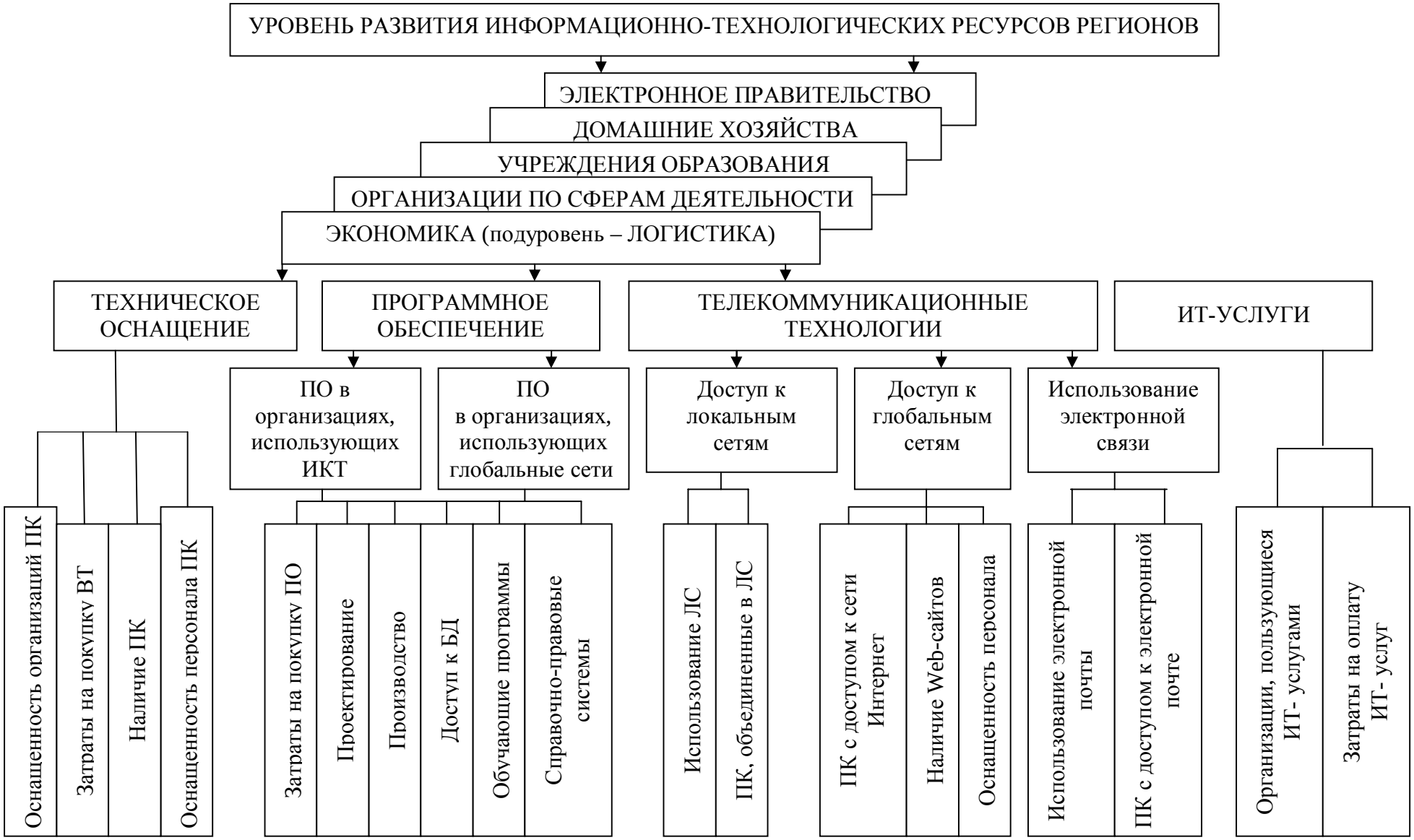

Рис. 2. Система показателей оценки ИТР региона по направлению «Логистика»

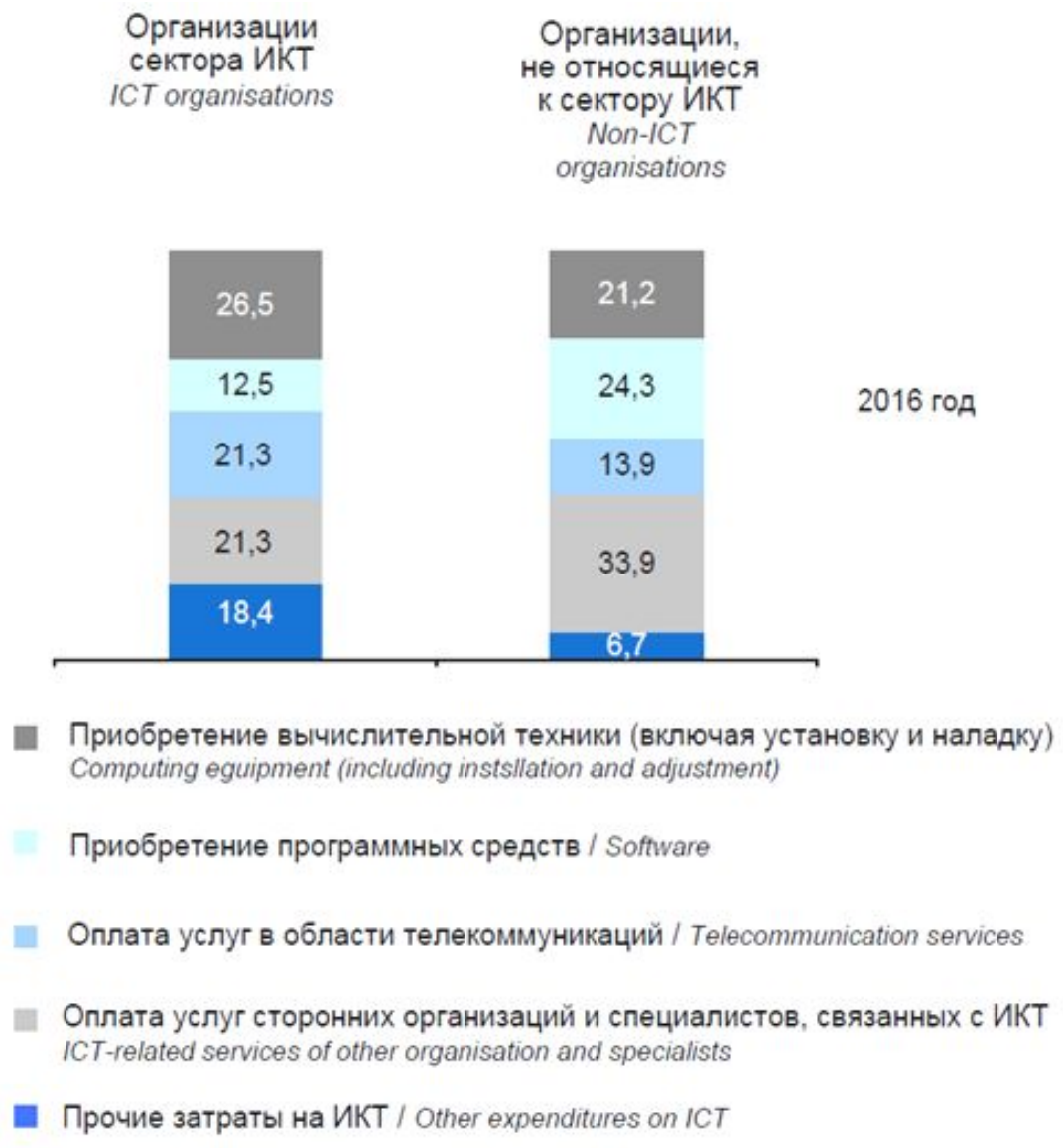

Рис. 3. Структура затрат организаций сектора ИКТ на информационно-коммуникационные технологии, в % к итогу [5, с. 35]

Анализируя статистические материалы за период с 2014 по 2016 годы, можно сделать вывод о том, что в структуре затрат на ИКТ меньше всего приходится на прочие затраты и оплату услуг в области телекоммуникаций − в среднем по годам 6 и 13,0 % соответственно. Наибольшие расходы формируются вследствие оплаты услуг сторонних организаций и специалистов, связанных с ИКТ, в среднем за исследованный период − 33–34,0 %. На приобретение программных средств и вычислительной техники приходится 24,3 и 21,2 % расходов соответственно. Подобная закономерность наблюдается в течение всего анализируемого временного периода.

Развитие информационно-коммуникационных ресурсов организаций различных масштабов, видов деятельности и организационно-правовых форм в значительной степени определяется уровнем технического оснащения. Аналитическое исследование по этому виду ИТР проводилось по группе индикаторов, состоящей из трех показателей [5, с. 66]:

- наличие персональных компьютеров в организациях, использующих ИКТ;

- обновление персональных компьютеров в организациях, использующих ИКТ;

- оснащенность персональными компьютерами сотрудников организаций (число ПК в расчете на 100 работников).

По данным исследования на конец 2016 г. почти 100 % организаций, использующих ИКТ, использовали в своей деятельности персональные компьютеры (ПК).

Считается, что жизненный цикл персональных компьютеров составляет 3−4 года. Можно предположить, что большинство организаций или устраивают технические возможности персональных компьютеров, приобретенных год-два назад, или у них недостаточно финансовых средств на приобретение новой техники. Это видно из того, что масштабы приобретения новой компьютерной техники, предназначенной для расширения компьютерного «парка» и его обновления, невелики. В целом в 2016 г. было приобретено вычислительной техники на сумму 69,9 млн руб; различия в приобретении персональных компьютеров по регионам в этом году незначительны.

Для более объективной оценки уровня компьютеризации организаций в разрезе регионов необходимо учитывать масштабы этих организаций в зависимости от численности работников.

Примерно половина всех исследуемых организаций разных форм собственности используют Интернет и электронную почту (табл. 2). Наибольшее число таких организаций сосредоточено в Минске.

Таблица 2

Число организаций, использовавших Интернет в 2016 г., по областям и г. Минск [5, с. 64]

Формы собственности	**РБ**	**Брест-ская**	**Витеб-ская**	**Гомель-ская**	**Гроднен-ская**	**г.Минск**	**Минс-кая**	**Моги-левская**
Всего, в том числе:	7755	861	750	829	681	3020	1019	595
государствен-ная форма собственности	1855	226	254	264	256	445	205	205
частная форма собственности	5499	610	486	547	409	2290	782	375
иностранная форма собственности	401	25	10	18	16	285	32	15

Как видно из данных табл. 2, среди регионов лидирующее положение занимают г. Минск и Минская область. Довольно значительно от лидеров отстает Могилевская область.

Стоит отметить, что среди всех обследованных организаций существенно больше половины активно пользуются преимуществами Интернет-технологий. Постоянно увеличиваются скорости передачи данных, все больше компьютеров подключается к Интернету.

Совершенствуются стандарты, по которым строится работа в сети. Наличие собственного Интернет-сайта в организациях становится все более важным и целесообразным.

Размещение информации на одном из серверов Сети является одним из самых дешевых способов создания публично доступных данных.

Во всех регионах Республики Беларусь есть организации, имеющие свои представительства в Интернете.

Итоговое значение комплексного интегрального показателя, дающее обобщенную характеристику состояния, развития и использования телекоммуникационных технологий в регионах, рассчитывалось как средняя величина по составляющим видам ИТР: локальные сети, интернет, услуги связи. Расчет индикатора и рейтинга представлен в табл. 3.

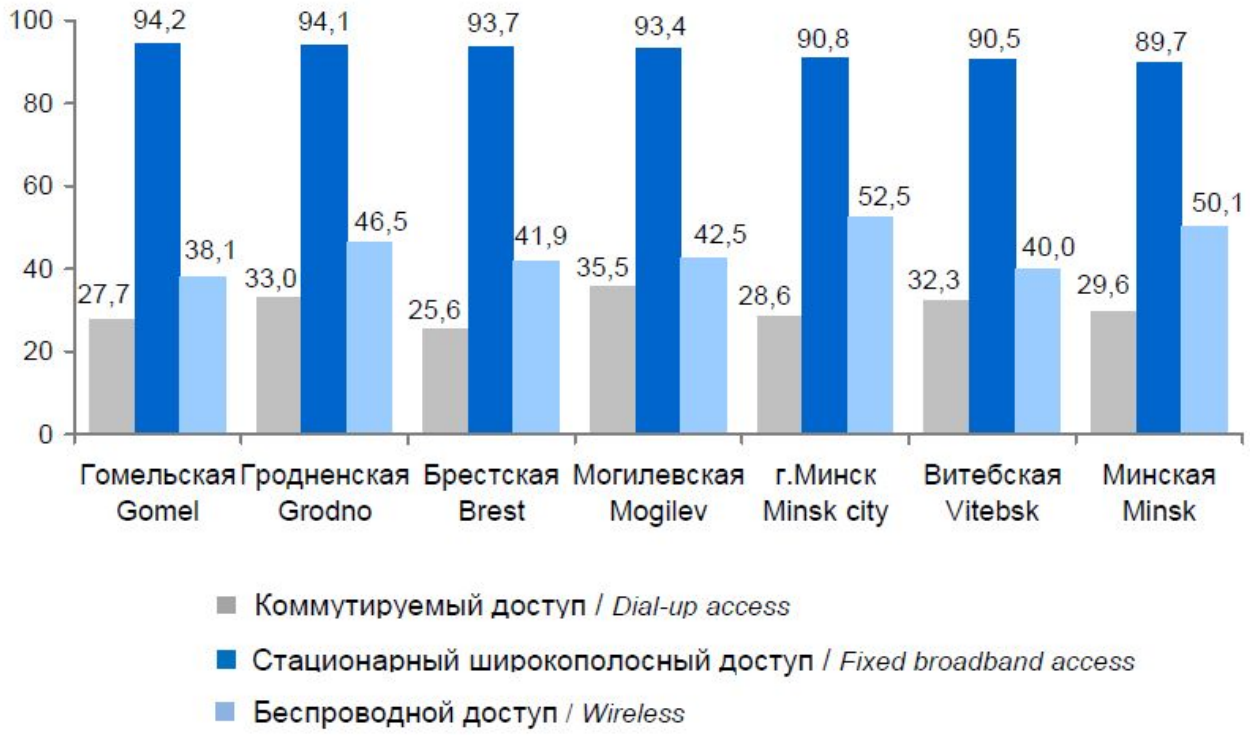

Рис. 4. Организации по виду подключения к сети Интернет по областям и г. Минск в 2016 году (в % к общему числу организаций, имевших доступ к сети Интернет) [5, с. 69]

Таблица 3

Расчет рейтинга регионов по интегральным показателям ИТР

	РБ	В том числе области и г. Минск						
		Брест-ская	Витеб-ская	Гомель-ская	Гроднен-ская	г. Минск	Минс-кая	Моги-лев-ская
Локальные сети	6532	736	582	666	587	2 619	838	504
Интернет	7755	861	750	829	681	3 020	1 019	595
Услуги связи	7707	854	739	822	678	3 004	1 017	593
1). *Для оценки уровня развития объекта по рассматриваемым показателям рассчитывается индекс показателя (X_{ip}) путем деления достигнутого значения исходного показателя (X_i) на нормативное (X_{ni}). В качестве нормативных значений, то есть фактически критериев оценки показателей, может выступать среднее значение по совокупности оцениваемых объектов. 2). **Расчет интегрального показателя вида ИТР в регионе: $Z_i = \frac{1}{n}\sum_{i}^{n} X_{ip}$, где n – число показателей в группе, X_{ip} – значение i-го показателя								
Локальные сети*		0,78	0,62	0,71	0,63	2,80	0,90	0,54
Интернет*		0,78	0,68	0,75	0,61	2,73	0,92	0,54
Услуги связи*		0,78	0,67	0,75	0,62	2,73	0,92	0,54
Интегральный**		0,78	0,66	0,74	0,62	2,75	0,91	0,54
Рейтинг		3	5	4	6	1	2	7

Источник: разработано автором на основе [5].

Как видно из данных рейтинга, лидирующие позиции занимают г. Минск и Минская область (рис. 5). В первую очередь это связано с тем, что основная масса организаций логистической сферы и предприятий других отраслей сосредоточена в Минском регионе. Хуже всех ситуация выглядит в Могилевской области.

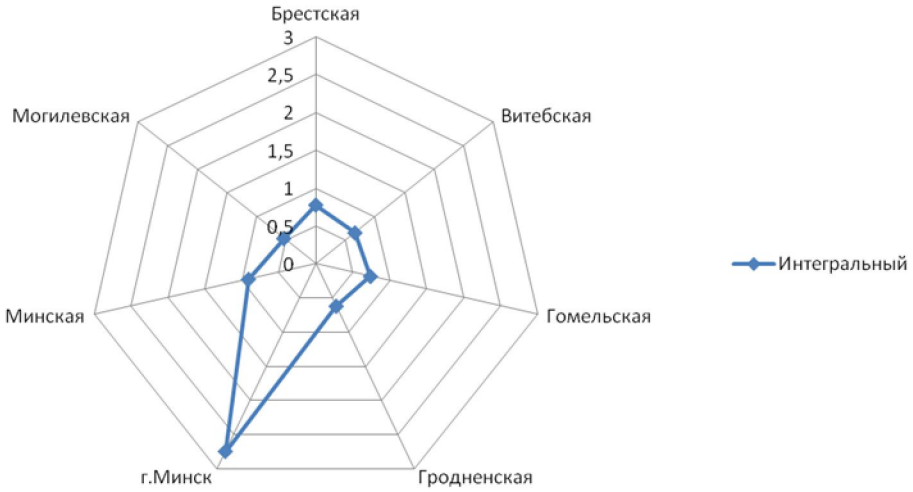

Рис. 5. Рейтинг интегральных показателей регионов по использованию информационно-коммуникационных ресурсов, по областям и г. Минск (разработано автором)

Телекоммуникационная инфраструктура Беларуси характеризуется развитой фиксированной связью, на базе которой развиваются широкополосные сети, а также быстро развивающимся рынком мобильных услуг. Высокие темпы роста позволят ей догнать и перегнать в ближайшее время другие страны Европы.

Список использованных источников:

1. Минибаев Е. К. Инновационная модель образовательной организации высшего образования : учебно-методическое пособие : в 2 т. / Е. К. Минникобаев, Р. Ф. Габидуллин, К. Н. Исмагилов. – Уфа : Академия ВЭГУ, 2015. – Т. 2. – 284 с.
2. Основные показатели использования информационно-коммуникационных технологий в организациях [Електронний ресурс] / Гл. стат. управление Брест. области. – Брест, 2017.– Режим доступу : http://brest.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realnyy-sektor-ekonomiki/informatsionno-kommunikatsionnye-uslugi
3. Индикаторы мониторинга информационно-технологических ресурсов регионов России. Научные доклады / А. К. Казанцев, Л. С. Серова, Е. Г. Серова, Е. А. Руденко. – СПб. : НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 43 с.
4. Информационный бюллетень №10 / под ред. д-ра экон. наук, проф. Л. Э. Миндели. – М. : Центр исследований и статистики науки, 2005. – 93 с.
5. Регионы Республики Беларусь – 2017. Статистический сборник. – Т. 1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Мн., 2017. – 552 с.

К. С. Тригуб, С. Ю. Хамініч

ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

За сучасних умов маркетингова активність є інструментом підвищення конкурентоспроможності та прибутковості для національних компаній. На основі маркетингових підходів і принципів визначаються місія, цілі, стратегія та практично весь процес діяльності підприємств. Відтепер орієнтація на потреби та запити споживачів має стати складовою діяльності не тільки кожного маркетолога, але й кожного співробітника організації на всіх рівнях управлінської ієрархії. Тому все більшої актуальності набуває напрямок маркетингового менеджменту як основи для формування системи управління підприємством.

На практиці маркетинговий менеджмент досі не знаходить широкого застосування в Україні. Більшість керівників бізнесу вважають, що маркетинг − це тільки допоміжна функція, яка має підпорядковуватись фінансовій або виробничій стратегії. Проте, коли вище керівництво визнає маркетинг, як технологію управління бізнесом, де кожний співробітник буде дотримуватися ринкових цілей та попиту, тоді і українські підприємства знайдуть нових споживачів та нові ринки збуту. Тому виникає необхідність переосмислення теоретичних і практичних основ управління згідно принципів маркетингу, що й обумовлює актуальність дослідження.

Внесок у розвиток маркетингового менеджменту внесли як зарубіжні, так і вітчизняні науковці: В. Кічел [1], Л. В. Балабанова [3], В. В. Холод [3], І. В. Балабанова [3], М. Бейкер [4], А. Н. Газарян [5], П. Друкер [6], П. С. Зав'ялов [7], І. П. Зимина [8], Ф. Котлер [9], В. В. Россоха [10] та інші. Незважаючи на велику кількість досліджень у цій сфері, проблема формування теоретичних підходів щодо визначення сутності «маркетингового менеджменту», обґрунтування його

необхідності у сучасних умовах та дослідження його останніх тенденцій залишається актуальною і обумовлює необхідність проведення поглиблених досліджень.

Мета роботи – розробка теоретичних підходів та практичних напрямків маркетингового менеджменту для розвитку суб'єктів господарювання національної економіки.

Маркетинг існував завжди і мав місце за будь-яких товарно-обмінних операцій. Появу терміну та наукового напряму «маркетинг» датують на межі XIX–XX ст. Тоді, після кризи надвиробництва 1920-х–1930-х рр., маркетинг був задуманий як технологія управління бізнесом, що дозволяє максимізувати вигоду шляхом узгодження інтересів компанії та клієнтів [1]. Підтвердженням тому є публікації американського вченого Пітера Фердинанда Друкера, який стверджував, що: «Мета маркетингу полягає в тому, щоб зробити збут непотрібним. Маркетинг необхідний, щоб зрозуміти споживача до такої міри, щоб пропонований фірмою продукт або послуга в максимальному ступені відповідали його бажанням і потребам і продавалися «самі по собі». Але в цьому випадку весь персонал компанії повинен слідувати єдиним маркетинговим цілям» [2, с. 40].

Однак, в 1950-х–1960-х рр. комерсантам і фінансистам вдалося в значній мірі підпорядкувати маркетинг собі. Технології почали переважати над ринковими інноваціями, а маркетинг перестав бути основою бізнесу і став лише однією з процедур, що підпорядкована фінансовій або виробничій стратегіям.

Маркетинг, орієнтований на продукт чи споживача, виправдовував себе в умовах, коли ринки товарів для масового споживача були безмежні. До такого підходу була пристосована і система менеджменту, характерна для індустріальної епохи. Сучасний етап еволюції маркетингу перетворив його, по суті, в головний інструмент сучасного бізнесу, його філософію, основний засіб комунікацій між фірмою і навколишнім середовищем; він став комплексною системною діяльністю. Сьогодні маркетинг слід розглядати як один з головних елементів стратегічного управління бізнесом. Це обумовлено такими причинами, як: прискорення

науково-технічного прогресу, зростання масштабів і ускладнення форм конкурентної боротьби; необхідність постійного оновлення товарного асортименту та збільшення пов'язаних з цим фінансових ризиків; загострення сировинної та енергетичної кризи та ін. У цих умовах маркетингова діяльність перетворюється з однобічного зв'язку підприємства з ринками збуту в діалог компанії з покупцем.

У зв’язку з виокремленням маркетингу в окремий напрямок в системі управління підприємством, він стає самостійним об’єктом управління та однією із концепцій, за допомогою якої будується вся діяльність компанії. Тобто відбувається інтеграція маркетингу та менеджменту, в рамках якої виникає нове поняття − «маркетинговий менеджмент» як концепція управління підприємством [13].

Для розуміння сутності таких термінів, як «маркетинговий менеджмент» та «управління маркетингом», необхідно провести їх теоретичний аналіз, що дозволить зробити певні висновки щодо визначення їх ролі в управлінні підприємством (табл. 1).

З проведеного вище аналізу можна побачити, що «управління маркетингом» та «маркетингове управління», що перекладаються на англійську мову як «маркетинг менеджмент» (marketing management), у науковій літературі часто вживаються в якості синонімів. Проте, ці два визначення не тотожні, оскільки управління маркетингом − це функціональна частина загальної системи управління підприємством, яка спрямована на оптимізацію взаємодії її внутрішніх можливостей з вимогами зовнішнього середовища з метою отримання прибутків; тоді як маркетингове управління – це процес орієнтації усієї системи менеджменту підприємства на задоволення потреб споживачів. Управління маркетингом являє собою процес планування, організації, регулювання та контролю за маркетинговою діяльністю підприємства на ринках, а маркетингове управління, у свою чергу, передбачає управління збутом, виробництвом, фінансами та персоналом підприємства на засадах маркетингу як наукової концепції.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз визначень «управління маркетингом» та «маркетинговий менеджмент»

Автор	Визначення
Котлер Ф., Келлер К. Л. [3]	Управління маркетингом − це аналіз, планування, втілення в життя і контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких як отримання прибутку, зростання обсягу збуту, збільшення частки ринку. Маркетинг-менеджмент − мистецтво і наука застосування основоположних маркетингових концепцій для вибору цільових ринків, залучення, збереження та розширення кола нових споживачів за допомогою створення та надання високоякісних споживчих цінностей і здійснення пов'язаних з ними комунікацій
Балабанова Л .В. [4, с. 311]	Управління маркетингом − це практичне здійснення ретельно продуманої інтегрованої політики підприємства на ринку, яка включає організацію, аналіз, планування, проведення заходів, спрямованих на досягнення певних цілей підприємства на ринку і їх контроль. Управління маркетингом − це сукупність заходів, що регулюють позицію підприємства на ринку за допомогою маркетингових функцій
Завьялов П. С. [5, с. 384].	Основне завдання управління маркетингом полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу у такий спосіб, щоб кожен з них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергічний ефект
Бейкер М. [6]	Маркетинг менеджмент (marketing management) − це система управління компанією, що базується на принципах маркетингу, тобто орієнтація всіх підрозділів і служб компанії на потреби споживачів
Друкер П. [2]	Маркетинговий менеджмент − концепція управління фірмою, в центрі якої перебувають покупець, клієнт із його потребами та запитами, а вся фірма, її відділення, ланки і ділянки націлені на те, щоб якнайкраще ці потреби задовольнити
Американська асоціація маркетингу	Маркетинг-менеджмент − процес планування та реалізації загальної концепції, політики ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів і послуг, спрямований на здійснення обмінів, що задовольняють як індивідуальні, так і організаційні цілі

Сьогодні, коли відбувся перехід від ринків переважаючого попиту до ринків переважаючої пропозиції, споживача оточує набагато більше товарів, ніж він може потребувати. В цих умовах маркетологам потрібно розробляти рішення, які були б вигідними для клієнта, відрізняли би компанію від конкурентів, забезпечуючи додану вартість і відповідно надбавку до ціни. Проте вибір компанією маркетингових інструментів залежить від її стратегій і прийомів ведення

бізнесу (зазвичай за це відповідає рада директорів). Стратегія всередині компанії поширюється від виконавчого директора через функціональних менеджерів до лінійних, які повинні її адаптувати та модифікувати під конкретні умови, щоб отримати необхідні результати на своїх ділянках роботи. Це означає, що прийоми та стратегії бізнесу в цілому повинні бути інтегровані в єдину стратегію, яка працює на всіх рівнях менеджменту і маркетингу. Однак досі маркетинг часто сприймається як периферійна функція та як підтримка продажів, пов'язана із зайвими витратами. Тим часом маркетинг − це процес, який стосується всього бізнесу, хоча в ньому можуть бути задіяні «вузькі» фахівці. Саме у процесі господарської діяльності взаємозв'язок між функціями управління і маркетингу виливається в маркетингове управління (табл. 2).

Таблиця 2

Взаємозв'язок функцій управління і маркетингового управління [7]

Функції управління	**Функції маркетингового управління**
Визначення цілей	– організація збору і оброблення маркетингової інформації; – розроблення концепції, цілей і завдань підприємства, основних стратегічних принципів його діяльності
Планування	– розроблення стратегії підприємства, визначення ринків і позицій, які сприятимуть успіху; – планування фінансового забезпечення, продукції, закупівель матеріально-технічних ресурсів, виробництва, цінової політики, каналів розподілу, комплексу маркетингових комунікацій
Прийняття рішення	– формування і реалізація товарної, цінової політики, шляхів і напрямів просування продукції
Організація діяльності	– формування структури маркетингу; – підбір кадрів; – формування і реалізація керуючих впливів; – створення організаційної структури управління маркетингом
Оперативні заходи	– встановлення відхилень, визначення недоліків та їх усунення
Мотивація	– побудова системи матеріального і нематеріального стимулювання працівників
Контролювання	– контроль за виконанням функцій маркетингу

Сучасні бізнес-процеси вимагають кардинальних змін у ставленні до маркетингу. Стратегія успішного бізнесу починається зі споживачів, поширюється

на їхні потреби та бажання, які повинні бути задоволені цим видом бізнесу або його конкурентами. Саме такої побудови стратегії слід очікувати від бізнесу, орієнтованого на маркетинг.

Проводячи маркетингову політику, компанії слід брати до уваги «владу» споживача, формулювати стратегії і розставляти бізнес-пріоритети типу «ззовні-всередину», а не «зсередини-назовні». Занадто довго бізнесом в компанії управляли зсередини. Керівники, менеджери з продажу, бухгалтери та інші співробітники весь час намагалися поліпшити хід своєї діяльності, замість того, щоб відстежити та відібрати кращі ринкові можливості. Для цього на верхньому рівні планування (наприклад, у виконавчого директора) повинні бути максимально точні і своєчасні дані про те, що відбувається на ринку. Більшу частину основних відомостей, потрібних для розробки стратегії на вищому рівні, добувають фахівці, наприклад ті, що відповідають за продажі, за частку ринку, відстежують ситуацію у конкурентів, їх витрати на рекламу та ін. Аналіз зібраної інформації дозволяє прийняти грамотне рішення. Таким чином, загальна модель застосування маркетингових інструментів стосується планування та координування стратегічних параметрів бізнесу в цілому.

Для маркетингового управління важлива синергія − спільна дія, колективна робота, яка в рамках компанії передбачає розподіл праці, але за однієї важливої умови: всі учасники процесу, роблячи кожен свою справу, повинні прагнути до єдиного результату [8].

Таким чином, компаніям необхідно відійти від традиційних підходів, які передбачають, перш за все, орієнтацію на збутову діяльність, не враховуючи при цьому запити споживачів, і сформувати нове бачення маркетингової діяльності. На підставі вищевикладеного сформульовано наступні підходи до визначення напрямків розвитку маркетингового управління на підприємствах:

1. Маркетингове управління, як системне утворення, має стати основою всієї системи загального управління підприємством і здійснюватися на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях. Це дасть можливість забезпечити

органічне включення споживачів в процес створення товару або послуги і сформувати з ними довготривалі відносини в процесі взаємодії. В результаті таких перетворень організація стане конкурентоспроможною і буде слугувати споживачам.

2. Другим підходом є трансформація концепції маркетингу та наповнення її новим змістом. У літературі виділяють п'ять конкуруючих концепцій, які може вибирати організація при здійсненні маркетингової діяльності: виробнича, товарна, збутова, маркетингова і концепція соціально-етичного маркетингу. Відповідно до класичного розуміння, що практично домінує в основний літературі з маркетингу, концепція маркетингу − це «визначення потреб цільових ринків і задоволення потреб споживачів більш ефективними, ніж у конкурентів способами» [3]. Зміни в навколишньому середовищі обумовлюють еволюцію бізнесу і маркетингу. Сьогодні цільової установкою бізнесу є не просто маркетинг, як процес вивчення потреб і їх задоволення, а бажання споживачів, комунікація, постійний діалог, що забезпечує інші підходи до управління підприємством. Тому, основою управління повинна бути «холістична» концепція (за Ф. Котлером), що включає маркетинг взаємовідносин, соціально-етичний, інтегрований і внутрішній маркетинг.

3. Модернізація технології маркетингового менеджменту. Сучасний маркетинг − це цілісна методологія, яка об'єднує бренди та клієнтів і приносить результати за рахунок комбінації стратегії, креативу, технології й аналізу. Рекламне агентство MDG Advertising у 2017 році запропонувало для маркетологів декілька стратегічних і тактичних цілей [9]. На основі цих та інших джерел можна визначити наступні стратегії розвитку технологій сучасного маркетингу:

- «брендовий» досвід клієнтів в кожному місці зіткнення, для визначення якого доцільним є проведення аудиту маркетингу, впровадження стандартів бренду;

- персоналізація клієнтів: передбачає налагодження відносин з певними особистостями. Необхідність такого маркетингового заходу визнають 94 % маркетологів, а його результативність проявляється в зростанні обсягу продажів на 19 %;

- адаптація менеджменту підприємства до нових технологій маркетингу та знаходження балансу між ними. Так, компанії витрачають 35 % бюджету на digital-технології, більш дешеві канали комунікації. Про їх необхідність заявляють також керівники з маркетингу українських підприємств;

- inbound-ліди і outbound-ліди. Потрібно враховувати, що перші − дешевше на 61 % за рахунок зменшення витрат на рекламу, тому для їх реалізації перш за все доцільно вивчити, яким чином клієнти приймають рішення про покупку. Outbound-продажі стають менш ефективними.

4. Фундаментом маркетингового менеджменту повинно стати маркетингове стратегічне планування діяльності підприємства. Однак, в цьому випадку маркетинг повинен бути ефективним та обґрунтовуватися фінансовими показниками. За даними консалтингових маркетингових агентств сьогодні українські підприємства почали звертатися за наданням послуг щодо визначення перспективних напрямків розвитку, розробки бізнес-плану, малобюджетних і нестандартних маркетингових заходів, медіа-планування. Значно зріс попит на цінові дослідження, вимірювання ефективності рекламних заходів, вивчення поведінки споживачів з урахуванням серйозних змін. Однак замовлення на стратегічні дослідження практично були відсутні.

5. Удосконалення складових системи управління. До основних маркетингових функцій маркетингового менеджменту, крім загальноприйнятих, слід віднести інноваційну, сервісну, мотиваційну функції в контексті мотивації не тільки споживачів, але й персоналу компанії.

Маркетинг, основним завданням якого є успіх компанії на ринку, в значній мірі охоплює оперативне та стратегічне управління сучасним бізнесом. Тому компаніям, що прагнуть розвиватися, треба віддалятися від того маркетингу, що існує окремо від оперативного та стратегічного управління. Досвід розвинутих країн показує: чим вище конкуренція, тим більша потреба у зважених рішеннях, тим більшу роль відіграє аналітична функція маркетингу в управлінні бізнесом.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності національних підприємств в умовах модернізації економіки необхідно перебудовувати їх господарську діяльність з урахуванням маркетингового менеджменту, націленого на реалізацію наступних напрямків:

1. Змінити всю систему управління підприємством, будуючи її на засадах маркетингове управління.

2. Спрямувати концепції маркетингового менеджменту на потреби споживачів, а саме застосовувати маркетинг взаємовідносин, соціально-етичний, інтегрований і внутрішній маркетинг.

3. Зробити стратегічне маркетингове планування постійним інструментом досягнення цілей організації.

4. Підвищувати професіоналізм, вміння та ефективність маркетингової діяльності всіх співробітників компанії.

В сучасних умовах маркетинг повинен визначати стратегічний напрямок розвитку, пропонувати бізнесу більший вплив на споживача і цілісне його сприйняття. Для цього маркетологи повинні дотримуватися більш стратегічного, новаторського й комерційного погляду на бізнес, переводячи мову спілкування з клієнтами в фінансові показники. Крім того, маркетологи повинні брати на себе відповідальність за рішення та вміти працювати в команді з метою зміни сприйняття колегами ролі і впливу маркетингу на менеджмент сучасного бізнесу. Перспективою подальших досліджень є побудова моделі маркетингового управління для розвитку суб'єктів господарювання національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Kiechel Walter. The Management Century [Електронний ресурс]// Harvard Business Review. – 2012. – Режим доступу : https://hbr.org/2012/11/the-management-century
2. 7 целей для маркетологов на 2017. Инфографика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mmr. ua/show/novogodnie_obeshtaniya_7_tseley_dlya_marketologov_na_2017
3. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр навч. літ., 2012. – 612 с.
4. Бейкер М. Маркетинг / М. Бейкер. – СПб. : Питер, 2002. – 1192 с.
5. Газарян А. Н. Менеджер и организация / А. Н. Газарян. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 485 с.

6. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента : пер. с англ. / Питер Ф. Друкер. – М. : Издательский дом «Вильяме», 2004. – 432 с.
7. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 495 с.
8. Зиимна И. П. Роль маркетинга в управлении современным бизнесом/ И. П. Зимина. − Управленческие науки. − 2014. − № 1 (10). − С. 48−51.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-тое изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2007. – 816 с.
10. Россоха В. В. Маркетинговий менеджмент в системі управління підприємством // Агроінком. – 2012. − № 10-12. – С. 108–112.
11. Хамініч С. Ю. Маркетинговий менеджмент / С. Ю. Хамініч, О. О.Кононова, М. В. Матвієць. − Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький Ю. В., 2011.– 192 с.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

А. М. Колосов, Н. В. Восьмачкина

ВИЗНАЧЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЗДАТНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ДОНБАСУ

Економіка України протягом періоду збройного конфлікту на сході України зазнає значних витрат, що відображається у сповільненому зростанні валового внутрішнього продукту (ВВП), погіршенні торговельного балансу, зменшенні валютних надходжень, здешевленні національної валюти. Це пояснюється цілою низкою взаємопов'язаних причин, серед яких: збільшення обсягів бюджетного фінансування збройних сил і інших потреб країни під час воєнних дій; прямі втрати виробничого потенціалу Донбасу, частка території, міст і підприємств якого опинилися на окупованій території; втрати підприємств різних галузей всередині України, тісно пов'язаних з функціонуванням цілісного виробничого комплексу Донбасу.

На цьому фоні економіка України продовжує тяжкий шлях розвитку, використовуючи всі можливі заходи для компенсації витрат і негативних наслідків збройного конфлікту, критичними з яких вважають практично повну втрату власного видобутку коксівного вугілля, антрацитів, зменшення вироблення коксу, феросплавів, готового металевого прокату для експорту, електричної енергії та ін.

При оцінюванні поточного стану та перспектив розвитку України фахівцями безумовно враховується вплив ситуації на Донбасі, при чому мають місце різні й доволі протилежні думки щодо того, чи повинна економіка України спиратися на виробничий потенціал Донбасу, який залежить від військово-стратегічного становища в конфлікті, чи має розраховувати на свої власні можливості поза зоною проведення збройних дій. Гострота протиріччя досягла свого піку

на початку 2017 року, коли позиція та дії прихильників «автохтонного» розвитку економіки України призвели до економічної блокади Донбасу, через що значна кількість підприємств на неконтрольованій території України, що функціонували в її законодавчому полі, вимушені були бути відрізані від єдиного українського ринку. Саме внаслідок цих дій країні були нанесені найбільш значні виробничі й фінансові витрати, що у подальшому призвело до гострої полеміки щодо доцільності здійсненої блокади. Отже, з новою силою поновилися спроби реальної оцінки ролі Донбасу в досягненні загальних цілей України, перспектив відновлення виробничого потенціалу Донбасу з урахуванням можливих сценаріїв подальшого розвитку подій. У той же час статистичні дані щодо динаміки показників виробничого потенціалу самого Донбасу виявляють наявність внутрішніх резервів для його відновлення, що формують уявлення про певну відновлювальну здатність економіки самого Донбасу, визначенню якої присвячена дана стаття.

Питання впливу виробничого потенціалу Донбасу на економіку України в умовах збройного конфлікту постійно висвітлюються в багатьох роботах. Одною з перших робіт на зазначену тематику є монографія Національного інституту стратегічних досліджень України [1], в якій проаналізовано та проведено оцінку витрат економіки України внаслідок збройного конфлікту на сході. Внаслідок неможливості для Державної служби статистики України отримати всі необхідні дані стосовно результатів роботи підприємств на неконтрольованій території Донбасу їхня фактична роль в економіці України протягом 2015–2016 років залишалася невисвітленою. Лише рідкісні публікації демонстрували суми перерахувань з підприємств контрольованої частини Донбасу у вигляді податків [2], обсяги перетину з того боку товарів і продукції, яка зокрема йшла на експорт [3], та деякі інші питання. Органи статистики Донбасу у 2015–2016 роках переважно відображали економічні показники підприємств і галузей підконтрольної Україні частини Донбасу [4–6]. У той же час результати підприємств, що працювали на неконтрольованій території Донбасу, за законодавством України спеціально не розкривалися, хоч і не відкидався їхній вплив на показники підконтрольної Україні частини Донбасу. Отже, статистичні дані того періоду не висвітлювали

вплив виробничої взаємодії підприємств окупованої та підконтрольної території Донбасу як єдиного економічного комплексу. Вже на початку 2017 року у зв'язку із здійсненням фактичної блокади підприємств на неконтрольованій території, які співпрацювали з Україною, з'явилися більш обґрунтовані оцінки очікуваних втрат від блокади, що спиралися на дані Укрзалізниці стосовно вантажного обороту залізничних перевезень, внутрішню інформацію галузевого походження та інші джерела [7]. Очевидно, що усі подібні публікації мали прогнозний характер і лише зараз, коли підбиваються підсумки 2017 року, можливі більш ґрунтовні оцінки того, яким чином коливалися показники виробничого потенціалу Донбасу протягом усього вказаного періоду часу, спроба подати які зазначена в даній статті.

Отже, **метою** є висвітлення результатів проведеного авторами дослідження особливої відновлювальної здатності виробничого потенціалу Донбасу в умовах складних перипетій діючого збройного конфлікту.

Роль економічного потенціалу Донбасу (у сукупності Донецької та Луганської областей) не може бути перевищена, оскільки це найбільший і найважливіший промисловий регіон України із значною концентрацією в ньому не тільки найважливіших галузей промисловості (вугільної, металургійної, коксохімічної, машинобудівної), а й багатогалузевого сільського господарства. Завдяки раціонально розташованих ринків сировини та збуту промислової продукції в Донбасі найбільш розвиненою є мережа транспортних та енергетичних комунікацій. Донбас, що займає лише 8,8 % території та нараховує орієнтовно 16 % населення України, до початку збройного конфлікту додавав 25,0 % промислової та 8,0 % сільськогосподарської продукції країні. Також обсяг експорту продукції Донбасу у загальному обсязі експорту України складав близько 27 %.

Природно, що внаслідок збройного конфлікту найбільших втрат зазнала саме промисловість Донбасу, обсяги продукції якої зменшилися протягом 2014 року (першого року конфлікту) на 31,5 % у Донецькій області і на 42,0 % у Луганській області. Протягом наступного 2015 року відбувалося подальше падіння виробництва на Донбасі, перш за все в енергетиці − на 18,3 %, металургії − на 27,7 %, коксохімічній промисловості − на 31,5 %, вугільній промисловості − на 36,8 %;

машинобудуванні − на 41,1 % тощо [8]. Такі результати стали наслідком того, що більшість промислових підприємств Донбасу опинилися на території, що тимчасово не контролюється українською владою. Співвідношення кількості підприємств металургійного та вугільного комплексів, які опинилися на контрольованій і непідконтрольній території Донбасу, відображене в табл. 1.

Таблиця 1

Розташування найважливіших металургійних, коксохімічних і вугільних підприємств по обидві боки збройного конфлікту на Донбасі

Підконтрольна частина		**Непідконтрольна частина**
Акціонерні товариства металургійного і коксохімічного комплексу	«Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» («ММК ім. Ілліча»), Металургійний комбінат «Азовсталь», «Авдіївський коксохімічний завод»	«Єнакієвський металургійний завод» з Макіївською філією, «Алчевський металургійний комбінат», «Донецьксталь» – металургійний завод», «Донецький металопрокатний завод», «Донецький електрометалургійний завод», «Харцизький трубний завод», «Стахановський завод феросплавів», «Ясинівський коксохімічний завод», «Макіївкокс», «Єнакієвський коксохімпром», «Донецькккокс», «Алчевський коксохімічний завод»
Вугільні об'єднання і шахти	«Дзержинськвугілля», «Добропіллявугілля», «Красноармійськвугілля», «Лисичанськвугілля», «Павлоградвугілля», «Селідоввугілля», шахти «Південно-Донбаська №1» і «Краснолиманська» та ін.	«Макіїввугілля», «Орджонікідзевугілля», «Шахтарськантрацит», «Торезантрацит», «Сніжнеантрацит», «Донбасантрацит», «Антрацит», «Луганськвугілля», «Ровенькиантрацит», «Свердловськантрацит», «Краснодонвугілля», «Комсомолець Донбасу» та ін.

Відносно вугільної промисловості найбільш негативним результатом є те, що найважливіші виробники коксівного вугілля й антрацитів залишилися на неконтрольованій території, що значним чином погіршило становище коксохімічних й енергетичних підприємств на контрольованій Україною території. Це обумовило необхідність різкого збільшення імпортних закупівель традиційної для України продукції − антрацитів, коксівного та деяких видів енергетичного вугілля.

В результаті становище, що склалося на Донбасі, вплинуло на його виробничий потенціал, який демонструє діаграма різкого зниження індексів обсягів

виробництва промислової продукції Донбасу (рис. 1), побудована за опублікованими даними [5; 6].

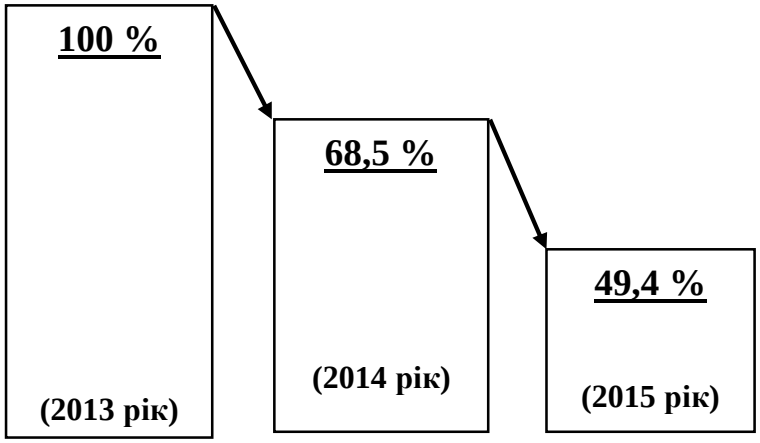

Рис. 1. Діаграма різкого зниження індексів виробництва промислової продукції на Донбасі (у % до попереднього періоду)

Втім уже протягом 2016 року економіка Донбасу показала певні ознаки стабілізації й відносного зростання, як видно з даних щодо динаміки індексів промислової продукції Донецької області, приведених в табл. 2 [5].

Причиною стримування падіння виробничого потенціалу Донбасу і його відновлення стала швидка перереєстрація значної кількості підприємств, що залишилися на неконтрольованій території, у містах і банківських установах України, завдяки чому протягом 2016 року вони продовжували співробітництво зі спорідненими підприємствами всередині України.

Покращення показників роботи промисловості Донбасу в 2016 році виявило певні ознаки її здатності до відновлення, навіть в умовах воєнного протистояння, лінія якого зберігається незмінною протягом 2015–2017 років. Загальний характер змінюваності виробничого потенціалу Донбасу напередодні і в період перших років збройного конфлікту на Донбасі найкраще відображає динаміка показника валового регіонального продукту (ВРП), який є аналогічним показнику валового національного продукту, фіксується Державної службою статистики України [8] і визначається у співставних цінах, як це показано на рис. 2.

Таблиця 2

Індекси зростання промислової продукції по Донецькій області у 2016* році

Об'єкт оцінювання	Грудень 2016 до листопаду 2016	Грудень 2016 до грудня 2015	2016 рік до 2015 року
1. Промисловість в цілому	103,8	112,2	106,0
2. У тому числі видобувна та переробна промисловість.	100,5	110,4	105,7
3. У тому числі видобувна промисловість і розроблення кар'єрів.	95,6	105,6	107,8
4. У тому числі переробна промисловість, зокрема:	103,7	113,6	104,3
– виробництво коксу та продуктів нафтопереробки;	108,4	102,1	115,3
– виробництво хімічних речовин і хімічної продукції;	107,8	113,9	111,9
– металургійне виробництво.	98,8	121,6	108,7
5. Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	117,6	119,2	107,4

Примітка: без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Діаграма на рис. 2 наочно демонструє перший прояв відновлювальної здатності виробничого потенціалу Донбасу в найбільш кризових умовах кінця 2015–2016 років на фоні відносно сталої конфігурації лінії воєнного протистояння, що зберігається незмінною аж до 2017 року.

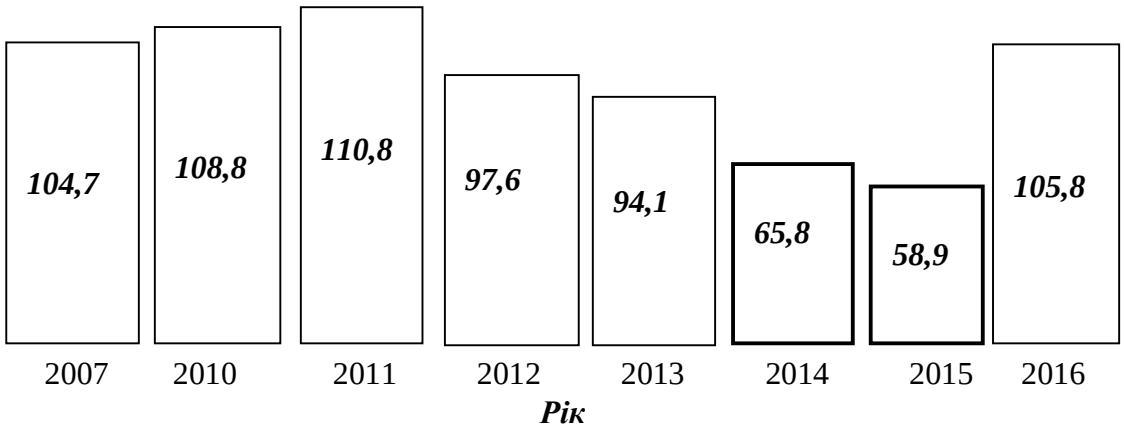

Рис. 2. Динаміка зміни індексу фізичного обсягу валового продукту Донбасу (у співставних цінах)

Але на початку 2017 року ситуація щодо перетинання продукції з непідконтрольної території Донбасу почала погіршуватися, що призвело до еконо-

мічної блокади підприємств Донбасу, які функціонували в законодавчому полі України на території, що не контролюється. Внаслідок цього Україна в цілому втратила близько 17 % виробництва чавуну, 12 % сталевого прокату, 20 % коксу, 25 % кам'яного вугілля [9].

Нарешті, вплив економічної блокади відобразився і на динаміці індексу промислового виробництва в Україні в цілому по місяцях 2017 року, що демонструють дані табл. 3 [8].

З даних табл. 3 видно, що різке падіння демонструють результати по всіх приведених в таблиці галузях за квітень (перший місяць нового кварталу), коли економічна блокада вступила в свою практичну силу. Але з наступного місяця індекси промислового виробництва трохи стабілізувалися, і що характерно, також і в промисловості Донбасу на фоні повного припинення співробітництва підприємств по обидва боки розмежування.

Таблиця 3

Динаміка індексів обсягів промислової продукції по Україні, 2017 р. (у %)

Галузь	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень
1. Промисловість, у тому числі:	82,5	97,8	108,9	**93,1**	103,4	100,1	100,3
2. Добувна промисловість, у тому числі:	94,2	87,8	108,9	**95,9**	107,4	97,2	99,2
– видобуток вугілля	99,9	75,3	102,8	**94,7**	105,3	95,8	98,6
– видобуток металевих руд	94,1	89,0	107,3	**94,1**	109,1	96,4	99,8
3. Переробна промисловість	73,1	106,5	116,2	**93,1**	103,9	101,2	99,7

За офіційними даними [8] у Донецькій області уже в грудні 2017 року фіксується уповільнення зниження індексу промислового виробництва по відношенню до листопаду, який дорівнює 95,9 %, а в Луганській області навіть відмічене зростання індексу до 116 %. Якщо порівняти індекси зменшення випуску промислової продукції у грудні 2017 з показниками грудня 2016 року, а також показники у цілому 2017 року з показниками 2016 року, то тут теж намітилася позитивна тенденція: по Донецькій області перший індекс склав

83,8 %, а другий − 87,4 %; по Луганській області значення індексів визначені як 66 і 69 % відповідно. Отже, відновлення виробничого потенціалу Донбасу, хоча й значно уповільнене, починається навіть після потужного удару внаслідок здійсненої економічної блокади.

Збільшення промислового виробництва (за відкрито оголошеними обласними державними адміністраціями Донецької і Луганської областей планами) має відбуватися в 2018 році. Отже, інтеграція наявних статистичних даних щодо динаміки змінюваності виробничого потенціалу Донбасу за фазами протікання збройного конфлікту дозволяє відобразити його діаграмою на рис. 3.

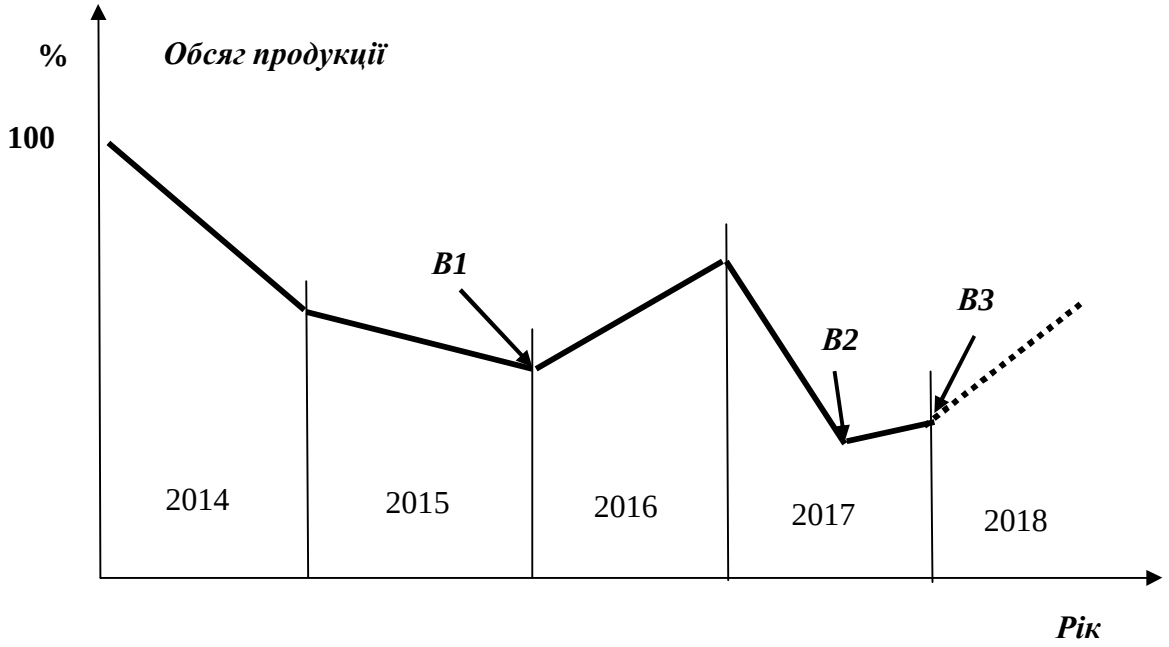

Рис. 3. Графік втрати й відновлення виробничого потенціалу Донбасу:
B1, B2, B3 − точки прояву відновлюваної здатності

Основою реалізації віщезазначених планів є повне розуміння ключових потреб кожного району та міста в контрольованій частині Донецької і Луганської областей, а також наявність чітко розроблених планів їхнього задоволення з урахуванням того сценарію розвитку мирного вирішення проблем збройного конфлікту, який має здійснюватися протягом найближчого періоду. Наприклад, від цього залежить спосіб вирішення проблем постачання вугілля та підвищення рівня завантаженості теплової електростанції (ТЕС) в м. Щастя, що є найбільшим

постачальником енергії в Луганській області, і від якої залежить зростання виробничої потужності багатьох підприємств.

На представленій діаграмі (рис. 3) явно визначаються три точки прояву відновлювальної здатності виробничого потенціалу Донбасу:

B1 – точка відновлення виробничого потенціалу в умовах стабілізації лінії збройного протистояння та підтримки співробітництва підприємств по обидва його боки;

B2 – точка відновлення виробничого потенціалу після здійснення економічної блокади підприємств, які працювали на неконтрольованій території Донбасу за українським законодавством;

B3 – точка відновлення виробничого потенціалу протягом планового періоду 2018 року в результаті вирішення нагальних проблем економічного розвитку районів і міст Донбасу.

Суто внутрішні плани обласних державних адміністрацій стосовно відновлення виробничого потенціалу Донбасу можуть бути значно підсилені і самими підприємствами за рахунок відновлення, хоча й частково, деякої співпраці між суб'єктами з обох боків лінії розмежування: перш за все, у сфері розрахунків за енергоресурси, що подаються на непідконтрольну територію; вугільного постачання з неконтрольованої території безпосередньо в Україну, минаючи постачання того же вугілля через Російську Федерацію у ролі посередника. Цьому може посприяти й положення прийнятого Верховною Радою Закону «Про особливості державної політики із забезпечення державного суверенітету України на тимчасово окупованих територіях у Донецькій та Луганській областях», відповідно до якого рішення про порядок перетину лінії розмежування вантажами залишається за рішенням Кабінету міністрів України, чим можна скористатися для оптимізації виробничої взаємодії підприємств по обидві сторони розподілу в загальних інтересах України.

Висновок. Проведений аналіз статистичних даних і спроба інтеграції уявлення щодо прояву внутрішньої відновлювальної здатності виробничого

потенціалу Донбасу доводять, по-перше, необхідність його урахування при плануванні й контролі загальних макроекономічних показників України в 2018 році, а по-друге, сприяння всіма наявними можливостями розвитку виробничого потенціалу Донбасу в процесі прийняття рішень з політичного врегулювання збройного конфлікту на Донбасі.

Список використаних джерел:

1. Донбас і Крим: ціна повернення : моногр. / за заг. ред. В. П. Горбуліна, О. С. Власюка, Е. М. Лібанової, О. М. Ляшенко. – К. : НІСД. 2015. – 474 с.
2. С начала войны на Украине Донбасс перечислил Киеву $ 1,4 млрд налогов /Eur AsiaDaily. – 19 июля 2016. – 17:14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://eadaily.com/ru/news/2016/07/19/smi-s-nachala-voyny-na-ukraine-donbass-perechislil-kievu-14-mlrd-nalogov
3. Хакеры и Донецкая железная дорога. InformNapalm провел детальный анализ файлов / Укррудпром. – 24 марта 2016 года. – 08:28. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrrudprom.com/digest/Hakeri_i_Donetskaya_geleznaya_doroga_InformNapalm_provel_detalni.html
4. Відродження Донбасу: оцінка соціально-економічних втрат і пріоритетні напрями державної політики / Національна академія наук України. – К., 2015.
5. Соціально-економічне становище Донецької області за січень-червень 2016 року / Головне управління статистики в Донецькій області. – Статистичний бюлетень. – Бахмут, 2016.
6. Луганщина у цифрах : стат. зб. / Головне управління статистики в Луганській області. Статистичний бюлетень. – Сєвєродонецьк, 2017.
7. Моисеенко Александр. Последствия блокады: кто понесет наибольшие потери [Електронний ресурс] / Александр Моисеенко // Экономическая правда. – 2017. – 15 марта. – Режим доступу : https://www.epravda.com.ua/ rus/publications/2017/03/15/622640
8. Індекс промислового виробництва в Україні по роках [Електронний ресурс] / Держстат України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.
9. Виробництво основних видів промислової продукції у 2017 році [Електронний ресурс] / Держстат України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua / ovp2017_u

С. К. Кучеренко

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Економічний стан України, значне погіршення якого стало запорукою чотирирічного збройного конфлікту на Донбасі, все частіше стає об'єктом розгляду з боку міжнародної спільноти з метою пошуку шляхів його покращення. В останні роки Україна користується постійною фінансовою підтримкою міжнародного валютного фонду (МВФ), Європейського Союзу (ЄС), США та окремих країн Європи, що дозволяє підтримувати певну фінансову стабільність у середині країни, на фоні якої керівництво України здійснює низку найважливіших економічних реформ в різних сферах економіки та життя суспільства. Але доволі скромні результати розвитку економіки України, що відзначаються приростом валового внутрішнього продукту (ВВП) за звітними даними 2017 року на рівні 2 %, а запланованe зростання на 2018 рік складає близько 3 %, стають черговим аргументом необхідності різкого залучення інвестицій в економіку Україну для здійснення суттєвого економічного прориву. Розуміння актуальності даного завдання демонструє курс керівництва країни на створення умов для масового залучення зарубіжних інвестицій, що потребує реформування діяльності державних органів, зокрема створення сучасної судової системи, подолання недоліків митної та податкової діяльності. За даними Держстату України обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України, розрахований як вартість акціонерного капіталу власників-нерезидентів, становив (на 1 липня 2017 року) 38,982 млрд дол., причому зростання за перше півріччя становить 1,657 млрд дол. Хоча цей приріст і становить 4,4 % від загального обсягу інвестицій, абсолютне значення показника зовсім не відповідає потребам України [1].

Розуміння гостроти проблеми й неминучості інвестиційного шляху розвитку України з боку зарубіжних партнерів призвели до створення міжнародного інвестиційного проекту для України, який отримав назву «план Маршалла», що передбачає надходження інвестицій до економіки України в розмірі 50 млрд євро протягом 10 років [2]. У той же час відомо, що Україна за даними світового рей-

тингу «Doing Business», який відображає готовність до отримання й ефективного освоєння інвестицій, займає місце у восьмому десятку. Отже, без покращення стану країни в цієї сфері сподіватися на отримання «плану Маршалла» практично не має сенсу. У зв'язку з цим актуальним завданням стає визначення тих умов і параметрів, за яких стає можливим запровадження амбітного міжнародного інвестиційного плану, особливо враховуючи сподівання на початок мирного вирішення конфлікту на Донбасі, чому й присвячена дана стаття.

Не дивлячись на те, що теоретичні питання ефективності інвестицій розроблені ще в працях класиків сучасного управління І. Ансоффа, М. Портера та інших вчених, кількість публікацій з цієї тематики не зменшується, оскільки зарубіжний досвід потребує адаптації до практичних умов запровадження інвестиційного процесу в умовах конкретної країни, чому наприклад присвячені роботи [3; 4]. Значна кількість праць, таких як [5; 6], розкривають питання проблематики управління інвестиціями та розробки механізмів регулювання інвестиційної діяльності в Україні. Аналіз досвіду інвестування в економіку східноєвропейських країн приведений у роботах [7; 8]. Низка робіт присвячені питанням визначення поточного стану інвестиційного клімату в Україні, зокрема оцінювання за методикою Міжнародного фонду Блейзера (The Bleyzer Foundation) [6] на основі врахування параметрів, що відображають найважливіші аспекти політичного, юридичного та економічного характеру, які в цілому створюють уявлення щодо можливих ризиків інвестування для міжнародних інвесторів [9]. З метою визначення доцільності міри ризикованості проектів пропонується використовувати методи оцінювання Індексу інвестиційної привабливості України [10]. Питання типології інвестування, що визначають сукупність всіх його складових стосовно суб'єктів і об'єктів інвестування, типів інвестиційних проектів, показників інвестиційної привабливості підприємств, населених пунктів, територій, які дозволяють провести більш надійне обґрунтування обсягів та економічної ефективності інвестиційних програм, розглянуто в попередніх роботах автора, зокрема [11]. Останнім часом, по мірі наближення мирного вирішення збройного конфлікту на Донбасі, з'являються роботи, присвячені суто економічним проблемам відновлення промислового потенціалу Донбасу, наприклад [12], які формують уявлення стосовно актуальних напрямків інвестування. Незважаючи на значну

кількість праць, що стосуються проблематики іноземного інвестування в економіку України, питання визначення необхідних умов і параметрів для ефективного запровадження потужних інвестиційних програм залишаються невизначеними, що і зумовлює їхнє розкриття в даній статті.

Отже, **метою** є викладення результатів визначення тих умов, параметрів і можливих напрямків, які можуть створити необхідну основу для ефективного залучення іноземного інвестування, зокрема за міжнародною інвестиційною програмою відповідно до «плану Маршалла» для України.

Проблематика іноземного інвестування в економіку України торкається декількох питань, найважливішими з яких є такі:

1) політична доцільність і серйозність намірів світових держав долучитися до міжнародного інвестиційного проекту «план Маршалла» для України;

2) динаміка процесів мирного врегулювання збройного конфлікту на Донбасі й готовності України до його реінтеграції;

3) проблематика оцінювання стану готовності економіки України до сприйняття й ефективного освоєння інвестиційних програм та усунення негативних чинників погіршення інвестиційної привабливості країни як об'єкту інвестування;

4) використання наявних чинників забезпечення високої ефективності іноземного інвестування у відновлення Донбасу в процесі його реінтеграції до єдиного економічного комплексу України.

Розглянемо вказані блоки питань по черзі. По-перше, зростає розуміння політичної доцільності та неминучості впровадження міжнародного інвестиційного плану в економіку України, перші паростки якого зародилися більше 2 років тому. Ще в березні 2017 року Європейська народна партія (ЄНП) схвалила резолюцію про розробку «плану Маршалла» для України, а вже у липні 2017 року лідери Євросоюзу обговорили можливість проведення у 2018 році інвестиційної конференції за тематикою даного інвестиційного проекту, і 25 серпня 2017 року українсько-литовський проект фінансової допомоги Україні вже презентували у декількох європейських інституціях [13]. При розробці плану бюджету на 2018 рік основні пункти інвестиційної програми оговорювалися в уряді України; зокрема у зв'язку з необхідністю підготовки до освоєння доволі значних інвес-

тицій Кабінетом Міністрів України проводиться більш чітка політика щодо визначення декількох стратегічних напрямків розвитку економіки країни, зокрема в площині інфраструктурних проектів, енергоефективності, цифрової економіки через призму малого бізнесу. Загалом «планом Маршалла» для України передбачено здійснення щорічних цільових інвестицій на суму 5 млрд дол. протягом 10 років, що може забезпечити щорічне зростання економіки України до 6–8 % ВВП.

Останнім і найпотужнішим сигналом готовності країн Європи брати участь у фінансовому пулі інвестиційної програми Україні став нещодавно прийнятий Коаліційний договір християнсько-демократичного та християнсько-соціального союзів із соціал-демократичною партією в Німеччині, яким відзначена ангажована підтримка України в тому, «що стосується повного відновлення її територіальної цілісності, зміцнення стабільності і соціального розвитку ... готовність взяти масштабну участь у відбудові Донбасу» [14].

Але відповідно до другого пункту переліку актуальних питань, можливість запровадження «плану Маршалла» потребує від України значних зусиль для мирного врегулювання збройного конфлікту на Донбасі, що проходить під контролем саме тих країн, які є спонсорами запровадження «плану Маршалла». Так і в останньому Коаліційному договорі стосовно створення уряду Німеччини йдеться про її жорстку позицію у сфері контроля над додержанням Україною плану мирного процесу, що регламентований виконанням Мінських домовленостей, у тому числі стосовно виконання певних політичних умов цього процесу. Зокрема в документі зазначається, що учасники урядової коаліції «очікують і заохочують послідовне здійснення програми реформ в Україні, особливо боротьбу з корупцією з метою всеосяжної модернізації країни … суттєві кроки по виконанню Мінських домовленостей» [14].

Відповідно до третього напрямку вказаної проблематики перед Україною постають найважливіші завдання суттєвого покращення рівня інвестиційної привабливості країни, для чого з метою інтенсифікації в цій області Указом № 365 Президента України затверджено положення й створена Національна інвестиційна рада як головний державний аналітично-консультативний орган, призначенням якого є сприяння роботі міністерств і відомств з інвесторами. Зокрема,

одним із завдань Ради є підготовка економіки країни до надходження від 5 до 10 млрд дол. і більше обсягів інвестицій протягом навіть одного року.

Напрямки підвищення привабливості економіки України як об'єкта інвестування знаходяться в центрі уваги як наукової спільноти, так і керівних органів. Останнім часом доволі ретельно досліджується досвід успішних інвестиційних проектів в економіку країн східної Європи з метою визначення вирішальних чинників інвестиційної привабливості. Значна різноманітність умов різних країн роблять дуже важкою можливість зробити об'єктивні попередні висновки про доцільність конкретного інвестиційного проекту, тим більше, коли йдеться про таку масштабну інвестиційну програму, як «план Маршалла» для України. Загальний зріз чинників ризикованості введення бізнесу в Україні, що створюють перешкоди для вільного інвестування для іноземних інвесторів, приводяться в табл. 1. Вони згруповані за наступними сферами:

А. Загальний економічний стан і система управління економікою.

Б. Недоліки законодавства й практики стосовно ведення бізнесу.

В. Недосконаліть і корумпованість судової системи.

Г. Високий рівень загальної корупції.

Д. Зовнішня та внутрішня політика.

Підставою для визначення стану інвестиційного клімату в Україні можуть бути результати оцінювання, отриманні неурядовою організацією «Європейська Бізнес Асоціація», що проводила такий аналіз в Україні станом на 2015 рік [11]. За результатами аналізу виявлено низку чинників (податковий тиск, величезна корупція, запізнювання реформ та інші), що мають найвищий ранг у рейтингу основних бар'єрів для розвитку інвестиційних процесів в економіці України. Більш детально стан інвестиційного клімату в Україні може бути визначений за методикою Міжнародного фонду Блейзера (The Bleyzer Foundation) [6], яка відстежує об'єкт у розрізі значної кількості окремих пунктів.

Перелік сфер та чинників (табл. 1) представлений в порядку зменшення сили негативного впливу на стан інвестиційної привабливості країни для запровадження масштабних інвестиційних проектів.

Але приведені в табл. 1 чинники не відображають відсутність певних умов запровадження інвестиційного проекту, які ще повинні скластися в результаті

мирного врегулювання збройного конфлікту і можуть стати ознаками прийнятності його започаткування. Це стосується певного переліку питань, пов'язаних із політичною, юридичною, економічною та соціальною реінтеграцією нині окупованої частини Донбасу до єдиного економічного простору України.

Таблиця 1

Перелік негативних чинників ведення бізнесу в Україні, що погіршують стан привабливості України для іноземного інвестування

Сфера прояву	Негативні чинники ведення бізнесу в Україні
А. Загальний економічний стан і система управління економікою	1. Надто високі процентні ставки
	2. Непомірна девальвація курсу гривни
	3. Труднощі в отриманні довгострокових кредитів
	4. Низький рівень захисту прав інтелектуальної та фізичної власності
	5. Недосконалість внутрішнього фінансового сектору у забезпеченні раціонального обертання оборотного капіталу
	6. Непомірна цінова інфляція на внутрішньому ринку
	7. Недостатня макроекономічна стабільність, яка проявляється в результаті операційних збитків
	8. Складні митні процедури з високими витратами
	9. Недостатність ринку капіталу для випуску цінних паперів
Б. Недоліки законодавства та практики стосовно ведення бізнесу	1. Тривалість і дорожнеча врегулювання суперечок за контрактами
	2. Обтяжлива система збору податків
	3. Неспроможність законодавства в сфері бізнесу
	4. Відсутність дійсних гарантій захисту акціонерів
	5. Занадто часті інспекції державних органів з метою контролю
	6. Недобросовісна конкуренція з боку державних підприємств
	7. Надмірне оподаткування бізнесу та оплати праці
	8. Зайві документи і тривалість оформлення імпортно-експортних операцій
	9. Складні процедури банкрутства і ліквідації підприємств
	10. Обтяжливе законодавство щодо відкриття та закриття бізнесу
	11. Високий рівень небезпеки громадян у бізнесі
	12. Надмірне регулювання бізнесу
В. Недосконалість і корумпованість судової системи	1. Корупція в судовій системі та неспроможність протидії корупції
	2. Неефективне виконання судових рішень, їх несправедливість, упередженість і вибірковість
	3. Недоліки судово-правової сфери, що роблять її перешкодою для ведення бізнесу
Г. Високий рівень загальної корупції	1. Адміністративна корупція на рівні державних чиновників
	2. Корупція в сфері державних закупівель
	3. Корупція в приватному бізнесі, розповсюдження рейдерських атак на підприємства
	4. Корупція на рівні органів місцевого самоврядування
Д. Зовнішня та внутрішня політика	1. Затягування процесу мирного врегулювання збройного конфлікту
	2. Наявність ознак зростання негативного іміджу країни
	3. Відсутність стабільності та прозорості урядової політики
	4. Недостатня прозорість публічного розкриття інформації
	5. Стурбованість питанням можливих соціальних заворушень
	6. Надмірна соціальна бурхливість процесів внутрішніх виборів президента та депутатів Верховної Ради України

Необхідний вектор змін в економіці України повинен містити прогресивні перетворення в законодавстві країни, реформуванні державних органів, податковому законодавстві з метою значного покращення інвестиційного клімату в Україні, який склався на поточний момент часу. Визначено, що без виконання подібного завдання неможливе подолання тих бар'єрів і перешкод, що є в Україні на шляху до запровадження масштабного інвестиційного проекту.

Також при запровадженні «плану Маршалла» для України необхідно повною мірою використати наявні позитивні передумови, що складаються стосовно Донбасу як об'єкту інвестування, які приводяться в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік позитивних чинників ефективності запровадження «плану Маршалла» в Україні

Напрямок	Чинники забезпечення високої ефективності іноземного інвестування у відновлення Донбасу
А. Стан трудових ресурсів для освоєння інвестицій	1. Надзвичайно низька частка оплати праці в собівартості продукції
	2. Найнижчий в Європі рівень оплати праці
	3. Наявність вільних трудових ресурсів, що вивільнилися внаслідок припинення діяльності підприємств на Донбасі
	4. Високий рівень кваліфікації наявних трудових ресурсів для відновлення призупинених підприємств
Б. Стан виробничої інфраструктури	1. Наявність традиційної логістики постачання сировини, напівфабрикатів та продукції в межах єдиного промислового комплексу Донбасу. 2. Наявність енергетичної, залізничної й частково автомобільної інфраструктури, яка потребує лише відновлення та ремонту. 3. Висока концентрація населених пунктів, що спрощує розповсюдження нової продукції
В. Насиченість ринків споживання	1. Надзвичайно низька насиченість ринку споживання високотехнологічними товарами, зокрема побутовою технікою, що сприяє інвестуванню в їхнє виробництво. 2. Відставання діючих технологій мобільного зв'язку, що зокрема надає широкі можливості для запровадження нового формату зв'язку G4
Г. Купівельна спроможність споживачів	Наявність курсу керівництва країни на підвищення рівня матеріального забезпечення населення, зокрема мінімальної та середньої заробітної плати, пенсійних виплат тощо, що сприятиме збільшенню споживання продукції підприємств, створених інвесторами

Крім чинників, викладених в табл. 2, важливою умовою для можливості невідкладного започаткування інвестиційного процесу за програмою «плану Маршалла» для України є розуміння етапності цього процесу, який протягом тривалого часу може здійснюватися паралельно процесу мирного врегулювання збройного конфлікту та реінтеграції непідконтрольних територій Донбасу до єдиного виробничого комплексу України, як це показано в табл. 3.

Таблиця 3

Етапність запровадження проекту міжнародного інвестування у співставленні з етапами мирного врегулювання на Донбасі

Можлива послідовність етапів мирного врегулювання збройного конфлікту	Можливий обсяг дій стосовно запровадження міжнародного інвестиційного процесу за «планом Маршалла» для України
1. Зберігання поточного стану збройного конфлікту	1. Відновлення порушеної виробничої бази критичних видів виробництва на неконтрольованій території Донбасу. 2. Покращення стану енергетичної та транспортної інфраструктури на підконтрольній території Донбасу. 3. Створення необхідних нових ланцюгів енергетичної і транспортної інфраструктури північної частини Луганської області, відрізаної від єдиного промислового комплексу Донбасу й України
2. Започаткування сил міжнародного посередництва в безпосередній зоні збройного конфлікту	Започаткування відновлення виробничої, енергетичної і транспортної інфраструктури в зоні, звільненій від бойових дій
3. Започаткування процесів визначення модальності політичного врегулювання конфліктної ситуації і відновлення економічного співробітництва	Запровадження проектної та підготовчої стадій інвестування в процес створення нових сучасних виробництв за загальним «планом Маршалла» для України
4. Початок процесів політичного врегулювання конфлікту та реінтеграції Донбасу	Створення нових виробничих потужностей для виробництва нової продукції за «планом Маршалла» для України
5. Початок функціонування окремих районів Донецької та Луганської областей в межах єдиного політичного й економічного простору України	Запровадження «плану Маршалла» для України в повному обсязі на передбачений період часу інвестування

Визначені в статті чинники запровадження міжнародного інвестування за «планом Маршалла» для України створюють основу подальшого обговорення статусу, змісту, об’єктів, термінів, суми інвестицій та економічної доцільності запропонованого проекту. Результати розгляду проблеми дозволяють акцентувати увагу керівництва України на здійснення заходів з усунення чинників негативного впливу на інвестиційну привабливість країни як об’єкту інвестування, у той же час пояснюючи роль наявних позитивних умов для здійснення масштабного інвестиційного проекту, що мають місце як в даний момент в становищі контрольованої частини Донбасу, так і з урахування нових можливостей, що відкриваються по мірі просування процесу мирного врегулювання на Донбасі та приєднання його до єдиного економічного комплексу України.

Список використаних джерел:

1. Держстат підрахував обсяг іноземних інвестицій в економіку України [Електронний ресурс] / УНІАН // Фінанси. – 29 серпня 2017. – 19:27. – Режим доступу : https://economics.unian.ua/finance/2105459-derjstat-pidrahuvav-obsyag-inozemnih-investitsiy-v-ekonomiku-ukrajini.html
2. Литовський «план Маршалла» для України: 50 мільярдів євро інвестицій за 10 років [Електронний ресурс] / УНІАН // Євробізнес. – 14 вересня 2017. – 12-13. – Режим доступу : https://www.unian.ua/eurobusiness/2133644-litovskiy-plan-marshalla-dlya-ukrajini-50-milyardiv-evro-investitsiy-za-10-rokiv.html
3. Єпіфанова І. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / І. Ю. Єпіфанова // Вісник СНУ ім. В. Даля. – 2007. – №7. – С. 23–28.
4. Дацій Н. В. Ризики у сфері іноземного інвестування та методи управління ними на підприємствах машинобудування / Н. В. Дацій // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 14. – С. 4–6.
5. Марцин В. С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / В. С. Марцин // АПЕ. – 2007. – № 5. – С. 47–59.
6. Джулія Сегура. Інвестиційний клімат в Україні – 2016. Яким його бачить американський інвестор? [Електронний ресурс] / The Bleyzer Foundation // Publikations. – 2016. – Режим доступу : authors/segura.html
7. Данилишин Б. Чехія відкриває Україні двері до Європи [Електронний ресурс] / Б. Данилишин // ГЛАВКОМ. – 20.10.2013. – Режим доступу : http://glavcom.ua/articles/14761.html
8. Оренштейн М. Польша: от трагедии к триумфу / Митчелл Оренштейн // Foreign Affairs ; пер. с англ. – № 1. – Январь/февраль 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lesovod.org.ua/sites/default/files/images/a3-image002.jpg.
9. Оніщенко І. О. Інвестиційна привабливості України: проблеми та шляхи їх вирішення : електронний ресурс [Електронний ресурс] / І. О. Оніщенко // Траектория науки.– 2016. – № 3(8). – Режим доступу : www.pathofscience.org.
10. Індекс інвестиційної привабливості України [2015] [Електронний ресурс] // European Business Association. – Режим доступу: http://goo.gl/JZfAU6.
11. Кучеренко С. К. Типологія умов інвестування в Україні / С. К. Кучеренко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2016. – № 10/1, Т. 24. – Вип.10 (2). – С. 121–129.
12. Kolosov A. The Factors of Economic Mechanism for Recovery the Domestic Market of Donbas / A. Kolosov // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 4 (42). – С. 33–37.
13. Українсько-литовський проект «плану Маршалла» для України представили в європейських інститутах, його досліджуватиме Європейська комісія [Електронний ресурс]/ iPress.ua. – 25.08.2017. – 22:15. – Режим доступу : http://ipress.ua/news/u_yes_prezentuvaly_proekt_planu_marshalla_dlya_ukrainy_223360.html
14. Німецька коаліція у своєму договорі згадала про Донбас [Електронний ресурс] / Главком. – 7 Лютого 2018. – 18:08. – Режим доступу : https://glavcom.ua/news/nimecka-koaliciya-u-svojemu-dogovori-zgadala-pro-donbas--471992.html

С. Б. Станінов

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ І «BIG DATA» ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ ГНУЧКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне економічне середовище характеризується високою нестабільністю, жорсткою конкурентною боротьбою та сильним тиском кризових явищ. У даних умовах підприємствам для забезпечення сталого розвитку і досягнення стратегічних цілей актуальною необхідністю вбачається застосування концепції стратегічної гнучкості. Ця концепція передбачає, що підприємства у відповідь на виклики ринку розробляють певні стратегічні варіанти дій, що забезпечені гнучкістю процесів і ресурсів. У свою чергу, прогнозування динаміки зміни умов господарювання, а також прийняття в кризовій ситуації точних і швидких управлінських рішень менеджментом підприємств, формуються на підставі моніторингу та аналізу великого обсягу доступної інформації.

З іншого боку, неповнота інформації, наприклад при складанні прогнозів, які засновані на репрезентативних вибірках або агрегованих підмножинах інформації, призводить до збільшення ризику виникнення помилок і неточностей. Джерелом цієї інформації є внутрішнє й зовнішнє середовище, а її різноманіття, розрізненість і відсутність структурованості породжують нове явище, яке в сучасному світі науки та технологій отримало назву «великі дані» (Big Data). Відповідно це призвело до розвитку технологій, які дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги різноманітних даних.

Таким чином, використання «Big Data» в стратегічному бізнес-плануванні та оперативному моніторингу поточної ситуації дозволяє підприємствам забезпечувати стратегічну гнучкість, поліпшити якість управління, оптимізувати витрати, підвищити продуктивність, знизити ризики та реалізувати нові можливості.

Отже, питання інформаційних технологій, призначених для управління великими обсягами даних, набуло актуальності та обумовило необхідність розвитку в майбутньому.

У сьогоденні тема інформаційних технологій, штучного інтелекту, нейронних мереж і великих даних, їх впливу на розвиток сучасного суспільства та світової економіки викликає жвавий інтерес з боку наукової спільноти. Питання дослідження «Big Data» відобразили в наукових публікаціях такі зарубіжні й вітчизняні вчені: М. Лукідіс, Д. Конвей, К. Праймесбергер, В. Майер-Шенбергер, К. Кукьер, Д. Бойл і К. Кроуфорд, Герасіменко Н. А., Ізмалкова С. А., Ситнікова Н. В., Шиліна М. Г., Яковлєв В. С. та інші.

Метою статті є дослідження впливу нових інформаційних технологій в цілому і «Big Data» зокрема на систему управління стратегічною гнучкістю підприємства, його конкурентоспроможність, ресурсозабезпеченість і інвестиційну привабливість, а також прогнозування тенденцій розвитку цього впливу.

Розглянемо сутність явища «Big Data» та вплив наявної об'ємної і актуальної інформації на реалізацію основних функцій менеджменту: планування, координацію та контроль. Слід відзначити, що в умовах процесу управління стратегічною гнучкістю підприємства дані функції передбачають наступне:

1. Планування − оцінка можливостей і загроз, виявлення ядра жорсткості, розробка стратегічних варіантів.

2. Координація − створення формальних механізмів інформування та комунікації, прийняття управлінських рішень.

3. Контроль − моніторинг змін зовнішнього середовища, відстеження показників економічної результативності.

Сучасне економічне середовище характеризується великою швидкістю накопичення величезних масивів різноманітної неструктурованої інформації, так званої «Big Data» [5]. Дана концепція передбачає роботу з інформацією величезного обсягу та різноманітного складу, що характеризується великою швидкістю оновлення і знаходиться в різних, як правило відкритих джерелах, з метою збільшення ефективності роботи, створення нових продуктів і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Термін «Big Data» був введений в обіг у 2008 р. редактором журналу «Nature» Кліффордом Лінчем в рамках наукової дискусії як відповідь на питання: «Як можуть вплинути на майбутнє науки технології, що відкривають можливості

роботи з великими обсягами даних?», де були зібрані матеріали щодо феномену вибухового зростання обсягів і різноманіття даних та технологічні перспективи в парадигмі ймовірного стрибка «від кількості до якості» [10].

Пізніше Д. Бойл і К. Кроуфорд характеризували «Big Data» як дані, яких багато (в меншій мірі), і як здатність здійснювати пошук, агрегування та виробництво перехресних посилань у великих базах даних (більшою мірою) [9].

У 2011 році аналітики Gartner відзначили «Big Data» як один з основних трендів в інформаційно-технологічній інфраструктурі. Згідно з дослідженнями Гільберта і Лопес, загальний обсяг збереженої інформації в світі збільшився з 2,6 оптимально стиснутих ексабайт у 1986 році до 15,8 ексабайт у 1993 році, понад 54,5 ексабайт в 2000 році і до 295 оптимально стиснутих ексабайт у 2007 році [12].

Ця тенденція підтверджується в звіті аналітичної компанії IDC Дослідження цифрової Вселеної (Digital Universe Study), спонсором підготовки якого стала компанія EMC. У ньому зазначається, що загальний світовий обсяг створених і реплікованих даних у 2011 році складе близько 1,8 зеттабайт (1,8 трлн гігабайт) − приблизно в 9 разів більше тих, що були створені в 2006 році [11].

За оцінками експертів (наприклад McKinsey Institute), під впливом «Big Data» найбільшою трансформації зазнають сфери виробництва, охорони здоров'я, торгівлі, адміністративного управління та контролю над індивідуальними переміщеннями. Впровадження технології «Big Data» стане ключовою основою конкуренції, заснованої на нових хвилях зростання продуктивності, інновацій та конкурентоспроможності. Крім цього, великих змін зазнає і ринок праці стосовно збільшення попиту на працівників з глибокими аналітичними навиками та необхідними компетенціями для використання аналізу «Big Data» і прийняття ефективних рішень [13]. Таким чином великі дані потрапляють в кожну галузь і бізнес-функцію та стають важливим фактором виробництва, поряд з працею і капіталом.

Підприємства змушені інвестувати в технології обробки великих даних, оскільки «інформаційний ландшафт» стрімко змінюється, вимагаючи нових підходів до обробки інформації. Необхідно відзначити, що критично важливим є наявність великих масивів даних, причому робота з ними дозволяє досягти вигідних позицій,

що будуть недоступні при використанні традиційних джерел інформації та способів її обробки [7].

Слід зазначити, що підприємства, які активно впроваджують інноваційні технології «Big Data», будуючи своє корпоративне інформаційне середовище, набувають нових можливостей, зокрема: більшого обсягу інформації для прийняття рішень і більш якісного прогнозування невизначеностей зовнішнього середовища; економії за рахунок збільшення продуктивності та підвищення ефективності використання ресурсів; інноваційного розвитку технологій і виявлення нових джерел вартості.

Причому підприємства, які інвестують в розвиток інструментів структурування та аналізу даної інформації, отримають стійку конкурентну перевагу в найближчому майбутньому, оскільки «Big Data» стають безпосереднім джерелом додаткової вартості. Це відбувається завдяки тому, що в бізнес-процеси все більше проникають інформаційні технології, отже «Big Data» завдяки аналізу великих обсягів різноманітної інформації дозволяє моделювати процес прийняття управлінських рішень і прогнозувати їх ефективність.

Процес управління стратегічною гнучкістю підприємства на основі застосування технологій «Big Data» розкривається через три компоненти:

1. Організація каналів збору внутрішніх і зовнішніх даних, їх інтеграція в систему, масивна реорганізація архітектури даних, розробка стандартів управління даними.

2. Аналітичні моделі для оптимізації та перспективного аналізу даних, що надходять.

3. Ефективність системи управління підприємством, що передбачає наявність певної організаційної культури, коли результати аналізу інформації, що надходить, втілюються в реальні заходи в режимі реального часу.

На сьогоднішній день виділяють наступні джерела «великих» даних: комп'ютерні економічні транзакції, приватні та загальнодоступні камери відеоспостереження, корпоративні і державні бази даних (в тому числі банків, кредитних рейтингових агентств, авіакомпаній, податкових, сектору охорони здоров'я, страхових та телекомунікаційних компаній тощо), «Інтернет Речей» (Internet of Things − IoT),

соціальні мережі і дані пошукових запитів. Даний список з часом тільки розширюється [14].

Таким чином підприємства отримали доступ до величезного масиву інформації щодо стану зовнішнього середовища та його зміни, безпосереднього оточення та внутрішнього середовища підприємства. Результатом аналізу даної інформації є отримання даних, на основі яких визначаються оцінки поточного стану підприємства на ринку, тенденції його розвитку і конкурентів, а також галузі в цілому та макроекономічні прогнози.

Слід зазначити, що вивчення даних про стан навколишнього середовища є частиною стратегічного аналізу, який є основним елементом стратегічного планування. Стратегічне планування − це одна з функцій стратегічного управління, яка являє собою процес вибору цілей підприємства та шляхів їх досягнення. Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень.

Варто відзначити, що стратегічне планування повинне враховувати не тільки динамічну зміну ресурсів підприємства, а й зміну факторів зовнішнього середовища. Таким чином, прийняття обґрунтованих управлінських рішень ставить перед менеджментом підприємства задачі з пошуку, аналізу та інтерпретації даних [2].

Як зазначив Г. Мінцберг, отримання достовірного середньострокового та довгострокового прогнозу розвитку підприємства є важливим завданням, яку здатна вирішувати досить складна інформаційно-аналітична система, побудована на основі ефективних алгоритмів [6].

В свою чергу, Р. М. Грант відзначає, що посилення конкуренції у всіх сегментах сучасного ринку вимагає від менеджменту підприємств все більшої уваги до якості планування свого розвитку [3].

Отже, нестабільність навколишнього ринкового середовища і неповнота інформації призводять до помилок в прогнозах, при цьому існують досить великі ризики неправильного визначення тенденцій розвитку підприємства. Очевидно, що при збільшенні тимчасового інтервалу прогнозування чинники ринкової невизначеності посилюються, а помилки прогнозу ростуть.

Традиційна бізнес аналітика ґрунтується на двох підходах: прогноз методом екстраполяції на підставі даних діяльності підприємства за минулий період

і прогноз методом експертних оцінок, який полягає в залученні експертних думок фахівців. Ці підходи мають певні недоліки, один з основних − це невідповідність і неактуальність минулого досвіду для характеристики поточної ситуації в умовах швидких змін навколишнього середовища.

Замість цього технології «Big Data» пропонують підхід, який отримав назву «передбачувальна аналітика». Даний підхід заснований на аналізі в режимі реального часу постійних потоків даних і їх змін за допомогою методів статистики, машинного моделювання та інших алгоритмів виявлення закономірностей. Це дозволяє при прийнятті управлінських рішень враховувати великі масиви актуальної інформації, а оперативний зворотній зв'язок дає можливість мобільно корегувати стратегічні рішення.

Оскільки для забезпечення стратегічної гнучкості підприємства необхідно в рамках стратегічного плану виявити ризики та невизначеності, а також розробити ймовірні сценарії розвитку, під які потрібно виділити ресурси та організувати процеси, то якість розроблених стратегічних варіантів залежить від об’ємності, достовірності та актуальності інформації і ефективності алгоритмів її аналізу. Отже використання максимального обсягу даних забезпечує більш обґрунтовані аналізи та прогнози − це визначає якісну відмінність технології «Big Data».

Таким чином, впровадження технологій великих даних дозволяє знизити рівень невизначеності, яка є обов'язковим компонентом будь-якого економічного рішення, отже за рахунок зниження ризиків великі дані перетворюються в інструмент отримання прибутку [8].

Розглянемо більш детально вплив інформаційних технологій на процес управління підприємством. Процес управління підприємством − це процес оцінки та аналізу інформації. Від того, наскільки інформація якісна за змістом, своєчасна та придатна для обробки, залежить якість управлінського рішення.

У сучасній парадигмі управління аналіз ситуації і прийняття рішень здійснюються на основі вимірів. Отже, менеджмент підприємства потребує систематичного отримання «свіжої» інформації [1].

Для підвищення гнучкості та швидкості адаптації підприємства до змін навколишнього середовища, здатності ухилитися від загроз та вчасно використовувати

наявні потенційні можливості, важливе значення мають організаційні зміни на підприємстві [4]. Слід зазначити, що для виконання функцій збору, реорганізації, аналізу, обробки та інтерпретації «Big Data», підприємствам необхідно створювати окремий підрозділ, працівники якого володіють необхідними навичками та компетенціями. Це наповнює новим змістом і підвищує значущість інформаційно-аналітичної підсистеми як елемента в системі управління підприємством.

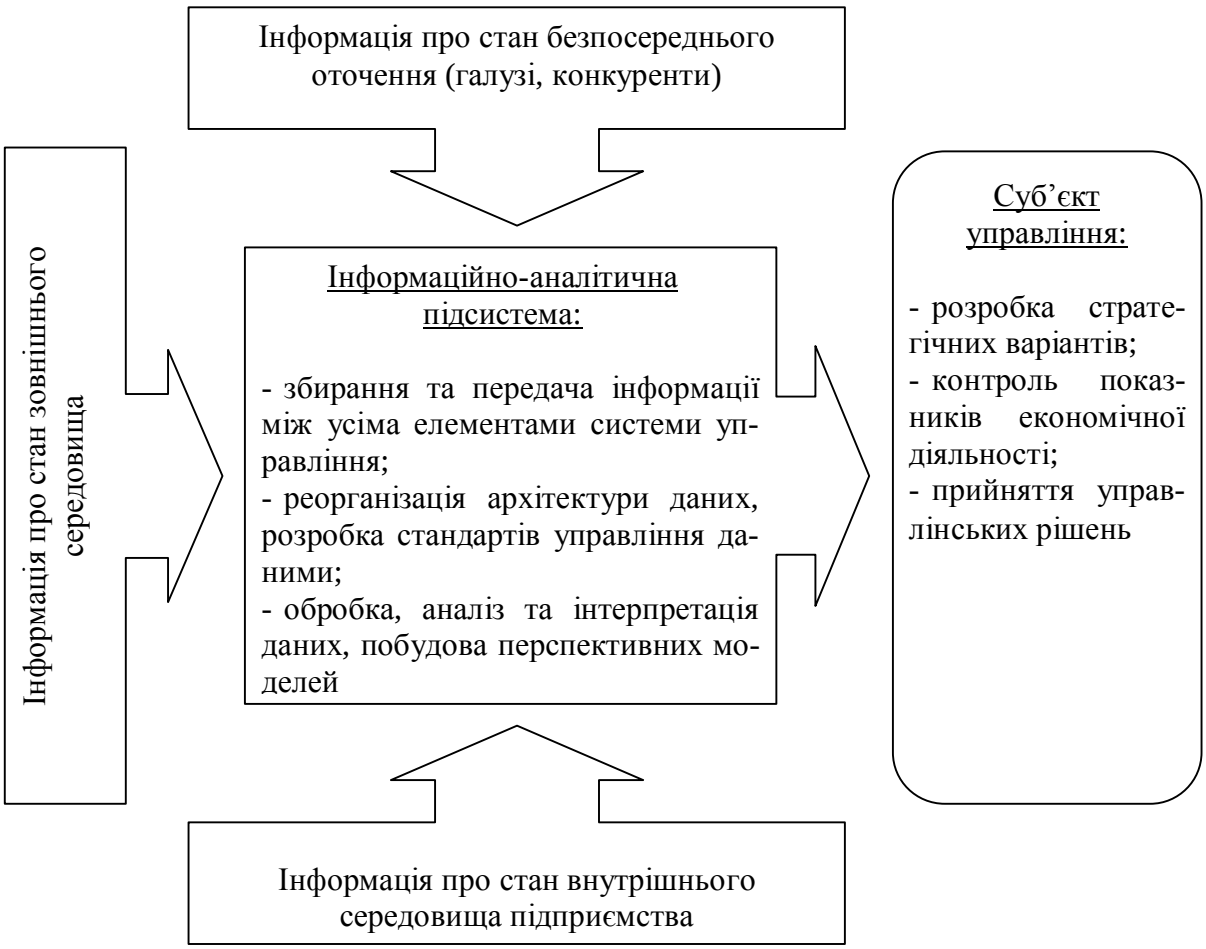

Рис. 1. Інформаційно-аналітична підсистема системи управління стратегічною гнучкістю підприємства (розроблено автором)

Таке особливе значення інформаційно-аналітичної підсистеми визначається настанням несподіваної події, що іменується «точкою раптових змін» зовнішнього середовища, коли концепція стратегічної гнучкості передбачає вчасну реакцію керівництва підприємства на ці зміни з метою зменшення тиску кризових явищ і фінансової нестабільності або використання нових економічних можливостей. Таким чином, якісно розроблений стратегічний план із детальним опрацюванням

ймовірних сценаріїв, диверсифіковані ресурси та гнучка організаційна структура лише тоді забезпечать стратегічну гнучкість, коли менеджмент підприємства буде приймати управлінські рішення, спираючись на інформацію постійного моніторингу зовнішнього середовища та поточний аналіз показників економічної діяльності. Спрощена схема інформаційно-аналітичної підсистеми підприємства зображена на рис. 1 (див. вище).

Отже, впроваджуючи технології «Big Data», основним елементом системи управління стратегічною гнучкістю підприємства стає інформаційно-аналітична підсистема, яка забезпечує своєчасність, точність і адекватність збору та передачі інформації між усіма елементами системи управління, а також її аналіз і інтерпретацію.

Дослідження розвитку нових інформаційних технологій в цілому і «Big Data» зокрема виявило, що дані технології активно розвиваються і вже сьогодні значно впливають на економічну діяльність як окремих підприємств і галузей, так і на світову економіку в цілому.

«Big Data» дозволяє робити багатовимірний прогноз, тобто здійснювати прогнозування на підставі великого масиву даних як про діяльність підприємства, так і про зміни зовнішнього середовища, на які накладаються етапи життєвих циклів продукту, галузі, сировинних ресурсів і комплектуючих, продуктів субстантів. Крім цього, «Big Data» дозволяє отримувати актуальну, найбільш повну інформацію про поточний стан як внутрішнього середовища підприємства, так і про зовнішнє оточення. А саме ці чинники безпосередньо впливають на стратегічну гнучкість підприємства.

Отже, ефективність механізму забезпечення стратегічної гнучкості підприємства визначається швидкістю прийняття та проходження управлінських рішень, наявністю стратегічного планування та розробки стратегічних варіантів, якістю, об’ємом і актуальністю інформації та можливостями її аналізу.

Подальше вивчення феномену «Big Data», його впливу на формування системи управління стратегічною гнучкістю підприємства, а також розробка методичних підходів щодо аналізу нових показників конкурентоспроможності (щільності

вхідного інформаційного потоку, швидкості інтерпретації й обробки даних та їх інтегрування в методологію оцінки стратегічної гнучкості підприємства) є перспективою подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Адлер Ю. П. Хорошо бы, хорошо бы нам кита поймать большого, или кому и зачем нужны BIG DATA? / Ю. П. Адлер, Е. А. Черных // Контроль качества продукции. − 2015. − № 3. − С. 23–26.
2. Воловиков Б. П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа / Б. П. Воловиков. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 226 с.
3. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р. М. Грант. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.
4. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова їх розвитку / Т. В. Гринько // Бізнес Інформ. − 2013. − № 10. − С. 247−252.
5. Измалкова С. А. Использование глобальных технологий «Big Data» в управлении экономическими системами / С. А. Измалкова, Т. А. Головина // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2015. – № 4-1. – С. 151–158.
6. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 567 с.
7. Сергеева И. И. Особенности использования технологии BIG DATA / И. И. Сергеева, О. С. Шапиро // Экономическая среда. − 2014. − № 2 (8). − С. 163− 166.
8. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 415 с
9. Boyd D. Critical Questions for Big Data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon / D. Boyd, K. Crawford // Information, Communication & Society. − 2012. − V. 15: 5. − P. 663.
10. Clifford A. Lynch Big data: How do your data grow? / A. L. Clifford // Nature. − 2008. − Vol. 455. − no. 7209.
11. Double-Digit Growth Forecast for the Worldwide Big Data and Business Analytics Market Through 2020 Led by Banking and Manufacturing Investments, According to IDC.
12. Hilbert The world's technological capacity to store, communicate, and compute information / Hilbert and López // Science Global. − 2011.
13. James Manyika et al. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity / James Manyika, Michael Chui, Brad Brown, Jacques Bughin, Richard Dobbs, Charles Roxburgh, Angela Hung Byers // McKinsey Global Institute. − 9 August, 2011.
14. Zuboff S. Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization / S. Zuboff // Journal of Information Technology. − V. 30. − 2015.

І. В. Тімар

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Євроінтеграційні процеси, які в останні роки активізувались в Україні, потребують кардинальних змін майже в усіх сферах нашого життя, вимагають проведення дієвих реформ в економіці країни та в окремих її галузях, зокрема у сфері туристичного бізнесу. Україна має неабиякий туристичний потенціал, який використовується далеко не в повній мірі, в тому числі у зв'язку з недосконалістю туристичної інфраструктури, а саме готельного господарства. Однією із важливих та невирішених на сьогодні проблем в цій сфері є недосконалість національної системи класифікації готелів та присвоєння їм певних категорій. Зазначена проблема обумовлена використанням застарілої нормативно-правової бази, що регламентує ці процедури, її недосконалістю, відсутністю ефективних механізмів контролю за додержанням вимог законодавства. Це призводить не тільки до системних порушень діючих законів та інших нормативних актів, а й робить систему класифікації готелів недієвою, що підтверджується вкрай низькою кількістю українських готелів, які мають відповідні сертифікати. На кінець 2017 року обов'язкову для закладів тимчасового розміщення процедуру категоризації (отримання «зірок») в Україні пройшли не більше 10 % діючих готелів, решта працюють без офіційних «зірок» [1].

Отже, за таких умов, особливо зважаючи на імплементацію Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, гостро постає питання перегляду діючих національних стандартів у сфері класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення з метою запровадження системи, наближеної до міжнародних стандартів та вимог.

Різноманітні аспекти функціонування сфери готельного бізнесу розглядали у своїх працях Мазур В., Яковлев Г., Балашова Е., Кусков А., Медик А., Інграм Х.,

Шмакова Л., Кохненко В., Роглєв Х., Ревенко В., Пуцентейло П., Мальська М. та інші вчені. Питання, що пов'язані з проблемами забезпечення якості, категоризації, сертифікації послуг готельних підприємств досліджували вітчизняні науковці, зокрема Бородіна М., Білецька І. М., Машкова О. В., Носова І. О. Однак, зважаючи на високу динамічність процесів, що протікають у сфері готельного бізнесу, численні наукові й практичні напрацювання у даній проблематиці вимагають постійного перегляду, переосмислення та доопрацювання. Отже, не втрачають актуальності дослідження, направлені на пошук шляхів вдосконалення нормативно-правової бази, яка регламентує порядок класифікації готелів з метою її наближення до світових стандартів і забезпечення подальшого розвитку галузі.

Мета роботи − визначення напрямів вдосконалення національної системи класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення для її наближення до міжнародних стандартів.

Під класифікацією (категоризацією) готелів мають на увазі «процес отримання суб'єктом готельного бізнесу документу, який підтверджує відповідність даного суб'єкта вимогам щодо певної категорії (класу)» [2]. На окремих територіях, в різних країнах і у спеціалізованих асоціаціях (об'єднаннях) цей процес здійснюється за різноманітними системами та правилами. Кожна система ґрунтується на формалізованих критеріях, регламентує умови перевірки їх додержання, встановлює вимоги щодо обов'язковості та відповідальності суб'єктів процесу. В результаті успішного проходження процедури видається сертифікат або інший документ, що підтверджує приналежність готелю до певної категорії.

Основними цілями класифікації готелів вважають наступні:

− забезпечення якості обслуговування в готелях та інших засобах розміщення;

− диференціація готелів та інших засобів розміщення відповідно до якості й переліку пропонованих послуг;

− встановлення відповідності готелю (іншого засобу розміщення) діючим стандартам і вимогам в межах застосованої системи категоризації (класифікації);

− допомога споживачу у формуванні уяви про готель.

На даний час в Україні на законодавчому рівні встановлено, що проведення процедури категоризації та отримання «зірок» є обов'язковою умовою функціонування суб'єктів готельного бізнесу; проводять її спеціально уповноважені державні органи.

Проведене раніше дослідження [2] показало, що існуюча система категоризації готелів в Україні має наступні недоліки, що зменшують її ефективність та ускладнюють застосування у практиці господарювання:

- система ґрунтується на застарілій нормативно-правовій базі, велика кількість вимог є морально застарілими, не відповідають сучасному соціально-економічному, техніко-технологічному, інформаційному розвитку галузі;

- процедура не має чіткої прозорої формалізації, що призводить до неоднозначного трактування окремих її положень та вимог різними суб'єктами процесу;

- функція забезпечення якості майже нівельована, обов'язковість процедури, що прописана законодавчо, не підкріплена дієвими механізмами контролю та відповідальності, що обумовлює відсутність у готелів стимулів до отримання категорій;

- відсутність чіткого визначення державного органу, який виконує функцію встановлення категорії суб'єктам готельного бізнесу, призводить до залучення у процес різних установ і організацій, що ускладнює процедуру без забезпечення її якості;

- деякі особливості сучасного стану національного ринку готельних послуг, а саме наявність великої кількості суб'єктів різних організаційно-правових форм, форм власності, розмірів та видів, застосування різних назв («готель», «засіб розміщення», «аналогічні засоби розміщення»), не врахованих в діючій системі, що викликає протиріччя між вимогами, прописаними у різних нормативно-правових актах, роблять систему недієвою.

У зв'язку з цим у сфері готельних послуг України чи не найважливішим завданням є вдосконалення системи класифікації готелів й інших засобів тимчасового розміщення та присвоєння їм категорій, що потребує вирішення наступних завдань:

1) визначення, чи продовжувати висувати категоризацію готелів, як обов'язкову умову ведення господарської діяльності в сфері готельного бізнесу; чи застосувати практику встановлення категорій суб'єктам, що надають готельні послуги на добровільний основі;

2) обґрунтування критеріїв розмежування суб'єктів, що надають готельні послуги, за принципом обов'язковості чи добровільності отримання категорії. Це потребує визначення ознак, за якими буде здійснюватися таке розмежування, і є головною проблемою, тому що запровадивши обов'язковий принцип отримання категорії одними суб'єктами і звільнивши від цього обов'язку інші, держава порушить принцип рівності учасників ринку;

3) визначення суб'єктів проведення процедури категоризації готелів, тобто встановлення переліку установ (організацій), які здійснюють перевірку готелів на відповідність встановленим вимогам та видають сертифікати, що підтверджують певну категорію.

З метою пошуку шляхів розв'язання окреслених завдань доцільно звернутись до світового досвіду вирішення зазначених проблем. За даними Міжнародної асоціації готелів та ресторанів на цей час національні системи класифікацій готельних підприємств існують більше, ніж в 60 країнах світу. У багатьох країнах і регіонах використовують різні назви і позначки для застосування категорій готелів (зірки, діаманти, розряди, ключі, корони, букви тощо); системи відрізняються не тільки символами, але й висувають різні вимоги до певних категорій, при цьому відрізняються не тільки системи та правила класифікації.

В світовій практиці класифікації готелів напрацьовано три принципових підходи до визначення її обов'язковості, суб'єктів виконання і контролю, що застосовуються у різних країнах:

1) категоризація не є обов'язковою, в країні відсутня жодна рейтингова система, регламентована на державному рівні. Такий підхід мотивується принципом свободи ринку без будь-якої форми втручання й контролю з боку держави і застосовується, наприклад, у США, Австрії, Данії, Швеції, Норвегії, Фінляндії, Ісландії та інших країнах;

2) категоризація обов'язкова, але її проводять незалежні (недержавні) установи, тобто держава зобов'язує суб'єктів, що надають готельні послуги, отримувати категорію, але функцію організації та проведення цієї процедури передає недержавним спеціалізованим організаціям, як правило впливовим експертним агентствам;

3) категоризація є обов'язковою, її проводять державні органи влади та інституції; як правило, використовується офіційно затверджена урядом (місцевим/регіональним органом самоврядування) система класифікації (категоризації); документи відповідності видає уповноважений державний орган.

Спираючись на позитивний досвід країн, у яких туристично-готельний бізнес демонструє високі темпи розвитку, Україні рекомендовано відійти від використання третього підходу, що застосовується на теперішній час. Дискусійним лишається питання, чи залишати класифікацію українських готелів обов'язковою, чи ні, але відмовитись від участі державних органів у проведені даної процедури та видачі відповідних документів потрібно неодмінно. У будь якому разі першочерговим кроком повинно стати оптимальне розподілення функцій, пов'язаних із проведенням класифікації між державою, органами сертифікації та суб'єктами готельного бізнесу за умови мінімізації участі державних установ у даних процесах. Особливої актуальності зазначена проблема набуває у сучасних умовах, коли дерегуляція підприємницької діяльності виступає визначальним елементом нової стратегії розвитку України та складовим елементом євроінтеграції.

Згідно зі Стратегією сталого розвитку «Україна 2020» [3], дерегуляція − не самоціль, а необхідний інструмент, метою якого є кардинальне покращення інвестиційного і бізнес-клімату в нашій країні. Тому це вже «не питання розвитку, а питання самого існування держави, тому потрібно зробити все можливе і неможливе для ліквідації безмежної корупції та бюрократії в органах виконавчої влади та місцевого самоврядування» [4].

Безумовно, держава повинна залишити за собою функції загального наглядового органу за дотриманням підприємницькими структурами, в тому числі за такими, що здійснюють надання готельних послуг, вимог законодавства, стандартів, норм і правил провадження господарської діяльності. Однак класифікація готелів

не повинна ототожнюватися із функцією забезпечення державою якості та безпеки надання готельних послуг незалежними суб'єктами бізнесу.

Автор статті схиляється до думки, що класифікацію суб'єктів готельного бізнесу, отримання ними категорій та «зірок» слід розглядати в інформаційно-іміджевому аспекті, а отже проводити з метою допомоги споживачу зорієнтуватись у великій кількості пропозицій на ринку та сформувати уяву про готель при виборі того, чиїми послугами планує скористатись. Для досягнення цієї мети функцію проведення процедури класифікації та видачі документів, що підтверджують категорію (кількість «зірок») доцільно передати від держави до спеціалізованих організацій, авторитетних в даних питаннях і визнаних на міжнародному рівні, а систему та правила проходження процедури класифікації наблизити до світових стандартів, застосувавши успішний досвід міжнародних організацій.

Останні десятиріччя на світовому ринку туристично-готельних послуг намітились тенденції до уніфікації та запровадження єдиної системи класифікації готелів, але численні спроби досі не дали позитивного результату, незважаючи на неодноразові намагання Всесвітньої туристичної організації. На сьогодні все більше фахівців схиляються до думки, що формування єдиної уніфікованої міжнародної системи класифікації суб'єктів готельного бізнесу є не тільки не можливим, а й не доречним з огляду на культурно-історичні, географічні, соціально-економічні, релігійні, етнічні особливості, рівень економічного, демографічного та соціокультурного розвитку різних країн та регіонів [5].

Найбільш вдалою спробою поєднання стандартів можна вважати створення у 2009 році під патронатом HOTREC (спілка професійних асоціацій рестораторів та готельєрів Європи) готельними асоціаціями Австрії, Чехії, Німеччини, Угорщини, Нідерландів, Швеції та Швейцарії єдиної системи готельних стандартів Hotelstars Union, основною метою якої стало формування гармонізованого каталогу критеріїв для класифікації готелів для забезпечення споживачам та власникам готельного бізнесу максимальної прозорості та безпеки діяльності. Пізніше до Hotelstars Union приєдналися інші країни, зокрема Естонія (2011 р.), Латвія (2011 р.), Литва (2011 р.), Люксембург (2011 р.), Мальта (2012 р.), Бельгія (2013 р.), Данія (2013 р.),

Греція (2013 р.), Ліхтенштейн (2015 р.) та Словенія (2017 р.). На даний час учасниками Hotelstars Union є 17 європейських країн, при цьому більшість країн ЄС, що не є її учасниками, взяли зобов'язання пристосувати зазначену систему класифікації готелів до національних стандартів найближчого часу.

Система класифікації Hotelstars Union базується на застосуванні «зіркової» системи; готелям надають категорію від одної до п'яти. В основі системи розглядають 21 критерій, що містять 270 ознак. Основними напрямами, за якими оцінюється готель для встановлення певної категорії, є:

- оцінка будівлі готелю та номерного фонду за санітарним станом, станом технічного оснащення, площею приміщень, наявністю балконів, ліфтів, зручностей для людей з особливими потребами тощо;

- оцінка меблів та санітарного оснащення, а саме: облаштування санвузлів та номерного фонду засобами та пристосуваннями для особистої гігієни; рівня комфорту для сну; оснащення меблями та їх якості; зручності для зберігання багажу, коштовностей; наявності побутової електроніки, телекомунікацій;

- оцінка послуг, їх рівня та якості (прибирання приміщень, зміна білизни, харчування, наявність сніданків та їх якість, служба прийому та розташування гостей, оплата послуг);

- оцінка пропозицій стосовно організації дозвілля та розваг, додаткові можливості (SPA, салони краси, анімаційні програми, догляд та розваги за дітьми, прокат обладнання, пляжі тощо);

- оцінка роботи із скаргами та пропозиціями клієнтів;

- оцінка можливостей проведення конференцій.

Принципові відмінності єдиної системи готельних стандартів (ЄСГС) Hotelstars Union від української практики класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення полягають у наступному:

1. В ЄСГС Hotelstars Union критерії, за якими оцінюється готель для визначення його категорії, поділяються на: обов'язкові та не обов'язкові для виконання в межах кожної категорії готелю. Тобто є певний перелік вимог, які готель повинен неодмінно виконувати, а є такі вимоги та критерії, за якими готель набирає тільки бали, при цьому невиконання деяких критеріїв компенсується підвищеними балами

за виконання інших. Відповідно до національної системи, виконання усіх прописаних у ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [6] вимог є обов'язковим для отримання категорії; невиконання бодай однієї з них не припустимо.

2. Згідно з ЄСГС Hotelstars Union, встановлення категорії (кількості «зірок») готелю здійснюється шляхом оцінки критеріїв та ознак за балами. За різними ознаками встановлена різна кількість балів (від 1 до 25), це чітко прописано й регламентовано. Наприклад, розширений сніданок, обов'язковий в готелях з одною «зіркою», «коштує» один бал, сніданок у формі шведського столу або подачі по меню (обов'язкова умова для отримання 2–3 «зірок») – 2 бали, сніданок з можливістю подачі в номер (обов'язкова умова для отримання 4–5 «зірок») – 5 балів. На відміну, національна система передбачає перевірку тільки наявності усіх елементів, якісні аспекти при цьому не враховуються.

3. Категорія (кількість «зірок») встановлюється на підставі кількості набраних балів за умови виконання обов'язкових для даної категорії критеріїв.

4. За даною системою передбачено присвоєння категорій від однієї до п'яти «зірок», а також в межах кожної категорії є можливість отримати категорію Superior, у випадку коли готель набирає кількість балів, що відповідає наступній категорії, але не виконує умови стосовно обов'язкових вимог до неї.

Вимоги для отримання «зірок» за кількістю балів та обов'язкових критеріїв згідно системи Hotelstars Union наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Вимоги до отримання категорії («зірок») готелями за системою Hotelstars Union [7]

Кількість «зірок»	☆	☆ ☆	☆ ☆ ☆	☆ ☆ ☆ ☆	☆ ☆ ☆ ☆ ☆
Базові вимоги по зіркам					
Мінімальна кількість балів	90	170	250	380	570
Кількість критеріїв, обов'язкових для виконання	43	51	80	101	118
Категорія Superior для кожної категорії готелю					
Мінімальна кількість балів	170	250	380	570	650

Головними позитивними ознаками системи готельних стандартів Hotelstars Union, що вигідно відрізняють її від інших систем, використовуваних у різних

країнах (в тому числі й в Україні), є прозорість та уніфікація правил і вимог, що дозволяє рекомендувати її у якості основи при реформуванні української національної системи. Це у свою чергу потребує приведення у повну відповідність до європейських стандартів законодавчої бази, забезпечення прозорої, чіткої та зрозумілої процедури отримання готелями певної категорії. Приведення національної системи класифікації готелів та інших засобів тимчасового розміщення у відповідність до HOTREC і ЄСГС Hotelstars Union має позитивно вплинути не тільки на розвиток галузі, а й українську економіку в цілому.

Вдосконалення української системи класифікації готелів є не тільки вимогою часу, а й важливою умовою подальшого розвитку готельного бізнесу. Зміну діючої системи необхідно здійснювати, ґрунтуючись на міжнародному досвіді та сучасних досягненнях світової готельної індустрії. У зв'язку з цим подальші дослідження необхідно спрямувати на розробку наукового обґрунтування напрямів вдосконалення національної законодавчо-нормативної бази в частині регулювання діяльності суб'єктів туристично-готельного бізнесу з метою наближення України до членства в HOTREC та приєднання до єдиної системи готельних стандартів Hotelstars Union.

Список використаних джерел:

1. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7f89dba2-0fdc-40e6-b870-13e1063d3a&tag=RestrSvidotstvPro VstanovlenniaKategorii.
2. Тімар І. В. Категоризація підприємств готельного бізнесу: вітчизняний та світовий досвід / І. В. Тімар // Управління розвитком. − 2016. − № 3. – С. 71–77.
3. Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна − 2020» // Урядовий кур'єр. − 2015. − № 6. − 15 січня. − С. 8.
4. Лесько О. Й. Дерегуляція підприємницької діяльності та покращення умов ведення бізнесу в Україні / О. Й. Лесько, Л. Д. Глущенко, Т. К. Мещерякова // Вісник Вінницького політехнічного інституту. − 2016. − № 1. − С. 58–64.
5. Білецька І. М. Національні особливості організації готельної справи у світовій індустрії гостинності [Електронний ресурс] / І. М. Білецька // Ефективна економіка. – 2015. − №1. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3745
6. ДСТУ 4269.2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : file:///D:/Desktop/dstu4269.pdf
7. Офіційний сайт Hotelstars Union [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.hotelstars.eu

РОЗДІЛ 3

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА

Н. І. Дучинська, Ю. М. Чайка

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ ВІДПОВІДНО ДО СВІТОВИХ РЕЙТИНГІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

За умови поширення процесів глобалізації зростає значення посилення конкурентоспроможності національної економіки. Її розглядають як один з головних показників, що характеризує особливості функціонування та розвитку економіки. Необхідність покращення економічної ситуації та євроінтеграції України вимагає ретельних заходів для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки у світовому господарстві.

Теоретичні питання аналізу конкурентоспроможності країн та напрями її вдосконалення розробляються у роботах Л. Л. Антонюка [1], Я. А. Жаліло [3]. Аналіз особливостей конкурентоспроможності України здійснюється в роботах О. Вертелєвої [2], Б. Іличка [4], К. Сушко, О. Чернової [5], Т. Хворост [6], проте вони зосереджені на дослідженнях Всесвітнього економічного форуму. Водночас у світовій практиці також широко використовується аналіз конкурентоспроможності Міжнародного інституту розвитку менеджменту.

Мета роботи. В межах даної роботи буде здійснено порівняльний аналіз методик досліджень Всесвітнього економічного форуму (The Global Competitiveness Index) та Міжнародного інституту розвитку менеджменту (The IMD World Competitiveness Yearbook), а також їх результатів.

Основу методик Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) та Міжнародного інституту розвитку менеджменту (МІРМ) складають методичні підходи, розроблені ще у 1979 році Європейським форумом з розвитку менеджменту. Однак після 1987 року Всесвітній економічний форум та Міжнародний інститут

розвитку менеджменту почали власні дослідження, і на сьогоднішній день методики їх розрахунку відрізняються.

Всесвітній економічний форум враховує більшу кількість країн, що досліджуються (у 2017−2018 роках їх було 137), у той час, як Міжнародний інститут менеджменту оцінює 63 країни.

ВЕФ досліджує Індекс глобальної конкурентоспроможності «Global Competitiveness Index», який дозволяє оцінювати мікро- та макрофактори розвитку економіки у поточному та середньостроковому періодах, а також враховує вплив трьох груп факторів, кожен з яких складається з ряду підфакторів. Перша група факторів − базові вимоги, до яких відносяться інституції (оцінка яких розробляється на основі 21 підфактора), інфраструктура (9 підфакторів), макроекономічне середовище (5 підфакторів) та охорона здоров'я (10 підфакторів). Друга група факторів − підсилювачі ефективності, до якої входять вища освіта та професійна підготовка (формуються з 8 підфакторів), ефективність ринку товарів (16 підфакторів), ефективність ринку праці (10 підфакторів), рівень розвитку фінансового ринку (8 підфакторів), технологічна готовність (9 підфакторів), розмір ринку (2 підфактори). Третя група факторів − фактори розвитку та інноваційного потенціалу, до якої входять рівень розвитку бізнесу (9 підфакторів) та інновації (7).

Питома вага впливу зазначених факторів змінюється залежно від стадії розвитку країни. На першій стадії ваговий коефіцієнт базових факторів дорівнював 50, коефіцієнт факторів підвищувачів ефективності складав 40, коефіцієнти факторів розвитку та інноваційного потенціалу становили 10. На другій стадії питома вага базових факторів − 40, підвищувачів ефективності − 50, факторів інновації та складності бізнесу − 10. На третій стадії зазначені групи факторів мали коефіцієнти 30, 40 та 30 відповідно.

Критеріями розподілу країн за стадіями розвитку є рівень ВВП на душу населення та частка сировинного експорту у загальному об'ємі. До першої стадії розвитку відносяться країни, ВВП на душу населення яких менше 2000 дол., а питома вага експорту сировинних ресурсів в загальному експорті складає

понад 70 %. Країни з рівнем ВВП на душу населення у межах 3000−9000 дол. і питомою вагою експорту сировини не більше 70 % відносять до другої стадії розвитку. Країни, ВВП на душу населення яких перевищує 17 000 дол., а питома вага сировини в експорті менше 70 %, відносяться до третьої стадії.

Оцінювання конкурентоспроможності національної економіки Міжнародним інститутом розвитку менеджменту здійснюється за чотирма групами факторів: перша група факторів характеризує економічну діяльність у складі 84 показників, друга група факторів − ефективність бізнесу (71 показник), третя група − ефективність уряду (61 показник), четверта − стан інфраструктури (116 показників).

З метою зменшення суб'єктивності оцінок МІРМ використовує дві третини кількісних показників та одну третину експертних оцінок. Питома вага підфакторів дорівнює 5 %. Всі країни поділяють на дві групи: країни з чисельністю до 20 млн чоловік та країни з чисельністю більше 20 млн чоловік.

Дослідження Всесвітнього економічного форму є більш суб'єктивними, вони складаються з однієї третини статистичних даних та двох третин експертних оцінок.

Всесвітній економічний форум та Міжнародний інститут розвитку менеджменту довгий час співпрацювали та видавали єдиний звіт щодо конкурентоспроможності країн, тому в цілому їх оцінки співпадають. Однак з 1987 року вони здійснюють окремі дослідження, публікують власні звіти, мають певні відмінності методик розрахунку, в зв'язку з чим результати їх досліджень відрізняються.

Так, відрізняється перелік країн, які увійшли до першої десятки рейтингів Звіту глобальної конкурентоспроможності та Світового щорічнику конкурентоспроможності (табл. 1).

Україна відповідно до звіту Глобальної конкурентоспроможності входить до третьої чверті країн (81 місце з 137 країн), а згідно звіту Світового щорічнику конкурентоспроможності займає третє місце з кінця (60 місце з 63 країн).

Ще більші відмінності демонструє аналіз показників конкурентоспроможності показників України, який наведено у табл. 2.

Таблиця 1

Країни-лідери рейтингу конкурентоспроможності у 2017–2018 рр.

Звіт Глобальної конкурентоспроможності, 2017–2018 рр. Всесвітній економічний форум	**Світовий щорічник конкуренто-спроможності, 2017 р. Міжнародний інститут розвитку менеджменту**
1. Швейцарія	1. Гонконг
2. США	2. Швейцарія
3. Сінгапур	3. Сінгапур
4. Нідерланди	4. США
5. Німеччина	5. Нідерланди
6. Гонконг	6. Ірландія
7. Швеція	7. Данія
8. Великобританія	8. Люксембург
9. Японія	9. Швеція
10. Фінляндія	10. ОАЕ

Примітка: складено згідно [7; 8].

Таблиця 2

Порівняльний аналіз конкурентоспроможності України згідно методик ВЕФ та МІРМ*

Звіт Глобальної конкурентоспроможності, Всесвітній економічний форум		**Світовий щорічник конкуренто-спроможності, Міжнародний інститут розвитку менеджменту**	
Показник	**Місце у рейтингу**	**Показник**	**Місце у рейтингу**
1. Інституції	118	1. Внутрішня економіка	48
2. Інфраструктура	78	2. Міжнародна торгівля	42
3. Макроекономічне середовище	121	3. Міжнародні інвестиції	49
4. Охорона здоров’я та початкова освіта	53	4. Працевлаштування	53
5. Вища освіта та професійна підготовка	35	5. Ціни	45
6. Ефективність ринку товарів	101	6. Державні фінанси	56
7. Ефективність ринку праці	86	7. Податкова політика	23
8. Рівень розвитку фінансового ринку	120	8. Інституціональна структура	62
9. Технологічна готовність	81	9. Бізнес-законодавство	57
10. Розмір ринку	47	10. Соціальне середовище	54
11. Рівень розвитку бізнесу	90	11. Продуктивність та ефективність	59
12. Інновації	61	12. Ринок праці	57
		13. Фінанси	63
		14. Практики управління	54
		15. Погляди та цінності	44
		16. Базова інфраструктура	55
		17. Технологічна інфраструктура	60
		18. Наукова інфраструктура	44
		19. Здоров’я та довкілля	61
		20. Освіта	45

Примітка: складено згідно [7; 8].

За даними досліджень Всесвітнього економічного форуму Україна зайняла 81 місце серед 137 країн, що є покращеним результатом відносно 2016–2017 рр., коли вітчизняна економіка займала 85 місце серед 138 країн, але гіршим, у порівнянні з 2015–2016 рр. (79 місце з 140 країн), 2014–2015 рр. (76 місце з 144 країн), 2012–2013 рр. (73 місце з 144 країн).

Згідно Індексу глобальної конкурентоспроможності найбільш сильними сторонами конкурентоспроможності України є вища освіта та професійна підготовка (35 місце), розмір ринку (47 місце), охорона здоров'я та початкова освіта (53 місце), інновації (61 місце) та інфраструктура (78 місце).

Найкращими показниками вищої освіти та професійної підготовки є охоплення вищою освітою (16 місце), якість викладання математики та природничих наук (27 місце), доступ до Інтернету в школах (44 місце). При цьому за рівнем підвищення кваліфікації персоналу та якістю шкіл менеджменту Україна займає лише 88 місце.

У категорії «розмір ринку» найкращі характеристики вітчизняна економіка отримала за відсоток експорту у ВВП (30 місце), розмір зовнішнього ринку (39 місце), обсяг ВВП за паритетом купівельної спроможності (48 місце), розмір внутрішнього ринку (48 місце).

У сфері охорони здоров'я та початкової освіти найвищі місця у рейтингу Україна зайняла за якістю початкової освіти (42 місце). Однак за дитячою смертністю (оцінюється як кількість смертей на 1000 немовлят) країна посідає 50 місце, за охопленням початкової освіти (62 місце), за середнім очікуванням тривалості життя (92 місце), впливом туберкульозу на ведення бізнесу (92 місце).

Відносно непоганий показник (61 місце) за рахунок інновацій досягнуто за наявністю наукових та інженерних кадрів (25 місце), здатністю до інновацій (51 місце), кількістю патентів на винаходи (52 місце). Водночас за рівнем державних закупівель високотехнологічної продукції країна отримала (96 місце), за витратами компаній на НДДКР (76 місце), за співпрацею університетів і бізнесу в НДДКР (73 місце).

Розвиток інфраструктури забезпечив 78 місце за рахунок кількості абонентів мобільного зв'язку (37 місце), якості залізничної інфраструктури (37 місце), кількості телефонних ліній (51 місце). Водночас Україна посідає 130 місце за якіс-

тю доріг, 93 місце за якістю портової інфраструктури, 92 місце за якістю інфраструктури повітряних перевезень, якість інфраструктури в цілому (88 місце).

Слабкими сторонами конкурентоспроможності України згідно досліджень Всесвітнього економічного форуму є стан макроекономічного середовища (121 місце), рівень розвитку фінансового ринку (120 місце), державні інституції (118 місце), ефективність ринку товарів (109 місце).

Серед показників макроекономічного середовища найгіршими є інфляція (129 місце), кредитний рейтинг країни (123 місце), державний борг (112 місце). Найкращим серед макроекономічних показників є сальдо держбюджету (53 місце).

Низький рівень розвитку фінансового ринку пов'язаний з ненадійністю вітчизняних банків (135 місце), неефективним регулюванням фондового ринку (134 місце), низькою доступністю венчурного капіталу (118 місце). Покращує розвиток фінансового ринку індекс надійності юридичних прав (22 місце).

Неефективний розвиток державних інституцій пов'язаний з низьким захистом інтересів міноритарних акціонерів (129 місце), незалежністю судової системи (129 місце), правами власності (128 місце), рівнем стандартів аудиту та звітності (123 місце), ефективністю правової системи в оскаржувані регуляторних актів (122 місце), витратами бізнесу від загрози тероризму (122 місце), охороною інтелектуальної власності (119 місце), нецільовим використання бюджетних коштів (119 місце). Найкращі результати щодо оцінки інституцій країна отримала за показниками прозорості політики держорганів (65 місце), надійністю захисту інвесторів (66 місце).

Конкурентоспроможність економіки України зменшується за рахунок низької ефективності ринку товарів (109 місце). Негативну оцінку, насамперед, вона отримала за наступними показниками: вплив регулювання на приватні іноземні інвестиції (130 місце), вплив оподаткування на бажання інвестувати (129 місце), частка іноземної власності (127 місце), тягар митних процедур (126 місце), ефективність антимонопольної політики (124 місце). На позитивну оцінку заслуговують показники: кількість процедур, необхідних для відкриття бізнесу (18 місце); час, потрібний для відкриття бізнесу (22 місце); митні тарифи (44 місце); відношення імпорту до ВВП (47 місце).

Найбільш проблемними факторами для ведення бізнесу (згідно досліджень Всесвітнього економічного форуму) визначено інфляцію, корупцію, нестабільність політики, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, нестабільність уряду, урядовий доступ до фінансування, неефективність державної бюрократії, регулювання валютного ринку, недостатню освіченість працівників, низький рівень етики робочої сили, низьку здатність до інновацій, обмежене регулювання ринку праці, невідповідну якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низьку якість охорони здоров'я.

За результатами досліджень Міжнародного інституту розвитку менеджменту (The IMD World Competitiveness) Україна зайняла 60 місце серед 63 країн світу. Рейтинг вітчизняної економіки погіршився, у порівнянні з 2013 та 2014 роками, (коли вона займала 49 місце), а також у порівнянні з 2016 роком (коли Україна займала 59 місце серед країн світу). Зміни відбулися за всіма чотирма групами показників: економічна діяльність, ефективність уряду, ефективність бізнесу та інфраструктура, що представлено на рис. 1.

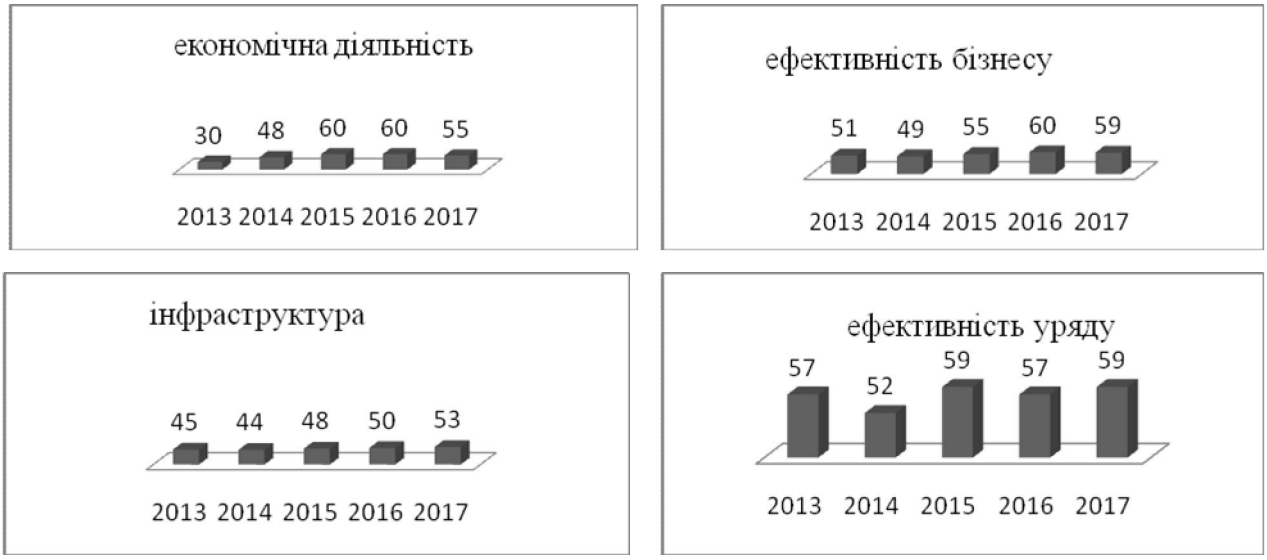

Рис. 1. Показники конкурентоспроможності України за даними досліджень Міжнародного інституту розвитку менеджменту [8]

Серед показників економічної діяльності найбільш сильними сторонами економіки України є концентрація експорту партнером (4 місце), валове нагромадження капіталу (5 місце), індекс вартості життя (6 місце), ціни на бензин (15 місце).

Найгірші показники у цій групі вітчизняна економіка отримала за категорії ВВП на душу населення (62 місце) та ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності (61 місце), який у 2016 році склав 8272 дол. Слабкими сторонами економічної діяльності також є валовий основний капітал (59 місце), сталість економіки (59 місце), курси валют (58 місце), витрати на продукти харчування (57 місце), зайнятість (57 місце).

Оцінюючи ефективність уряду, слід відмітити найбільш вагомі переваги вітчизняної економіки, серед яких ставка внесків на соціальне страхування працівника (1 місце), коефіцієнт Джині (1 місце), тарифні бар'єри (9 місце), ставка корпоративного податку на прибуток (11 місце), складність процедури запуску бізнесу (14 місце), час, необхідний для відкриття бізнесу (16 місце). Негативно на ефективність уряду впливають стабільність валютного курсу (63 місце), кредитний рейтинг країни (62 місце), інвестиційні стимули (62 місце), ринки капіталу (62 місце), ризик політичної нестабільності (62 місце), особисте забезпечення та права приватної власності (62 місце), митна влада (61 місце), законодавство про конкуренцію (61 місце), протекціонізм (61 місце).

Конкурентоспроможність ефективності бізнесу підвищується за рахунок таких показників, як оплата праці у сфері послуг (1 місце), винагорода за управління (3 місце), рівень компенсації (4 місце), жіноча робоча сила (16 місце), потреба в економічних та соціальних реформах (26 місце). Зменшують ефективність бізнесу: дотримання вимог законодавства (63 місце), фінансово-банківське регулювання (63 місце), фінансові навички (63 місце), інвестиційний ризик (62 місце), кредит (62 місце), права акціонерів (62 місце), фактор фінансового ризику (62 місце), фондова ринкова капіталізація (61 місце).

Оцінюючи інфраструктуру вітчизняної економіки, слід відзначити такі переваги, як вартість мобільного зв'язку (1 місце), державні витрати на освіту на 1 учня (9 місце), загальні державні витрати на освіту (13 місце), медична допомога (16 місце), співвідношення учнів та вчителів (середня освіта) − 25 місце. Негативно на інфраструктуру України впливають такі показники, як енергетична інтенсивність (63 місце), кількість мобільних абонентів широкосмугового зв'язку (63 місце),

технологічне регулювання (62 місце), фінансування технологічного розвитку (62 місце), закони про охорону навколишнього середовища (62 місце), дослідники та вчені (62 місце), кібернетика (61 місце), права інтелектуальної власності (61 місце), розробка та застосування технологій (61 місце), якість життя (61 місце).

До найбільш привабливих рис конкурентоспроможності України Міжнародний інститут розвитку менеджменту у 2017 році відніс кваліфікацію робочої сили, конкурентоспроможність витрат, високий рівень освіти, відкриті та позитивні відносини, динамізм економіки, ефективність відносин праці, якість корпоративного управління, політичну стабільність і передбачуваність, ефективне правове середовище, високу культуру досліджень та розробок, конкурентний правовий режим, надійність інфраструктури, доступ до фінансування, придатне середовище для бізнесу, компетентність уряду.

Якщо за дослідженнями Всесвітнього економічного форуму найвищий рейтинг Україна отримала за показниками вищої освіти та професійної підготовки (35 місце), розміру ринку (47 місце), охорони здоров'я та початкової освіти (53 місце), інновацій (61 місце) та інфраструктури (78 місце); то за результатами аналізу Міжнародного інституту розвитку менеджменту до першої п'ятірки показників увійшли податкова політика (23 місце), міжнародна торгівля (42 місце), погляди та цінності (44 місце), наукова інфраструктура (44 місце).

Відмінності у дослідженнях виникають при оцінці податкової політики України. МІРМ позитивно оцінює ставки внесків соціального страхування працівників (1 місце), ставки корпоративного податку на прибуток (11 місце), ефективність ставки податку на доходи фізичних осіб (28 місце), зібрані сукупні податкові надходження (20 місце). Натомість ВЕФ досить негативно оцінює вплив оподаткування на бажання інвестувати (129 місце), сукупні податкові ставки (% прибутку, 115 місце), митні тарифи (44 місце), тягар митних процедур (126 місце). І взагалі, розглядає високі податкові ставки та складність податкового законодавства як найбільш проблемні фактори ведення бізнесу в Україні.

Звіти збігаються у відносно високих оцінках освіти вітчизняної економіки. За даними МІРМ, освіта зайняла 45 місце, а за даними ВЕФ, вища освіта та

професійна підготовка посіли 35 місце, охорона здоров'я та початкова освіта – 53 місце.

Однаково позитивно МІРМ та ВЕФ оцінюють можливість відкриття бізнесу у вітчизняній економіці. Згідно Світового щорічнику конкурентоспроможності складність процедури запуску бізнесу займає 14 місце, а час, необхідний для відкриття бізнесу − 16 місце. Поряд з цим, звіт Глобальної конкурентоспроможності помістив показник кількості процедур, необхідних для відкриття бізнесу, на 18 місце, а час, потрібний для відкриття бізнесу, на 22 місце.

Досить суперечливими є оцінки інновацій. ВЕФ достатньо високо оцінює наявність наукових та інженерних кадрів (25 місце з 137 країн), здатність до інновацій (51 місце), патенти на винаходи (на млн осіб, 52 місце), якість науково-дослідних закладів (60 місце). Натомість МІРМ надає технологічній інфраструктурі 60 місце з 63 країн, трохи вищою є оцінка наукової інфраструктури − 44 місце. При цьому досить низько оцінює вітчизняних дослідників та вчених, надаючи їм 62 місце (друге з кінця), права інтелектуальної власності (61 місце), розробку та застосування технологій (61 місце).

Різняться оцінки ВЕФ та МІРМ і при оцінці вітчизняної інфраструктури. За даними ВЕФ, Україна займає 78 місце з 137 країн, а за даними МІРМ − 55 місце з 63 країн світу. При цьому слід зазначити, що критерії складно порівнювати, оскільки до показника інфраструктури ВЕФ відносяться транспортна, енергетична та телекомунікаційна інфраструктура, а до критерію інфраструктури МІРМ увійшли базова, технологічна, наукова інфраструктура, здоров'я та довкілля, освіта.

Порівняльний аналіз результатів досліджень Міжнародного інституту розвитку менеджменту та Всесвітнього економічного форуму показав, що вони мають єдину теоретичну та методичну базу, використовують методи індексів, застосовують схожі принципи економіко-математичних розрахунків, дані статистичної інформації, значну кількість опитувань й показників макроекономіки, соціально-політичних і юридичних показників та глобальних індексів. Однак при цьому різняться методами збору та обробки інформації, що призводить до розбіжностей рейтингів.

Порівняльний аналіз оцінок конкурентоспроможності України показав, що за даними звітів Глобальної конкурентоспроможності та Світового щорічника конкурентоспроможності досить високо оцінюється рівень освіти, проте суперечливими є оцінки вітчизняних науковців (високі оцінки у ВЕФ і низькі у МІРМ). Різняться оцінки світових організації при дослідженні податкової політики (високі оцінки у МІРМ та низькі у ВЕФ).

Слід зазначити, що порівняльний аналіз звітів МІРМ та ВЕФ ускладнюється розбіжностями у структурі критеріїв, їх кількості (333 у МІРМ та 112 у ВЕФ), а також кількістю країн, що оцінюються (137 країн у ВЕФ та 63 у МІРМ). До того ж методика ВЕФ постійно вдосконалюється, що робить більш складним аналіз рейтингів у динаміці. А МІРМ надає звіти на платній основі й обмежує характеристику власних методик досліджень.

Відмінності у методиках та результатах досліджень Всесвітнього економічного форуму та Міжнародного інституту розвитку менеджменту свідчать про необхідність вдосконалення оцінок конкурентоспроможності країн або навіть розробки єдиної загальної методики.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.
2. Вертелєва О. Фактори міжнародної конкурентоспроможності України / О. Вертелєва // Вісник КНТЕУ. – 2016. − № 3. – С. 33–48.
3. Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк, Я. В. Белінська. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
4. Іличок Б. І. Глобальна конкурентоспроможність України: стан та можливості змін / Б. І. Іличок // Глобальна та національні проблеми. – 2017. – Вип. 15. – С. 71–76.
5. Сушко К. В. Місце України у глобальних економічних рейтингах / К. В. Сушко, О. В. Чернова // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 9. – С. 110–114.
6. Хворост Т. В. Стан конкурентоспроможності національної економіки України / Т. В. Хворост // Економіка і суспільство. – 2017. − № 10. – С. 145–148.
7. The Global Competitiveness Report 2017−2018. − World Economic Forum 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: //www.weforum.org
8. The World Competitiveness Yearbook 2017 – IMD, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: // www.imd.org

І. Г. Курінна

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Оскільки діяльність вітчизняних підприємств зазнає значного деструктивного впливу динамічних зовнішніх чинників, це обумовлює необхідність постійного пошуку внутрішніх резервів для розвитку організації. Одним з таких напрямів є оптимізація витрат на оплату праці працівників за рахунок вдосконалення діючої системи оплати праці.

Для того, щоб своєчасно виявляти та ліквідувати проблемні моменти у функціонуванні механізму оплати праці, визначати напрямки його удосконалення, будь-який господарюючий суб'єкт повинен сформовати методичну базу оцінки ефективності управління фондом оплати праці, що дозволять всебічно охарактеризувати управління персоналом на підприємстві.

Таким чином, якісне методичне забезпечення оцінки ефективності стимулювання праці має важливе значення для підвищення результативності діяльності найціннішого елементу соціально-економічної системи – персоналу – за рахунок удосконалення системи оплати праці, а отже сприятиме покращенню виробничо-збутових показників, що у свою чергу позначиться на зміцненні конкурентоспроможності організації в умовах мінливого середовища.

Питання оплати праці та її ефективності розглядали у своїх роботах такі науковці, як Сукач О. [14], Неклюдова М. [9], Димеденко І. [1], Шостак І. [16], Літвінов О. [6]. Дослідники розкрили сутність системи оплати праці та її значення в діяльності підприємства, запропонували різноманітні критерії для аналізу діючого механізму стимулювання. Проте розрізненість викладених методичних положень вимагає їх систематизації з метою створення адекватної методичної бази для оцінки ефективності системи оплати праці на підприємстві.

Метою роботи є дослідження стану наявного методичного інструментарію для аналізу ефективності системи оплати праці на підприємстві та його систематизація.

Під ефективністю системи стимулювання розуміють максимізацію продуктивності праці за умови оптимізації витрат на використання стимулюючих заходів [8].

На сучасному етапі розвитку виробничих відносин менеджери вже розуміють, що ефективне використання персоналу за рахунок вмілого застосування матеріальної мотивації є визначальним фактором покращення виробничо-збутової діяльності підприємства внаслідок зниження витрат на виробництво продукції, скорочення непродуктивних витрат робочого часу, зростання продуктивності праці, підвищення якості продукції.

Дослідники О. В. Соснова та М. І. Сидоров висловлюють слушну думку про те, що система оплати праці опосередковано впливає на кінцеві результати діяльності підприємства (рис. 1) [13].

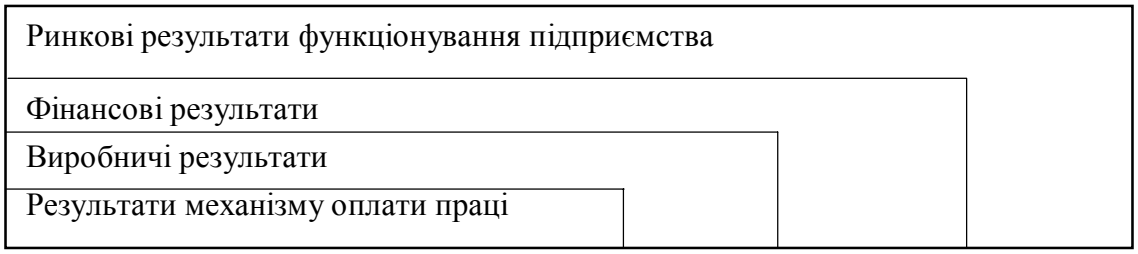

Рис. 1. Внесок результатів механізму оплати праці у загальні результати діяльності підприємства

Розробники схеми підкреслюють, що зв’язок між результатами підприємства − причино-наслідковий, який важче довести при поступальному переході між рівнями «драбини зв’язків», тому що збільшується кількість факторів, що впливають на кінцевий результат. Таким чином, механізм оплати праці опосередковано впливає на фінансові показники підприємства через виробничі, тому важко однозначно оцінити частку внеску механізму у кінцеві результати діяльності організації.

Ефективна діяльність системи оплати праці має велику цінність для розвитку підприємства, тому важливо здійснювати систематичну оцінку результатів її функціонування, що забезпечить менеджерів інформацією, необхідною для прийняття компетентних управлінських рішень.

Дослідники А. В. Модорський та Г. Г. Модорська [8] запропонували чотириступінчасту методику оцінки ефективності системи оплати праці на підприємстві (рис. 2):

1. На першому кроці необхідно провести соціологічне дослідження з метою аналізу зміни рівня задоволеності працівників системою стимулювання.

2. На другому кроці слід вивчити думки експертів щодо ефективності системи оплати праці.

3. Третій крок передбачає проведення розрахунку загальних показників оцінки ефективності системи стимулювання.

4. На четвертому кроці здійснюють розрахунок спеціальних показників оцінки ефективності системи оплати праці в організації.

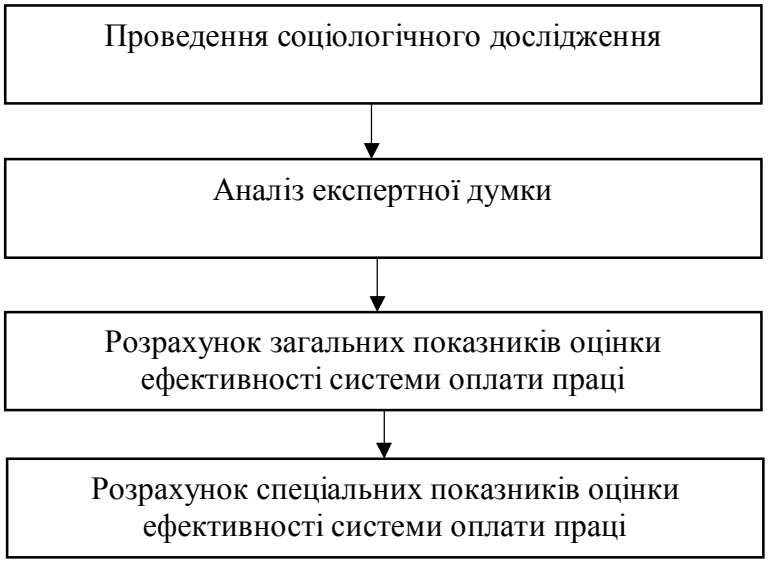

Рис. 2. Чотириступінчаста модель оцінки ефективності системи оплати праці

Перевагами цієї схеми є те, що вона дозволяє оцінити не тільки кількісний аспект ефективності функціонування системи стимулювання, а також відображає її якісні результати. Якісні показники характеризують соціальну ефективність матеріального стимулювання на підприємстві та свідчать про відношення працівників до діючої системи оплати праці на підприємстві в залежності від ступеня задоволення їх внутрішніх потреб.

Детальніше розглянемо методичний інструментарій, запропонований науковцями. На першому етапі проводять соціологічне дослідження працівників підприємства з метою визначення їх ставлення до діючого механізму оплати праці. Цей етап передбачає розробку анкети, що містить питання, здатні не тільки

встановити відношення робітників організації до елементів системи оплати праці, а й дозволять виявити причини наявного невдоволення.

На другому етапі здійснюється аналіз думки експертів щодо ефективності системи оплати праці та її відповідності цілям функціонування підприємства. Розробники моделі наголошують на тому, що склад експертної групи повинен бути репрезентативним, тобто відображати інтереси різних суб'єктів організації. До неї мають входити керівники різних рівнів (вищого, середнього та нижчого) і різних функціональних напрямків. До того ж експерти приймають безпосередню участь в аналізі результатів, отриманих на першому етапі, та формулюванні висновків.

За результатами перших двох етапів необхідно побудувати матрицю SWOT-аналізу системи оплати праці на підприємстві, що дозволить систематизувати внутрішні сильні (strengths) та слабкі (weaknesses) сторони у сфері управління фондом оплати праці та своєчасно виявити можливості (opportunities) й загрози (threats), що надходять із зовнішнього середовища.

Третій етап передбачає аналіз динаміки загальних показників оцінки ефективності системи стимулювання. Одним з основних показників ефективності управління оплатою праці є зарплатовіддача, яка розраховується як відношення результату виробничої діяльності підприємства (обсяг виробництва, виручка від реалізації продукції) до фонду заробітної плати [15]. Оскільки даний показник свідчить про обсяг виробництва, що приходиться на одну гривню фонду оплати праці, то чим вищим він є, тим ефективніше функціонує система оплати праці.

Проте основним недоліком зарплатовіддачі є те, що зростання обсягів виробництва (чисельник) може бути зумовлене не тільки покращенням трудової діяльності працівників, а й зміною техніко-технологічного рівня виробництва. Крім того, виручка виражається за допомогою вартісних показників, тому її значення може спотворюватися в результаті інфляційних процесів.

Кожен науковець формує власну множину показників ефективності системи стимулювання підприємства, проте аналіз ряду публікацій [4–6; 9; 16] дозволив виділити найбільш розповсюджені показники, що використовуються при оцінці діючого механізму оплати праці (табл. 1).

Таблиця 1

Показники ефективності функціонування системи оплати праці та алгоритм їх розрахунку

Показники	Алгоритм розрахунку
Продуктивність праці, тис. грн/особу	$ПП = \frac{Q}{\overline{Ч}_{обл.}}$, де Q – обсяг виробництва, тис. грн; $\overline{Ч}_{обл.}$ – середньооблікова чисельність персоналу, осіб
Зарплатовіддача	$З_{від.} = \frac{Q}{ФОП}$, де $ФОП$ – фонд оплати праці, тис. грн
Зарплатомісткість	$ЗП_{містк.} = \frac{ФОП}{Q}$
Рентабельність персоналу, тис. грн/особу	$Р_{перс.} = \frac{П}{\overline{Ч}_{обл.}}$, де $П$ – прибуток від реалізації продукції, тис. грн
Рентабельність витрат на оплату праці	$Р_{в.опл.пр.} = \frac{П}{ФОП}$
Частка витрат на оплату праці в загальній собівартості продукції, %	$Ч_{ФОП} = \frac{ФОП}{С}$, де $С$ – собівартість продукції підприємства, тис. грн
Середня заробітна плата працівників, тис. грн	$\overline{ЗП} = \frac{ФОП}{\overline{Ч}_{обл.}}$
Коефіцієнт випередження темпів росту продуктивності праці над темпами росту середньої заробітної плати	$К_{випер.} = \frac{\Delta ПП}{\Delta \overline{ЗП}}$, де $\Delta ПП$ – темп росту продуктивності праці; $\Delta \overline{ЗП}$ – темп росту середньої заробітної плати на підприємстві
Плинність кадрів	$К_{пл.} = \frac{Ч_{зв.в.б.}}{\overline{Ч}_{обл.}}$, де $Ч_{зв.в.б.}$ – чисельність осіб, що звільнилися за власним бажанням, осіб
Питома вага основної заробітної плати у фонді оплати праці підприємства, %	$Ч_{осн.зп.} = \frac{ФОП_{осн.}}{ФОП}$, де $ФОП_{осн.}$ – фонд основної заробітної плати, тис. грн
Коефіцієнт відхилення середньої заробітної плати підприємства від середньої заробітної плати в галузі	$К_{\Delta ЗП_г} = \frac{\overline{ЗП}}{\overline{ЗП}_{г.}}$, де $\overline{ЗП}_{г.}$ – середньомісячна заробітна плата в галузі, тис. грн
Питома вага співробітників, що задоволені рівнем оплати праці, %	$ПВ_{зад.} = \frac{Ч_{зад.}}{Ч_{анк.}}$, де $Ч_{зад.}$ – чисельність осіб, задоволених розміром заробітної плати, осіб; $Ч_{зад.}$ – чисельність осіб, що приймали участь в анкетуванні, осіб

Наразі не існує єдиного підходу до оцінки ефективності механізму диференціації оплати праці, проте наукові дослідження [7; 10; 11] дають змогу здійснити систематизований розподіл усіх показників на три категорії за їх сутністю (рис. 3).

Рис. 3. Система показників оцінки ефективності механізму стимулювання праці

Охарактеризуємо кожну категорію показників:

1. Прямі показники економічної ефективності організації. Оскільки працівники є безпосередніми виконавцями завдань, що стоять перед підприємством, то вони значною мірою впливають на загальну ефективність соціально-економічної системи. Однак, слід пам'ятати, що на зміну цих показників також здійснюють вплив інші виробничі фактори. До цієї групи показників належать: рентабельність, рівень досягнення цільових орієнтирів, економія питомих витрат, окупність капіталовкладень, фондовіддача тощо.

2. Непрямі показники ефективності, що відображають опосередкований зв'язок ефективності системи оплати праці на результати функціонування підприємства: продуктивність праці, коефіцієнт випередження, частка фонду оплати праці у сукупних затратах, зарплатомісткість та зарплатовіддача.

3. Показники соціальної ефективності, що оцінюють соціальний ефект від функціонування мотиваційного механізму.

Соціальна ефективність менеджменту характеризує ступінь використання потенційних можливостей трудового колективу і кожного працівника, його творчих здібностей, успішність вирішення соціальних задач розвитку колективу, ступінь задоволення персоналу різними аспектами праці [14].

До зазначеної групи показників належать: задоволеність рівнем оплати праці, системою кар'єрного зростання, умовами праці; плинність кадрів; рівень трудової дисципліни, механізації та автоматизації, комп'ютеризації адміністративно-управлінської праці; напруженість та ритмічність праці; морально-психологічний клімат в колективі; рівень кваліфікації працівників; частка працівників, що підвищили свій кваліфікаційний рівень тощо.

Ці показники визначають за допомогою анкетування й інтерв'ювання працівників, методу експертних оцінок, методу спостереження та інших методів [11]. При цьому одні показники виражаються за певним ступенем умовності, а інші взагалі не можуть бути виражені кількісно.

На останньому етапі визначення ступеня ефективності системи оплати праці необхідно здійснити аналіз спеціальних показників, до яких належать інтегральний показник та показники кореляційно-регресійного аналізу.

1. Інтегральний показник − умовний числовий вимірювач, що відображає вплив сукупності різновимірних чинників на економічні процеси [10].

І. В. Шостак [16] для визначення загального показника ефективності використання фонду оплати праці пропонує усю сукупність часткових показників поділити на чотири групи: збалансованість, рентабельність, ресурсоємність, продуктивність.

Інтегральний показник дослідник розраховує за допомогою знаходження середньої геометричної від добутку окремих інтегральних показників за блоками:

$$I_{еф.} = \sqrt[4]{I_{зб.} \times I_{рент.} \times I_{рес.} \times I_{пр.}}, \qquad (1)$$

де $I_{еф.}$ – інтегральний показник оцінки ефективності системи стимулювання персоналу;

$I_{зб.}$ – інтегральний показник збалансованості;

$I_{рент.}$ – інтегральний показник рентабельності;

$I_{рес.}$ – інтегральний показник ресурсоємності;

$I_{пр.}$ – інтегральний показник продуктивності.

М. Ю. Неклюдова [9], натомість, усі показники оцінки ефективності внутрішньофірмової політики оплати праці пропонує розподілити на такими напрямками: справедливість оплати праці, задоволеність працею та рівнем її оплати, ефективність використання персоналу.

Розрахунок загального інтегрального показника оцінки ефективності системи оплати праці дослідник пропонує здійснювати шляхом підсумування добутків окремих інтегральних показників з відповідними коефіцієнтами вагомості:

$$I_{еф.}=\sum_{j=1}^{m} K_j \times \beta_j \,, \qquad (2)$$

де $I_{еф.}$ – інтегральний показник ефективності системи оплати праці на підприємстві;

K_j – показник рівня ефективності окремого напряму оцінки загальної ефективності системи оплати праці;

β_j – коефіцієнт вагомості j-того напрямку оцінки;

j – напрямок оцінки;

m – кількість напрямків оцінки ефективності системи стимулювання.

Перевагами вказаних показників є можливість оцінки не тільки загального рівня ефективності системи стимулювання, а й оцінка ефективності окремих напрямів, що дозволяє виявити слабкі місця у функціонуванні механізму диференціації оплати праці.

2. Показники кореляційно-регресійного аналізу.

Кореляційно-регресійний аналіз − це побудова та аналіз економіко-математичної моделі у вигляді рівняння регресії (рівняння кореляційного зв’язку), що виражає залежність результативної ознаки від однієї або кількох ознак-факторів і дає оцінку міри щільності зв’язку [3]. Такий аналіз дає змогу побачити рівень залежності розміру заробітної плати від ступеня ефективності роботи працівника.

Кожен дослідник самостійно встановлює показники для визначення наявності (відсутності) зв’язку та його характеру в залежності від мети дослідження, інформаційної бази, методологічного інструментарію та специфіки діяльності підприємства.

Так, наприклад, І. Димеденко та К. Димеденко [1] зробили оцінку залежності між величною фонду оплати праці (результативна ознака) та обсягами виробництва (факторна ознака) на підприємстві ТОВ «Техпром» на основі даних за п’ять років.

О. А. Дороніна [2] побудувала рівняння множинної регресії, результативною ознакою якого був рівень середньої заробітної плати, а чинниками впливу − прибуток; продуктивність праці; кількість днів, відпрацьованих одним працівником; середній кваліфікаційний розряд робітників.

Розглянута методика праці дозволяє всебічно оцінити ефективність механізму оплати праці на основі використання об’єктивних показників результативності регулювання оплати праці, визначення відповідності між результатами праці та їх оцінкою, врахування суб’єктивного ставлення персоналу до системи стимулювання.

Оскільки функціонування системи оплати праці на підприємстві здійснює безпосередній вплив на працівника та опосередковано через нього впливає на досягнення організації, то доцільно здійснювати оцінку ефективності оплати праці як з позицій менеджера, так і з точки зору працівника.

Критерії оцінки ефективності механізму оплати праці з позиції означених суб’єктів трудового процесу запропоновані Л. Т. Сабіровою [12] і відображені в табл. 2.

Таблиця 2

Критерії оцінки ефективності системи оплати праці на підприємстві

З позиції інтересів роботодавця	**З позиції інтересів працівника**
– підвищення ефективності витрат на робочу силу; – зниження витрат і показника плинності кадрів з причини незадоволеності рівнем оплати праці; – своєчасне закриття вакансій (згідно з нормативами); – скорочення внутрішньофірмових конфліктів; – зниження непродуктивних витрат часу тощо	Об’єктивні:
	– конкурентне положення фірми на ринку праці; – своєчасна індексація заробітної плати; – тісний взаємозв’язок між рівнем заробітної плати та досягненнями працівника (підрозділу, підприємства); – прозорість системи оплати праці тощо
	Суб’єктивні:
	– зниження незадоволеності рівнем оплати праці; – можливість реалізації свого творчого потенціалу; участь у прийнятті рішень

Такий поділ є обґрунтованим, адже пошук причин неефективності функціонування механізму диференціації оплати праці необхідно розпочинати з базового рівня (рівня працівників), оскільки всі інші проблеми (плинність кадрів, зростання зарплатомісткості, погіршення соціально-психологічного клімату) є похідними та сигналізують про організаційні негаразди.

Таким чином, не існує єдиного методу для оцінки ефективності системи стимулювання, адже кожне підприємство є специфічним і неповторним соціально-економічним організмом, що має власні потреби, можливості та обмеження. На разі розроблено сукупність одиничних, групових та інтегральних показників, що здатні не тільки виявити рівень ефективності системи оплати праці, а й висвітлити сфери, що потребують вдосконалення.

Оскільки будь-яка організація функціонує у складному динамічному середовищі, зміну факторів якого точно передбачити неможливо, оцінка ефективності механізму оплати праці повинна проводитися систематично. У такому разі підприємство встигне здійснити превентивні заходи для захисту свого внутрішнього середовища, а не буде просто реагувати на загрози, коли вже важко змінити наявну ситуацію. Тому розробка якісного методичного інструментарію для оцінки системи матеріального стимулювання має важливе значення для розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку моделей, що зможуть найбільш чітко відобразити вплив функціонування системи оплати праці та її елементів на результати діяльності працівника, цеху й підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Димеденко І. Оцінка системи оплати праці та шляхи її удосконалення на промисловому підприємстві. / І. Димеденко, К. Димеденко // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. – Ч. 4. – С. 73–76.
2. Дороніна О. А. Стратегія формування системи оплати праці на промисловому підприємстві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз і аудит» / О. А. Дороніна. – Донецьк, 2005. – С. 20.
3. Економічна енциклопедія : у трьох томах / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – Т. ІІ. – 864 с.
4. Іванчук Н. В. Теоретичні засади оцінки фонду оплати праці підприємства / Н. В. Іванчук // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – 2009. – Вип. 12. – С. 30–38.

5. Коноплёва Г. И. Социальная эффективность управления персоналом / Г. И. Коноплёва, А. С. Борщенко // Альманах современной науки и образования : экономические науки. – Тамбов : Грамота, 2013. – № 7 (74). – С. 80–83.
6. Літвінов О. С. Аналіз взаємозв'язку структури витрат на оплату праці та ефективності праці на підприємствах кабельної промисловості / О. С. Літвінов, О. О. Сукач // Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів : моногр. / за заг. ред. В. І. Гринчуцького. – Тернопіль : Крок, 2014. – С. 456-466.
7. Методологические подходы к оценке эффективности систем стимулирования и мотивации труда [Електронний ресурс] / Интернет портал : Мотивация труда. – Режим доступу : https://motivtrud.ru/PCost/effect.html#razdel3
8. Модорский А. В. Методика оценки эффективности системы стимулирования труда / А. В. Модорский, Г. Г. Модорская // Вестник Пермского университета. – 2015. – № 4 (27). – С. 160–169.
9. Неклюдова М. Ю. Особенности формирования эффективной политики оплаты труда / М. Ю. Неклюдова // Российское предпринимательство. – 2013. – № 13(235). – С. 68–77.
10. Неклюдова М. Ю. Управление внутрифирменной политикой оплаты труда : дис. на соискание науч. степени канд. екон. наук : 08.00.05 / М. Ю. Неклюдова. – Томень, 2014. – 185 с.
11. Никифорова Л. Х. Подходы к оценке эффективности систем мотивации персонала [Електронний ресурс] / Л. Х. Никифорова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 6. – Режим доступу : http://ekonomika.snauka.ru/2016/06/11632
12. Сабирова Л. Т. Внутрифирменная политика оплаты труда: теория и современная практика : моногр. / Л. Т. Сабирова, Т. Ю. Стукен. – Омск : Изд-во Омского гос. ун-та, 2011. – 230 с.
13. Соснова Е. В. Эффективность социальных программ компании: научная моногр. / Е. В. Соснова, Н. И. Сидоров. – М. : Арт-менеджер, 2008. – 152 с.
14. Социальная эффективность менеджмента [Електронний ресурс] / Интернет портал : «Стратегическое планирование и стратегическое управление». – Режим доступу : http://www.strategplann.ru/the-effectiveness-of-the-organizations-management/social-performance-management.html
15. Сукач О. О. Факторний аналіз показника зарплатовіддачі / О. О. Сукач // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 6(3). – С. 158–161.
16. Шостак І. В. Оцінювання ефективності систем стимулювання праці персоналу та їх вплив на результативність діяльності торговельного підприємства / І. В. Шостак // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 257–266.

Н. Б. Кушнір, Н. Б. Савіна, Н. Е. Ковшун

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ У СФЕРІ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

У практичній діяльності українських підприємств управління проектами не так часто розглядається як інструмент підвищення ефективності виробничої діяльності. Проте, динамічні зміни зовнішнього середовища, виникнення кризових загроз, посилення суперництва, зменшення споживачів, посилення вимог до продукції посилили значимість проектного менеджменту. На теперішній час для ефективного функціонування підприємств в умовах жорсткої конкуренції необхідно впроваджувати системи управління проектами, які дозволятимуть приймати обґрунтовані тактичні та стратегічні рішення.

Впровадження проектного менеджменту у сфері створення сучасного високотехнологічного обладнання на даному етапі розвитку економіки України потребує нових підходів. Це також обумовлено вступом України до СОТ і зростаючою інтенсивністю процесу глобалізації. Відсутність у практичній діяльності українських підприємств сучасних методів управління проектами, брак досвіду їх вдосконалення та гнучкого використання, слабкий рівень впровадження наукових розробок у сфері проектного менеджменту призводить до зниження ефективності їх діяльності.

Замовники високотехнологічного обладнання висувають жорсткі вимоги до технічних і економічних параметрів продукції та термінів її створення. Виконавці таких замовлень часто діють на основі стандартних процесів, тоді коли споживачі потребують гнучкого підходу, що пов’язаний з умовами створення, монтажу та експлуатації обладнання. Таке виробництво потребує певної узгодженості ресурсної складової, якості (яка б відповідала вимогам і очікуванням споживачів) та часу виконання робіт, що зумовлює необхідність удосконалення методів проектного менеджменту при створенні високотехнологічного обладнання.

Поняття «менеджмент інвестиційних проектів», що висвітлено в українському законодавстві, фактично зводиться до визначення проекту лише як сфери

діяльності, пов'язаної з будівництвом об'єктів і створенням проектно-кошторисної документації. В науковому середовищі України, на нашу думку, теоретичне узагальнення проблем проектного менеджменту не достатньо обґрунтоване, немає єдиного підходу для визначення цілого ряду категорій. Практично відсутній комплексний та системний підходи щодо використання сучасного досвіду проектного менеджменту в практичний діяльності підприємств з урахуванням специфіки галузі, де вони функціонують.

В Україні існує ряд наукових праць і досліджень, в яких проаналізовані результати рішень, прийнятих на основі реалізації інвестиційних проектів, окремі конкретні механізми та інструменти їх впровадження й удосконалення. Попри велику кількість виданих праць за цією тематикою, сьогодні можна констатувати факт відсутності наукових досліджень, в яких би докладно розглядалась методика оцінки ефективності їх впровадження при створенні високотехнологічного обладнання.

Теоретико-методичним проблемам розвитку управління проектами як складової підприємництва присвячені численні роботи як українських, так і зарубіжних авторів. З огляду на тему нашого дослідження відзначимо таких науковців, як Р. Арчибальд, Ф. Бегьюлі, В. Вісящєв, В. Воропаєва, К. Грей, А. Гавриленко, Я. Гританс, О. Долгальова, В. Еліферова, В. Жуков, Д. Корольов, Е. Ларсон, В. Рєпін, К. Салига, В. Сіденко, Г. Тарасюк, А. Товба, С. Хілевич, Г. Ціпес, М. Чумаченко, В. Шапіро, М. Шарко, А. В. Шеєр, О. Яковенко та інші.

Науковцями розглянуто сутність інвестиційних проектів в цілому, досліджено управління проектами як складової інвестиційного процесу, висвітлено особливості технологічних аспектів. Проте, незважаючи на широкий спектр порушених наукових проблем і глибину їх дослідження, у сучасній економічний науці окремі управління проектами не досить повно розглядаються як виробничий процес конкретного підприємства. А тому проблема визначення шляхів удосконалення планування та здійснення проекту з огляду на очікувані позитивні результати для підприємства, що його здійснює, потребує подальшого дослідження.

Визначена та належним чином використовувана методологія проектного менеджменту забезпечує гарантію того, що проекти будуть виконані вчасно

відповідно до запланованого бюджету й вимог замовників [1]. Підґрунтям такої гарантії є ефективне використання сукупності правил, принципів, методів, інструментів, які дозволяють управляти проектом протягом усіх фаз і стадій його життєвого циклу.

Методологія управління проектами – це чітко визначена та науково доведена комбінація логічно пов'язаних практик й методів, які дозволяють ефективно планувати, реалізовувати, здійснювати моніторинг і контроль, а також доводити проект до успішного завершення [2; 3].

Мета методології проектного менеджменту − забезпечити належну розробку та реалізацію проекту за допомогою прийняття ефективних управлінських рішень. Вона визначає засади виконання кожного етапу реалізації проекту таким чином, щоб роботи виконувались з дотриманням графіка, бюджету та вимог замовників.

Усі види методології управління проектами можна розподілити за двома підходами: традиційна (каскадна, водоспадна) та гнучка (адаптивна) методологія [4]. Традиційна методологія управління проектами доволі широко використовується у всіх галузях і за всіма видами проектів. Її сутність полягає у поступовому виконанні чітко визначених етапів життєвого циклу проекту: визначення вимог, проектування, реалізація, тестування, інсталяція, підтримка (експлуатація, супроводження). Перехід до кожного наступного етапу здійснюється лише після того, як замовником підтверджене завершення попереднього етапу.

Застосування цієї методології доцільно у проектах, результатом виконання яких є матеріальний продукт, і для якісної реалізації котрих необхідна чітка послідовність дій. Вироблені шаблони рішень за цією методологією можна використовувати для інших проектів підприємства. Однак, ця методологія потребує суттєвих інвестицій у планування та тривалого часу виконання перших двох етапів (20−40 % від всього часу виконання проекту) [5]. Гнучкий підхід до методології управління проектами використовується у разі неможливості точного визначення конкретних вимог до результату проекту. Проектна діяльність розбивається на кілька ітеративних фаз, кожна з яких формується з багатьох завдань і має свій кінцевий продукт та результат. Такий підхід дозволяє шляхом багатоітераційних нарад із замовником уточнювати його вимоги та швидко вносити зміни у продукт,

що розробляється за проектом. Основною перевагою гнучкої методології є можливість визначення укрупнених характеристик майбутнього результату проекту вже на початковому етапі (на етапі концептуального проекту). Далі поступово здійснюється деталізація характеристик результату проекту шляхом узгодження із замовником. Роботи проекту не мають жорсткого розподілу за фазами, можуть виконуватися паралельно або мати наскрізний характер (виконуватися у багатьох фазах проекту). Кожна робота ініціюється та виконується за необхідністю, що може бути виявлена на будь-якому етапі реалізації проекту [6].

В даному дослідженні буде вивчена ефективність застосування гнучкої методики управління конкретним проектом поряд із застосуванням інших заходів, спрямованих на вдосконалення проектного менеджменту на підприємстві. Розгляд даної проблеми проводився на базі ТОВ «Біосмартекс», яке успішно займається створенням і реалізацією високопродуктивного обладнання для ліній випуску гранул, брикетів, сушильних установок, потужних парових котлів і теплогенераторів, а також виробництвом окремих елементів комплексів (самостійних вузлів) та нестандартного промислового обладнання. Обладнання, що реалізується підприємством, має досить вузьку сферу застосування та вимагає перегляду параметрів при мінімальній зміні вхідного продукту, клімату, навантаження. Тому ТОВ «Біомартекс» реалізує клієнтоорієнтовану стратегію, що забезпечує повне задоволення потреб споживача при досягненні максимальної ефективності роботи обладнання, його економічності та можливості вдосконалення в майбутньому.

Нами розглядається проект комплексу з подрібнення біомаси, що може бути як окремим самостійним елементом, так і складовою більшого комплексу обладнання. До його складу входять три складові вузли − шнековий конвеєр, бункер і сходи.

Одними із фундаментальних кроків при реалізації проекту є формулювання етапів, його структуризація (визначення робіт і завдань), оцінка часу виконання. Враховуючи досвід та специфіку діяльності ТОВ «Біосмартекс». проект комплексу із подрібнення біомаси буде здійснюватися у три етапи (рис. 1).

Тобто передбачається поступове виконання визначених етапів життєвого циклу проекту та відповідних робіт (традиційний підхід). Потік інформації

відбувається від етапу до етапу. Було визначено затрати часу на виконання проекту за його структурними складовими. Так, наприклад, розробка пакету креслень за проектом триває 35 днів, також 35 днів триватиме виробництво обладнання для комплексу з подрібнення біомаси, 10 днів необхідно для монтажу обладнання. Таким чином, на виконання проекту з виготовлення комплексу з подрібнення біомаси необхідно 114 календарних днів, враховуючи 12 вихідних.

Рис. 1. Етапи проекту

Наступним важливим етапом є планування вартості проекту. Це здійснюється на основі норм витрат матеріалів, які надаються конструкторським відділом після розробки технічного завдання. На ТОВ «Біосмартекс» вартість проекту визначається на основі відповідної кошторисної документації. Стосовно проекту, що розглядається, сума контракту становила 1659 тис. грн.

В даному дослідженні основна увага зосереджена на можливостях використання нових методів проектного менеджменту для підвищення ефективності

створення високотехнологічного обладнання, тому детально вихідні дані проекту не розглядаються.

В цілому проект комплексу з подрібнення біомаси був реалізований в рамках Договору, проте вийшов за межі планових часових рамок і планових вартісних обмежень. На практиці при виконанні замовлення щодо створення комплексу з подрібнення біомаси термін виконання склав 120 днів, тобто перевищив планові 114 днів на 5 %. Фактична собівартість проекту склала 1116,8 тис. грн, що перевищило плановий показник на 239,7 тис. грн. Основною причиною перевищення є вихід за межі вартості покупних комплектуючих на 169,7 тис. грн, металу − на 37,8 тис. грн, електрообладнання − на 21,7 тис. грн. Фінансування всіх відхилень від планового бюджету проводилось з прибутку цього проекту. В результаті рентабельність діяльності ТОВ «Біосмартекс» при виконанні даного замовлення знизилась на 12 % (табл. 1).

Таблиця 1

Планові та фактичні показники ефективності діяльності ТОВ «Біосмартекс» при створенні комплексу з подрібнення біомаси

Показник	Бюджет плановий, тис. грн	Бюджет фактичний, тис. грн	Різниця, тис. грн
Сума контракту	1 659	1 659	0
Вартість проекту	930,1	1 169,8	239,7
Дохід	728,9	489,3	−239,6
Чистий прибуток	597,7	401,2	−196,5
Чиста рентабельність	36 %	24 %	−12 %

Нами були досліджені причини, що викликали зростання тривалості та вартості робіт по проекту, які ми об’єднали у групи відповідних факторів (табл. 2).

Таблиця 2

Причини виникнення відхилень при здійсненні проекту будівництва комплексу з подрібнення біомаси ТОВ «Біосмартекс»

Чинники виникнення відхилень	Фактори проектного менеджменту
Затримка поставок основного матеріалу	Недостатній аналіз ринку матеріалів
Відсутність договорів із контрагентами компанії	Нестача інформації про просування проекту
Неспроможність здійснити обробку матеріалу на власній виробничій базі	Нестача інформації про закони і принципи роботи обладнання та його характеристики
Залучення підрядників	

Узагальнюючи досвід реалізації не лише даного проекту, а й інших продуктів ТОВ «Біосмартекс», відзначимо, що підприємство отримує збитки через слабкий зв'язок між відділами команди, що є наслідком вибору не оптимальної моделі управління проектом.

Для обґрунтування висунутої гіпотези нами було розглянуто можливість переходу ТОВ «Біосмартекс» від загальної каскадної моделі реалізації проекту до гнучкої (поелементної). Відмова від каскадної моделі здійснення проекту зумовлюється і наступними міркуваннями. Каскадний метод роботи є досить чітким і зрозумілим, а весь процес реалізації проекту легко контролювати. Проте, при такій моделі роботи потік інформації між учасниками недосконалий і відбувається із наступними недоліками:

1) інформація по проекту формується в окремих відділах без взаємодії з іншими;

2) вся накопичена на попередніх розробках інформація потребує тривалого опрацювання до прийняття в роботу наступними ланками;

3) відсутність інформації у відділах про наявні проблеми, що виникли раніше;

4) відсутність співпраці конструкторського відділу та відділу постачання матеріалів щодо дослідження рикну матеріалів і комплектуючих, терміну їх виготовлення, цін, наявних замінників тощо;

5) відсутність співпраці конструкторського та виробничого відділів через нестачу інформації у конструкторів про завантаженість власного обладнання, можливість обробки окремих деталей на власній виробничій базі.

Вищезазначені фактори не лише зумовлюють удорожчання проекту та збільшення його тривалості, а й в подальшому можуть призвести до його зупинки.

Нами досліджувалась ефективність управління проектом створення комплексу з переробки біомаси в результаті переходу від каскадного методу до гнучкого. При цьому каскадна система роботи зберігається на рівні частини обладнання (вузла), проте для усього комплексу обладнання задачі виконуються паралельно. Оскільки однією з ключових проблем в роботі ТОВ «Біосмартекс» є недостатній обмін інформацією, то необхідно влаштовувати цільові обов'язкові зустрічі членів команди

проекту. Учасниками таких зустрічей можуть бути як вся команда проекту, так і окремі підрозділи, їх керівники або відповідальні особи.

Перевагами такого підходу є наступні:

1) підвищення швидкості передачі інформації за рахунок частих нарад, зібрань тощо;

2) можливість оперативного уточнення питань у проектного менеджера, який володіє усією наявною інформацією;

3) участь в обговореннях конструкції на етапі розробки обладнання, що дозволяє усім учасникам висловити бачення ефективності роботи конструкції та методів її здешевлення, орієнтуючись на власний досвід;

4) посилення зв'язку «постачання − конструкторський відділ»;

5) посилення зв'язку «виробничий відділ − конструкторський відділ»;

6) можливість швидкої переробки креслень, елементів обладнання при виявленні недоліків, оскільки запит на зміну належить не комплексу обладнання, а окремому його елементу, який необхідно переглянути, змінити;

7) за умов скорочення терміну проекту з'являється запас часу − різниця між терміном реалізації Договору купівлі-продажу та плановим терміном проекту.

Разом з позитивними результатами є й певні недоліки та труднощі, що виникають при елементній моделі управління проектом (табл. 3).

Таблиця 3

Результати посилення комунікацій між учасниками

Позитивні	Негативні
- проектний менеджер володіє усією наявною інформацією по проекту; - усі учасники проекту володіють необхідною інформацією з початку розробки документації; - усі учасники проекту приймають участь в обговоренні конструкції обладнання, вносять поправки; - посилюються зв'язки між підрозділами на етапах планування та реалізації, розробки креслень, постачання й виробництва обладнання	- висока завантаженість проектного менеджера робою в різних відділах одночасно; - необхідність частих зібрань з командою проекту, що створює додатковий дискомфорт; - необхідність залучення додаткового часу на доробку документів на перших етапах реалізації проекту

Аналіз показав, що вдосконалення обміну інформацією внаслідок зміни моделі управління проектом дозволяє зменшити збитки при створенні комплексу

з подрібнення біомаси на суму 112 000 грн (10 % вартості проекту). Слід зазначити, що такий рівень перевищення витрат є неприйнятним для проекту низької складності, яким є комплекс з подрібнення біомаси. Їх можливо уникнути лише шляхом зміни моделі ведення проекту.

В результаті дослідження процесу реалізації проекту ТОВ «Біосмартекс» також було виявлено перевищення витрат на суму 96 000 грн (8 % вартості проекту), що спричинене недостатнім аналізом ринку матеріалів і комплектуючих, а саме щодо основного закупівельного елементу − шредера. Такого роду витрат можливо уникнути за умов детального опрацювання технічної документації, аналізу ринку, вибору відповідального постачальника та укладення з ним попереднього договору на купівлю того чи іншого виду обладнання (табл. 4).

Таблиця 4

Перевитрати коштів через недостатньо налагоджену комунікацію між учасниками проекту

Вид витрат по проекту	**Сума, грн**	**Причина перевитрати**	**Сума перевищення, грн**
Оплата шредера	596 000	Недостатній аналіз ринку на етапі планування	96 000
Оплата додаткових комплектуючих до шредера	76 000	Непорозуміння з Клієнтом, недостатня увага до його побажань	76 000
Оплата робіт на стороні	31 000	Неможливість обробки на власній виробничій базі	31 000
Оплата розробки сертифікату відповідності обладнання	5000	Побажання Клієнта після підписання Договору	5000
Разом перевитрат		208000	
Вартість проекту		1169750	
Частка перевитрат у вартості		18 %	

Запропонована модель управління проектом базується на виконанні спринтів. Спринт − (від англ. «sprint» − ривок) завдання невеликого об’єму, виконання яких займає період не більше двох тижнів. Проте, ці задачі необхідно розбивати таким чином, щоб при виконанні спринту можна було бачити результат роботи, перевірити, протестувати тощо. При завершенні спринту попереднього етапу можна переходити до зв’язного спринту наступного етапу.

Саме така схема роботи забезпечує передачу інформації не значним комплексним результатом роботи попереднього відділу, а невеликими частинами, зв’язними

між собою. Таким чином, проект в основному виконується і контролюється не поетапно, а по елементам обладнання. Це дозволяє швидко та з малими затратами усунути відхилення, які виникають при затримці в розробці креслень окремого елементу комплексу, постачання матеріалу, його виробництва тощо. Також усувається загроза необхідності переробки всього комплексу в цілому.

Для відслідковування вчасності роботи та загального розуміння процесу усією проектною командою пропонується використовувати Канбан-дошку. Загалом, система «Канбан» − це метод управління ощадливими виробничими лініями (японське слово, що позначає «сигнал» або «картку»), який використовує інформаційні картки для передачі замовлення на виготовлення з подальшого процесу на попередній [7]. Сутність Канбан-дошки полягає в тому, щоб швидко та якісно показати фактичний стан розробки проекту.

По визначених спринтах необхідно сформувати план-графік таким чином, щоб усі зв'язні спринти реалізовувались відповідно до заданого взаємного порядку. Таким чином можна досягти вищої ефективності використання часу за рахунок швидшого виконання елементу обладнання окремо.

При такій організації роботи проект часто отримує запасний час, який можна використати на доробку, вдосконалення обладнання, розробку технічного рішення тощо.

В результаті впровадження елементної системи управління проектом тривалість створення комплексу з переробки біомаси підприємством ТОВ «Біосмартекс» скоротилась з 114 до 94 днів (на 17,5 %). Скорочення терміну виконання проекту сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Нами визначені наступні позитивні результати скорочення тривалості реалізації проекту:

- зниження величини постійних витрат, що припадають на проект;
- швидке отримання коштів за договором забезпечує зниження дебіторської заборгованості, а отже і потреби в оборотних активах. Як наслідок − пришвидшення оборотності активів, вивільнення коштів з обігу;
- зменшення витрат на зберігання виробничих запасів за рахунок поетапного постачання матеріалів;

- зменшення ризику невчасного постачання матеріалів та комплектуючих за рахунок попереднього моніторингу ринку та потреб;

- набуття гнучкості проекту: при зміні побажань замовника їх можна врахувати по елементам обладнання;

- зменшення ризику невиконання: при розробці ідеї співставляються усі основні параметри роботи комплексу обладнання, при розробці вузлів − реально вносити конструктивні зміни, прораховувати їх вартість при збереженні загальної технологічної схеми;

- створення страхового часу на доробку/переробку елементів проекту.

Разом з цим зазначимо, що при використанні такої моделі управління проектом зростає загальний термін перевірки технічної документації.

Список використаних джерел:

1. McConnell, E. Project Management Methodology: Definition, Types, Examples [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mymanagementguide.com/basics/project−methodology−definition
2. Khdadadkny, M. Stages of implementation of project execution methodology [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://modernprojectmanagement.blogspot.com.
3. Ковшун Н. Е. Аналіз та планування проектів: навч. посіб. / Н. Е. Ковшун. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
4. ТОР − 4 методологии управления проектами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pmservices.ru/project−management−news/top−4−metodologii−upravleniya−proektami
5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK ® Guide). – 4th Ed., ANSI/PMI 99 − 001. – Project Management Institute, 2008. – 401 p.
6. Деренська Я. М. Аналіз методологій управління проектами / Я. М. Деренська // Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 15 берез. 2017 р. – Х., 2017. – С. 57–64.
7. Сподарик В. М. Система «Канбан» як метод оптимізації обліку виробничих витрат і процесу виробництва (на прикладі виноробних підприємств АР Крим) / В. М. Сподарик // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. − 2010. − №3(7). − С. 146−151.

О. А. Парокінний, О. Г. Яковенко

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

На підприємствах виробнича та інша діяльність регулюються бюджетом, що представляє собою фінансовій план на певний період, цільові показники якого виражені у звітності в грошовому еквіваленті, за досягнення кожного з яких відповідає певна структурна одиниця.

Як правило, у процесі бюджетування виділяють три етапи:

- підготовка прогнозу та формування бюджету продаж (дохідна частина);
- визначення очікуваних обсягів виробництва та відвантаження;
- розрахунок витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, а також умовно-постійних адміністративних витрат підприємства [3].

Результати, отримані на цих трьох етапах в комплексі, формують бюджет підприємства. Однак є одна складова, яка не виділена окремо, проте впливає на діяльність підприємства на всіх трьох етапах − це запаси. Обсяги реалізації продукції підприємства та збутові витрати пов'язані з запасами готової продукції та незавершеного виробництва, а обсяг виробництва в свою чергу обумовлює виробничі витрати, пов'язані з витратами сировини. Таким чином, у процесі бюджетування управління запасами має чимале значення та може бути одним із важелів поліпшення діяльності підприємства, що набуває ще більшого значення з огляду на те, в якому стані перебуває вітчизняна промисловість.

Проблема формування запасів і управління ними досліджувалась багатьма вченими. Перші роботи з управління запасами різного роду ресурсів були опубліковані на початку XX століття, серед яких: модель Уілсона [11] − модель визначення оптимального розміру партії поставки; транспортна модель − модель визначення оптимальних поставок між багатьма постачальниками та покупцями з точки зору мінімізації витрат. В кінці 60-х років для вирішення проблеми управління запасами в часі Р. Беллманом [2] було запропоновано динамічну модель управління запасами.

Проблемам управління запасами на підприємствах приділялась увага і вітчизняних науковців, серед яких Н. І. Черняк [8], А. А. Рясський [5], І. В. Барабанов [1], О. М. Ковалюк [4], Л. М. Федак [6; 7] та інші.

Дане дослідження в ідейному плані частково спирається на власну роботу з формування матеріально-технічних ресурсів промислового підприємства [10], особливістю якої є врахування стохастичного характеру попиту на продукцію підприємства й оцінка втраченої вигоди підприємства від неефективного зберігання запасів.

За результатами аналізу наукових праць можна виділити наступні невирішені проблеми:

- вплив матеріально-технічних ресурсів на функціонування підприємства;
- оптимізація формування виробничих ресурсів з урахуванням технологічних можливостей підприємства;
- моделювання формування виробничих ресурсів підприємства в динаміці;
- визначення оптимального рівня запасу як сировини, так і готової продукції, тобто одночасне розв'язання задачі щодо управління запасами як з позиції «споживача», так і з позиції «виробника».

Метою дослідження є розробка науково обґрунтованого підходу до формування стратегії управління підприємством і прийняття на його основі виробничих рішень та бюджетів. Частково це може бути досягнуто шляхом побудови та реалізації математичної моделі формування оптимального обсягу запасу матеріально-технічних ресурсів і подальшого аналізу отриманих результатів.

В сучасних умовах промисловому підприємству необхідно ретельно ставитися до планування управління запасами – обирати час і обсяги закупівлі сировини, період виробництва та реалізації готової продукції таким чином, щоб витрати підприємства на закупівлю ресурсів, виробництво та зберігання запасів були мінімальними. Це забезпечить підприємству збільшення прибутку протягом встановленого проміжку часу.

Модифікація задачі управління запасами, яка враховує невизначеність попиту на продукцію підприємства в майбутніх періодах, потребу виробництва сировини та умови її купівлі, а отже забезпечує комплексне управління запасами ресурсів на підприємстві, в наш час є актуальною. Сформулюємо постановку задачі «оптимізації діяльності підприємства».

Промислове підприємство включає m виробничих одиниць $j=\overline{1,m}$, що виготовляють n найменувань продукції $i=\overline{1,n}$. Кожний виробничий підрозділ підприємства характеризується виробничою потужністю r_{ja} та обумовленим технологічними умовами мінімальним обсягом випуску r_{jm}. Відомі планові вартості основної сировини, яку використовує підприємство у своїй діяльності, – b_t^s (t – порядковий номер періоду), та технологічні норми витрат на виготовлення готової продукції – a_{ij}. У виробничому процесі підприємство несе витрати, що пов'язані з переробкою сировини у готову продукцію – C_{it}.

Підприємство має власний склад місткістю W, який може бути використаний для зберігання сировини та готової продукції. Витрати на зберігання одиниці запасів на складі – g. Таким чином, сировина, що зберігається на складі, може бути використана у виробництві в наступних періодах, а готова продукція – відповідно реалізована в наступних періодах; при чому витрати на зберігання обумовлені лише тим обсягом запасів, який є наявним на кінець t-го відрізку часу.

Ще однією категорією витрат підприємства є витрати, пов'язані з укладанням договорів на постачання сировини C^s та супроводженням замовлень готової продукції C^p.

Ціни на продукцію підприємства становлять p_i. Відома також інформація щодо реалізації продукції підприємством в попередньому періоді відповідно до планового періоду, яка береться за основу при формуванні бази замовлень на плановий період T, $t=\overline{1,T}$.

На початок планового періоду на складі підприємства наявна сировина обсягом B_0 та готова продукція V_{i0}. Умови поставки сировини на підприємство характеризуються обсягом партії L та періодом між поставками t'.

Необхідно визначити план виробництва продукції підприємством, обсяги запасів сировини та готової продукції на кожний момент часу $t = \overline{1,T}$, що забезпечать підприємству максимальний прибуток протягом планового періоду T.

Підприємство є цілісною окремою системою, яка у якості споживача та виробника є підсистемою систем галузей виробників сировини та продукції, що аналогічна до продукції підприємства. Відповідно до постановки задачі, постачальники надають пропозицію на сировину, яку підприємство закуповує. Як було зазначено, інший бік діяльності підприємства пов'язаний з реалізацією продукції: підприємство надає пропозицію щодо своєї продукції, реалізує її, в обмін на що отримує виручку від клієнтів, які пред'являють попит на цю продукцію. Цей процес зображено у вигляді функціональної схеми на рис. 1.

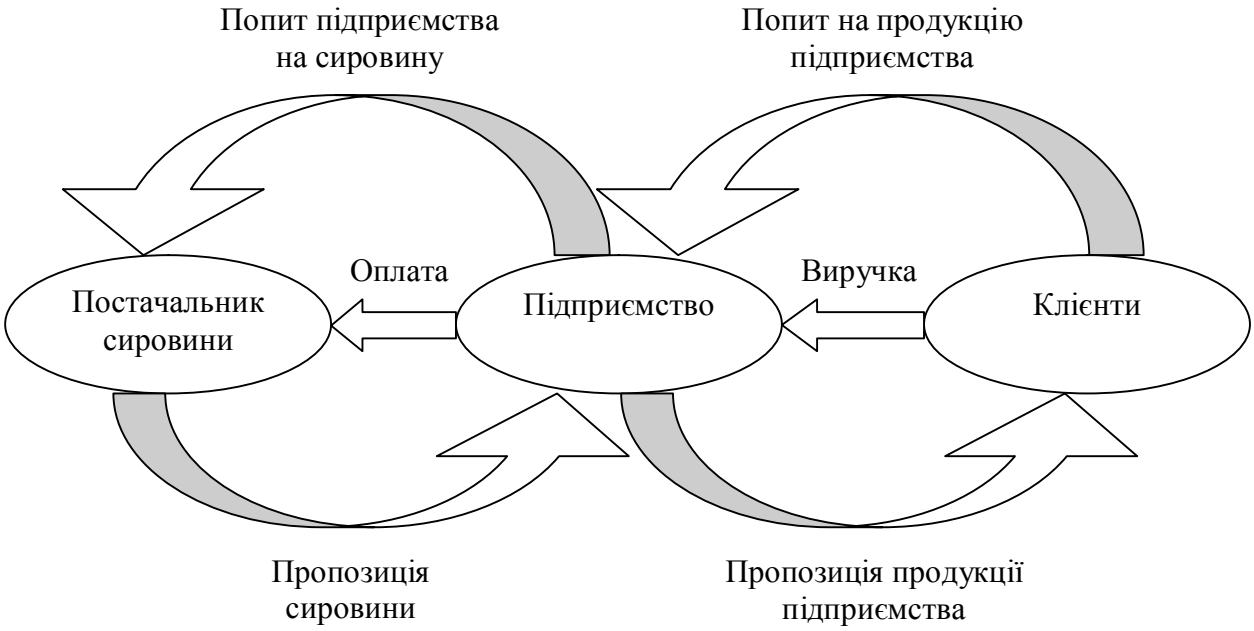

Рис. 1. Функціональна схема діяльності підприємства

Виробничо-збутова система вказаного підприємства складається з самого підприємства та зовнішніх суб'єктів: клієнтів та постачальників. Всередині

підприємства можна виділити три складові: відділ збуту, виробництво та склад; причому ланка виробництва складається з n цехів. Виробничо-збутова система підприємства функціонує наступним чином: до відділу збуту надходять замовлення клієнтів, що являють собою попит; для виробництва продукції необхідна сировина у кількості, що відповідає потребам виробництва; сировина замовляється у постачальника, потім надходить на склад, а зі складу − у виробництво; з виробництва виходить готова продукція, яка направляється на склад, а далі − кінцевому клієнту. Структурна схема діяльності підприємства представлена на рис. 2.

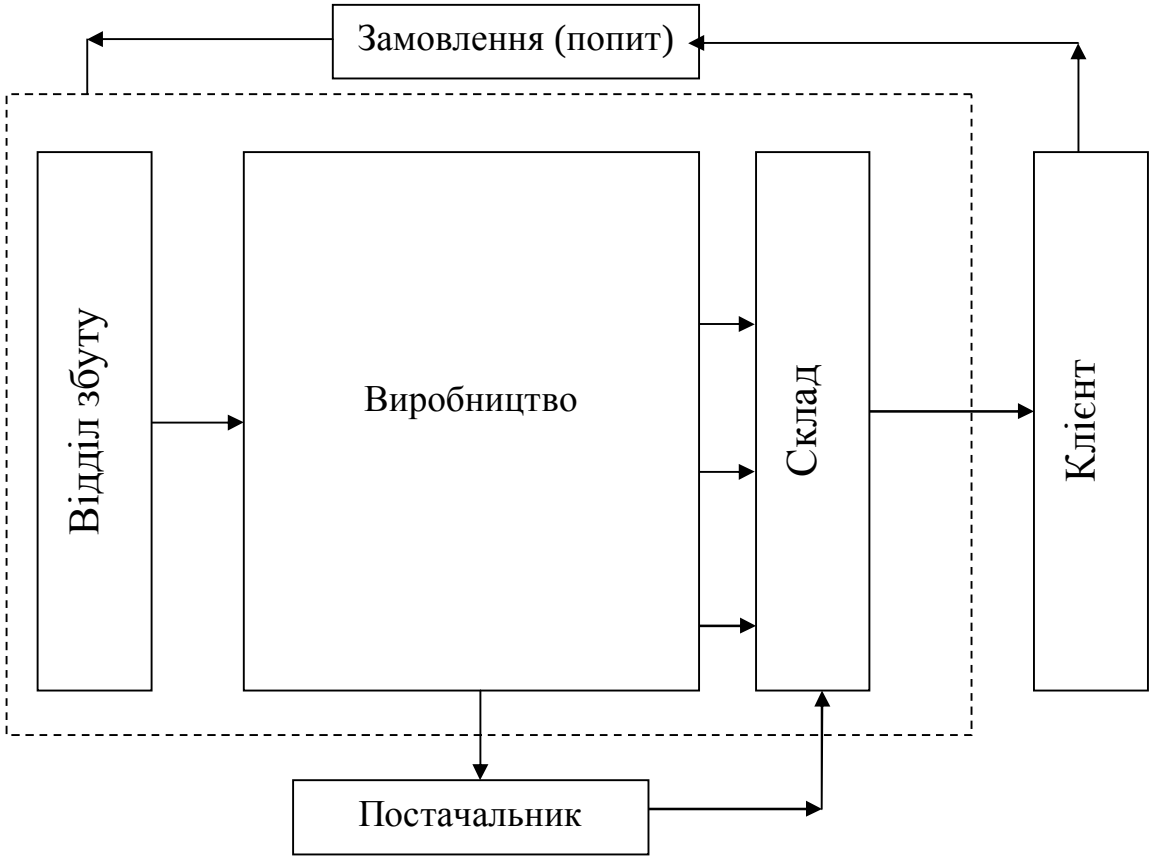

Рис. 2. Структурна схема виробничо-збутової системи підприємства

Для розв’язання задачі щодо оптимізації бюджетування промислового підприємства необхідно побудувати економіко-математичну модель. Однак, для цього спершу необхідно визначити характеристики функціонального наповнення задачі, змінні моделі та визначити основні рівняння функціонування моделі.

Характеристика функціонального наповнення задачі щодо оптимізації бюджетування на промисловому підприємстві (відповідно до рис. 2) включає:

1. Характеристики замовлень (база замовлень):

- кількість замовлень i-го виду продукції підприємства у t-му періоді – N_{it};
- обсяг замовлення k-го замовлення продукції i-го виду у t-му періоді – D_{ikt};
- k – порядковий номер замовлення;

2. Відділ збуту:

- принцип поєднання продукції та цеху-виробника;
- ціна i-го виду продукції – p_i;
- витрати на збут та супроводження одного замовлення – C^p;

3. Виробництво:

- вид продукції підприємства – i;
- номер виробничої одиниці підприємства (цеху) – j;
- виробнича потужність j-ї виробничої одиниці підприємства – r_j^a;
- мінімальний обсяг партії, що забезпечує виробничий процес j-ї виробничої одиниці підприємства – r_j^m;
- норми витрат основної сировини на одиницю готової продукції i-го виду в j-й виробничій одиниці – a_{ij};
- виробничі витрати на виготовлення готової продукції i-го виду в t-му періоді – C_{it};
- обсяг випуску i-ї продукції j-м цехом протягом періоду t – Q_{ijt};

4. Постачальник:

- вартість основної сировини в t-му періоді – b_t^s;
- вартість укладання договору поставки – C^s;
- період між поставками сировини – t';
- обсяг партії поставки сировини – L;

5. Склад:

- об’єм складу – W;
- витрати на зберігання одиниці сировини чи готової продукції – g;

- запас сировини на складі на кінець t-го періоду – B_t;

- запас готової продукції i-го виду на складі на кінець t-го періоду – V_{it}.

Розподілимо змінні імітаційно-динамічної моделі задачі оптимізації бюджетування промислового підприємства на чотири категорії: детерміновані, стохастичні, керовані та розрахункові.

Відповідно до першого етапу розглянемо побудову замовлень. Для визначення загального обсягу замовлень продукції підприємству необхідно визначити кількість замовлень продукції i-го виду та обсяги цих замовлень для кожного періоду часу t.

Для цього спершу за фактичною базою реалізації попереднього періоду генеруємо кількість замовлень. Модель отримання кількості замовлень має вигляд:

$$N_{it} = a\left(N_{it-T}\right) + \sigma\left(N_{it-T}\right)\sqrt{2\ln\left(r_1\right)}\cos\left(2\pi r_2\right), \quad (1)$$

де N_{it} – кількість замовлень i-го виду продукції підприємства у t-му періоді;

$a\left(N_{it-T}\right)$ – середнє значення кількості замовлень i-го виду продукції за попередній період;

$\sigma\left(N_{it-T}\right)$ – середнє квадратичне відхилення кількості замовлень i-го виду продукції за попередній період;

r_1, r_2 – випадкові компоненти, отримані за рівномірним розподілом.

Для оцінки та моделювання витрат необхідно розподілити запаси матеріалів на групи за показником оборотності активів. Такий розподіл можна отримати шляхом кластеризації. З метою отримання розподілу матеріалів на кластери може бути застосована кластеризація за допомогою нейронних мереж. Для цього можуть бути використані пакети аналізу даних, наприклад Statistica-10. Отримані кластери, що відповідають розподілу на постійну та змінну частину активів, необхідно застосувати для обліку матеріалів в наступних розрахунках.

Наступним розрахунковим співвідношенням серед рівнянь функціонування моделі може бути визначення сумарних витрат підприємства:

$$TC_t = C_t^c + C_t^Z, \tag{2}$$

де TC_t – сумарні витрати підприємства у t-му періоді.

Для визначення обсягу виручки підприємства помножимо ціну продукції на обсяг реалізації певного виду продукції та просумуємо по видах продукції:

$$TR_t = \sum_{i=1}^{n} p_i D_{it}^{'}, \tag{3}$$

де TR_t – прибуток підприємства у t-му періоді;

p_i – ціна i-го виду продукції підприємства.

Відповідно, маючи обсяг виручки та сумарні витрати, визначимо прибуток підприємства:

$$PR_t = TR_t - TC_t \tag{4}$$

де PR_t – прибуток підприємства у t-му періоді [5].

Заключним функціональним співвідношенням моделі є розрахунок чистої приведеної вартості сумарного прибутку підприємства за період t:

$$NPV = \sum_{t=1}^{T} \frac{PR_t}{(1+r)^t} \tag{5}$$

де NPV – чиста приведена вартість сумарного прибутку підприємства за період часу T.

В скорочено-узагальненому вигляді модель другого етапу цієї задачі має наступний вигляд:

$$NPV = \sum_{t=1}^{T} \frac{PR_t}{(1+r)^t} \to \max,$$

$$S_{t-1} = S_{t-2} + \sum_{i=1}^{n} d_{it-1}^{Q} - M_{t-1} + L,$$

$$0 \le \sum_{\substack{i=\overline{1,n} \\ i \in J}} Q_{ijt} \le r_j^a, \tag{6}$$

$$S_t \le W,$$

$$Q_{ijt} \geq 0, i = \overline{1,n},\ j = \overline{1,m}, t = \overline{1,T},$$

$$Q_{ijt} \in Z, i = \overline{1,n},\ j = \overline{1,m}, t = \overline{1,T}.$$

Розв'язання задачі диверсифікації виробництва на промисловому підприємстві вимагає від його керівництва детального аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища як комплексної системи. Відповідно до затвердженої мети, керівництво підприємства може визначити бажаний стан його підсистем і порівнювати бажаний та початковий стан підприємства [8]. Результат порівняння може бути представлений у вигляді вектору оцінок $E = \{e_1, e_2, ..., e_L\}$ необхідності змін підсистем підприємства, де $L-$ кількість підсистем підприємства.

Відповідно до методу Недосекіна-Воронова, ризик недоцільності проекту можна виразити наступним чином:

$$V\,\&\,M = \begin{cases} 0, G < NPV_{\min} \\ R \times \left(1 + \dfrac{1-\alpha_1}{\alpha_1} \times \ln(1-\alpha_1)\right), NPV_{\min} < G < \overline{NPV} \\ 1 - (1-R) \times \left(1 + \dfrac{1-\alpha_1}{\alpha_1} \times \ln(1-\alpha_1)\right), \overline{NPV} < G < NPV_{\min} \end{cases}. \quad (7)$$

Верхню межу зони ризику можна обчислити за формулою:

$$\alpha_1 = \begin{cases} 0, G < NPV_{\min} \\ \dfrac{G - NPV_{\min}}{\overline{NPV} - NPV_{\min}}, NPV_{\min} \leq G \leq \overline{NPV} \\ 1, G = NPV \\ \dfrac{NPV_{\max} - G}{NPV_{\max} - \overline{NPV}}, \overline{NPV} < G < NPV_{\max} \\ 0, G \geq NPV_{\max} \end{cases}, \quad (8)$$

$$R = \begin{cases} G - NPV_{\min}, G < NPV_{\max} \\ NPV_{\max} - NPV_{\min}, G < NPV_{\max} \\ 1, G \geq NPV_{\max} \end{cases}. \quad (9)$$

Визначимо загальну адаптивну характеристику ефективності проекту Q_j з урахуванням ризику $V\,\&\,M_j$, що прогнозований потік потрапить до зони неефективних інвестицій. Відповідно до апарату нечіткої математики вона має вигляд:

$$Q_j = V\,\&\,M_j \times NPV_j. \quad (10)$$

З урахуванням рейтингу необхідності змін, загальна ефективність портфелю прибуткових проектів має вигляд [4]:

$$ID_{T_0} = \sum_{j=1}^{N} s_j Q_j \ . \tag{11}$$

Загальну ефективність портфелю інвестиційних проектів можна визначити за формулою:

$$KO_0 = \sum_{j=1}^{N} s_j \, , \tag{12}$$

де N – кількість інвестиційних проектів, які включені до портфелю.

Нехай $I_{P_j}(t)$ – очікуване значення потреби інвестиційного проекту P_j в фінансових ресурсах у період часу t.

Задача оптимізації планування інвестиційних проектів на підприємстві полягає в тому, що серед існуючих проектів інвестору необхідно обрати таку їх послідовність, яка є найбільш прибутковою у межах допустимого ризику та відповідає стратегічним цілям підприємства.

Таким чином маємо наступну модель:

$$U\left(IO; IP_{T_0}\right) = A \times IO^{\alpha} \times IP_{T_0}{}^{1-\alpha} \to \max \, , \tag{13}$$

$$KO_0 = \sum_{j=1}^{N} s_j \to \max \, . \tag{14}$$

За обмежень інвестиційних ресурсів в конкретний період часу t:

$$\sum_{j=1}^{N} I_{P_j}(t) \le K_t \, . \tag{15}$$

Таким чином, задача планування інвестиційних проектів диверсифікації виробництва на промисловому підприємстві складається з задач динамічного програмування, нелінійної оптимізації та двох задач цілочисленного програмування.

Розв’язання такого роду задач відкриває широкий спектр для аналізу можливостей диверсифікації діяльності, а відповідно і для підвищення ефективності підприємства. Вищевикладений підхід дозволяє охарактеризувати стан підприємства

в майбутньому, виходячи з того, що деякі характеристики його діяльності представлені у вигляді інтервальних оцінок. Основними складовими підходу є: визначення планового обсягу попиту на продукцію й обсягів виробництва, оцінка і групування витрат, побудова стратегій управління та оцінка їх економічної доцільності.

Список використаних джерел:

1. Барабанов І. В. Оптимізація рівня запасів на підприємстві з використанням формули Вільсона / І. В. Барабанов, О. П. Бутенко // Вісник економіки транспорту та промисловості. − 2011. − № 36. − С. 118–121.
2. Беллман Р. Динамическое программирование и современная теория управления / Р. Беллман, Р. Калаба. – М. : Наука, 1969. – 120 с.
3. Жариков В. В. Антикризисное управление предприятием. / В. В. Жариков, И. А. Жариков, А. И. Евсейчев. – К. : ТГТУ, 2009. – 69 с.
4. Ковалюк О. М. Управління запасами та можливість застосування в Україні концепції «ощадливого виробництва» / О. М. Ковалюк, І. О. Мельник // Науковий вісник НЛТУ України. − 2013. − №11. − С. 188–193.
5. Рясский А. А. Оптимизация работы распределительной системы снабжения производства с применением имитационного моделирования / А. А. Рясский // Оптимізація виробничих процесів. − 2011. − № 13. − С. 8–13.
6. Федак Л. М. Управління запасами підприємства на засадах функціонального підходу / Л. М. Федак // Науковий вісник НЛТУ України. − 2013. − №12. − С. 308–315.
7. Федак Л. М. Фактори впливу на управління запасами: сутність та класифікація / Л. М. Федак // Логістика: теорія і практика. − 2012. -- №1 (2). − С. 204–213.
8. Черняк Н. І. Модель формування запасів матеріально-технічних ресурсів / Н. І. Черняк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 34–38.
9. Яковенко О. Г. Моделювання управління запасами у плануванні бюджету підприємства // О. Г. Яковенко, О. А. Парокінний // Економічна кібернетика: від теорії до практики : збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції, 27–28 лютого 2015 р. − Дніпропетровськ : Герда, 2015. – С. 296–299.
10. Яковенко О. Г. Формування запасу матеріально-технічних ресурсів промислового підприємства / О. Г. Яковенко, О. А. Парокінний // Вісник Дніпропетровського національного університету. – 2014. − № 8 (1). – С. 140–144.
11. Wilson R. H. A Scientific Routine for Stock Control / R. H. Wilson // Harvard Business Review. – 1934. – №13. – P. 116–128.

О. О. Петряєв

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Найважливішою вимогою для ефективної роботи українських виробників в сучасних умовах є знання потреб і характеристик своїх ринків збуту, рівень їхньої конкурентоспроможності як виробника та деяких видів продукції, які він виробляє. Важливість обраного предмета дослідження пояснюється тим, що конкуренція продукції є показником ефективності діяльності суб'єкта господарювання. На теперішній час в економіці України однією з найважливіших проблем є підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств машинобудування, від рівня розвитку якої залежить конкурентоспроможність економіки України. Жорстка та постійно змагальницька боротьба на світових ринках вимагає від України знання правил розробки довгострокової стратегії виходу на ці ринки, і що найважливіше, застосування ефективного інструментарію консолідації та підтримки стабільних позицій на них.

Необхідною умовою успішного виконання Україною підходу щодо подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності є формування потужного науково-технічного та економічного потенціалу в країні на основі інноваційної бази, що матиме просування на міжнародні ринки, перш за все з технологічними продуктами [1].

У зв'язку з цим головним завданням надійної та достовірної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції є виділення показників, що характеризують цей рівень, аналіз можливостей їх використання в практичній діяльності. Необхідність пошуку ефективних механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції зумовила вибір теми дослідження.

На методологічному та практичному рівні конкурентоспроможність була розглянута в працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як М. Портер, С. М. Клименко, Р. А. Фатхудинов, А. Ю. Юданов, Ю. Б. Іванов, Л. І. Піддубна,

И. М. Лифиц, В. Д. Нємцов, Л. І. Сопільник, З. Є. Шершньова, Л. С. Кобиляцький, О. А. Паршина та ін. В сучасних умовах розвитку України термін «конкурентоспроможність» стає головним фактором у визначенні іміджу підприємства та ефективності його діяльності.

Еволюція економічних відносин та інтеграція України до світового ринку вимагає від вітчизняних виробників випуску конкурентоспроможної продукції. Однак, не всі суб'єкти підприємництва можуть конкурувати на міжнародному рівні. Це обумовлено, перш за все, складним фінансовим станом вітчизняних підприємств, низьким рівнем застосування новітніх технологій, невеликими обсягами інвестицій, низьким рівнем кваліфікації менеджерів та високим рівнем морального й фізичного зносу основних засобів, низьким рівнем контролю за якістю продукції та ін.

Конкурентоспроможність підприємства визначається рядом економічних характеристик, що показують положення підприємства на галузевому, національному та світовому рівнях. Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства як виробника продукції співвідносяться між собою як частина і ціле.

На рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання впливає науково-технічний рівень та ступінь вдосконалення логістичних процесів збуту, використання новітніх винаходів і відкриттів, залучення сучасних ресурсів для автоматизації продажів та збільшення різноманітності продукції [2, с. 1–5; 3].

Конкурентні позиції підприємства на вітчизняних та міжнародних ринках також залежать від підтримки органів влади та інших організацій за рахунок надання гарантій експортних кредитів, їх страхування, звільнення від оподаткування, надання субсидій, інформаційних і ринкових умов тощо.

Важливою вимогою щодо конкурентоспроможності підприємства на ринку є саме конкурентоспроможність продукції, яка забезпечує прибутковість його діяльності. Аналіз економічної літератури показав, що існує безліч варіантів визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» [4, с. 7; 5, с. 6]. Слід зазначити, що більшість вчених переважно вважають, що конкурентоспроможність продукції повинна розглядатися як здатність продукції відповідати вимогам

конкурентного ринку, попиту покупців, яка вибирається споживачем аналогічних продуктів, що пропонуються на ринку з боку конкурентів [6, с. 7]. На думку автора конкурентоспроможність продукції – це комплексна характеристика продукції, яка є необхідною для вправного маневрування в ринковому просторі. Також ця властивість дозволяє продукції вигідно відрізнятися від товарів-конкурентів і в той же час максимально враховувати вимоги певних груп споживачів у певній ринковій ніші та у необхідний проміжок часу.

Конкурентоспроможність продукції сприяє активізації процесів розширеного економічного відтворення на підприємствах. Еволюційні явища, які відбуваються в економіці країни, а також зміни інституційного, соціального, економічного, фінансового середовищ функціонування підприємств, впливають на формування цілей господарюючих суб'єктів, а отже постійно коригують завдання їх діяльності та особливості поведінки в конкурентному середовищі.

Недостатнє вивчення сутності якості продукції залишається однією з головних причин її низької конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Так, президент української Асоціації якості П. Я. Каліта вважає, що висока якість вітчизняної продукції сприятиме формуванню позитивного міжнародного іміджу нашої держави, який є передумовою інтеграції України в європейські структури та світову економічну систему й сприяння встановленню рівноправних і взаємовигідних стосунків з іншими країнами та недержавними об'єднаннями [7, с 18–20]. Саме відповідність стандартам, які адаптовані до міжнародних, дасть можливість українським підприємствам підвищити конкурентоспроможність власної продукції.

Якість продукції будемо розглядати як сукупність властивостей і характеристик товару або іншого об'єкту діяльності, які дозволяють йому задовільнити обумовлені або передбачувані потреби споживача.

Конкурентоспроможність може вимірюватися певною групою показників, визначатися якісними та вартісними характеристиками, забезпечувати максимальне задоволення конкретної потреби споживача і найбільший для нього корисний ефект.

Для проведення оцінки конкурентоспроможності продукції, як достатньо складного і трудомісткого процесу, необхідно провести аналіз існуючих методик з даного питання.

В результаті аналізу наукових досліджень за даною тематикою були виділені ряд існуючих методик, а саме: методики оцінки конкурентоспроможності продукції на основі рейтингу, визначення об'єму продаж, диференційованого методу, розрахунку інтегрального показника, визначення ефективності інвестицій і інновацій, розрахунку корисності та корисного ефекту від введення нового устаткування, оцінки комплексного критерію «чиста поточна вартість», розрахунку за методом профілів і побудови радару конкурентоспроможності, формування матриці Нільсена та проведення кількісної оцінки однопараметричних об'єктів. Більшість методик з аналізованої сукупності є подібними та ідентичними, базуються на стандартних методах.

Основними рушійними силами динаміки конкурентоспроможності підприємства є чинники конкурентоспроможності продукції. У своїй монографії С. Савчук акцентує увагу на відсутності в науковій літературі чіткого визначення поняття «чинник конкурентоспроможності» [8, с. 110]. Він пропонує під «чинником конкурентоспроможності» розуміти властивість економічного середовища або суб'єкта економіки, здатну впливати на процес і результати функціонування даного суб'єкта в конкурентному середовищі. Таким чином, пояснює автор, чинники конкурентоспроможності − це підмножина чинників життєздатності суб'єкта в конкурентному середовищі [8, с. 111]. Професор І. М. Ліфіц в своїй роботі [9, с. 37−39] визначає чинник конкурентоспроможності як безпосередню причину, наявність якої є необхідною та достатньою умовою для зміни одного або декількох критеріїв конкурентоспроможності. При цьому він відзначає, що факторний аналіз є частиною загальної схеми оцінки конкурентоспроможності продукції.

Власне кажучи, саме необхідність в оцінці рівня конкурентоспроможності продукції спонукає учених приділяти підвищену увагу визначенню та структуризації чинників конкурентоспроможності різних елементів економічної системи,

які вступають у конкурентні відносини. Крім того, на думку М. Портера, розуміння базових чинників конкуренції забезпечує фундамент для формування стратегічного плану дій, дає можливість визначити сильні та слабкі сторони продукції, визначити позицію товару на ринку, а також зрозуміти, які стратегічні напрями дадуть максимальний позитивний результат [6, с. 114]. Таким чином, визначення поняття «чинник конкурентоспроможності» є базовим етапом дослідження рівня конкурентоспроможності продукції.

Вивчення чинників і основних рис конкурентоспроможності товару дозволить кожному підприємству виявити свої унікальні якості, вчасно аналізувати інформацію, можливо запобігти ризику та збитковості. За ринкових умов різко зросли й змінилися позиції споживача щодо процесів придбання та використання товарів і послуг. Так, Кліменко С. М. запропонував розподілити чинники конкурентоспроможності підприємства залежно від стадій проходження процесу відтворення [10, с. 334].

В результаті аналізу та систематизації інформації автором була приведена власна класифікація чинників конкурентоспроможності продукції. Були виділені групи зовнішніх і внутрішніх чинників за певними критеріями. До зовнішніх чинників конкурентоспроможності продукції відносяться: рівень впливу (мікрорівень, макрорівень), природа виникнення (природні, штучні), ступінь керованості (керовані, некеровані); до внутрішніх чинників − система управління та організації (конкурентоспроможність персоналу, ефективність управлінців, сервіс в процесі продажу і користування), технологічні (прогресивність технологічних процесів, наявність сучасного устаткування, гарантія безпеки) та економічні фактори (цінова стратегія, витрати виробництва, націнка, вартість експлуатації).

До зовнішніх чинників можна віднести такі, які виникають в результаті взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, і на які підприємство не може прямо впливати. На макрорівні − це дії держави (державна регуляція ринку чи галузі, можливість отримання тендерів, пільгових ставок, оподаткування, державних замовлень), а також конкурентоспроможність регіону та галузі, в якій функціонує підприємство, дії продавців виробничих ресурсів чи конкурентів,

споживчі очікування, рівень організації виробництва, праці та управління у посередників і споживачів товарів.

У сучасних умовах господарювання активізуються дослідження процесів екологізації − виробництва, управління, підприємства, економіки. Процеси екологізації економіки повинні бути вирішені в контексті визначення пріоритетів державної екологічної політики, структурної перебудови економіки, трансформації конкурентних відносин. Важливо визначити зв'язок між екологічністю та конкурентоспроможністю систем різних рівнів, який виявляє свій функціональний характер протягом тривалого часу. Саме тому для ефективної інтеграції екологічного чинника в систему розвитку підприємства першочерговим завданням є зміна стратегічного бачення на мікро- і макроекономічному рівнях [11, с. 139].

Дискусійність багатьох теоретичних положень, практична значущість пошуку можливостей для підвищення конкурентоспроможності продукції потребують подальшого розвитку, що й обумовило спрямованість дослідження.

Метою даної статті є розробка методичних підходів щодо визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства та комплексу заходів для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції суб'єкта господарювання.

Важливим етапом у процесі оцінки конкурентоспроможності продукції є аналіз діяльності підприємства. Базою для аналізу й оцінки конкурентоспроможності продукції слугувала ТОВ «ХЗ ПТУ». Під час аналізу фінансового стану підприємства проводився аналіз структури майна, джерел його формування, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, стабільності та рентабельності. Далі глибокого вивчення потребує виробництво та реалізація продукції, а саме обсяги виробництва продукції, її ритмічності, виконання плану за асортиментом та структурою продукції, яка користується найвищим попитом.

Результати аналізу показали, що в цілому діяльність ТОВ «ХЗ ПТУ» є прибутковою протягом усього аналізованого періоду, і незважаючи на значне несприятливе економічне середовище на внутрішньому та зовнішньому ринках країни, підприємство знаходиться в більш-менш стабільному стані [12].

Аналіз динаміки обсягів виробництва потребує визначення факторів, які впливали на його зміну. Зміна асортименту призводить до асортиментних,

а структури випуску – до структурних зрушень. Результати розрахунків показали, що у 2016 р. відсоток виконання плану за асортиментом склав приблизно 96,6 %. Це говорить про те, що підприємство в змозі виконати договірні зобов'язання щодо постачання продукції.

В результаті проведення розрахунку було встановлено, що коефіцієнт ритмічності дорівнює 0,85, що свідчить про не досить ритмічну роботу підприємства в аналізованому періоді. Причинами неритмічного виробництва продукції ТОВ «ХЗ ПТУ» є: порушення у ритмі відвантаження, а отже затримка реалізації продукції; збільшення кількості відходів матеріалів і браку; виникнення інших небажаних проблем.

При проведенні всебічного дослідження необхідно здійснити моніторинг наявного ринку збуту продукції ТОВ «ХЗ ПТУ» та проаналізувати інформацію щодо найбільших конкурентів підприємства. Підприємство використовує різні важелі для просування продукції на ринок: здійснює політику ціноутворення на основі кількості клієнтів і цін на сировину, матеріалів та комплектуючих, проводить дослідження стану потреб ринку. Але все ж роботи в галузі реклами та стимулювання збуту є слабкими місцями у діяльності відділу маркетингу.

На даний момент діяльність ТОВ «ХЗ ПТУ» направлена на розширення існуючих ринків збуту продукції. Існують попередні домовленості та укладені договори на поставку продукції підприємства як всередині України, так і за кордон (до 80 % від загальної кількості замовлень) [12]. Про це свідчать домовленості з США, які планують закупити 1000 талів електричних різної вантажопідйомності з поперечним редуктором. На поставку обладнання для вибухобезпечного виконання в країни СНД вже укладено більше 40 договорів. Продукція підприємства реалізується у країни СНД, Європи та в США за допомогою посередників та офіційних торгових представництв.

Основними конкурентами аналізованого підприємства є ТОВ «Дніпропетровський енергомеханічний завод» і «Запоріжкран». Останнім часом на міжнародному ринку підйомно-транспортного устаткування з’явилася фінська компанія «Коне», яка безпосередньо є конкурентом ТОВ «ХЗ ПТУ». Однак,

аналіз діяльності компанії «Коне» не проводився через недостатню кількість вхідної інформації. В якості майбутніх стратегій фірм, що спеціалізуються на виробництві підйомно-транспортного устаткування, може виступати більш глибоке проникнення на ринок за допомогою маркетингових заходів, а також диверсифікація виробництва, проведення досліджень з виробництва нових видів продукції.

Важливим моментом при розгляді конкурентоспроможності продукції є розрахунок її ринкової частки. На кінець 2016 р. продукція ТОВ «ХЗ ПТУ» займає більше 45 % ринку підйомно-транспортного устаткування, при цьому вся продукція є конкурентоспроможною. Фактична ринкова частка, що відображає найбільш важливі результати конкурентної боротьби, показує й ступінь домінування підприємства на ринку, його можливість впливати на об'ємні та структурні характеристики попиту і пропозиції щодо розглянутої групи товарів. Не дивлячись на усі негативні аспекти діяльності, підприємство, яке аналізується, все одно залишається на більш вигідних позиціях, ніж його конкуренти, через високу якість продукції та ефективне управління підприємством.

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ «ХЗ ПТУ» проводилась за допомогою інструментарію, який включає в себе визначені методи оцінки. В процесі оцінки одиничних показників технічного критерію було використано органолептичний та вимірювальний методи для визначення конкурентоспроможності продукції на основі розрахунку інтегрального показника. При вимірі швидкості та потужності роботи застосовувався експериментальний метод для оцінки рівня якості продукції в існуючих умовах експлуатації. Такий підхід дає високу достовірність, хоча і є значно трудомістким та тривалим. При визначенні інтегрального показника було використано розрахунково-інтегральний метод, за допомогою якого було відображено співвідношення технічного та економічного параметрів. Було використано як прямі методи оцінки, тобто засновані на номенклатурі, що включають як мінімум якість і ціну та дозволяють розрахувати інтегральний показник, так і непрямі, які засновані на номенклатурі, що включає або якість, або ціну.

Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства була проведена за допомогою методики 11111-55555. При цьому були використані експертні

методи оцінки, що ґрунтуються на основі думок експертів. Це дає можливість збудувати реальну модель майбутнього розвитку об'єкта прогнозування.

Використовуючи графічний метод інтерпретації результатів дослідження, було побудовано радар конкурентоспроможності продукції. Даний метод використовують для більш наглядного представлення інформації. З метою оцінки конкурентоспроможності продукції в сучасних економічних джерелах також будують багатокутник конкурентоспроможності, пелюсткову діаграму, однак на думку автора, саме цей вираз графічного методу є найефективнішим у даному випадку.

У процесі оцінки конкурентоспроможності продукції використовуються показники, що характеризують її техніко-економічні параметри. Це дає змогу розрахувати значення основних критеріїв на базі комплексної оцінки показників та інших чинників.

Для того, щоб визначити рівень впливу певного критерію на рівень конкурентоспроможності продукції та вирішити проблему підвищення її значення, необхідно сформувати ефективно функціонуючу систему показників. Використання цієї системи показників допоможе оцінити конкурентоспроможність продукції підприємства та знайти шляхи для її підвищення.

Необхідно зазначити, що деякі показники конкурентоспроможності є груповими, тобто комплексними, а для їх визначення необхідно для початку розрахувати одиничні показники, які будуть оцінюватися за допомогою вимірювального та експертного методів.

Узагальнюючий індекс критерію визначається за допомогою розрахунково-аналітичного методу. Тобто, в залежності від того, який критерій в більшій мірі відстає від нормативного, такий захід необхідно впроваджувати в першу чергу.

Сучасні умови господарювання підприємств в Україні потребують вирішення шляхом впровадження системи контролінгу [13, с. 15]. Ефективне використання інформації, передових методик управління підприємством та забезпечення стабільного розвитку є надзвичайно актуальними. Функціонування підприємства

в умовах мінливого середовища неможливо без розумної організації економічних служб підприємства, а отже обґрунтованого й оптимального закріплення прав, обов'язків і відповідальності з метою координації взаємодій різних органів управління.

Саме тому вважаємо за необхідне створення спеціального структурного підрозділу − служби контролінгу виробництва на підприємстві. Система контролінгу включає не тільки аналітичні показники та висновки; у ній присутня і організаційна складова − люди та потоки інформації, що є визначним фактором будь-якого виробництва.

При проведенні аналізу випуску продукції підприємства пропонується застосування кластеризації з метою визначення групи продукції, яка включає в себе найвищі показники за кожним критерієм оцінки. Головним призначенням кластерного аналізу є розподіл множини об’єктів, що розглядаються, та їх ознак, на однорідні групи або кластери. Перевагою розподілу виступає можливість поділу об’єктів не за одним параметром, а за рядом ознак. Для здійснення аналізу показників використали інформацію стосовно 15 видів основної продукції підприємства.

Далі було сформовано систему показників, яка найбільш повно відображає інформацію для проведення кластерного аналізу з мінімальною внутрішньою варіацією. Також було використано метод евклідової відстані з попередньою стандартизацією даних. Система показників, що сформована для проведення кластеризації, наступна: х1 − глибина опускання, м; х2 − вантажопідйомність, т; х3 − максимальний проліт, м; х4 − швидкість підйому, м/с; х5 − швидкість переміщення візка, м/с; х6 − швидкість переміщення крану, м/с; х7 − потужність електродвигунів підйому, кВт; х8 − потужність електродвигунів переміщення візка, кВт; х9 − потужність електродвигунів переміщення крану, кВт; х10 − довжина підкранової колії, м; х11 − висота підйому, м; х12 − ціна продукції, тис. грн; х13 − витрати на транспортування, тис. грн; х14 − установка та монтаж продукції, тис. грн; х15 − витрати на ремонт, тис. грн; х16 − утилізація продукції, тис. грн; х17 − рівень стандартизації, тис. грн.

Кластерний аналіз було проведено за період 2014–2016 рр. з метою визначення динаміки потрапляння кожного виду продукції до певних кластерів. Першочерговим завданням було виділення класів продукції з метою проведення аналізу та оцінки їх конкурентоспроможності. Отже, було виділено 3 кластери: до першого кластеру увійшла продукція, що характеризується середнім рівнем конкурентоспроможності; до другого − продукція, яка має найвищий рівень конкурентоспроможності; до третьої групи − продукція, яка має найнижчі показники конкурентоспроможності. Результати розрахунків показали, що деякі види продукції за аналізований період втратили свої позиції щодо приналежності до кластеру з найвищим рівнем конкурентоспроможності та були перенесені до першого кластеру.

В результаті кластерного аналізу було визначено, що найбільш конкурентоспроможними є два види продукції, а саме кран мостовий електричний спеціальний та кран мостовий електричний однобалочний опорний.

Для подальшого розвитку машинобудівних підприємств, укріплення їх позицій на зовнішніх ринках збуту необхідно експортну орієнтацію збільшити до 35 %. Виручка від експорту може бути використана на закупівлю новітньої техніки, технологій, комплектуючих виробів за кордоном. Збалансованість експорту та імпорту повинна задовольнятися власним виробництвом.

В результаті аналізу було визначено, що експортування даної групи продукції в зазначеному обсязі дасть можливість ТОВ «ХЗ ПТУ» закріпити позиції на нових географічних сегментах і покращити показники зовнішньоекономічної діяльності.

Таким чином, запропоновані методичні підходи щодо визначення рівня конкурентоспроможності продукції мають високу практичну значущість і дозволяють підприємству проводити повну та інформативну оцінку конкурентоспроможності продукції з урахуванням найефективнішого інструментарію.

В роботі запропоновано проведення кластерного аналізу з метою вибору перспективної продукції ТОВ «ХЗ ПТУ». Була визначена група аналізованої продукції, яка характеризується найбільш оптимальним співвідношенням основних критеріїв і показників конкурентоспроможності. Розробки мають

практичну спрямованість, їх використання дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Нагернюк Д. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції / Д. В. Нагернюк [Електронний ресурс] / Вільна бібліотека. – Режим доступу : http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/1224/3/_.pdf
2. Захаров А. Н. Конкурентоспроможність підприємств: сутність, методи оцінки та механізми підвищення / А. Н. Захаров, А. А. Зокин // Бізнес і банки. – 2004. – № 001. – С. 1–5.
3. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : моногр. / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, Головко О. С. [Електронний ресурс] / Вільна бібліотека. – Режим доступу : https://www.twirpx.com/file/581230/
4. Піддубний, І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / О. І. Піддубний, Л. І. Піддубна / за ред. проф. О. І. Піддубного. – Х. : ВД «Інжек», 2004. – 264 с.
5. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : моногр. / Л. І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
6. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 947 с.
7. Каліта П. Я. Звіт щодо забезпечення якістю послуг, управління якістю та вдосконалення діючої системи управління за 2015 рік [Електронний ресурс] / П. Я. Каліти. – Офіційний сайт Української асоціації якості. – Режим доступу : http://www.uaq.org.ua/docs/mert2.pdf
8. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности / С. И. Савчук. – Мариуполь : ИПРЭЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с
9. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. для бакалавров / И. М. Лифиц. − 3-е изд., перераб. и доп. − М. : Юрайт, 2017. − 437 с.
10. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. − К.: КНЕУ, 2008. − 520 с.
11. Барна П. В. Визначення необхідності проведення еколого-економічної реструктуризації промислових підприємств / П. В. Барна // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 138–143.
12. Офіційний сайт ТОВ «ХЗ ПТУ» [Електронний ресурс] / Вільна бібліотека. – Режим доступу : http://www.hzpto.com/ua
13. Валєєва А. Ф. Контролінг як основа забезпечення ефективного розвитку підприємства / А. Ф. Валєєва // Управління розвитком. – 2011. – №23(120). – С. 15–17.

РОЗДІЛ 4

МЕТОДОЛОГІЧНІ, ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУЧАСНИХ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

З. В. Гбур

РЕЙДЕРСТВО ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Складність соціально-економічних проблем українського суспільства, викликана корінними перетвореннями країни, коли наша держава взяла безупинний курс на євроінтеграцію, диктує умови бізнесу державним інститутам та чинить значний вплив на забезпечення економічної безпеки. Реформи, що проводяться, основною метою яких є формування ринкових відносин та інституту приватної власності, спричинили зовсім не ті результати, які очікувалися. Період ослаблення державного контролю ознаменувався відторгненням адміністративних і моральних обмежень, розквітом корупції та тіньової економіки. Все це, поряд з проголошенням приватної власності та приватизацією державної власності, призвело до зародження нового типу підприємців, які згодом сформували не тільки певний тип соціально-економічної поведінки, а й менталітет бізнес-спільноти та ділову етику країни в цілому. Певна частина підприємців, які брали участь в безпосередньому перерозподілі державної власності, сформували в подальшому новий вид підприємництва − рейдерство і новий тип підприємців − рейдерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і тих, на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Питанням рейдерства та його впливу на економічну безпеку країни приділяли увагу

у своїх працях такі провідні науковці, як Валласк Е. [2], Варналій З. [3], Макарова О. [7], Паламарчук Г. [8], Панасенко Р. [9], Фомічов К. [12], Шапіро В. [13] та інші. Проте, у сучасних реаліях, в яких опинилася наша держава, дане питання потребує постійного вивчення та напрацювання дієвих заходів з його вирішення, що і стало предметом нашого дослідження.

Мета статті − з'ясувати сутність рейдерства та його вплив на економічну безпеку держави.

Перерозподіл власності притаманний усім країнам з ринковою економікою. Однак сьогодні найбільш гострою проблемою розвитку та функціонування економіки є поширення процесів незаконного привласнення чужого бізнесу (рейдерство). Через практику рейдерських захоплень пройшла економіка майже всіх розвинених країн світу; страждають від неї і країни, що розвиваються, у тому числі й Україна. Чинним законодавством України не всі правовідносини, що виникають у процесі господарської діяльності, врегульовані належним чином. Це дає змогу деяким суб'єктам господарювання вчиняти протиправні дії: незаконно відбирати за допомогою по суті шахрайських схем майно у власників, дестабілізувати нормальні ринкові взаємини і процес виробництва. На теперішній час в Україні об'єктами рейдерських захоплень стають не лише малі та середні підприємства, а й потужні господарські товариства. Це становить реальну небезпеку для розвитку корпоративного сектору вітчизняної економіки, збереження його конкурентних позицій на внутрішньому та світовому ринках. Тому боротьба з такими протиправними захопленнями повинна проводитись не тільки на рівні окремих компаній, а й насамперед на державному рівні за умов чіткої програми дій та застосування адекватних механізмів [12].

Поняття «рейдерство» виникло у Великій Британії,. Спочатку під цим терміном розуміли напади морських суден, які самостійно виконували бойові завдання, у тому числі й захоплення торговельних кораблів інших країн. Історія рейдерства нараховує не одне століття, хоча сам термін був введений до ділового обороту на межі XIX−XX ст. В якості злочину його почали

інтерпретувати тоді, коли виникла можливість поглинання компанії проти волі її власника [13].

Вважається, що першим рейдером був Джон Рокфеллер, засновник Standart Oil, який різними способами скуповував акції своїх конкурентів з метою зміцнити становище свого бізнесу ще в кінці XIX століття [3].

В Україну рейдерство прийшло на початку 90-х років, в епоху значного нагромадження первинного капіталу. Слід відзначити, що недружні поглинання «по-українськи» найчастіше зводяться до силових захоплень підприємств під прикриттям законних або псевдозаконних підстав. Такий негативний метод поглинань був запозичений у Російської Федерації, де практика рейдерських захоплень поширена більш широко та відпрацьована до дрібниць [13].

Для з'ясування сутності рейдерства та його впливу на формування економічної безпеки України варто звернутися до основних дефініцій.

Автори економічного словника розглядають «рейд» як операцію (спробу) з придбання великого пакету акцій певної компанії з метою її поглинання [1, с. 885]. Вороже поглинання виділяють як спробу оволодіти контролем над компанією через скуповування її акцій на ринку (тобто проти волі керівництва або провідних акціонерів) [1, с. 694].

На думку О. А. Макарової, ворожим або недружнім, поглинанням є процес масового скуповування акцій, який досить часто здійснюється незаконними способами. Однак, як зауважує науковець, недружнє поглинання, яке відбувається з використанням не тільки незаконних методів, але і часто кримінального характеру, є по суті не поглинанням, а захопленням. Поглинання, як засіб встановлення контролю над бізнесом, відбувається виключно у рамках закону [7].

У фаховій термінології Міністерства внутрішніх справ України «рейдерство» – це силове захоплення спірних підприємств, у тому числі на виконання відповідних судових рішень на користь тих чи інших власників [9]. Фахівці Служби безпеки України під «рейдерством» розуміють протиправне захоплення

акціонерних товариств (у тому числі з державною часткою власності) сторонніми комерційними структурами через міноритарних акціонерів, які діють на їх користь [9].

М. Лопашенко називає рейдерство діяльністю із захоплення бізнесу, визначаючи його як ретельно сплановану систему діяльності, спрямовану на отримання чужої компанії, яка здійснює підприємницьку або інші види економічної діяльності. При цьому рейдерство, як правило, є сукупністю незаконних, напівзаконних (не прописаних у законі, іншими словами − протиправних, але законодавчо не заборонених) та законних способів придбання привабливого, але чужого бізнесу [11].

Вітчизняні науковці теж вказують на напівкримінальний характер рейдерства, основною ознакою якого є порушення закону, застосування тих чи інших шахрайських методів [5, с. 10]. На їхню думку, рейдерство – незаконне захоплення підприємства без згоди його акціонерів, метою якого є отримання контролю над ліквідними активами підприємства за максимально низькою ціною, як правило для їх подальшого продажу. Силові дії застосовуються як доповнення та забезпечення юридичних заходів, що дають рейдерам можливість забезпечення влади. При цьому корпоративний конфлікт у рейдерських схемах є тільки приводом для захоплення підприємства [11].

Одним із різновидів рейдерства є, на нашу думку, і корпоративне захоплення, що визначається як викрадення пакету акцій у акціонерів, здійснене обманним способом з метою отримання домінуючого положення в акціонерному товаристві та можливості активно впливати на прийняття ним рішень або з метою подальшого виведення активів акціонерного товариства [2].

В контексті даного дослідження варто дослідити види рейдерства. Слід зазначити, що їх існує досить багато, так як і видів рейдерів. Зокрема, усіх рейдерів умовно поділяють на «білих», «сірих» та «чорних».

За умов «білого» рейдерства організатор схеми діє виключно у межах норм чинного законодавства, використовуючи наявні у ньому прогалини. Цей різновид

рейдерства можна вважати особливим та законним видом бізнесу, оскільки скуповування акцій українським законодавством не заборонено. Фактично на сьогодні у розвинених країнах світу поширений лише цей різновид рейдерства, оскільки він є дозволеним, регулюється та контролюється законом. Такі рейдери завжди використовують законні інструменти заволодіння компаніями, а саме: придбаня кредиторської заборгованості, перегляд результатів приватизації, скуповування акцій (приблизно 10−15 %), можливим є також корпоративний шантаж [4, с. 131−132].

При «сірому» рейдерстві організатори рейдерських операцій діють на межі закону. Вони використовують такі інструменти, як часткову фальсифікацію документів, скуповування акцій, шантаж, ведення подвійного реєстру і незаконні збори акціонерів, підкуп суддів, навмисне ініціювання справи про банкрутство, операції із податковою та кредиторською заборгованостями. Межа між використанням законних та незаконних методів є нечіткою, тому досить часто рейдери переходять на незаконні способи захоплення суб'єкта господарювання [8, с. 39].

При «чорному» рейдерстві організатор використовує фальсифіковані документи і інші методи «сірого рейдерства», значно більше уваги приділяє корумпованим методам впливу. Крім корупційних, незаконних і неправомірних ухвал, «чорне» рейдерство характеризується обов'язковим вживанням фізичного насильства для реального втілення цих рішень у життя [4, с. 132−133].

Варто зазначити, що в нашій країні межа між вищеописаними рейдерами вагомо розмита. Недосконале законодавство сприяє тому, що спочатку проведена ніби то в межах чинного законодавства операція поступово супроводжується «чорними» методами.

При так званому «білому» рейдерстві за допомогою висококваліфікованих юристів використовуються прогалини та суперечливості чинного законодавства, зокрема недосконаліть законодавства про акціонерні товариства, регулювання депозитарної діяльності тощо.

Протиправні способи захоплення підприємств у літературі дістали назву «чорного рейдерства», при якому використовуються насильство, шантаж, підкуп, надання та оприлюднення свідомо неправдивої інформації тощо.

Згідно з даними всеукраїнського загальнополітичного освітянського тижневика «Персонал Плюс», про рівень рейдерства в Україні та його вражаючі масштаби свідчать такі факти:

- в Україні діють щонайменше 40−50 спеціалізованих рейдерських груп, які складаються з досвідчених юристів та економістів;

- рейдерство набуло в Україні системного характеру, кількість захоплень сягає 3000 на рік;

- результативність рейдерських атак складає понад 90 %;

- за експертною оцінкою щорічний обсяг сегменту поглинань і злиттів (без приватизації) становить понад 3 млрд дол. США;

- середньостатистична норма прибутку рейдера в Україні, за експертними оцінками, дорівнює 1000 %;

- українське рейдерство має відчутну кримінальну складову: протиправні дії вчиняються із залученням збройних формувань, а подекуди − навіть співробітників правоохоронної системи тощо.

До замовлення й іноді організації рейдерських дій, що призводять до перерозподілу власності, вдаються окремі потужні промислово-фінансові групи України. Зокрема, в рамках експертного опитування «Центру дослідження корпоративних відносин» бізнес-групу «Приват» назвали найбільшим українським рейдером 100 % експертів, групу «Фінанси та кредит» − 54,6 % експертів, «Альфа-Груп» − 45,5 % експертів.

Так, сумнозвісний Геннадій Корбан (група «Приват»), який є головною дієвою особою операцій проти ЗАТ «ДОПСОК», Дніпропетровського будинку побуту, Дніпропетровського ринку «Озерка», ЗАТ «Дніпропетровський олієекстракційний завод» (корпорація Bunge), НЗФ, універмагу «Дитячий світ», ЗАТ «Агрофірма „Пролісок"« (Львів), готельного комплексу «Бригантина» (Херсон),

Кременчуцького сталеливарного заводу та ін., навіть не вважає за потрібне приховувати свою участь в організації нападів.

Проаналізувавши рішення (постанови) судів України, ми вважаємо, що основними чинниками рейдерства в Україні є:

- неврегульованість національної правової системи;

- низька ефективність судової влади через відсутність чітких законодавчо встановлених принципів здійснення судочинства в справах про «рейдерство»;

- корумпованість органів влади;

- відсутність державних інститутів, основною діяльністю яких був би напрямок забезпечення економічної безпеки країни.

Так, саме відсутність відповідних державних утворень, які б стояли на захисті економічних інтересів держави, є однією з головних причин «розгулу» по Україні такого поняття як «рейдерство». Корумпованість органів влади є побічним з перерахованих чинників, оскільки багато в чому має «залежність» від недосконалості чинного законодавства та відсутності чітких законодавчо встановлених принципів здійснення судочинства в справах про «рейдерство».

Станом на жовтень 2007 року в Україні діяв Кримінально-процесуальний Кодекс, затверджений в 1961 році, тобто через 8 років після смерті Й. Сталіна. Це великий термін; законодавчий акт такого статусу розроблявся не протягом одного дня і не без слідчо-судової практики тих часів. Так, з моменту прийняття кодексу було внесено чимало змін, однак ці зміни можна порівнювати лише з модернізацією окремих напрямів структури нормативно-правового акту на старій основі, яка не здатна витримати демократичні принципи досудового слідства на відміну від тих, що закладені в принципах досудового слідства колишнього СРСР. Чинний Кримінальний кодекс України був прийнятий 05 квітня 2001 року та набрав чинності 01 вересня 2001 року. У ньому встановлені підстави та принципи кримінальної відповідальності, поняття «злочинність» і «караність діянь», підстави для звільнення від кримінальної відповідальності й покарання в сучасних умовах.

Яскравим прикладом цього є функція здійснення досудового слідства та нагляду за його законністю органами прокуратури України. Відсоток того, що цей же орган виявить порушення в своєму підрозділі є досить невеликим, оскільки це автоматично призведе до критики керівника служби, не кажучи про порушення кримінальної справи відносно однієї і тієї ж особи − прокурора, який проводив досудове слідство й одночасно здійснював нагляд за додержанням законодавства під час його проведення досудового слідства. Вже тільки ця обставина змушує органи прокуратури України, які за Конституцією України здійснюють нагляд за додержанням законів органами, що проводять досудове слідство, йти на конфронтацію всередині служби. Дана обставина не може не вплинути на ефективність роботи служби, не кажучи про боротьбу з таким явищем, як «рейдерство». При цьому, враховуючи рівень корупції в країні та підслідність кримінальних справ, які можуть порушуватися виключно органами прокуратури − ст. 365 КК України (перевищення влади або службових повноважень); ст. 368 КК України (одержання хабаря); ст. 372 КК України (притягнення завідомо невинного до кримінальної відповідальності слідчим, прокурором чи іншою уповноваженою на те законом особою); ст. 382 КК України (невиконання рішення суду), а також при одночасному здійсненні нагляду за додержанням законів при порушенні цієї категорії справ, зробити висновок про ефективність боротьби з «чорним» рейдерством в Україні зі сторони органів державної влади практично неможливо.

Однак, прогалини існують не тільки в процесуальному законодавстві України, а й в нормах матеріального права під час представництва інтересів податкової служби Київської області, виникають наступні питання: платник податків ухиляється від нарахування пені та штрафної санкції за несвоєчасну сплату податкових зобов’язань у зв’язку з введенням мораторію на задоволення вимог кредиторів; неможливість застосування до такого платника заходів стягнення податкового боргу.

Відповідно до п. 4 ст. 12 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» №2343 (далі − Закон № 2343), одночасно з порушенням провадження у справі про банкрутство вводиться мораторій на задоволення вимог кредиторів, про що зазначається в ухвалі господарського суду. Протягом дії мораторію на задоволення вимог кредиторів не нараховується неустойка (штраф, пеня), не застосовуються інші санкції за невиконання чи неналежне виконання грошових зобов'язань та зобов'язань щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів).

В окремих випадках суддями господарського суду після порушення справи про банкрутство та введення мораторію на задоволення вимог кредиторів не призначається підготовче засідання, в якому відповідно до Закону № 2343 суд повинен винести ухвалу, що зобов’язує заявника подати до офіційних друкованих органів у десятиденний строк за його рахунок оголошення про порушення справи про банкрутство.

Така схема дозволяє платнику податків ухилятись від нарахування пені та штрафної санкції за несвоєчасну сплату податкових зобов’язань; а також до такого платника неможливо застосувати заходи стягнення податкового боргу, передбачені Законом № 2181.

Рейдерство змушує повернутися до низки державних проблем − недосконалості законодавчої бази, корумпованості суддів, зв’язків між владою та бізнесом, безкарності осіб і структур, які вдаються до силових методів захоплення приватної власності, недобросовісного політичного лобі тощо. Експерти також сподіваються, що як тільки в Україні будуть створені умови, за яких вигіднішим і дешевшим буде купити бізнес на законній основі, а процес захоплення стане нерентабельним і ризикованим, рейдерство почне вимирати. Однією з умов створення такого бізнес-середовища є реформа судової системи України.

Окрім цього, на думку експертів, потрібно розвивати в країні практику корпоративного управління як незамінної складової ринку. Так, соціологічні дослідження показали, що інвестор готовий платити на 40 % більше, якщо

в компанії існує правильно організоване корпоративне управління. На думку фахівців «Укрконсалтингу», розвиток корпоративного законодавства в Україні в останні десять років відбувається в напрямку захисту прав акціонерів-міноритаріїв − це і заборона на викуп дрібних залишків, і пріоритетне право участі в придбанні додаткових випусків акцій, і послідовне розширення допуску до інформації про діяльність акціонерного товариства. Крім того, законодавці планують ввести норми щодо обов'язкової виплати дивідендів, бо відмова від виплати − це порушення майнових інтересів міноритаріїв, і це при тому, що міноритарні акціонери не працюють на товариство. В той же час ініціатива щодо надання власнику 90 % пакета акцій права примусового викупу акції у дрібних акціонерів викликала в суспільстві обурення. Таким чином, концентрація в країні міжкорпоративних конфліктів, практика використання міноритарних акціонерів для неправових захоплень власності зосередили корпоративне управління переважно на одній проблемі − відносинах між «мажорами» і міноритаріями.

Найбільш поширеними способами здійснення рейдерських дій є:

а) цілеспрямоване заниження вартості підприємства і придбання його активів;

б) скупка дрібних пакетів акцій підприємства;

в) скупка боргових зобов'язань підприємства;

в) оспорювання прав власності;

г) умисне доведення підприємства до банкрутства;

д) публікація замовних матеріалів на користь «загарбників»;

е) «підкуп» менеджерів підприємства;

ж) захоплення та незаконне утримання власності підприємства;

з) погрози на адресу чинних керівників підприємства.

Підкреслюючи протиправність всіх цих дій, варто зазначити, що до складу кожного з них входить ряд кримінально карних діянь.

Суб'єктами рейдерської атаки є [13, с. 183]:

1. Замовник − свого роду спонсор рейдерської атаки (окрема фізична або юридична особа).

2. Рейдери:

1) наймані особи, що працюють під керівництвом великих фірм, які надають їм усі необхідні ресурси для реалізації угоди;

2) незалежні рейдери − працюють самостійно за власні ресурси, отримують весь прибуток від проведення операції.

Можна виділити наступні соціальні причини виникнення рейдерства:

- радикальні соціальні зміни, що призводять до соціальної дезорганізації та порушення керуючих поведінкою норм. В Україні протягом XX ст. політичні та економічні режими двічі змінювалися кардинальним чином. Це, в свою чергу, не могло не призвести до порушення ясності соціальних норм і повної зміни ціннісно-культурних матриць. Були зруйновані норми, культурні цінності та соціальні зв'язки, повага до приватної власності, що виступає в якості культурної цінності (як норму суспільної взаємодії її було втрачено);

- відсутність або недостатній вплив механізмів, що стримують деструктивну підприємницьку поведінку;

- розрив між схвалюваною культурною метою (тобто бути матеріально забезпеченим і успішним) і способом досягнення цієї мети (тобто експропріацією чужої власності);

- ефект соціального навчання (чим більше людей дотримуються норм девіантного підприємництва, тим більше суб'єктів навчаються цієї норми шляхом спілкування та взаємодії);

- вплив деструктивної економічної свідомості (рейдерська поведінка приносить матеріальну винагороду).

При цьому необхідно зазначити, що на інституційні та економічні передумови, що формують рейдерську поведінку, серйозний вплив зробили соціально-культурний та історичний фактори.

Якщо говорити про типову спеціалізовану фірму-рейдера, то її структура складається наступним чином [6, с. 116−117]:

1. Організатор − особа, що володіє приватним бізнесом і веде переговори з потенційними змовниками рейдерських атак.

2. Юристи − кваліфіковані фахівці в галузі права, що використовують прогалини у чинному законодавстві, розробляють та формують пакети документів (у тому числі підроблені) для порушення кримінальних, господарських справ, ініціювання перевірок.

3. Відділ, що відповідає за збір та аналіз інформації про обрану для рейдерства компанію, виконує допоміжні функції.

4. PR-агентство, яке під час проведення рейдерської акції поширює недостовірну інформацію про об'єкт рейдерства з метою формування негативної думки про обрану рейдерами компанію.

5. Силові структури − приватні охоронні фірми, працівники інших підприємств, які працюють під керівництвом рейдерів.

6. Відділ, що безпосередньо займається реалізацією проектів з недружніх поглинань, розробляє власну стратегію (схему) дій, використовуючи інформацію, отриману відділом збору й аналізу інформації, висновки та рекомендації юристів.

Можемо запропонувати власну класифікацію рейдерів:

1. «Замовники» − як правило це представники великого бізнесу, володіють великими фінансовими можливостями, прагнуть до максимального задоволення своїх амбіцій. Нерідко це публічно відомі особистості, провідні власники легального бізнесу. Рейдерство для них – перш за все елемент конкурентної боротьби.

2. «Координатори» − це так звані «білі комірці» кримінального співтовариства, які володіють організаторськими якостями і значними зв'язками, в тому числі корупційного та кримінального характеру. Вони, як правило, здійснюють планування, загальне керівництво та координацію незаконного корпоративного захоплення. Часто це колишні співробітники правоохоронних органів.

3. «Професіонали» − як правило люди, які добре орієнтуються в сфері юриспруденції та економіки, володіють конкретними механізмами економічного та юридичного впливу на «ціль». В їх завдання входить аналіз інформації та документальний супровід рейдерської діяльності на всіх етапах.

4. «Солдати» − переважно молоді люди віком 23−35 років, так звані «тітушки», які не мають стабільного доходу, здатні за порівняно невелику плату виконувати нескладні доручення стосовно збору інформації, вчинення насильницьких і інших дій, що входять до плану незаконного корпоративного захоплення.

5. «Корупціонери» − посадові особи, які за матеріальну винагороду, користуючись посадовим становищем, приймають рішення або створюють умови, що є вигідними для рейдерів.

Критеріями оцінки ефективності захищеності від рейдерських захоплень на рівні суб'єктів господарювання є: ступінь зосередженості активів; фінансово-економічний стан; структура кредиторської заборгованості; політика в сфері дивідендів; наявність або відсутність порушень правил бухгалтерського обліку, податкового законодавства та інших правових норм; привабливість і рентабельність бізнесу; особливості внутрішньокорпоративних відносин.

Заходами профілактики рейдерства на рівні підприємств можуть бути наступні:

- постійний контроль за поточною і простроченою кредиторською заборгованістю, надання керівництву щотижневої звітності про розмір заборгованості та строки й методи її погашення;

- консолідація пакету акцій в руках досить вузького кола довірених осіб;

- листування чи пересилання в напрямку адресату оригіналів документів, треба здійснювати під особистий підпис або рекомендованим листом з повідомленням про вручення;

- суворий облік вхідної кореспонденції з присвоєнням документам вхідних і вихідних номерів, реєстрація в спеціальному журналі;

- надійність реєстроутримувача;

- створення паралельно з основною юридичною особою ряду додаткових компаній, яким передаються (або можуть бути оперативно передані) у власність цінні активи підприємства;

- передбачення в договорах заборони на поступку іншою особою прав кредитора без згоди боржника;

- зберігання оригіналів установчих документів і основних внутрішніх документів у важкодоступних місцях (бажано за межами підприємства). Також доцільно закласти акції або частки в ТОВ чи за позовом надійного партнера домогтися накладення на них судового арешту.

Заходами щодо вдосконалення діяльності державних органів в сфері протидії рейдерським захопленням є:

- створення в поліції спеціальних підрозділів з числа діючих співробітників з метою здійснення координації діяльності з іншими правоохоронними органами та проведення аналітичного моніторингу оперативної обстановки на ринку злиттів і поглинань;

- створення інформаційного банку даних щодо організацій та осіб, які спеціалізуються на недружніх поглинаннях і мають кримінальний відтінок, про об'єкти, щодо яких рейдерське захоплення є найбільш вірогідним.

В Україні сьогодні рейдерське захоплення бізнесу є досить нищівним чинником, що впливає на економічну безпеку як підприємств, так і країни зокрема. Найбільш поширеними способами здійснення рейдерських дій є: цілеспрямоване заниження вартості підприємства та придбання його активів, скупка дрібних пакетів акцій підприємства, скупка боргових зобов'язань підприємства; оскаржування прав власності, умисне доведення підприємства до банкрутства, публікація замовних матеріалів на користь «загарбників», «підкуп» менеджерів підприємства, захоплення і незаконне утримання власності підприємства, погрози на адресу чинних керівників підприємства. Для мінімізації та уникнення

рейдерських дій держава та бізнес повинні здійснювати дієві превентивні заходи.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М. : Институт новой экономики, 2002. − 1280 с.
2. Валласк Е. Субъект преступления, характеризуемого как «корпоративный захват» / Е. Валласк // Законность. – 2006. – № 8. – С. 48–50.
3. Варналій З. Основні передумови та шляхи подолання рейдерства в Україні [Електронний ресурс] / З. Варналій, І. Мазур. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua
4. Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство / Б. М. Андрушків, Ю. Я. Вовк, П. Д. Дудкін та ін. – Тернопіль : Терно граф, 2008. – 424 с.
5. Корпоративні конфлікти: кримінальні способи та методи встановлення контролю над підприємством : метод. рекомендації / Ущаповський В. Ф., Сахарова О. Б., Лопатін С. І. та ін. – К. : Державний науково-дослідний інститут МВС України, 2007. − 63 с.
6. Корпоративные конфликты. Рейдерство / И. Лазуренко, Ю. В. Лазуренко / под общ. ред. В. И. Лазуренко. – Донецк : Донбасс, 2011. – 588 с.
7. Макарова О. А. Порядок приобретения контроля в акционерных обществах: некоторые проблемы / О. А. Макарова // Закон. – 2007. – № 3. – С. 170–177.
8. Паламарчук Г. Особливості рейдерства в Україні та політика його подолання / Г. Паламарчук, Л. Венгер // Економіка України. – 2007. – № 7(9). – С. 38–45.
9. Панасенко Р. А. Щодо криміналізації поняття «рейдерства» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://jurlugansk. ucoz.org/publ/5-l-0-56
10. Постанова Кабінету Міністрів України «Про схвалення Декларації цілей та завдань бюджету на 2008 рік (Бюджетної декларації)» : від 01.03.2007 р., № 316 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada. gov.ua/laws/ show/316-2007-%D0%BF
11. Камлик М. І. Рейдерство в Україні: сутність та засоби протидії [Електронний ресурс]/ М. І. Камлик. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.pdf
12. Фомічов К. С. Актуальні проблеми боротьби з рейдерством в Україні [Електронний ресурс] / К. С. Фомічов // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. – 2014. – № 4. − С. 312−318.
13. Шапіро В. С. Рейдерство як економіко-правове явище: загальна характеристика / В. С. Шапіро, Т. В. Булах // Форум права. – 2015. – № 2. – С. 181–186.

Т. В. Дядик

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛТАВЩИНИ

Аграрний сектор економіки України є динамічним, потужним, перспективним та конкурентоспроможним сектором, що постійно нарощує обсяги виробництва, експорту та доходів держави, власників і громадян. Не зважаючи на те, що сільське господарство забезпечує рівень продовольчої безпеки країни, воно й надалі відзначається нестабільністю та ризикованістю, не гарантує швидких і достатньо великих прибутків. Найбільш значною галуззю аграрного комплексу є продуктова, тому пошук можливостей підвищення результативності сільськогосподарських підприємств є необхідною умовою їх виживання в умовах ринкової економіки та входження України у світову економічну систему. Тому, на сучасному етапі розвитку важливо забезпечити пропорційний та збалансований розвиток комплексу аграрних і промислових галузей.

Пошук шляхів стабілізації та подальшого ефективного розвитку підприємств агропромислового комплексу (АПК) здійснюють в наукових працях такі вітчизняні вчені, як В. Г. Андрійчук, В. І. Бойчик, П. І. Гайдуцький, А. С. Даниленко, С. Г. Дяченко, І. Г. Кириленко, І. І. Лукінов, Ю. О. Лупенко, П. М. Макаренко, В. П. Мертенс, В. Я. Месель-Веселяк, П. П. Руснак, П. Т. Саблук, М. М. Федоров, О. М. Шпичак та ін.

Дія нових соціально-економічних та геополітичних факторів спричинила появу цілої низки проблем розвитку галузі сільського господарства, серед яких необхідно зазначити: зменшення обсягу валової продукції, необхідність диверсифікації ринків збуту продукції, звуження фінансової бази розвитку сільськогосподарських підприємств, скорочення кількості малих (насамперед фермерських) господарств. В умовах напруженої економічної ситуації та продовження АТО, ймовірним є подальше скорочення бюджетного фінансування аграрної галузі, що не матиме катастрофічних наслідків, зважаючи на вибірковість такої

форми підтримки та низькі її обсяги у попередні роки. Найбільше вплинуть на розвиток агропромислового виробництва заходи цінового регулювання та кредитної підтримки [3, с. 30].

Основними стратегічними цілями розвитку аграрного сектору до 2020 р., визначеними Міністерством аграрної політики та продовольства України, є: гарантування продовольчої безпеки держави; забезпечення прогнозованості розвитку та довгострокової стійкості аграрного сектору на основі його багатоукладності; сприяння розвитку сільських поселень та формування середнього класу на селі шляхом забезпечення зайнятості сільського населення та підвищення їх доходів; підвищення інвестиційної привабливості галузей аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств; підвищення конкурентоспроможності продукції, ефективності галузей, стабільність ринків; розширення участі України у забезпеченні світового ринку продукцією сільського господарства та продовольства; раціональне використання сільськогосподарських земель і зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на довкілля [6].

В сучасних умовах господарювання лише економічно стійкі підприємства, що виробляють якісну конкурентоспроможну продукцію, можуть бути успішними учасниками ринку. Для того, щоб сільськогосподарські підприємства мали реальний шанс перейти на новий етап у виробничому процесі й успішно функціонувати на ринку сільськогосподарської продукції, необхідно розробити відповідну стратегію розвитку та використання нововведень. Прикладом високої ефективності та віддачі науки є економічний розвиток США; тут сільськогосподарський сектор з року в рік залишається конкурентоспроможним, не дивлячись на високі матеріальні витрати. Щорічне збільшення ефективності праці на 2,5 % дозволяє подвоїти виробництво у розрахунку на годину витраченої праці протягом 28 років. За таких темпів американська продуктивність праці залишається найкращою в світі [7].

Метою дослідження є оцінка сучасного економічного розвитку аграрних підприємств Полтавщини в умовах економічної кризи, зокрема таких основних

показників, як обсяг виробництва продукції та рентабельність функціонування підприємств, а також обґрунтування основних заходів із зміцнення позитивної динаміки розвитку сільського господарства.

На сьогоднішній день наявна динаміка позитивних зрушень − зростають обсяги валової продукції. Лідером серед підприємств Полтавської області у 2016 р. є Глобинський район, сільськогосподарські підприємства якого виробили продукцію на суму 1061,9 млн грн. Останнє 25 місце за обсягами валової продукції займає Чутівський район − сума доходу за вироблену продукцію складає 245,8 млн грн (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка виробництва продукції сільського господарства в Полтавській області (у постійних цінах 2010 року), 2012−2016 рр., млн грн [2; 5, с. 102]

Райони	Роки					2016 р. у % до 2012 р.	Місце району у 2016 р.
	2012	2013	2014	2015	2016		
Полтавська область	8265,6	10499,9	9765,8	10753,8	11438,8	138,4	х
Великобагачанський	321,2	418,8	353,3	400,9	402,7	125,4	15
Гадяцький	606,3	730,9	686,7	572,7	637,7	105,2	3
Глобинський	708,3	993,5	836,7	1011,7	1061,9	149,9	1
Гребінківський	178,9	198,0	202,0	234,6	283,4	158,4	23
Диканський	351,5	442,0	419,0	399,7	393,5	111,9	16
Зіньківський	341,8	468,4	496,4	480,6	529,7	155,0	6
Карлівський	232,7	337,9	394,3	355,7	413,7	177,8	14
Кобеляцький	325,4	572,9	447,3	512,0	529,1	162,6	7
Козельщинський	217,6	299,2	232,5	286,7	327,3	150,4	20
Котелевський	239,7	276,8	320,1	313,7	315,7	131,7	21
Кременчуцький	193,3	267,7	221,3	290,3	290,6	150,3	22
Лохвицький	419,3	488,5	503,4	399,3	500,4	119,3	9
Лубенський	358,8	432,3	397,2	446,8	491,2	136,9	10
Машівський	178,5	402,1	339,9	419,8	421,4	236,1	13
Миргородський	538,5	586,3	593,2	639,0	640,1	118,9	2
Новосанжарський	243,6	406,6	314,7	430,2	463,2	190,1	12
Оржицький	392,8	357,3	365,7	409,0	472,0	120,2	11
Пирятинський	321,2	295,6	275,6	333,3	334,6	104,2	19
Полтавський	244,4	336,1	361,6	391,3	391,5	160,2	17
Решетилівський	249,9	378,4	292,7	395,0	384,0	153,7	18
Семенівський	418,7	453,0	343,6	536,1	530,5	126,7	5
Хорольський	392,1	456,3	438,0	470,8	572,9	146,1	4
Чорнухинський	194,3	221,5	225,2	289,6	247,1	127,2	24
Чутівський	178,4	232,8	266,9	243,4	245,8	137,8	25
Шишацький	408,6	432,4	428,4	462,7	529,0	129,5	8

З 25 районів Полтавської області, Полтавський район у 2016 р. за обсягами виробництва валової продукції в постійних цінах 2010 р. займає 17 місце, порівняно з 13 місцем у 2012 р. За період 2012–2016 рр. сільськогосподарські підприємства Полтавського району збільшили обсяги виробництва аграрної продукції на 60,2 %. Якщо у 2012 р. підприємствами було вироблено продукції на 244,4 млн грн, то у 2016 р. – на 391,5 млн грн.

Динаміка індексів продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за 2012–2016 рр. свідчить про те, що відбувались значні коливання обсягів виробництва як по області, так і по району (рис. 1).

Рис. 1. Динаміка індексів продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах, у % до попереднього року [2; 5, с. 104]

Найбільше зростання обсягів виробництва продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області було встановлено у 2013 р. проти 2012 р. по області – на 27 %, по підприємствах Полтавського району – на 37,5 %. У 2014 р. у зв'язку з несприятливими погодними умовами відбулося різке зниження обсягів виробництва. За останній 2016 рік приріст відповідно по області склав 6,4 %, по Полтавському району – всього на 0,1 %. Більш наочно зростання показника виробництва валової продукції проказує один з головних показників продуктивності праці – виробництво продукції сільського господарства на 1 особу у сільськогосподарських підприємствах (рис. 2). За період 2012–2016 рр. у сільськогосподарських підприємствах

відбулося зростання показника продуктивності праці за обсягами валової продукції по області − на 42,0 %, по Полтавському району − на 59,5 %.

Рис. 2. Динаміка виробництва продукції сільського господарства на 1 особу у сільськогосподарських підприємствах (у постійних цінах 2010 р.), грн [2; 5, с. 103]

За розмірами валової продукції у розрахунку на 1 особу в 2016 р. сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області вироблено продукції на суму 7983 грн, по Полтавському району на 27 % менше − 5844 грн.

Ключовою проблемою є формування належного рівня забезпеченості сільськогосподарських підприємств основними виробничими засобами з урахуванням розвитку інноваційних процесів відповідно до їх спеціалізації, виробничого напрямку господарювання та природно-кліматичних умов, що обумовлює поглиблений розгляд питань наукового обґрунтування методологічних підходів до вирішення проблеми економічної ефективності використання та відтворення основних виробничих засобів. В аграрних підприємствах Полтавського району за 2012–2016 рр. спостерігається переважно негативна динаміка наявності основних засобів та енергетичних потужностей: наявність енергетичних потужностей у підприємств зменшилась на 13 %, а забезпеченість ними аграрних підприємств у розрахунку на 100 га посівної площі скоротилась майже на 13,2 % (табл. 2). Несуттєво, проте зменшилась забезпеченість підприємств району технікою: в середньому у межах 5 % зменшилась кількість зернозбиральних комбайнів та

тракторів, наявність кукурудзозбиральних комбайнів зменшилась на 60 %, а бурякозбиральних − майже на 75 %.

Таблиця 2

Динаміка забезпеченості енергетичними потужностями та основними засобами аграрних підприємств Полтавського району, 2012−2016 рр. [5, с. 179−189]

Показники	Роки					2016 р. до 2012 р.	
	2012	2013	2014	2015	2016	+, −	%
Наявність енергетичних потужностей у підприємств, тис. кВт	115	113	118	89	100	−15,00	87,0
Забезпеченість енергетичними потужностями підприємств (кВт) на 100 га посівної площі	212	206	215	163	184	−28,00	86,8
Наявність тракторів у підприємств, шт.	408	412	423	341	388	−20,00	95,1
Забезпеченість тракторами підприємств, шт. на 1000 га ріллі	8	7	8	6	7	−1,00	87,5
Потужність тракторів, тис. кВт	36	36	38	32	37	1,00	102,8
Середня потужність двигуна трактора, кВт	87,1	88,1	90,4	93,3	95,1	8,00	109,2
Наявність зернозбиральних комбайнів, шт.	74	72	78	63	70	−4,00	94,6
Забезпеченість підприємств зернозбиральними комбайнами, шт. на 1000 га посівної площі	9	6	8	5	8	−1,00	88,9
Наявність кукурудзозбиральних комбайнів, шт.	5	5	5	2	2	−3,00	40,0
Наявність бурякозбиральних комбайнів, шт.	16	10	15	4	4	−12,00	25,0
Наявність доїльних установок та апаратів, шт.	55	49	56	38	44	−11,00	80,0

Найважливішим показником, що визначає фінансовий стан підприємства та висвітлює рівень ефективності використання ресурсів підприємства, є чистий доход: від нього залежить рівень рентабельності продажів і активів, оборотність активів, рух коштів, інвестиційна привабливість підприємства. У ринковій економіці прибуток – кінцева мета і рушійний мотив виробництва. Розмір прибутку напряму залежить від обсягу отриманого валового доходу. Тому, при розгляді питань щодо управління прибутком підприємства ці показники необхідно розглядати комплексно. Фінансовий результат від основної діяльності сільськогосподарських

підприємств Полтавської області у 2016 р. становив 8,2 млрд грн прибутку проти 11,8 млрд грн у 2015 р. та 1,48 млрд грн у 2012 р. (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка розміру прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції підприємствами Полтавської області (2012−2016 рр.),тис. грн [5, с. 105]

Райони	Роки					2016 р. у % до 2012 р.
	2012	2013	2014	2015	2016	
Полтавська область	1 482 416	757 397	2 552 973	11 854 461	8 222 114	554,6
Великобагачанський	145 017	37 835	14 6850	481 393	244 330	168,5
Гадяцький	36 760	45 932	147 149	440 468	178 129	484,6
Глобинський	202 957	97 608	249 966	545 707	469 926	231,5
Гребінківський	37 204	–31 553	65 459	115 756	192 037	516,2
Диканський	87 763	46 678	140 285	270 273	133 659	152,3
Зіньківський	32 113	18 643	40 456	255 378	118 224	368,1
Карлівський	29 328	–18 906	102 904	307 841	413 906	1411,3
Кобеляцький	20 615	57 860	131 124	170 576	180 895	877,5
Козельщинський	72 628	–9004	23 825	142 375	136 575	188,0
Котелевський	42 587	32 655	71 529	197 823	191 528	449,7
Кременчуцький	21 294	23 684	42 036	198 857	134 251	630,5
Лохвицький	–54 561	332 157	599 540	4 285 563	1 984 987	–
Лубенський	14 904	–2120	7183	67 639	93 792	629,3
Машівський	–25 482	–46 172	29 318	269 688	246 738	–
Миргородський	190 820	111 226	113 083	545 585	614 289	321,9
Новосанжарський	219 298	–47 321	63 459	1 049 421	597 620	272,5
Оржицький	53 546	–8956	15 665	464 932	469 914	877,6
Пирятинський	63 569	–20 259	29 990	146 165	150 121	236,2
Полтавський	45 426	18 284	55 573	193 871	298 027	656,1
Решетилівський	41 208	–16 837	–62 476	241 216	247 731	601,2
Семенівський	57 673	516	48 288	383 917	277 523	481,2
Хорольський	15 879	44 565	66 515	235 185	255 312	1607,9
Чорнухинський	6926	–2486	22 324	63 726	4001	57,8
Чутівський	23 694	28 104	57 476	187 782	199 910	843,7
Шишацький	93 809	70 108	324 413	395 765	295 993	315,5

Сільськогосподарськими підприємствами Полтавського району у 2016 р. від реалізації сільськогосподарської продукції отримано 193,87 млн грн прибутку, що у 3,6 рази більше рівня 2012 р. Серед 25 районів області Полтавський район за розмірами отриманого чистого доходу займає 12 місце. Найбільш позитивна динаміка прибутковості спостерігається по сільськогосподарських підприємствах Лохвицького району, де найбільший прибуток отриманий у 2016 р. − 1,98 млрд грн. проти збитків 2012 р.

Рівень рентабельності основної діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області у 2016 р. (без урахування бюджетних дотацій і доплат) у цілому склав 47,8 % проти 16,1 % у 2012 р. У підприємств Полтавського району рентабельність виробництва сільськогосподарської продукції має позитивну динаміку − рівень прибутковості галузі зріс за період 2012−2016 рр. на 45 % та у 2016 р. становив 63,4 %. (табл. 4).

Таблиця 4

Динаміка рівня рентабельності виробництва продукції сільського господарства підприємств Полтавської області (2012−2016 рр.),% [5, с. 106]

Райони	Роки					2016 р. до 2012 р., +/ −
	2012	2013	2014	2015	2016	
Полтавська область	16,1	8,3	23,4	67,3	47,8	31,7
Великобагачанський	42,6	13,2	42,1	68,2	53,4	10,8
Гадяцький	7,3	10,3	27,6	49,5	18,2	10,9
Глобинський	32,4	13,3	31,7	47,8	36,1	3,7
Гребінківський	20,4	–13,0	23,5	45,5	51,9	31,5
Диканський	32,0	15,1	43,1	49,9	20,9	−11,1
Зіньківський	15,2	8,8	16,8	56,8	23,6	8,4
Карлівський	6,5	–5,1	20,0	55,0	48,8	42,3
Кобеляцький	12,0	20,9	43,9	41,5	30,5	18,5
Козельщинський	32,6	–3,7	6,9	15,9	27,1	−5,5
Котелевський	25,8	15,9	27,4	51,5	38,2	12,4
Кременчуцький	11,5	12,7	19,8	57,2	37,1	25,6
Лохвицький	–2,3	19,4	24,7	115,6	76,5	78,8
Лубенський	17,6	–2,7	8,7	48,4	50,4	32,8
Машівський	–16,2	–17,7	11,8	85,1	64,3	81,5
Миргородський	40,4	24,1	20,3	82,7	79,8	39,4
Новосанжарський	58,3	–8,4	14,8	97,9	72,4	14,1
Оржицький	16,5	–2,8	4,3	62,9	55,4	38,9
Пирятинський	29,5	–11,1	15,6	46,1	38,2	8,7
Полтавський	18,4	6,6	18,3	46,5	63,4	45
Решетилівський	10,8	–3,9	–11,8	26,7	32,3	21,5
Семенівський	18,0	0,2	14,2	51,5	39,7	21,7
Хорольський	5,2	11,2	16,4	44,2	35,1	29,9
Чорнухинський	11,0	–3,7	28,7	65,6	5,2	−5,8
Чутівський	25,6	27,7	37,8	75,5	68,7	43,1
Шишацький	25,6	16,2	60,7	48,1	34,0	8,4

Слід зазначити, що підприємства Полтавського району за всі п’ять років мали рентабельне сільське господарство, найвищий рівень спостерігався у 2016 р. −63,4 %, найнижчий у 2013 р. − 6,6 %. Якщо порівнювати показники

рентабельності галузей сільського господарства в середньому по області і Полтавського району зокрема, слід відмітити, що у 2012 р. та 2016 р. по області прибутковими були обидві підгалузі. У галузі рослинництва у 2016 р. в цілому по області реалізація культур зернових та зернобобових, соняшнику, сої, ріпаку, буряку цукрового фабричного, культур овочевих відкритого ґрунту була прибутковою. Зокрема, рівень рентабельності виробництва сої становив 66,3 %, соняшнику – 63,1 %, культур зернових та зернобобових – 59,9 %, ріпаку – 43,8 %, культур овочевих відкритого ґрунту – 34,9 %, буряку цукрового фабричного – 15,7 %. У галузі тваринництва у 2016 р. прибутковою була реалізація молока та яєць курячих. Рівень рентабельності виробництва молока становив 18,9 %, яєць курячих – 12,6%. Отже, за досліджуваний період підприємства Полтавського регіону впевнено підвищують рівень та розмір своїх доходів і відповідно рентабельність сільськогосподарського виробництва.

Теперішній стан соціально-економічного розвитку села вимагає спрямовувати економіку держави на перманентне скорочення наявного розриву між Україною та високо розвиненими країнами світу, що можливо на основі збалансованої інвестиційно-інноваційної політики. Держава повинна регулювати цей процес, оцінюючи інвестиційні проекти за тим вкладом, який вони здійснюють в збільшення зайнятості населення та скорочення безробіття на селі. Для реалізації експортного потенціалу аграрних підприємств необхідно створити умови для залучення іноземних інвесторів в процес сприяння технічному і технологічному переоснащенню потужностей для виробництва експортної продукції, закріплення на традиційних та освоєння нових ринків збуту. Потребує вдосконалення та докорінного зміцнення матеріально-технічна база аграрних господарств (особливо активна частина основних засобів виробництва), що буде сприяти виконанню механізованих роботи в оптимальні агротехнічні строки та отриманню додаткового економічного ефекту. Планується перспектива майбутніх розробок з проблеми аналізу та вдосконалення підприємницької діяльності в аграрному секторі за рахунок розширення об’єктів дослідження в інших регіонах України. Розробка виробничої програми сучасного підприємства повинна бути

спрямована на високоефективне використання усіх ресурсів, раціоналізацію складу, розміру та структури інтегрованих агропромислових формувань.

Механізм забезпечення сталого економічного розвитку аграрних підприємств, крім першочергового створення фінансово-економічних передумов для розширеного відтворення аграрного виробництва, повинен враховувати природні, екологічні, морально-етичні та демографічні аспекти: охорону природного середовища; збереження продуктивності й відновлення родючості земельних угідь; підвищення рівня життя населення та соціального розвитку сільських територій; поліпшення демографічної ситуації й збереження трудових ресурсів села; забезпечення якості і стабільності законодавства; зниження рівня злочинності та корумпованості; підвищення творчого потенціалу й активності трудових ресурсів тощо.

Список використаних джерел:

1. Аграрна реформа в Україні / П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко та ін. ; за ред. П. І. Гайдуцького. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.
2. Головне управління статистики у Полтавській області Інтернет-видання: [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.poltava.gov.ua
3. Лупенко Ю. О. Розвиток аграрного сектору економіки: прогнози та перспективи / Ю. О. Лупенко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Серія Економіка. – 2015. – Вип. 2(4), Ч. 2. – С. 30–34.
4. Месель-Веселяк В.Я. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки України / В.Я. Месель-Веселяк, М.М. Федоров // Економіка АПК, 2016. – №6. – С. 37–49.
5. Сільське господарство Полтавської області у 2016 році : стат. зб. / за ред. Л. В. Калашник ; відп. за випуск Л. А. Зубенко. – Полтава, 2017. – 225 с.
6. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minagro.gov.ua/node/7644
7. Colyer Dale Competition in agriculture: the United State in the Word Market / Dale Colyer, P. Lynn Kennedy, R. Paul Krugman et al. editors. – NY.: Food Products Press, 2000. – 323 p.

О. Я. Маліновська, З. Р. Костак

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Глобалізаційні процеси в економіці, міжнародна інтеграція, зміни на мезо-, макро- та мікрорівнях спричиняють низку ризиків і загроз, які негативно впливають на стан соціально-економічного розвитку держави в цілому та окремих суб'єктів підприємництва зокрема [1]. За таких умов значно актуалізується необхідність формування економічної безпеки суб'єктів підприємництва на основі сучасних методів та інструментів.

Вивченню питань економічної безпеки суб'єктів підприємництва присвячували свої праці багато вітчизняних і зарубіжних науковців: Бондаренко О. О., Бєлоусова І. А, Єпіфанова А. О., Єрмошенко М. М., Іванюта Т. М., Кантаєва О. В. та ін. Проте постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища породжують необхідність конкретизації сучасного інструментарію формування економічної безпеки суб'єктів підприємництва.

Метою дослідження є визначення чинників, які впливають на економічну безпеку суб'єктів підприємництва, та розробка відповідного інструментарію формування економічної безпеки суб'єктів підприємництва.

В сучасних мінливих умовах господарювання дотримання належного рівня економічної безпеки забезпечує стабільну основу для поступального розвитку суб'єктів підприємництва, адже внаслідок негативного впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища в їх діяльності виникають фінансові проблеми. Тому виникає необхідність постійного моніторингу рівня економічної безпеки, що сприятиме стабільному функціонуванню підприємств і організацій, а також формуванню адекватного механізму забезпечення їх економічної безпеки.

Перманентні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища у діяльності підприємств вплинули на переосмислення вітчизняними науковцями дефініції

«економічна безпека». Вперше поняття «економічна безпека», як економічна категорія, з′явилося у XIX ст. на Заході внаслідок нестачі фінансових ресурсів у діяльності суб′єктів підприємництва та появи численних ризиків і загроз для подальшого їх функціонування.

У сучасній економічній науці немає однозначного трактування поняття «економічна безпека». Наприклад, В. Л. Ортинський трактує економічну безпеку підприємства, як «…захищеність його потенціалу (фінансово-економічного, організаційно-технічного, виробничого, соціального) від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, прямих або непрямих економічних загроз, а також здатність суб'єкта до відтворення» [12, с. 57−58].

Дещо схоже трактування наводить Бєлоусова І., яка вважає, що «економічна безпека суб’єктів підприємництва передбачає стійкий, тобто збалансований безупинний і стабільний розвиток, що досягається за допомогою використання всіх видів ресурсів і фінансового потенціалу для стабільного функціонування та динамічного інноваційного й соціального розвитку, відвернення загроз, забезпечення безперебійного функціонування підприємства сьогодні і у подальшій перспективі» [2, с. 12].

А. О. Єпіфанов трактує дане поняття з управлінської сторони та стверджує, що «економічна безпека − це здатність підприємства ефективно та стабільно здійснювати свою господарську діяльність шляхом використання сукупності взаємопов’язаних управлінських, діагностичних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання ресурсів підприємства та нівелювати негативний вплив чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ» [3, с. 17].

Отже, узагальнюючи трактування вітчизняними науковцями дефініції «економічна безпека», можемо стверджувати, що економічна безпека суб’єктів підприємництва − це широке та комплексне поняття, яке дає змогу реалізувати потенційні підприємницькі можливості за допомогою матеріальних, трудових, фінансових, науково-технічних та інших ресурсів, а також підвищити іннова-

ційний і соціально-економічний розвиток суб'єктів підприємництва, запобігаючи внутрішнім і зовнішнім ризикам й загрозам.

При формуванні економічної безпеки суб'єктів підприємництва важливими напрямками є ідентифікація ризиків та загроз і застосування відповідних заходів щодо їх мінімізації чи нейтралізації. До внутрішніх загроз можна віднести наступні: неефективна робота служби економічної безпеки й осіб, що відповідають за контроль і перевірки, розголошення працівниками фірми конфіденційної інформації, низький рівень професійної кваліфікації робітників, неефективне фінансове планування та прогнозування, неналежний рівень управління процесом емісії акцій, непрофесійний підхід до вибору дивідендної політики, низька ефективність роботи маркетингових служб тощо.

Серед зовнішніх загроз виокремлюють крадіжки основних засобів і матеріальних цінностей сторонніми особами, промислове шпигунство з боку конкурентів та їхні неправомірні дії, зловживання з боку державних кримінальних органів, цінова й нецінова конкуренція, спекулятивні операції на фондовому ринку, лобіювання конкурентами негативних рішень з боку державних і муніципальних органів влади [5, с. 113].

Вважаємо, що всі види ризиків є взаємозалежними та негативно впливають на діяльність суб′єктів підприємництва. Це у свою чергу потребує деталізованого аналізу складових фінансових ризиків, а також причин і чинників їх утворення. Для системної ідентифікації ймовірних ризиків більшість класифікаційних ознак згруповано у табл. 1 [6, с. 117].

Можна констатувати, що найбільшу небезпеку, як правило, становлять зовнішні загрози, які погано піддаються виявленню та прогнозуванню. У той же час, усунення чи мінімізація внутрішніх загроз належать до компетенції внутрішніх органів управління підприємством. З огляду на вищезазначене, вважаємо за необхідне створення діючої системи ризик-менеджменту, яка б могла моніторити ризики та загрози й розробляти дієві заходи щодо забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємництва [9, с. 44].

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки ризиків для суб'єктів підприємництва та їх види

№ з/п	Назва класифікаційної ознаки	Вид ризику
1	Сфера вкладення капіталу	Інвестиційні ризики від вкладення коштів у виробничу та невиробничу сфери економіки; від діяльності фірми на фінансовому ринку; кредитні ризики
2	Час виникнення	Ретроспективні, поточні, перспективні
3	Основні чинники виникнення	Політичні, економічні, соціальні, географічні тощо
4	Характер обліку	Зовнішні, внутрішні
5	Сфера виникнення	Виробничі, комерційні, фінансові
6	За сферами діяльності	Виробничий, комерційний, фінансовий, транспортний
7	За рівнем оцінки	Державні, галузеві, підприємницькі
8	За територією здійснення проекту	Внутрішні, зовнішні, регіональні
9	За причинами виникнення	Об'єктивні, суб'єктивні
10	За наслідками для виробництва	Припинення діяльності, ліквідності, варіаційні
11	За джерелами небезпек	Екологічні, соціально-правові, економічні, політичні
12	За стадіями життєвого циклу проекту	Проектування, організація виробництва, виробництво
13	За етапами забезпечення виробництва	Проектування, постачання, реалізація продукції

Джерело: Складено на основі [6].

Для більш глибокого дослідження економічної безпеки суб'єктів підприємництва необхідно, на нашу думку, визначити її складові елементи (рис. 1).

Визначаючи ієрархію складових економічної безпеки суб'єктів підприємництва, представлених на рис. 1, бачимо, що фінансова складова за значущістю знаходиться на першому місці. Тому від врахування всіх її особливостей залежить і загальний стан економічної безпеки суб'єктів підприємництва. Адже фінансова безпека представляє такий стан підприємства, який сприяє фінансовій рівновазі, ліквідності, платоспроможності та фінансовій стійкості підприємства у поточному та довгостроковому періодах; дає можливість протистояти існуючим і потенційним ризикам та загрозам, що можуть призвести до збиткової діяльності або незапланово змінити структуру капіталу; сприяє формуванню гнучкості при прийнятті та затвердженні фінансових рішень; задовольняє невідкладні потреби суб'єктів підприємництва у фінансових ресурсах для розширеного відтво-

рення; сприяє формуванню фінансової незалежності підприємства; забезпечує захищеність фінансових інтересів суб'єктів підприємництва й отримання позитивних фінансових результатів.

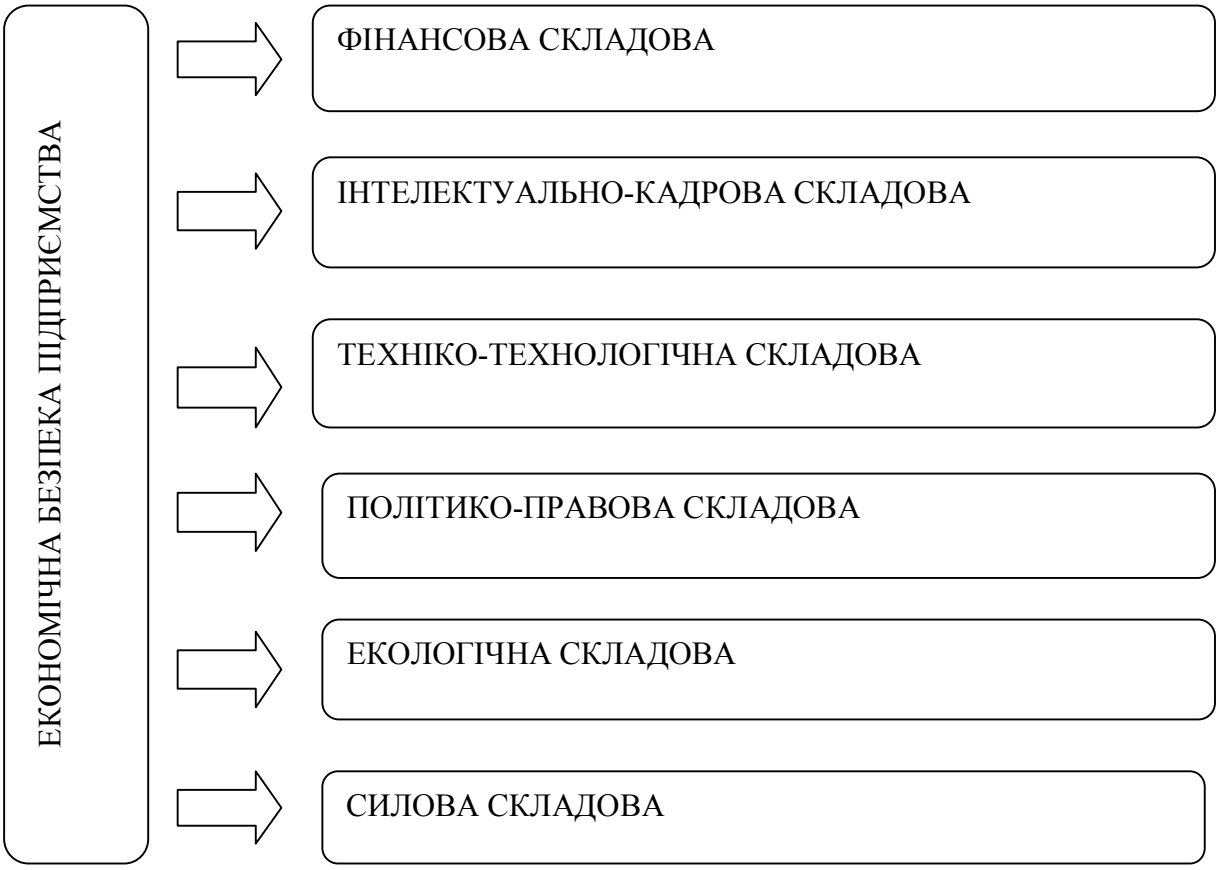

Рис. 1. Складові економічної безпеки суб'єктів підприємництва [10]

Найпоширенішим підходом до характеристики структури економічної безпеки підприємства є виділення в її межах функціональних складових. Критеріями розмежування складових економічної безпеки підприємства є:

- об'єкти (ресурси) захисту;

- діяльність підприємства, яку слід захищати.

За об'єктами (ресурсами) захисту виділяють функціональні складові економічної безпеки підприємства, які відображені в табл. 2.

Об'єктами економічної безпеки суб'єкта підприємництва вважають усю систему її повноцінного функціонування. Уразивши хоча б один із об'єктів безпеки підприємства, остання зазнає відповідного впливу на окрему ділянку фірми, що

може призвести до загрози втрати балансу рівноваги фінансово-виробничого механізму підприємства.

Таблиця 2

Характеристика складових економічної безпеки підприємства за об'єктами захисту

Складові економічної безпеки підприємства	Характеристика складових економічної безпеки підприємства
Фінансова	Передбачає забезпеченість фінансовими ресурсами, достатніми для розширеного відтворення та виконання існуючих зобов'язань; фінансову стійкість; захищеність від зовнішніх та фінансово-економічних інтересів підприємства
Матеріально-сировинна	Відображає можливість безперебійного виробництва продукції завдяки налагодженому постачанню сировини, комплектуючих та матеріалів належної якості
Техніко-технологічна	Зумовлює наявність на підприємстві необхідної техніки, використання ним нових прогресивних технологій (залежить від ступеня зносу основних фондів та коефіцієнтів їх оновлення)
Інтелектуально-кадрова	Відображає забезпеченість підприємства управлінським та промислово-виробничим персоналом, рівень плинності кадрів на підприємстві, достатність їх освітньо-кваліфікаційного рівня, захищеність від переманювання працівників конкурентами
Інформаційна	Означає захищеність від посягань на комерційну таємницю підприємства, об'єкти його інтелектуальної власності; дотримання в секреті конфіденційної інформації працівниками підприємства
Ринкова	Захист ринкової позиції підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз (недобросовісної конкуренції, загроз іміджу фірми, торговій марці та будь-яких інших дій, що можуть призвести до зниження частки підприємства на ринку)

Джерело: складено на основі [5, с. 17].

Суб'єктами економічної безпеки за таких умов будуть виступати: персонал підприємства та його власники; державні та муніципальні органи управління тощо [5, с. 19].

Отже, значна складність категорії економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва обумовлює необхідність застосування системного підходу до її опису, моделювання та формування. У цьому контексті систему економічної безпеки підприємства пропонується трактувати як сукупність основних її елементів та взаємозв'язків між ними, створення якої має на меті постійне гарантування належного рівня безпеки у поточному та довгостроковому періодах [6, с. 209].

Враховуючи вищенаведене, запропонований механізм формування економічної безпеки суб'єктів підприємництва, основними складовими якого повинні бути: операційні цілі, суб'єкти, об'єкти, інструменти, методи, засоби управління тощо (рис. 2). Крім того, формування економічної безпеки суб'єкта підприємництва слід здійснювати відповідно до наступного алгоритму дій:

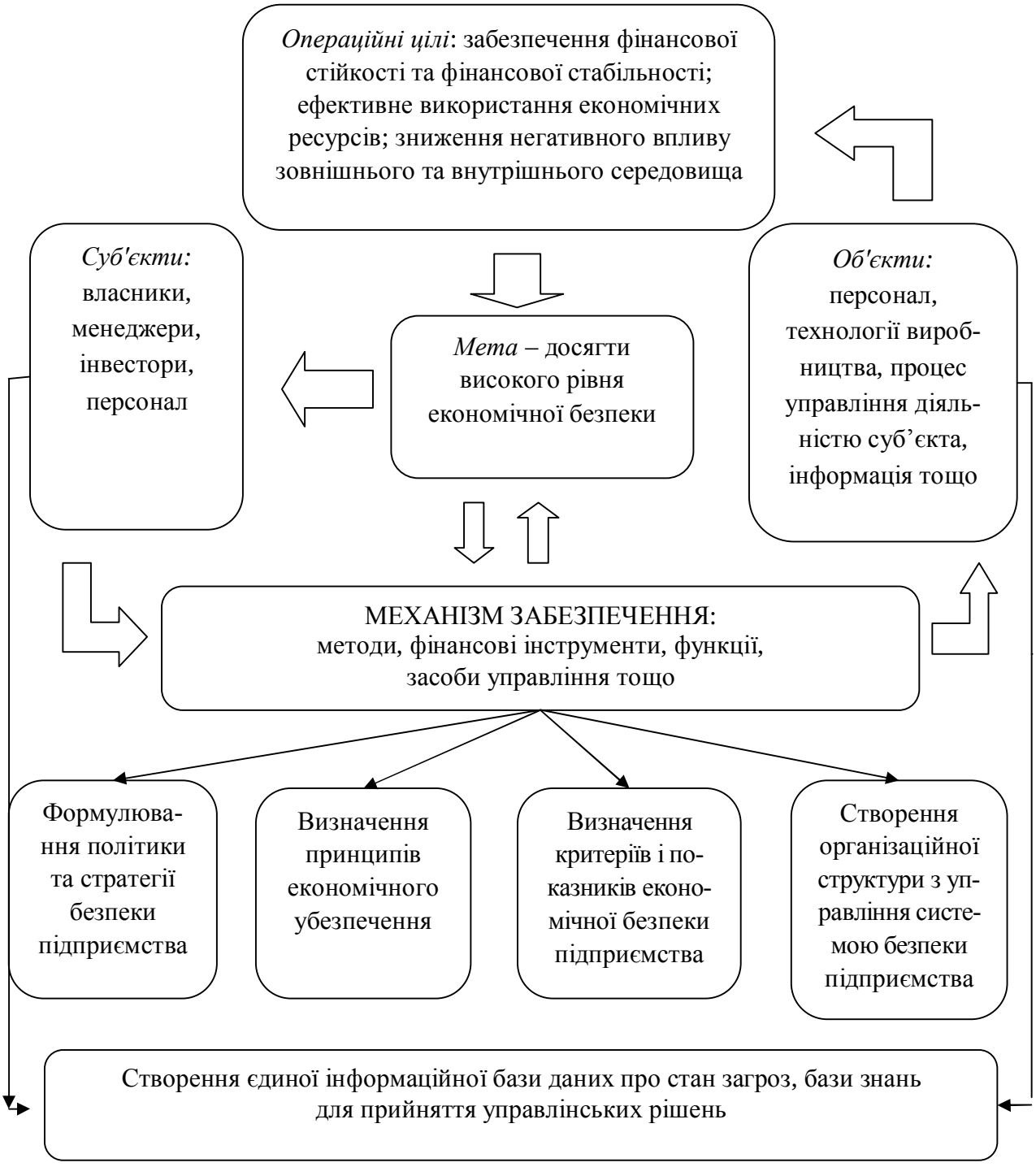

Рис. 2. Механізм формування економічної безпеки суб′єктів підприємництва (складено авторами)

1. Чітка конкретизація об'єкта і предмета економічної безпеки.

2. Розробка та реалізація стратегічних моделей безпеки.

3. Визначення принципів економічного запобігання різного роду ризикам та загрозам.

4. Окреслення критеріїв, індикаторів економічної безпеки та їх нормативних значень.

5. Формування організаційної структури з управління системою безпеки на основі єдиної інформаційної бази даних про стан загроз, а також бази знань для прийняття ефективних рішень.

Зауважимо, що основні елементи механізму формування економічної безпеки суб’єктів підприємництва необхідно розглядати у системній єдності та тісній взаємодії один з одним задля реалізації основної мети − досягнення високого рівня економічної безпеки на всіх рівнях господарювання.

На формування економічної безпеки впливають різні чинники, зокрема:

- чинники виробництва: здійснюють безпосередній вплив на діяльність підприємства. До них можна віднести територіальне розміщення підприємства; природні ресурси, які є в розпорядженні підприємства; наявну виробничу інфраструктуру та ін.;

- зміна кон'юнктури ринку, що викликана науково-технічним прогресом, державним втручанням, негативним впливом інфляції та макроекономічними чинниками;

- кваліфікованість та професійна компетентність керівництва підприємства, що визначається ступенем професіоналізму топ-менеджменту при прийнятті тих чи інших управлінських рішень;

- державне регулювання діяльності підприємства. Важливість даного чинника визначається участю держави у формуванні чітких рекомендацій для сприяння виробництву продукції, захисту прав вітчизняних товаровиробників;

- надійний захист комерційної таємниці, що визначається здатністю держави гарантувати збереження таємниці щодо інноваційних розробок, підтримувати та гарантувати права інтелектуальної власності [14].

Крім того, задля успішного формування економічної безпеки на підприємстві повинна бути розроблена стратегія її забезпечення, що включатиме наступне: окреслення параметрів (гранично допустимих значень) економічної системи підприємства; визначення механізмів ідентифікації ризиків економічної безпеки підприємства; розробку методології прогнозування та планування, підходів до виявлення й запобігання виникненню чинників, що обумовлюють появу ризиків і загроз; визначення об'єктів, предметів, параметрів моніторингу та контролю за забезпеченням економічної безпеки підприємства [13, с. 107]; формування новітніх методів реалізації економічної політики, що нейтралізують або пом'якшують дію негативних чинників сучасного макро- і мікросередовища [11, с. 34].

Узагальнюючи результати наукових досліджень вітчизняних науковців, можемо констатувати, що економічна безпека сучасних суб'єктів підприємництва має подвійну сутність і призначення: з однієї сторони, забезпечує можливість ефективного функціонування, з іншої − є складовою економічної безпеки макрорівня. З метою забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємництва необхідно ідентифікувати, проаналізувати та надати оцінку поточним ризикам і загрозам, а потім на цій основі вжити конкретних дій щодо їх мінімізації чи нейтралізації.

З метою успішного практичного впровадження результатів теоретичних досліджень, що стосуються економічної безпеки суб'єктів підприємництва, необхідно здійснити градацію рівнів даної безпеки, вдосконалити існуючі методики оцінки стану безпеки в економічній сфері з урахуванням сучасного передового досвіду європейських країн.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко О. О. Фінансово-економічна безпека підприємства: теоретичний та практичний аспекти [Електронний ресурс] / О. О. Бондаренко. – Режим доступу : http://www.m.nayka.com.ua
2. Бєлоусова І. А. Управлінський облік – інформаційна складова системи економічної безпеки підприємства : моногр. / І. А. Бєлоусова. – К. : Дорадо-Друк, 2010. – 432 с.
3. Єпіфанов А. О. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : моногр. / А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.

4. Єрмошенко М. М. Економічні та організаційні засади забезпечення економічної безпеки підприємства / М. М. Єрмошенко. – К. : Нац. акад. управління, 2005. – 78 с.
5. Зубок М. І. Економічна безпека суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко. – К., 2012. – 226 с.
6. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковська. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
7. Кантаєва О. В. Проблеми збереження й підвищення економічної безпеки підприємств та її складових у сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / О. В. Кантаєва. – Режим доступу : http://www.pu.if.ua/d.pdf
8. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – № 11–12. – С. 45-47.
9. Костак З. Р. Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства / З. Р. Костак // Тенденції та перспективи розвитку фінансово-кредитної системи України в умовах глобальних викликів і загроз : тези доп. 2-ї Всеукр. науково-практ. конф. – Львів : ЛТЕУ, 2017. – С. 41-44.
10. Лазарєва А. П. Фінансово-економічна безпека підприємства та механізм її забезпечення [Електронний ресурс] / А. П. Лазарєва // Финансы, денежный оборот и кредит.. – Режим доступу : www. nbuv.gov.ua/portal/soc_gum
11. Malinovska O. Taking up technological cooperation in the same sector − an overview of the experience in the enterprise Europe network / O. Malinovska, J. Nesterak, Z. Gródek-Szostak // Acta oeconomica cassoviensia. vol. ix, 2016 no. 2. – P. 26–35.
12. Ортинський В. Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
13. Папехин Р. С. Индикаторы финансовой безопасности предприятий / Р. С. Папехин // Взгляд молодых ученых на экономические и финансовые реформы в России : сб. ст. – Волгоград : Волгоградское научное изд-во, 2007. – 474 с.
14. Пашнюк Л. О. Економічна безпека підприємства: сутність, складові та фактори забезпечення / Л. О. Пашнюк // Інвестиції: практика та досвід. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2012/12.pdf
15. Сергієнко В. В. Правове забезпечення безпеки суб'єктів господарської діяльності в Україні : навч. посіб. / В. В. Сергієнко, А. С. Пешкова. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 140 с.

Т. І. Олійник

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний стан становлення послідовно-ринкової системи національної економіки характеризується високим динамізмом внутрішніх структурних зрушень, зумовлених формуванням домінуючого приватного сектору підприємництва і удосконаленням механізмів державного регулювання та істотними змінами зовнішнього середовища, що зумовлені процесами глобалізації та економічної інтеграції, багатоваріантністю взаємодії і взаємозалежності суб'єктів господарювання, що спричинює появу численних факторів ризику, які можуть негативно впливати на результати бізнес-процесів підприємств, порушуючи їх економічну безпеку.

Тому однією з ключових концепцій фінансово-виробничої діяльності підприємств є утримання економічної стабільності функціонування, що передбачає проведення відповідних превентивних заходів, які зможуть зменшити чи нейтралізувати негативний вплив ризик-факторів. Повністю позбутися появи ризик-факторів у підприємницькій діяльності неможливо, оскільки вона за своєю природою є творчою діяльністю, що передбачає прояв ініціативи й активності для забезпечення своєї конкурентоспроможності. У зв'язку з цим необхідно відмовлятися від рутинних дій і вводити новації у свою практику. Це передбачає становлення та розвиток антикризового менеджменту як варіантного напряму здійснення антикризових заходів з метою запобігання банкрутства на основі економічної і фінансової діагностики, оцінки фінансового стану та фінансової санації, що дозволить провести всебічну оцінку рівня економічної безпеки підприємства.

Теоретико-методологічні питання та практичний підхід у дослідженні антикризового менеджменту широко висвітлюються як провідними вітчизняними вченими, так і зарубіжними науковцями: В. А. Забродським, Н. Ю. Брюховецькою, В. Я. Зарубою, О. Р. Квасовським, М. О. Кизимою, О. В. Крейслером, О. О. Терещенком, А. Г. Грязновою, А. П. Ковальовим, Д. Шимою, Д. Форрестером та іншими. Зокрема цими вченими здійснено вагомий внесок до теоретичного підґрунтя

антикризового управління, виявлені та досліджені інструменти методологічного характеру у прийнятті управлінських рішень.

Разом з цим, сфера антикризового управління потребує вирішення питань прикладного характеру. Одним з таких питань є стратегічний напрям антикризового менеджменту − процес застосування форм, методів і процедур, направлених на економічну безпеку підприємства, що виступає одним із ключових факторів забезпечення його довгострокової роботи.

Метою роботи є узагальнення теоретико-методологічних засад антикризового менеджменту в сучасному підході до забезпечення економічної безпеки та сталого розвитку підприємства.

Успішність розвитку підприємництва залежить від умов стабільності його економічної безпеки, завдяки якій забезпечується реалізація економічних інтересів. Економічна безпека покликана запобігати виникненню й усуненню внутрішніх і зовнішніх загроз, обумовлених об'єктивними та суб'єктивними ризиками при здійснені підприємницької діяльності, що пов'язується з подоланням невизначеності та конфлікту інтересів. Ступінь ризику вимірюється частотою і ймовірністю появи ризик-факторів та величиною витрат очікуваного прибутку.

Сутність стабільного продуктивного функціонування бізнесу полягає у своєчасному визначенні ступеня можливого ризику підприємницької діяльності та здійсненні таких заходів, які б надійно гарантували безпеку діяльності підприємства. Це досягається шляхом застосування антикризового менеджменту як фактору глибокого систематичного комплексного аналізу впливу всіх зовнішніх і внутрішніх ризик-факторів на діяльність підприємства, діагностики його фінансового стану, оцінки перспектив бізнесу (можливість диверсифікації), виявлення проблем ефективної виробничої діяльності, ефективного фінансування та інвестування розвитку підприємства, що є невід'ємною органічною складовою організаційно-виробничого менеджменту [1, с. 46].

Підприємництво в ринковій економіці завжди пов'язане з невизначеністю в оцінці кон'юнктури та перспектив ринку. Тому підприємець, якому необхідно прийняти практичне рішення щодо масштабності своїх бізнес-процесів, не має достовірно точного уявлення про те, якою буде виручка від реалізації певного

обсягу продукції, тому керується декількома гіпотезами різного ступеня вірогідності та точності. В практичній діяльності готовність підприємця прийняти ризиковані рішення, як правило, формується під дією результатів раніше прийнятих аналогічних рішень в подібних умовах невизначеності. При цьому, якщо результатом таких рішень були витрати, то наступного разу підприємець вибере обережну політику; у випадку успіху − прийматиме ризиковані рішення.

Більшість керівників підприємств психологічно схильні вибирати варіанти рішень за умов невизначеності з незначним ступенем ризику. Перевага надається тим рішенням, за якими можна досить точно оцінити майбутні результати роботи. Тобто, при виборі напрямів господарювання важливо постійно орієнтуватись на раціональний ризик, а це в першу чергу є обґрунтованою цілеспрямованою діяльністю неминучого вибору, що забезпечує ефективне використання наявного виробничого потенціалу та напрямів максимального зменшення можливих витрат [2, с. 54].

Потреба в достовірній та якісній інформації про діяльність підприємства, його реальний фінансово-економічний стан гостро виникає в умовах, коли обмеженість фінансових ресурсів для розвитку підприємства потребує їх ефективного використання. У зв’язку з цим вирішального значення набуває всебічний економічний і фінансовий аналіз, що поєднується з принципами теорії економічного та комерційно-фінансового аналізу. Доповнюючи один одного, вони формують розуміння фінансової спроможної підприємства на поточний період, формалізованої в діагностиці фінансової «спроможності − неспроможності», що зазвичай сприймається як оцінка фінансового стану.

Діагностика фінансового стану підприємства (ступеня його фінансової «спроможності − неспроможності») сприймається як логіко-індикативна система, спрямована на виявлення показників-індикаторів фінансового стану суб’єкта господарювання, яка ґрунтується на методах економічного та фінансового аналізу, прогнозування кризових явищ, банкрутства і прогнозованиї можливої вартості його попередження. Діагностика дозволяє не тільки оцінити стан підприємства та фінансових позицій, але й своєчасно виявити індикатори розвитку і виникнення фінансової неспроможності. Моніторинг фінансового стану

підприємства, що здійснюється на основі діагностики його фінансової спроможності, націлений на формування інформаційної бази прийняття управлінських рішень. Це конкретизує завдання антикризового менеджменту підприємства, що зводяться до наступного [3, с. 34]:

- виявлення високо- і малоефективних напрямів поточної діяльності;
- встановлення причин відхилень фінансових показників від запланованих чи оптимальних значень;
- пошук шляхів удосконалення та розвитку бізнес-процесів, які забезпечують одержання доходів і відтворення економічних витрат.

В даному випадку бізнес-процес розуміють як сукупність різноманітних видів діяльності, об'єднаних послідовними внутрішніми зв'язками та загальними стратегічними завданнями, що забезпечують одержання належного прибутку. Послідовні зв'язки бізнес-процесів є відносинами, що виникають в процесі використання виробничого потенціалу підприємства при виробництві продукції (послуг), і здійснюються у відокремлених сегментах (підрозділах, сферах) діяльності підприємства [4, с. 398].

Виходячи із зазначеного вище, фінансово-господарську діяльність підприємства необхідно сприймати як систему взаємозв'язаних бізнес-процесів, а завдання управління звести до оптимізації функціонування цієї системи, де критерієм успішності виступають стабільність і економічна безпека як засоби зростання життєвого циклу підприємства безпосередньо та економічних відносин взагалі.

Таким чином, антикризовий менеджмент як функціональна складова менеджменту підприємства має відслідковувати появу ризик-факторів в окремих бізнес-процесах, здійснювати їх аналіз та якісну й кількісну оцінку прояву з метою своєчасного попередження можливих втрат і зміцнення економічної безпеки функціонування суб'єкта господарювання. Традиційний економічний та фінансовий аналіз в напрямку антикризового управління доповнюється моніторингом ризик-менеджменту, що підсилює висхідну фінансово-економічну управлінську інформацію індикаторами безпеки, наявність яких дозволяє виявляти ранні ознаки ризикованості, кризи, здійснювати їх діагностику. В залежності від ступеня змін індикаторів економічної безпеки відносно загроз ризиків і їх

планово-нормативних величин ідентифікується фінансовий стан підприємства та визначаються рівні фінансової стійкості у протистоянні реальним ризиковим загрозам. Це актуально з позицій необхідності не лише внесення коректив у поточну діяльність підприємства, але й прийняття рішень для планування, організації та мотивації фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання в перспективному періоді.

В залежності від ступеня ризикованості фінансово-господарської діяльності та економічної безпеки підприємства в швидкоплинному та змінному виробничому процесі фінансовий стан суб'єкта господарювання може перебувати у трьох різних (з позиції його економічної безпеки) категоріях: нормальний, передкризовий чи кризовий стан [5, с. 32].

Тому заходи антикризового менеджменту повинні бути направлені на забезпечення економічної безпеки підприємства (рис. 1).

Рис. 1. Антикризовий менеджмент у забезпеченні економічної безпеки підприємства

Нормальний фінансовий стан підприємства ідентифікується як такий, при якому не порушуються основні економічні закони розширеного відтворення, а економічні показники знаходяться в допустимих межах планово-нормативних параметрів. За цих умов розвиток підприємства відповідає стратегіям зростання

та стабільності, а планування, організація і мотивація здійснюються за традиційними схемами управління із застосуванням превентивних антикризових заходів на появу виявлених відхилень. Метою прийняття антикризовим менеджментом превентивних заходів виступає надання управлінню підприємством антикризового спрямування для попередження переходу підприємства в передкризовий стан економічної безпеки.

Передкризовий фінансовий стан підприємства відповідає початку прихованої кризи, що супроводжується виникненням проблем в різних сферах діяльності та погіршенням його окремих економічних параметрів. При ідентифікації передкризового фінансового стану планування, організація та мотивація спрямовуються на реалізацію заходів фінансової стабілізації підприємства. Серед цих заходів виділяють, насамперед, заходи з усунення неплатоспроможності (скорочення витрат на «зайві» потреби) та заходи з відновлення фінансової стійкості, основою яких є оптимізація структури капіталу, активів, вхідних грошових потоків, інвестування.

Підприємство, яке знаходиться в передкризовому стані, перебуває у своєрідному «прикордонному положенні» між стратегією зростання і стабільності та стратегією згортання фінансово-господарської діяльності, виснаження виробничого потенціалу й переходу до кризового стану.

В залежності від управлінських рішень, що приймаються з метою зміцнення фінансового стану підприємства та підтримки його економічної безпеки, підприємство може повернутися до нормального фінансового стану, залишитись в передкризовому стані (загальмувавши дію ризик-факторів) або перейти до наступної фази деградації − кризового фінансового стану з посиленням симптомів можливого банкрутства.

Кризовий фінансовий стан підприємства − це стан, при якому відбулася значна втрата фінансової стійкості, що перешкоджає нормальному здійсненню його господарської діяльності, та настала тривала неплатоспроможність підприємства, зумовлена низькою ліквідністю його активів. Це свідчить про перехід процесу економічного відтворення до звуженого типу. При цьому відбувається зменшення індикативних економічних показників, у порівнянні з пороговими значеннями. Використання ідентифікаційного підходу для визначення кризового

стану в організаційній, плановій та мотиваційній функціях знаходять свій прояв у проведенні санаційних заходів. Це спонукає до проведення реструктуризації заборгованості за усіма її видами (внутрішня, зовнішня), жорсткого визначення оперативних видатків на основі їх нормування або бюджетування, підвищення рівня якості кадрового складу, аналізу інвестиційного потенціалу за його складовими частинами та інших заходів впливу.

Метою антикризового менеджменту при настанні кризового фінансового стану є, як максимум, повернення до передкризового стану із посиленням організаційних заходів щодо забезпечення нормального стану; як мінімум − залишатись у кризовому стані, не допускаючи ситуацію банкрутства (шляхом гальмування процесів погіршення фінансового стану, зменшення ризикованості, нарощування платоспроможності).

Таким чином, розгляд принципових положень щодо організації дієвого антикризового менеджменту для забезпечення економічної безпеки діяльності підприємства показує, що успішність їх здійснення значною мірою залежить від ефективності діагностики фінансового стану підприємства, яка має виявити достовірні симптоми втрати фінансової спроможності та причини їх появи, що виступає основою організації адекватної системи фінансового оздоровлення за рахунок здійснення цілеспрямованих заходів фінансової санації. Ефективність діагностики фінансового стану підприємства та визначення причин виникнення фінансової неспроможності може бути забезпечена послідовним проведенням наступних етапів:

1. Ідентифікація впливу зовнішнього та внутрішнього економічного середовища на виникнення фінансової неспроможності (встановлення домінантних зв’язків, зародження реальної ризикованості (об’єктивної і суб’єктивної) та кризових проявів.

2. Визначення системи економічних індикаторів і показників фінансової неспроможності з урахуванням особливостей підприємства (організаційних, галузевих).

3. Виявлення ознак неспроможності, аналіз і оцінка ризикованості бізнесу та індикативних величин визначальних параметрів фінансово-господарської діяльності підприємства.

4. Розрахунок рівня фінансової неспроможності, прогнозування вірогідності та доцільності попередження банкрутства.

5. Застосування комплексної методики діагностики фінансової неспроможності, що включає оцінку фінансового стану та можливі сценарії її попередження або подолання.

6. Розгорнутий план заходів щодо відновлення фінансової спроможності підприємства, розрахунку його вартості та аргументації дієвості для суб'єкта господарювання.

Такий поетапний підхід до проведення діагностики фінансового стану підприємства та визначення рівня його фінансової неспроможності дозволяє провести всебічний аналіз його діяльності. При цьому важливо, що конкретизовані результати будуть отримані на кожному етапі діагностики. Зокрема на першому етапі діагностики фінансової неспроможності оцінка зовнішніх і внутрішніх ризик-факторів може виявити не тільки їх взаємозв'язок, а й випадки взаємопогашення негативного впливу, часткову компенсацію або посилення взаємної дії, що само по собі уже є важливою підставою для прийняття управлінських рішень. Важливим аспектом виявлення реального стану підприємства також є та інформація, на основі якої приймаються рішення. На третьому етапі здійснюється оцінка бухгалтерської звітності, що дозволяє виявити «симптоми» фінансової неспроможності: первинні, виявлення яких здійснюється на основі даних перших двох форм бухгалтерської звітності (збитки, зменшення активів, зростання заборгованості); вторинні, виявлення яких потребує аналізу даних бухгалтерського звіту (стан розрахунків з контрагентами, штрафні санкції тощо). На четвертому етапі важливе значення має прийняття рішення щодо вибору методики оцінки фінансової неспроможності та прогнозування банкрутства, яких є декілька, і які можуть давати розбіжні результати.

Кожна із наявних методик ґрунтується на застосуванні певних індикаторів оцінки діяльності підприємства, тому найбільш достовірним буде результат їх комплексного використання.

Формування ринкової інфраструктури, розвиток підприємництва і конкуренції потребують впровадження антикризового менеджменту для дослідження фактів виникнення ризиків, методів їх оцінки та оперативного реагування на

них. Ризики тим більші, чим більшим є шанс отримати прибуток. Вони утворюються внаслідок відхилення реальних даних від оцінки сучасного стану та майбутнього розвитку. Ці відхилення можуть бути позитивними і негативними в плані економічної безпеки підприємства. У першому випадку мова йде про вірогідність одержання прибутку і тим самим зміцнення економічного стану підприємства, а в другому − про ризики втрати стабільності. Вірогідність отримання прибутку протистоїть можливості збитків. З метою попередження зміни стану економічного положення, менеджмент підприємства потрібен реально оцінювати можливі ризики, вивчати і узагальнювати принципи та методи аналізу, оцінки і управління ризик-факторами. Належне місце в системі антикризового менеджменту має відігравати фіксація фінансової неспроможності, яка має подвійну природу: в статиці − особливо неблагополучний фінансовий стан, а в динаміці − процес, спрямований на порушення економічної безпеки підприємства через його банкрутство, що підлягає своєчасному виявленню завдяки інструментарію антикризового менеджменту.

Отже, застосування антикризового менеджменту дає можливості для коригування напрямів фінансового аналізу, проведення оцінки економічного стану підприємства на усіх етапах його бізнес-процесів відповідно до появи зовнішніх і внутрішніх ризиків. Це дозволить отримувати комплексну інформацію, використання якої забезпечить обґрунтованість управлінських рішень щодо здійснення цілеспрямованих заходів з усунення кризового стану та відновлення економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Олійник Т. І. Економіко-аналітична інформація в управлінні процесом диверсифікації бізнесу / Т. І. Олійник // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 13. – С. 44–48.
2. Олійник О. О. Стратегічний аналіз – чинник управління та прийняття рішень в діяльності аграрних підприємств / О. О. Олійник, Т. І. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 1 (33) – С. 52–55.
3. Яковлева Ю. С Оцінка фінансової стійкості підприємства за критерієм показників стабільності / Ю. С. Яковлева // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 29–34.
4. Олійник Є. О. Фінансово-економічна безпека у діяльності сільськогосподарських підприємств: об’єкт антикризового управління / Є. О. Олійник // Фінансове забезпечення аграрного сектору: вітчизняний та зарубіжний досвід : моногр. / за ред. Н. М. Давиденко. – К. : НУБіП України, 2017. – 454 с.
5. Шершньова З. Є. Антикризове управління підприємством : навч.-метод. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 2004. – 126 с.

Г. Є. Рябик

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Діяльність сучасних суб'єктів господарювання відбувається у складних динамічних умовах, за яких суттєво зростає значення та дієвість існуючих на підприємстві методів збирання й аналізу інформації, прийняття рішень і їх впровадження. До того ж, вітчизняні підприємства зазнають значного впливу несприятливих економічних факторів, які загрожують не тільки можливості розвитку організації, а й навіть її функціонуванню.

За цих умов набуває актуальності питання використання маркетингового інструментарію з метою забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства завдяки своєчасній ідентифікації та подальшому усуненню потенційних і реальних загроз. Використання сучасних маркетингових засобів в управлінні дозволить підприємству сформувати позитивний імідж на ринку та буде гарантувати досягнення провідних позицій.

Отже, оскільки маркетингова діяльність сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його продукції, то вона здійснює і значний вплив на зміцнення економічної безпеки підприємства.

Теоретичні засади економічної безпеки підприємства висвітлили у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як В. Ісмагілов [6], О. Фроленко [9], О. Ярова [11], Р. Скриньковський [8], Т. Бєлова [4]. Науковці визначили сутність поняття «економічна безпека» та її значення для діяльності підприємства, виділили функціональні складові економічної безпеки та розробили методичні основи оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Проте, наразі недостатньо розкрито можливості використання арсеналу маркетингових засобів забезпечення економічної стабільності підприємства.

Метою роботи є аналіз маркетингового аспекту забезпечення економічної безпеки підприємства та визначення його ролі в підвищенні конкурентоздатності підприємств.

Сутність економічної безпеки підприємства переважна більшість дослідників розглядають з двох сторін [8; 11]: з однієї точки зору − як захищеність соціально-економічної системи від реальних або потенційних внутрішніх і зовнішніх небезпечних факторів шляхом своєчасного усунення їх деструктивного впливу на діяльність організації; з іншого боку − як стан найефективнішого використання ресурсів суб'єкта господарської діяльності, що забезпечує захист від загроз і створює умови для безперервного висхідного розвитку не тільки в короткостроковому періоді, а й в довгостроковій перспективі.

Отже, одні дослідники розглядають економічну безпеку підприємства з позиції її функціонального призначення (формування на підприємстві захисту від небезпек зовнішнього та внутрішнього середовища), а інші − з позиції ресурсного підходу (оптимальне використання організаційних ресурсів з метою забезпечення розвитку підприємства в конкурентному середовищі).

Дослідник Фроленко О. М. [9] пропонує поряд з поняттям «економічна безпека» розглядати також поняття «забезпечення економічної безпеки підприємства», тобто сукупність взаємопов'язаних цілеспрямованих управлінських заходів, спрямованих на ефективну реалізацію захисту від локальних та глобальних загроз, завдяки яким відбувається досягнення тактичних і стратегічних цілей. Такі превентивні та оперативні заходи дозволяють підприємству виконувати виробничі плани, підвищувати рівень конкурентоспроможності продукції та ефективність виробничо-збутової діяльності, формувати умови для розширеного відтворення на підприємстві.

З метою захисту підприємства від загроз використовують різні типи стратегії [1; 2], які відображені в табл. 1.

Застосування стратегії третього типу прийнятне лише за умови, коли відбулися несподівані події, адже у цьому разі організація несе подвійні витрати у розмірі збитків та витрати на відновлення стану нормального функціонування. Стратегія раптового реагування є реактивною за своєю сутністю, тобто певні захисні дії на підприємстві застосовуються лише у разі настання певних загрозливих обставин. Вона є більш ефективною, ніж попередня, проте не завжди дає змогу повністю уникнути наслідків небезпеки.

Таблиця 1

Стратегії економічної безпеки підприємства

Типи стратегій	Характеристика загрози за можливістю впливу на підприємство	Характеристика стратегії
Аналіз і прогнозування загроз	Потенційна	Цілеспрямований процес створення сприятливих умов для здійснення комерційної діяльності на основі моніторингу небезпек
Раптове реагування	Реальна	Мінімізація (послаблення) впливу реальної загрози; рішення приймаються за принципом «загроза − відповідь»
Відшкодування отриманих збитків	Реалізована	Здійснення компенсаційних та відновлюючих робіт з метою подолання негативних наслідків реалізації небезпеки

Найбільш дієвою для підприємств в сучасних динамічних умовах є стратегія прогнозування, яка передбачає завчасне виявлення небезпеки за допомогою систематичного дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища, а також здійснення своєчасних превентивних заходів. Раніше вважалося, що цю стратегію можуть використовувати лише великі передові організації, які володіють достатніми ресурсами для проведення аналізу середовища своєї діяльності та реалізації запобіжних заходів. Проте вже зараз вона поступово розповсюджується і серед більш дрібних ринкових «гравців» завдяки удосконаленню та розширенню маркетингового інструментарію.

Слід також наголосити, що використання превентивної стратегії (прогнозування) безпеки підприємства не дає змогу розгорнутися так званій тріаді «небезпека − причина − небажані наслідки» завдяки своєчасній ідентифікації причин, які є спусковим механізмом для перетворення завжди існуючої потенційної небезпеки у реальну, наявність якої, у свою чергу, може призвести до значного ускладнення виробничо-збутової діяльності підприємства й отримання суттєвих збитків.

Таким чином, у ринкових умовах, коли на стабільність підприємства впливає комплекс складних рухомих і переплетених між собою факторів, успішно функціонувати та поступово розвиватися здатні лише ті організації, що мають в своєму арсеналі управлінські методи й активно використовують надбання

стратегічного маркетингу.

Дослідник В. С. Ісмагілова [6] у своїй дисертаційній роботі запропонувала циклічну схему взаємозв'язку маркетингу підприємства та його економічної безпеки (рис. 1).

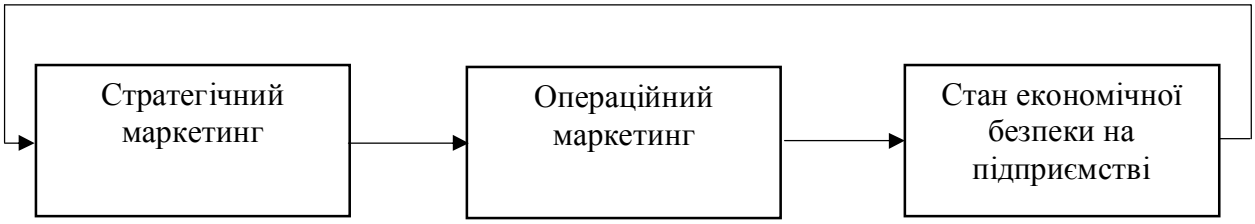

Рис. 1. Схема взаємодії маркетингу та економічної безпеки на підприємстві

Науковець дає пояснення взаємовпливу маркетингу та економічної безпеки підприємства. Для успішної діяльності організації необхідно здійснити комплексну оцінку поточного рівня економічної безпеки на підприємстві за окремими складовими. Виходячи з результатів проведеного аналізу, підприємство визначає недоліки, обмеження та можливості своєї діяльності, а також формує довгостроковий план розвитку на ринку (стратегічний маркетинг). На основі розробленої маркетингової стратегії відбувається декомпозиція генеральної цілі на підцілі нижчого рівня та розробка програми їх досягнення (операційний маркетинг). Результати реалізованих заходів, що заплановані маркетинговою програмою, позначаються на показниках економічної безпеки підприємства. Цикл взаємодії економічної безпеки та маркетингу вважається завершеним. Надалі інформація про стан економічної безпеки організації та прогноз щодо його зміни безпосередньо впливають на зміну стратегічного маркетингового плану відповідно до нових даних.

Основною ідеєю, що закладена в схему, є те, що стан економічної безпеки на підприємстві, який відображає слабкі та сильні сторони соціально-економічної системи, диктує певні умови для стратегічного маркетингу, а стратегічний маркетинг, у свою чергу, є інструментом посилення економічної безпеки суб'єкта господарювання з метою розширення його ринкових можливостей.

Більшість вітчизняних ринкових суб'єктів невиправдано недооцінюють

роль маркетингу в забезпеченні економічного успіху підприємства завдяки орієнтації на споживачів усіх елементів виробничо-збутової системи. Менеджери компаній здебільшого використовують маркетингові засоби лише у поточних цілях, що призводить до дестабілізації діяльності підприємства, створення загрозливої ситуації, вихід з якої є досить проблематичним. Оскільки будь-який господарюючий суб'єкт є відкритою системою, а тому не може нехтувати процесами, що відбуваються у зовнішньому середовищі, то доцільно розширити сферу застосування маркетингу, що дасть змогу досягти високих фінансових показників діяльності підприємства не тільки в короткостроковому періоді, а й дозволить динамічно розвиватися у майбутньому за рахунок проведення вчасних коригуючих заходів з метою уникнення небезпечної для підприємства ситуації або зниження негативних наслідків її впливу.

Аналіз наукових досліджень сучасних авторів [5; 7; 9] дозволив зробити висновок про необхідність виокремлення в системі маркетингового забезпечення економічної діяльності підприємства двох складових, що відрізняються характером впливу на стан організації: інформаційно-аналітичної (проведення досліджень та формулювання пропозицій організаційних змін) та організаційної (реалізація запланованих заходів) (рис. 2).

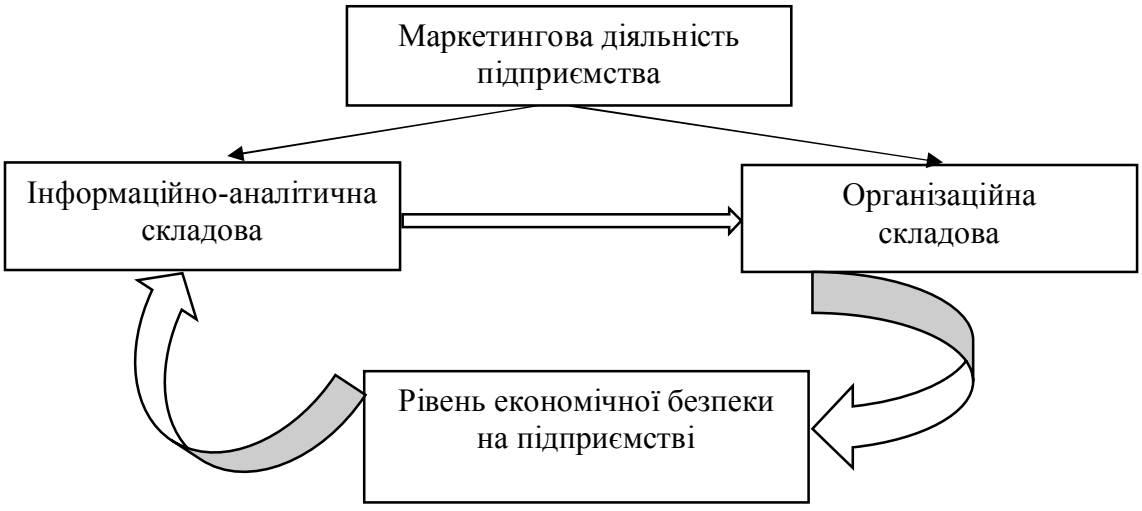

Рис. 2 − Процес взаємозв'язку складових маркетингової діяльності підприємства та рівня економічної безпеки

Розглянемо більш детально інформаційно-аналітичну складову. До її завдань

входить:

- збирання та аналіз інформації про зовнішні (макро- та мікросередовище) та внутрішні фактори; аналіз конкурентоспроможності підприємства та продукції; оцінка привабливості галузі;

- складання прогнозів щодо зміни характеру та сили впливу соціально-економічних факторів на функціонування підприємства;

- формулювання висновків і пропозицій на основі зібраних даних.

Тобто ця складова є першим етапом взаємодії маркетингу з економічною безпекою підприємства і передбачає: проведення систематичного дослідження стану та перспектив діяльності різноманітних ринкових суб'єктів, оцінку конкурентоспроможності підприємства за окремими складовими економічної безпеки, виявлення недоліків і загроз функціонування організації та ідентифікацію їх причин, прив'язку внутрішнього потенціалу підприємства до можливостей його ринкового розвитку, розробку рішень щодо ліквідації (пом'якшення) впливу деструктивних факторів.

Для оцінки ступеня маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства Т. Бєлова та О. Крайнюченко [4] пропонують використовувати показники, сформовані на основі елементів комплексу маркетингу.

До групи «Товар» маркетингового комплексу включають показники, що всебічно характеризують продукцію підприємства: ширину, глибину, гармонійність та насиченість асортименту; кількість нових для підприємства видів продукції; рентабельність продукції; стадію життєвого циклу асортиментної групи товару; якість продукції тощо.

До маркетингових показників групи «Ціна», що відображають економічну безпеку підприємства, відносять: ціну продажу, умови надання знижок з ціни, витрати на гривню реалізованої продукції.

Показники групи «Розповсюдження» характеризують ефективність збутової діяльності в організації. До них належать: обсяги збуту продукції (у грошовому та натуральному вираженні), кількість рівнів каналів розподілу продукції, кількість посередників реалізації продукції, наявність власних точок збуту продукції,

рентабельність продажів, участь у виставках та ярмарках, рівень розвитку інфраструктури підприємства (якість організації логістичного та складського господарства, оперативність системи оброблення замовлень) тощо.

У складовій «Просування» маркетингового комплексу виділено показники, що сигналізують про якість комунікаційної діяльності підприємства: віддача від рекламної діяльності підприємства, наявність можливостей застосування прямого маркетингу, рівень витрат на просування тощо.

Однак показників, що характеризують комплекс маркетингу, недостатньо для оцінки позиції підприємства на ринку, тому науковці, окрім вищеназваних, додають ще такі показники: ринкова частка підприємства; частка ринку відносно лідера та ринкова частка підприємства відносно трьох найбільших конкурентів; аналіз поведінки покупців; показники, що відображають рівень інтенсивності конкуренції на ринку (індекс Херфіндаля-Хіршмана, показник ентропії, Індекс Холла-Тайдмана, чотирьохчастковий показник концентрації ринку, індекс Розенблюта).

Спираючись на дослідження Іляшенко С. Н. [5], розглянемо інформаційно-аналітичну складову маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства у розрізі її складових елементів (табл. 2).

Більшість дослідників у системі економічної безпеки підприємства виокремлюють внутрішньовиробничі (формуються на підприємстві) та позавиробничі (утворюються при взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем) складові [2; 8; 11]. Серед внутрішніх складових економічної безпеки організації виділяють фінансову, інтелектуальну та кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, інформаційну, екологічну, силову складові. До позавиробничих складових, що здійснюють вплив на стабільність функціонування підприємства, відносять ринкову та інтерфейсну.

Таким чином, інформаційно-аналітична складова маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства дозволяє своєчасно виявити сигнали про наявні (потенційні) небезпеки на основі проведення періодичної оцінки стану економічної безпеки підприємства.

Таблиця 2

Завдання інформаційно-аналітичної складової маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства

Складова	Сутність складової	Завдання інформаційно-аналітичної складової маркетингового забезпечення
Внутрішньовиробничі складові економічної безпеки підприємства		
Фінансова	Свідчить про ефективність використання фінансово-інвестиційних ресурсів	Пошук інвестиційних партнерів за заданими критеріями; дослідження фондового ринку та складання прогнозів зміни вартості акції; аналіз умов залучення позикового капіталу
Інтелектуальна та кадрова	Характеризує ступінь забезпеченості кадровими ресурсами та ефективність їх використання	Аналіз перспектив розвитку ринку праці, систематичне відслідковування потреби в кадровому забезпеченні та знаннях; формування іміджу надійного роботодавця
Техніко-технологічна	Вказує на рівень технологічного потенціалу та його конкурентні переваги	Моніторинг новітніх технологічних розробок, які мають переваги над технікою та технологіями, що застосовуються на підприємстві
Політико-правова	Відображає рівень дотримання законодавчих вимог	Своєчасна фіксація зміни нормативно-правової документації, що має вплив на діяльність підприємства; аналіз міжнародних стандартів ведення бізнесу
Інформаційна	Характеризує якість інформаційного забезпечення управлінського процесу	Аналіз існуючих підходів до ринково-орієнтованого управління знаннями та можливостей їх використання на підприємстві
Екологічна	Відображає рівень дотримання екологічних норм і нормативів	Дослідження та прогнозування екологічних потреб споживачів; актуалізація наявного обладнання, технологій та продукції з позиції їх екологічності
Силова	Вказує на рівень фізичної та моральної безпеки працівників, ступінь захищеності майна організації від протиправних посягань	Дослідження ефективності силових методів захисту; аналіз існуючих шляхів покращення соціально-психологічного клімату на підприємстві; проведення розвідки з метою своєчасного виявлення запланованих замахів на підприємство
Позавиробничі складові економічної безпеки підприємства		
Ринкова	Свідчить про ступінь відповідності внутрішнього потенціалу підприємства зовнішнім можливостям його розвитку	Проведення активних досліджень у сфері науково-дослідницьких розробок та оцінка перспектив їх комерціалізації; дослідження наявного та прихованого попиту покупців; систематичний аналіз конкурентних переваг підприємства та їх унікальності; аналіз сучасних методів зміцнення позитивного іміджу підприємства на ринку
Інтерфейсна	Відображає рівень надійності у взаємодії підприємства з контрагентами	Формування стійкого взаємовигідного співробітництва з економічними суб'єктами завдяки використанню засобів стимулювання співпраці з економічними суб'єктами; закріплення іміджу надійного партнера

До того ж, сформована база даних є основою для прийняття компетентних

управлінських рішень щодо зміцнення стану підприємства з використанням маркетингового інструментарію.

Досліджуючи економічну безпеку в нестаціонарних умовах діяльності, Балдін К. В. [3] виділив наступні особливості прийняття рішень в умовах динамічного розвитку факторів зовнішнього середовища:

1) умови (середовище) прийняття рішень змінюються як самі по собі (за рахунок непідконтрольних факторів), так і внаслідок реалізації прийнятих рішень (свідомий вплив на середовище);

2) рішення приймають у реальному часі, тобто безпосередньо під час зміни середовища прийняття рішення, тому важливо достовірно прогнозувати зміну факторів середовища та реалізувати лише актуальні зміни;

3) прийняті рішення є взаємопов'язаними між собою: будь-яке наступне рішення відчуває вплив попередніх, а також створює певні умови для прийняття та реалізації подальших рішень;

4) існує необхідність прийняття множини рішень для досягнення визначеної мети, кожне з яких повинно розглядатися у взаємозв'язку з іншими.

Тобто, оперативне прийняття правильних рішень має важливе значення для успішності функціонування сучасних господарюючих суб'єктів і повинне базуватися на достовірній, повній та своєчасній інформації про середовище діяльності підприємства.

Проте, прийняття правильних рішень з метою досягнення підприємницьких цілей недостатньо для покращення діяльності підприємства. Наступним, не менш важливим етапом, є ефективна їх реалізація. Тому другим елементом маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства є організаційна складова, що передбачає створення умов для впровадження запланованих маркетингових заходів та їх безпосередню реалізацію. До завдань цієї складової належать:

- реалізація розробленого комплексу маркетингу (товарна політика, ціноутворення, збутова політика, маркетингові комунікації);

- формування коригувальних дій за умови відхилень від планових значень

показників;

- контроль ефективності реалізації маркетингових заходів на основі співставлення планових і фактичних показників;

- формулювання рекомендацій щодо вдосконалення маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства.

Організаційна складова відображає другий етап взаємодії маркетингу з економічною безпекою підприємства. Вона свідчить про безпосередній вплив маркетингових заходів на складові економічної безпеки підприємства в напрямку посилення їх стійкості до руйнівних факторів діяльності організації.

Важливе значення для провідних компаній набувають маркетингові комунікації, під якими розуміють діяльність організації, що спрямована на інформування, переконання та нагадування цільовій аудиторії про продукцію підприємства, стимулювання її збуту, створення позитивного іміджу фірми, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася [10]. Маркетингові комунікації дозволяють не тільки збирати необхідну для аналізу інформацію та на основі її адекватної інтерпретації своєчасно підлаштовуватися під зміни запитів споживачів, а також цілеспрямовано формувати середовище діяльності відповідно до власних вимог (характерне для монопольних організації).

Таким чином, рівень захищеності підприємства та тенденції його зміни безпосередньо залежать від ефективності маркетингової політики організації. Взаємодія маркетингу з економічною складовою є двосторонньою: з одного боку, інформаційно-аналітична складова маркетингового забезпечення отримує сигнали про порушення економічної стабільності діяльності підприємства на основі оцінки функціональних елементів економічної безпеки підприємства; з іншого боку, реалізація маркетингових заходів спрямовується на зміцнення фінансово-економічного стану підприємства. До того ж, на основі маркетингових досліджень формується банк даних для поліпшення окремих складових економічної безпеки. Кожне підприємство самостійно, відповідно до своїх потреб, визначає сфери дослідження та формує комплекс показників стабільності своєї

діяльності. Проте, оцінка економічної безпеки підприємства має бути систематичною, що дозволить своєчасно реагувати на загрози та створить умови для постійного розвитку підприємства. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на формування методичної бази для оцінки рівня впливу маркетингової складової на складові системи економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Агаркова Л. В. Обеспечение экономической безопасности предприятия на основе информатизации / Л. В. Агаркова, А. В. Агарков // KANT : науч. журнал. – 2011. – №1/1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya-na-osnove-informatizatsii
2. Андрушків Б. М. Економічна та майнова безпека бізнесу: навч. посіб. / Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта. – Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2016. – 180 с.
3. Балдин К. В Управленческие решения: теория и технология принятия / К. В. Балдин, С. И. Воробьев, В. Б. Уткин – М. : Проект, 2006. – 496 с.
4. Бєлова Т. Г. Маркетингове забезпечення економічної безпеки промислового підприємства / Т. Г. Бєлова, О. Ф. Крайнюченко // Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки : кол. моногр. у 2 т. – Дніпропетровськ : ФОП Дробязко С. І., 2014. – Т. 2. – С. 21-27.
5. Ильяшенко С. Н. Маркетинг знаний и его роль в обеспечении экономической безопасности предприятия / С.Н. Ильяшенко // Економічна безпека держави: стратегія, енергетика, інформаційні технології : моногр. / за наук. ред. д-ра тех. наук, проф. Лук'яненко С. О., канд. екон. наук, доц. Караєвої Н. В. – К. : ООО «Юрка Любченка», 2014. – С. 109–116.
6. Исмагилова В. С. Стратегический маркетинг в системе обеспечения экономической безопасности предприятия : дис. на соискание науч. степени канд. екон. наук : 08.00.05 / В. С. Исмагилова. – Уфа, 2002. – 207 с.
7. Ларка А. В. Стратегічний маркетинг у системі організації економічної безпеки підприємства / А. В. Ларка, І. Є. Хаустова // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2014. – Вип. 2. – С. 91–100.
8. Скриньковський Р. М. Економічна безпека підприємства: сутність, класифікація та система діагностики / Р. М. Скриньковський // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове видання. – Миколаїв : Миколаївський нац. ун-т ім. В. О. Сухомлинського, 2015. – Вип. 3. – С. 414–418.
9. Фроленко О. М. Маркетинговий механізм формування системи економічної безпеки підприємства / О. М. Фроленко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 6 (3). – С. 206–208.
10. Шоробура І. М. Менеджмент вищої освіти : навч. посіб. / І. М. Шоробура, Є. В. Долинський, О. О. Долинська. – Хмельницький : ПП Заколодний М. І., 2015.– 256 с.
11. Ярова Ю. О. Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи / Ю. О. Ярова, Л. П. Артеменко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2016. – № 13. – С. 257–263.

РОЗДІЛ 5

О. І. Бобирь

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ

«Радість від доброго вчинку для свого ближнього більша за радість від доброго вчинку для самого себе»
Народна мудрість

Концепція прийняття на себе різними підприємствами турботливого ставлення до суспільства, споживачів, контрагентів, персоналу призвела до виникнення на початку XXI століття поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), яку можна пояснити як самозобов'язання підприємств добросовісно працювати на користь суспільства.

КСВ − це не просто стратегія, це образ мислення, це життєдайна ідеологія, стиль життя та господарювання, який базується на старому «новому» знанні, що всі елементи системи є одним цілим, що просто не можна щось втратити, коли вкладаєш у розвиток і процвітання свого середовища, частиною якого є ми всі. Тобто КСВ-концепція йде набагато далі за всі попередні бізнес-мотиваційні ідеології і базується на принципі «ти − це я, а я − це ти». Звісно, вона потребує віддачі, виборювання собі дороги, і на цьому нелегкому шляху є багато недоброзичливців, ворожих полярних деструктивних ідеологій, які заважають цій концепції пробитися в суспільстві. Але ми переконані, що в вирішальний момент переможе КСВ-менталітет, бо більшість людей прагнуть добра, адже

в кінцевому значенні має сенс лиш одне: або ми будуємо цей світ, або ми його руйнуємо своїми діями.

Дійсно, КСВ, по-перше, є самостійним накладенням на себе та виконанням організаціями соціальних зобов'язань, передбачених законом, і готовність неухильно нести відповідні обов'язкові витрати. По-друге, КСВ − це готовність добровільно нести необов'язкові витрати на соціальні потреби, більші за ті, що встановлені податковим, трудовим, екологічним та іншим законодавством, виходячи не з вимог закону, а з моральних, етичних міркувань. В цілому КСВ передбачає: виробництво в достатній кількості продукції та послуг, якість яких відповідає всім обов'язковим нормам, при дотриманні всіх законодавчих вимог до ведення бізнесу; захист і відстоювання права працівників на безпечну працю при певних соціальних гарантіях, в тому числі, створення нових робочих місць; стимулювання підвищення кваліфікації і навичок персоналу; надання допомоги зусиллям влади в розвитку території, де розміщена організація, допомога місцевим установам соціальної сфери та ін.

Підводячи підсумки стосовно категорії КСВ (або соціальних інвестицій), варто зазначити, що поняття «корпоративна соціальна відповідальність» спирається на концепцію «ЗР», яка полягає в тому, що керівник організації повинен приділяти рівнозначну увагу роботі на прибуток (profit), турботі про персонал, клієнтів і партнерів (people), а також заходам, спрямованим на захист навколишнього природного середовища (planet).

Соціальне інвестування компаній − обов'язкова складова стратегічного менеджменту в усіх розвинених країнах. В Україні ж поки тільки великі організації поступово впроваджують в свою діяльність концепцію соціальної відповідальності, що обумовлено рядом факторів, але вони часто використовують КСВ в маніпулятивних цілях, тобто сутність нівелюється формалізмом.

1. Керівники переважної частини українських компаній чули про КСВ, але для них соціальна відповідальність вичерпується обов'язком дотримуватись законів, а приєднання до КСВ-програм, що рекламуються урядом і широко

розповсюджуються в західних країнах, носить формальний характер. Хоча певні експерти з цієї тематики у деяких зарубіжних країнах скаржаться на зменшення ефективності від КСВ-програм також по причині зростаючої «епідемії формальності» [5].

2. Керівництво державних і регіональних органів влади не використовує принципи КСВ в своїй взаємодії з бізнесом та профспілками, а їх персонал не уявляє, що і як треба робити, щоб перейти від декларацій і угод до системної повсякденної роботи щодо впровадження КСВ-менталітету. Рівень нігілізму і незрілості переважної частини суспільства не дозволяє отримати більш-менш задовільну підтримку цієї концепції з боку широких мас.

3. У підприємницьких структурах всіх форм і рівнів, в органах влади та в профспілках відсутній системний і скоординований менеджмент соціальної діяльності. Зусилля щодо забезпечення якості, задоволення соціальних потреб персоналу, охорони праці та навколишнього середовища, взаємодії з місцевими громадами й органами влади не пов'язані єдиною соціальною політикою, не визначаються соціальними цілями і не реалізуються на основі програм скоординованих інвестицій.

На теперішній час традиційні інститути соціальної підтримки, що набули широкої популярності, є малоефективними. Можна навіть сказати про нівелювання їх сутності завдяки формальності та красивим рекламним слоганам. Необхідна державна підтримка проектів корпоративної соціальної відповідальності, як наприклад це робиться у США, середньорічний показник фінансування людського капіталу сягає понад 60 % витрат федерального бюджету [7, с. 25]. Однак ставлення менеджерів вищого та середнього рівня до КСВ дозволяє припустити зростання соціальних інвестицій, хоча і досить помірне, врівноважене. Таким чином, набуває актуальності методичне забезпечення рівня ефективності вкладень у соціальну сферу, обґрунтування корисності, вираженої у грошових і негрошових одиницях, від реалізації соціального інвестування [1, с. 31].

Концептуальні питання впровадження моделі сталого розвитку дослі-

джуються в наукових працях на сьогодні досить інтенсивно; цьому сприяють такі вчені, як Березюк Г. О. [1], Водолазська О. А. [2], Грабчук О. М. [3], Павлов Р. А. [4], Кашин В. А. [5], Сазонець І. Л. [7], Сазонець О. М. [8], Євтушенко В. А. [9]. Разом з цим результативність наявних підходів до впровадження ефективного соціального інвестування має значний рівень дискусійності.

Тому **метою статті** є розробка і обґрунтування підходів до впровадження ефективного соціального інвестування підприємств України.

Зазначені вище фактори багато в чому пов'язані з відсутністю відносно простих, зрозумілих і доступних документів щодо реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності. А між тим, основними результатами правильної соціальної політики та політики соціального інвестування компанії є такі, що представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Основні результати правильної соціальної політики та політики соціального інвестування на підприємстві [6, с. 30]

Конкурентна перевага	**Вигоди, які отримає підприємство, що запроваджує КСВ**
1 перевага	Зміцнення довіри з боку вітчизняних і зарубіжних партнерів по бізнесу, які охочіше будують ділові відносини на довгостроковій основі з соціально успішними компаніями
2 перевага	Збільшення мотивованості персоналу і рівня його захищеності, а також можливість залучати та утримувати кваліфіковані кадри в умовах їх гострого дефіциту
3 перевага	Формування навколо підприємства зони соціального «кокону», що не зможе залишитися непомітним як з боку державних органів, так із боку недержавних зацікавлених інституцій (тих же профспілок, різних об’єднань), адже допомагатимете їм «робити їхню роботу»

Дуже корисним стало б ознайомлення широкої аудиторії (громадськості) з поняттям «етика бізнесу», основними концепціями в етиці бізнесу, їх історією, перевагами та недоліками КСВ-стратегій для різних категорій отримувачів користі, їх сутністю і принципами глобального договору ООН щодо соціального інвестування, донесення до населення змісту стандартів SA 8000:2001 «Соціальна звітність», ICO 26000 і КСВ, ВОК-КСВ-2007, CSR-КСВ-2008. Дуже ефективним був би також роз’яснювальний досвід КСВ-стратегій США, країн Євросоюзу,

етичні принципи Інтернету та успішних вітчизняних компаній, які знайшли шлях до ефективності використання різноманітних елементів КСВ-стратегій [9, с. 54].

На сьогоднішній день аналіз існуючої ситуації в нашій державі може свідчити про корпоративну соціальну відповідальність «не вшир, а вглиб». Що це означає? В Україні з'явилося не так багато компаній, які впроваджують корпоративну соціальну відповідальність, але їх програми стали більш системними. Наприклад, «Київстар» допомагає молодим батькам, «Проктер енд Гембл» фінансує роз'яснювальну роботу в школах стосовно правильності чищення зубів; тобто тут має місце комбінація, промоушн-акції, реклами та КСВ-стратегії турботи про споживача [6, с. 20].

Розуміння соціальної відповідальності також виявляється достатньо різним. Протягом останніх п'яти років значно змінився рівень інформованості про соціальну відповідальність в залежності від того, велика чи дрібна компанія, в якому регіоні вона знаходиться, яка сфера її діяльності. Простежується пряма залежність: чим більше підприємство, тим вище рівень інформованості. Взагалі, для нормальної середньостатистичної людини турботливість і сумлінність виконання своєї роботи (виготовлення продукції, її реалізація, просування каналами збуту) є природним явищем і не потребує стороннього стимулювання, але на сьогодні телебачення, преса та інші просвітницькі проекти зробили свою недобру справу − знецінили одвічні людські цінності про взаємодопомогу та першочерговий захист життя, віддавши перевагу захисту грошей. Вже десятиліттями суспільству показували «розтлінні» фільми та передачі, музику та інші програми, що звісно не могло не відобразитися негативно на свідомості пересічного громадянина в суспільстві. Взагалі, в майбутньому така пропаганда безсумнівно має бути жорстко покарана, а на даний час має бути кваліфікована, як злочинність, і винні особи (підприємства, громадяни, недержавні та державні установи) повинні понести справедливе покарання (від штрафу до ув'язнення) за порушення права на свободу совісті. Наразі необхідно прийняти пакети законів для стимулювання етичності, чистоти, моральності, людяності та аналогічних проявів як суспільно

прийнятної поведінки, що в свою чергу автоматично призведе і до експоненціального росту добровільних КСВ-зобов'язаних підприємств. Концепція деструктивності в суспільстві, яка проявляється у виробництві ГМО-продуктів, маніпулятивній техніці деяких виробників фармакології, лікувальних технологіях, які «прив'язують» пацієнта до себе і зовсім не зацікавлені, щоб він одужав, інакше вони втратять свої надприбутки. Всім відома також бізнес-технологія виробництва товарів, зокрема мобільних телефонів, телевізорів, іншої побутової техніки, з таким розрахунком, щоб техніка ламалася бажано відразу після закінчення терміну гарантійного обслуговування. І таких прикладів, нажаль, стає все більше [6]. Тобто, на нашу думку, сьогодні настає такий історичний момент, коли мовчання стає злочином проти життя, людей і суспільства. Тому, ми вважаємо, що називати речі своїми іменами – це вже перший крок до подолання несистемності та хаосу, який нам як суспільству намагаються нав'язати окремі монополії. Ми впевнені, що в майбутньому всі ці недобросовісні бізнес-практики припинять своє існування, адже в протилежному випадку вони просто зруйнують все, що до них було побудоване. Наприклад (згідно досліджень незалежних вчених), якби скоротити рекламу медичних препаратів на центральних каналах телебачення, то кількість хворих скоротилася б на 50 %. Однак монополії схильні захищати капітал, а не людей [6], і це є значною проблемою. Але існуюча ситуація переконує в тому, що всі ми разом формуємо нашу спільну реальність, і все, що ми в неї вкладаємо, отримуємо і на виході, ще й помножене на кількість повторення свого прикладу іншими аналогічними суб'єктами господарювання. І потім нам же і жити в такій економічно-фінансовій системі, яку ми створили власноруч. Дійсно, настав такий момент, коли порушення етичності бізнесу перевищило позначку, коли самозобов'язання підприємств та інших суб'єктів господарювання є запорукою виживання підприємств, а в майбутньому − сталого економічного розвитку. Адже із всесвітньої історії відомо, що надлишковий фінансово-економічний тиск на суспільство і на бізнес приводив до корінних зрушень, зламів існуючих соціальних ладів, а рано чи пізно – і до втрачання злочинними режимами своєї власності. Тобто всі підприємства, що працюють

неетично, не використовуючи КСВ-інструменти у своїй бізнес-діяльності, перекреслюють своє майбутнє та працюють на так би мовити «дірявий гаманець» [11].

Більшість структур, за даними Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності, як і раніше, до соціальної відповідальності відносять благодійну допомогу суспільству, розвиток власного персоналу та чесне ведення бізнесу. І тільки третина компаній асоціюють КСВ з екологічними проектами та участю в регіональних програмах розвитку. Найменша кількість підприємств відповіли, що оприлюднення (доступність) своєї фінансової інформації вони вважають за відповідальність перед своїм суспільством [6].

Вдвічі збільшилася (в порівнянні з 2005 роком) кількість підприємств, які вважають своїм обов'язком активно допомагати державі вирішувати соціальні проблеми та проблеми захисту навколишнього середовища. Це може свідчити про те, що: по-перше, соціальна відповідальність отримує визнання з боку вітчизняних підприємств і їх активна участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем суспільства стає неминучою; по-друге, влада активніше почала залучати бізнес до вирішення соціальних та екологічних проблем суспільства. Важливим є той факт, що переважно бізнес усвідомлено приймає соціальну відповідальність: половина українських підприємств вважають, що політика та практики КСВ повинні запроваджуватися кожною компанією [6].

Протягом останніх років інтенсивність впровадження соціально відповідальних програм збільшилася: у 2005 році тільки 31,3 % компаній постійно застосовували соціальну відповідальність, а в 2017 році їх уже було 59 %. Серед основних факторів, що спонукають компанії впроваджувати КСВ, на першому місці − моральні міркування та внутрішнє спонукання. Однак не менш значущими є також зростання продажів компанії, копіювання дій конкурентів і запит з боку органів місцевої влади. Пріоритетність чинників не змінилася, проте вдвічі зросла кількість компаній, для яких конкурентоспроможність стала досить вагомим чинником [8, с. 147].

Але майже третина українських компаній ігнорують соціальну відповідаль-

ність. Для більшості з них програми з соціальної відповідальності неактуальні через брак коштів, а кожна десята вітчизняна структура вважає, що це − функція держави, а не бізнесу. Лише незначна частина підприємств продемонстрували абсолютне неприйняття соціальної відповідальності [6].

Найбільш поширеним напрямком соціальної відповідальності для українських підприємств є трудові практики: три чверті опитаних компаній проводять різні соціально відповідальні заходи для власного персоналу [10, с. 12].

Тільки третя частина підприємств в Україні здійснюють соціальні інвестиції в розвиток суспільства, трохи більше − надають різну допомогу регіону, де розташовані їх підприємства. На сьогодні досі популярними напрямками для інвестицій є благоустрій територій і програми зі створення робочих місць; проте втричі скоротилася частка компаній, що надають фінансову допомогу владі у вирішенні проблем регіону, вдвічі − частка підприємств, які сприяють реалізації екологічних проектів і виступають спонсорами спортивних та культурних заходів. Фаворитами щодо впровадження програм з надання допомоги регіону, де знаходиться підприємство, є великі компанії [12, с. 23].

Аналіз рівня корпоративної екологічної відповідальності свідчить про те, що найбільш поширеними практиками є застосування енергозберігаючих технологій і програм сортування та утилізації відходів. Підвищення якості продукції залишилося головним заходом соціальної відповідальності компаній, особливо великих. Однак по мірі зростання підприємства зменшується частка тих, хто надає чесну інформацію та рекламу для споживачів [12, с. 9].

Значна кількість українських компаній згодні, що програми з соціальної відповідальності принесли реальну користь суспільству і регіону, вплинули на покращення ставлення співробітників до структури, підвищили її репутацію та економічні показники. Більше 75 % вітчизняних компаній вважають, що заходи соціальної відповідальності впливають на можливості підприємства щодо знаходження й утримання кращих працівників, формування позитивного іміджу та поліпшення репутації, створення переваг перед конкурентами. Результати дослідження підтвердили, що українські структури все більше розуміють

і сприймають соціальну відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності [7, с. 27].

На сьогоднішній день рівень співпраці з основними групами стейкхолдерів достатньо низький. Найчастіше компанії враховують інтереси споживачів і органів державної влади, найменше − інтереси недержавних і науково-дослідних організацій, навчальних закладів тощо [8, с. 146].

Тому доцільним стало б розроблення й прийняття Закону «Про невідкладні дії для розвитку і впровадження корпоративної соціальної відповідальності та етики бізнесу»; проведення широкоформатної інформаційно-просвітницької кампанії для населення з питань соціальної відповідальності, навчальних тренінгів для менеджерів щодо популяризації КСВ як природної практики господарювання; усіляке сприяння впровадженню принципів і ідеології етичного поводження всіх членів суспільства із оточуючим середовищем; формування нової парадигми бізнесу та господарювання, адже населення має всі можливості змінити негативну ситуацію, і кращого способу, ніж інформування та просвітництво, важко знайти для вирішення таких актуальних проблем сьогодення, як форс-мажорний затяжний неприродний штучно створений кризовий стан економіки як нашої держави, так і світу в цілому. В кожному члені суспільства, як і у бізнес-одиниці, на нашу думку, закладені здорові принципи безпечного й ефективного співіснування та взаємодії, необхідно лише «підключити здоровий глузд», заснований на критичному мисленні та сприйнятті інформації; запустити, дати хід цим механізмам − природним вбудованим стабілізаторам виживання. Адже відома давня народна мудрість − «не рий яму іншому, бо сам в неї упадеш», як і завжди напрочуд актуальна, бо тут має місце лише справа часу. На нашу думку, в умовах форс-мажорної кризової ситуації в суспільній фінансово-економічній системі тільки соціально відповідальні підприємства втримають конкурентні переваги на ринку під все зростаючим соціальним натиском, створивши «мережу в мережі», тобто на фоні зруйнованої нежиттєздатної системи поступово викристалізовується нова більш досконала система, як це завжди буває, адже все велике починається з малого.

Список використаних джерел:

1. Березюк Г. О. Пріоритетність соціального інвестування підприємств сфери послуг на основі оцінки їх ефективності / Г. О. Березюк // Ефективна економіка. – 2015. – № 12. – С. 23–33.
2. Водолазська О. А. До питання збалансованості страхового портфеля / О. А. Водолазська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 13. – С. 114–118.
3. Грабчук О. М. Теоретичні обмеження в управлінні страховим портфелем / О. М. Грабчук // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 6 (березень). – С. 22–26.
4. Павлов Р. А. Кредитні рейтингові агенства та фінансова безпека емітентів цінних паперів з позицій моделі «Les economies de la grandeur» французького соціологічного неоінституціоналізму / Р. А. Павлов, Т. С. Павлова, О. В. Левкович // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К. О. – 2017. – С. 417-435.
5. Кашин В. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) / В. Кашин, А. Нещадин, Г. Тульчинский // Человек и труд. – 2012. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.chelt.ru/2011/5-09/nes4adin509.html/
6. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csr-ukraine.org
7. Сазонець І. Л. Стратегічні альтернативи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств / І. Л. Сазонець, О. А. Джусов, А. Д. Прокоф'єва // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – Том 22. – 2014. С. 24-31.
8. Сазонець О. М. Теоретичні основи здійснення корпоративного підприємництва на основі використання екосистем / О. М. Сазонець, Н. П. Миськовець // Бізнес Інформ. – 2016. – № 11. – С. 144-148.
9. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники [Електронний ресурс] / В. А. Євтушенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес та ефективність виробництва. − 2013. − № 46. − С. 53-63. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vcpitp_2013_46_8.pdf
10. Статистика діяльності корпорацій України та її регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&Z21ID=
11. Офіційний сайт Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua
12. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.me.gov.ua

Г. С. Бовсуновська

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

З кожним роком посилюється інтерес вчених та державних органів управління до питання забезпечення фінансової безпеки (далі ФБ) країни. Страховий ринок відіграє значну роль у цьому процесі, оскільки є складовою частиною фінансового ринку, через яку реалізується механізм перерозподілу фінансових ресурсів в країні для забезпечення сталого розвитку економіки. Він є джерелом інвестиційних ресурсів, реалізує механізм захисту суспільства від непередбачуваних втрат, сприяє підвищенню добробуту населення.

Розвиток страхового ринку України на сьогоднішній день є недостатньо стрімким для забезпечення надійного захисту суб'єктів ринку від впливу зовнішніх та внутрішніх загроз і небезпек. Основними суб'єктами вітчизняного страхового ринку є страхові компанії. Тенденції розвитку ринку є доволі мінливими, що призводить до зростання рівня невизначеності та впливає на прийняття управлінських рішень керівниками компаній. Результатом дії вищезазначених факторів потенційно може стати неможливість страховиків відповідати за прийняті на себе зобов'язання, їх неплатоспроможність і як наслідок банкрутство.

Отже, питання визначення напрямів забезпечення ФБ страхової компанії в сучасних умовах вимагає акцентованої уваги дослідників.

Різні аспекти забезпечення ФБ страхових компаній розглядаються в сучасній науковій літературі. Зокрема, дисертаційне дослідження А. М. Єрмошенко [3] присвячене обґрунтуванню теоретичних засад і практичних основ використання системи забезпечення ФБ страхових компаній, а також розробці методичних рекомендацій щодо покращення рівня ФБ страхових організацій. Механізм функціонування системи ФБ розглянуто у праці О. С. Папки [7]. І. О. Ревак та Л. В. Омельчук [8] у своїх роботах приділяли увагу обґрунтуванню структури та функціонального призначення механізму управління економічною безпекою

страхових компаній. У праці Д. В. Щербатих [11] досліджено сутність ФБ страхової компанії, а також визначено напрями забезпечення підтримки ФБ страховика.

Проте, варто відзначити, що недостатньо дослідженим є питання формування механізму забезпечення ФБ страхових компаній. Зокрема, потребують обґрунтування необхідність впровадження такого механізму у страховій компанії, а також сутність його складових елементів з огляду на специфіку страхової діяльності та особливостей взаємодії складових механізму. Зазначені аспекти дослідження зумовлюють його актуальність.

Метою дослідження є обґрунтування напрямів і механізму забезпечення ФБ страхових компаній в сучасних умовах.

За сучасного рівня розвитку економіки, коли суб'єкти господарювання, зокрема й страхові компанії, здійснюють свою діяльність в умовах соціально-економічної та політичної нестабільності, зазнаючи впливу зовнішніх загроз і небезпек, необхідною умовою їх функціонування є розробка напрямів, що забезпечили б умови та ефективний розвиток економіки й господарюючих суб'єктів.

Фінансова безпека страхового ринку є складовою ФБ, що в свою чергу є елементом економічної безпеки країни. З огляду на це страховим компаніям належить не остання роль у забезпеченні прийнятного рівня фінансової і економічної безпеки країни. Однак і самі страхові компанії, як господарюючі суб'єкти, потребують належного забезпечення їх ФБ.

Вітчизняний страховий ринок є одним із найбільших сегментів ринку фінансових послуг. Попри це, питома вага акумульованих страхових премій у валовому внутрішньому продукті доволі мала.

Коефіцієнт проникнення страхування є показником, що характеризує загальний обсяг акумульованих страхових премій у ВВП (рис. 1). Цей показник є одним з індикаторів рівня ФБ країни, а його характерні значення регламентовані чинним законодавством України [6].

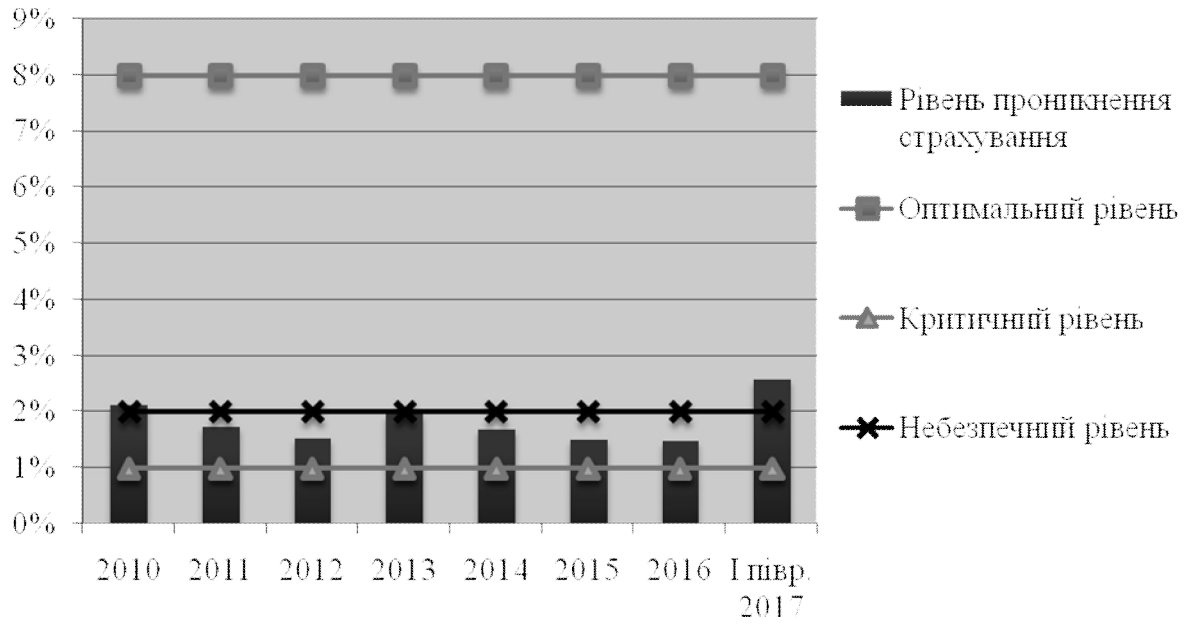

Рис. 1. Динаміка показника проникнення страхування та його характерні значення

Значення індикатора проникнення страхування є небезпечно низькими, що вказує на недостатній рівень розвитку вітчизняного страхового ринку. Тож створення належних умов для ефективного функціонування та розвитку страхового ринку України має бути одним з пріоритетних факторів забезпечення достатньо високого рівня ФБ страхових компаній як основних суб'єктів ринку.

Забезпечення ФБ як страхового ринку, так і власне страховиків, є взаємопов'язаним і взаємообумовленим. Достатній рівень забезпеченості фінансовими ресурсами потреб страхових компаній, що є умовою підтримки платоспроможності та фінансової стійкості страховика, а також його можливості відповідати за прийняті на себе зобов'язання, формує у складі інших факторів належний рівень безпеки страхового ринку [1, с. 5]. І навпаки, страхові компанії зможуть забезпечити належний рівень захисту від небезпек і загроз, працюючи в стабільних умовах зовнішнього середовища.

Перед керівниками та менеджерами страхових компаній постає питання забезпечення достатнього рівня безпеки їх організації, що може бути реалізована через певний механізм. Формування ефективного механізму не можливо здійснити без застосування комплексного системного підходу [5].

Формування надійного механізму, що здатен забезпечити високий рівень ФБ страхової компанії, є одним з пріоритетних напрямів в загальній системі управління компанією.

Механізм забезпечення ФБ страхової компанії представляє собою певну систему, що включає взаємозалежні елементи, а саме: суб'єкт і об'єкт системи; фінансові інтереси суб'єктів системи; функції та принципи управління; методи управління; інструментарій; критерії оцінки рівня ФБ; індикатори, що використовуються для моніторингу стану системи та контролю функціонування механізму; власне технологію управління [3, с. 9–10]. Графічно механізм забезпечення ФБ страхової компанії наведено на рис. 2.

Розглянемо детальніше складові елементи механізму. Враховуючи специфіку та особливості функціонування страхової компанії, об'єкт та суб'єкт механізму забезпечення ФБ матимуть певні особливості.

Суб'єкти системи можна представити у вигляді певної структури, що характеризується певною організаційною будовою. Основним суб'єктом виступатиме, насамперед, страхова компанія, яка має такі підпорядковані елементи, як філії, відділи, служби, відповідальні особи, фінансові менеджери, до компетенції яких належать питання забезпечення ФБ.

Особливості діяльності страхової компанії обумовлюють і об'єкт, а саме діяльність компанії, що включає страхову, фінансову, інвестиційну діяльність, у складі яких розглядають формування страхового тарифу, страхових резервів, страхового портфеля, здійснення перестрахування та інше, а також кінцевий результат діяльності [1, с. 7].

Реалізація механізму передбачає виконання визначеного кола завдань: здійснення всебічного й об'єктивного контролю та моніторингу системи забезпечення ФБ страхової компанії з метою виявлення існуючих і потенційних загроз для об'єктів системи та їх інтересів; формування системи критеріїв оцінки ефективності системи, їх нормативних і порогових значень, а також періодичний перегляд у разі зміни економічних умов функціонування страхової компанії; здійснення відповідними відділами діяльності щодо усунення або

мінімізації негативного впливу загроз і небезпек на фінансовий стан страхової компанії [2, с. 244].

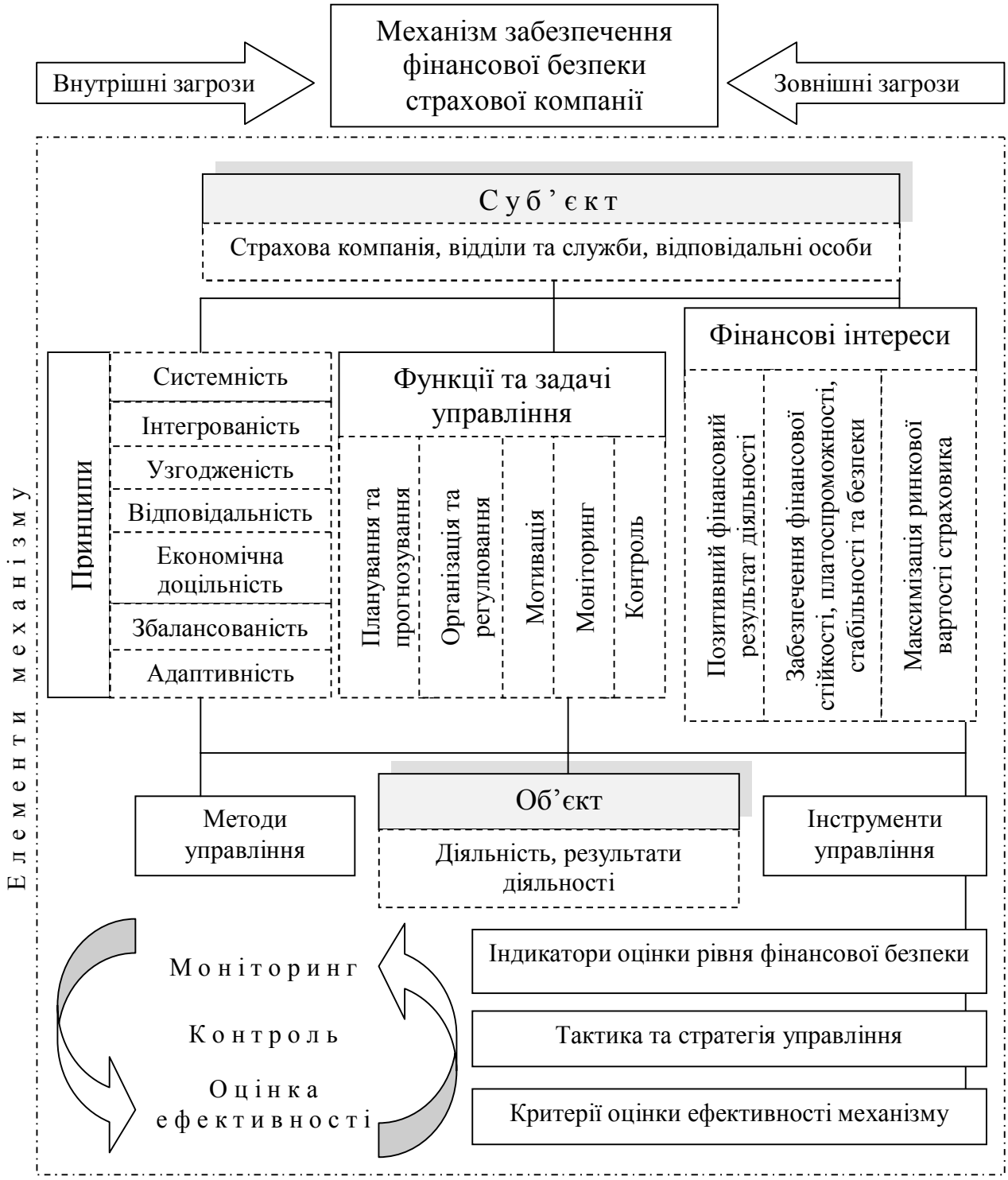

Рис. 2. Механізм забезпечення ФБ страхової компанії

Головними функціями, які реалізовують механізм забезпечення ФБ страхової компанії, є:

- планування та прогнозування, що включає розробку оперативних планів, обґрунтування стратегії забезпечення ФБ, короткострокове і довгострокове прогнозування;

- організація та регулювання, що включає розробку і реалізацію управлінських рішень, поточне корегування у системі забезпечення безпеки страхової компанії; мотивацію на досягнення поставлених задач і цілей;

- моніторинг, що охоплює всі стадії процесу управління ФБ;

- контроль досягнутих результатів.

Формування механізму забезпечення безпеки повинно ґрунтуватися на дотриманні певних вихідних положень або принципів, завдяки дотриманню яких створюватиметься цілісна, гармонійна та ефективна система забезпечення економічної безпеки страхової компанії [8, с. 129]. Такими принципами є:

- системність (системний вплив та врахування факторів економічного середовища функціонування страховика, що прямо або опосередковано впливають на його ФБ);

- інтегрованість (включення основних задач управління механізмом в загальну структуру управління, відповідність завданням і цілям страхової компанії);

- узгодженість (передбачає поєднання внутрішньої координації роботи усіх підрозділів і служб страхової компанії, а також взаємодію керівництва компанії з органами державної влади та саморегулюючими організаціями страхового ринку);

- відповідальність (суб'єкти системи забезпечення безпеки страхової компанії відповідальні за її реалізацію та ефективність функціонування);

- економічна доцільність (фактичний обсяг витрат на впровадження і реалізацію механізму забезпечення безпеки страхової організації не повинен перевищувати рівень потенційних та існуючих небезпек і загроз, а також виправдовувати ефективність роботи системи);

- збалансованість (оптимальним є виважене поєднання потенційних ризиків і прибутків);

- адаптивність (в період кризи або соціально-економічної і політичної нестабільності важливо сформувати механізм таким чином, щоб можливо було пристосовувати його до змін економічного середовища, стратегічних цілей компанії тощо) [8, с. 130−131].

Цей перелік не можна вважати вичерпним, оскільки в залежності від економічних умов функціонування страхової компанії та від цілей і задач, які ставлять перед собою керівники компанії, наведені принципи можуть бути доповнені.

Наступним елементом механізму є фінансові інтереси, які полягають, як правило, у максимізації прибутку. Проте страхування є специфічною сферою діяльності господарюючих суб'єкті, тож і фінансові інтереси визначаються з урахуванням особливостей функціонування страхових компаній.

Розглядаючи процес забезпечення ФБ, максимізація прибутку не може виступати головною метою функціонування компанії, оскільки в короткостроковій перспективі швидке отримання високих прибутків часто пов'язане з високим рівнем фінансових ризиків, які можуть негативно вплинути на досягнення необхідного рівня ФБ страхової організації [4, с. 33−34].

Пріоритетними фінансовими інтересами для страхової компанії є: отримання позитивного фінансового результату своєї діяльності, його оптимізація на довгострокову перспективу; забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності, стабільності та безпеки; максимізація ринкової вартості страхової компанії.

Суб'єкти механізму забезпечення ФБ страхової компанії здійснюють вплив на об'єкт безпеки за допомогою певних методів управління, використання яких дозволяє страховій компанії залишатися фінансово стійкою, виконувати свої зобов'язання, тобто не піддаватися впливу потенційних та реально існуючих загроз, небезпек і ризиків у конкретних економічних умовах.

Найбільш часто застосовувані на практиці методи управління включають: адміністративні, правові, організаційно-технологічні, економічні, інформаційні та соціально-психологічні методи [9; 12].

Контроль рівня ФБ передбачає його своєчасне здійснення у відповідності до стратегічних цілей компанії та принципів системи забезпечення ФБ. Моніторинг здійснюється з метою комплексної систематичної оцінки стану ФБ з використанням індикаторів рівня безпеки та його результатів для оцінки ефективності організації системи забезпечення ФБ. Для оцінки ефективності реалізації механізму можуть використовуватись певні критерії, що розробляються у відповідності до умов функціонування компанії, мети діяльності, основних задач і фінансових інтересів страхової організації.

Отже, одним із основних напрямів забезпечення ФБ страхової компанії має бути формування механізму, за допомогою якого можливо досягнути стабільного та ефективного функціонування страхової компанії.

Обґрунтування структури такого механізму для страхової компанії доцільно здійснювати, керуючись системним підходом, оскільки він є складною, динамічною функціональною системою взаємопов'язаних елементів. За функціональним призначенням цей механізм повинен бути невід'ємною складовою загальної системи управління страховою компанією.

Дієвість та ефективність зазначеного механізму може бути досягнута за умови гармонійного поєднання всіх його елементів та постійного моніторингу і контролю за його функціонуванням.

Також треба зазначити, що у забезпеченні достатньо високого рівня ФБ будь-якого господарюючого суб'єкта повинна бути зацікавлена держава та державні органи влади. В умовах недостатньо розвинутого страхового ринку та економічної нестабільності навіть найдосконаліший механізм не буде максимально дієвим.

В цьому контексті, перспективним напрямом подальших наукових розробок може стати дослідження ролі держави та державних органів влади у створенні умов для підтримки ФБ страхових компаній, а також обґрунтування напрямів державної фінансової політики для забезпечення ефективного функціонування і розвитку страхового ринку в Україні.

Список використаних джерел:

1. Ачкасова С. А. Теоретичні аспекти визначення сутності фінансової безпеки страхової компанії / С. А. Ачкасова, О. В. Клімчук // Молодий вчений. – 2016. – № 5. – С. 4-8.
2. Борисова І. С. Механізм та система забезпечення фінансової безпеки держави / І. С. Борисова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип.2. – Т. 3. Економічні науки. – Полтава : ПДАА, 2011. – С. 242–249.
3. Єрмошенко А. М. Механізм забезпечення фінансової безпеки страхових організацій: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Анастасія Миколаївна Єрмошенко ; [Київ. нац. торгов.-екон. у-т]. – К., 2006. – 20 с.
4. Єрмошенко А. М. Співвідношення основних категорій фінансової безпеки страхових організацій / А. М. Єрмошенко // Вісник Української академії банківської справи. – 2005. – №1(18). – С. 33-38.
5. Колеватова А. В. Основні пріоритетні напрями та механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Колеватова // Ефективна економіка. − 2016. − № 10. − Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5186
6. Методичні рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1277 від 29.10.2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=MetodichniRekomendatsii
7. Папка О. С. Механізм функціонування систеим фінансової безпеки страхових компаній / О. С. Папка // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 292–297.
8. Ревак І. О. Структура та функціональне призначення механізму управління економічною безпекою страхових компаній / І. О. Ревак, Л. В. Омельчук // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – Львів : ЛьвДУВС, 2017. – Вип. 1. – С. 128–137.
9. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : моног. / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич, В. В. Каркавчук // за ред. Т. Г. Васильціва. – Львів : Ліга-Прес, 2012. – 386 с.
10. Шатохін А. Л. Сутність та складові елементи механізму управління економічною безпекою підприємства / А. Л. Шатохін, Т. Б. Ігнашкіна // Бізнес Інформ. − 2014. − № 3. − С. 396–402.
11. Щербатих Д. В. Напрями забезпечення підтримки фінансової безпеки страхової компанії / Д. В. Щербатих // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 12 (345). – С. 137–141.
12. Robert C. Merton. Financial innovation and the management and regulation of financial institutions [Електронний ресурс] // Journal of Banking & Finance. 1995. Volume 19, Issues 3-4. – P. 461–481. – Режим доступу : http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/037842669400133N

В. В. Зазерская

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИСЧИСЛЕНИЯ ЗАТРАТ, АНАЛИЗА и ПЛАНИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Для повышения системы управления на предприятиях отрасли ЖКХ до качественно высшего уровня за счет минимизации отрицательных финансовых результатов от производственно-хозяйственной деятельности и адаптации экономического анализа к новым условиям хозяйствования необходимо расширить информационную базу для формирования двухставочных тарифов и принятия краткосрочных управленческих решений. Это требует разработки методических основ исчисления управленческих затрат, анализа и планирования себестоимости ЖКУ путем включения в традиционный анализ элементов концепции безубыточности и учета факторов внешнего окружения.

Целью разработки методических основ является совершенствование информационно-аналитического обеспечения оперативного управления себестоимостью продукции (услуг) с целью выявления резервов для ее снижения, а также процесса тарифообразования.

В качестве объектов для их реализации выбраны две подотрасли: жилищное хозяйство, как сфера потенциальной конкуренции; сетевое хозяйство, как яркий представитель естественной монополии.

Предметом анализа выступают текущие и плановые показатели финансово-экономической деятельности предприятий, которые рассчитываются на основе концепции безубыточности с учетом влияния факторов внешней среды.

Прежде всего необходимо выяснить, какие виды затрат, переменные или условно-постоянные, в большей степени влияют на динамику себестоимости жилищно-коммунальных услуг. Установлено, что наибольшее влияние внешняя среда оказывает на динамику переменных затрат со значительной ценовой

составляющей. В то же время постоянные издержки формируются, главным образом, под воздействием параметров внутренней среды. Нами произведен анализ динамики затрат в рассматриваемых подотраслях ЖКХ, позволяющий определить наиболее существенные причины значительного роста себестоимости в анализируемом периоде.

Оценка влияния факторов на уровень себестоимости выполнена на основе определения относительной доли модификации переменных затрат в изменении величины полной себестоимости.

Результаты анализа показали, что в структуре себестоимости жилищного хозяйства за рассматриваемый период переменные затраты в среднем составляют 74 %, а постоянные 26 %, причем наблюдается тенденция к снижению их уровня. В полной себестоимости водопроводного хозяйства на долю переменных затрат приходится 34 %, а на долю постоянных − 66 %. В обслуживании жилфонда увеличение объема реализации на 0,6 % сопровождалось ростом себестоимости на 21 %, при этом постоянные издержки в составе полной себестоимости возросли на 11 %, а переменные − на 28 %. В водоснабжении при спаде объемов реализации в среднем на 3 % увеличение себестоимости на 23 % вызвано ростом как переменных затрат на 24 %, так и ростом постоянных затрат на 19 %. Таким образом, в управлении издержками предприятий жилищно-коммунального комплекса необходимо, наряду с внутренними факторами, учитывать воздействие внешнего окружения.

Схема алгоритма, разработанная согласно предлагаемым подходам, показана на рис. 1. Раскроем более подробно его основные этапы.

Первый этап – ретроспективный анализ затрат с последующей подготовкой информации для их планирования состоит из ряда процедур по изучению структуры себестоимости для подготовки информационной базы.

1. Первоначально проводится структурный анализ фактических затрат по элементам и калькуляционным статьям с выявлением причин их динамики, вызванных макрофакторами [2].

Структурный анализ расходов позволил определить наиболее существенные факторы, вызвавшие увеличение уровня затрат: изменение цен на производственные ресурсы, нерациональная структура постоянных затрат и рост объема реализованной жилищно-коммунальной продукции.

2. С учетом результатов структурного анализа производится подготовка информационной базы для реализации второго этапа.

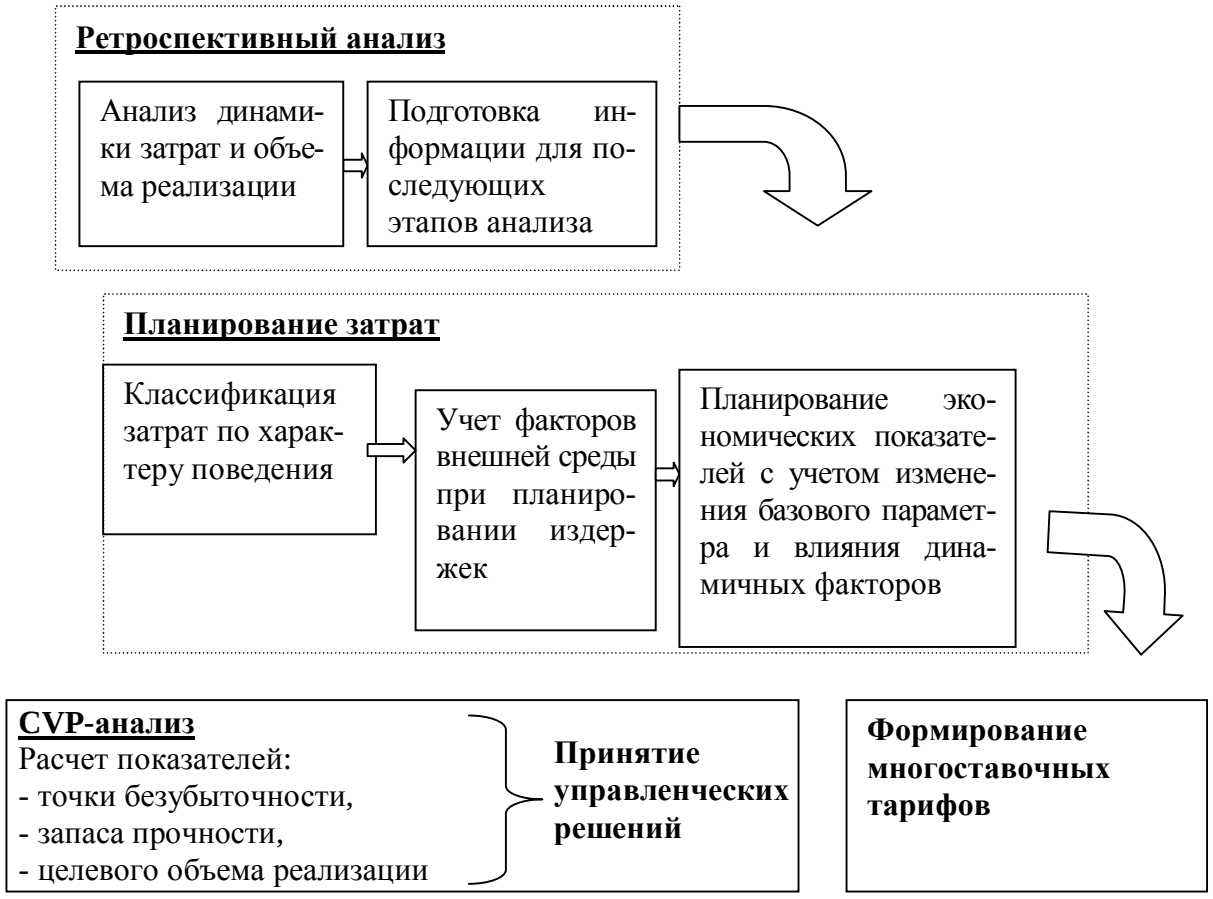

Рис. 1. Схема алгоритма планирования и анализа затрат в ЖКХ
(разработан автором)

Второй этап. В ходе его реализации производится планирование конечных результатов деятельности предприятия, основанное на определении величины затрат и учете факторов внешней среды [1].

1. Планирование экономических показателей деятельности с учетом изменения базового параметра и влияния динамичных факторов проводится в такой последовательности: вначале определяется планируемый объем реализации,

затем величина элементов себестоимости в зависимости от изменения базового показателя под влиянием макрофакторов.

Плановый объем реализации определяется путем суммирования объемов реализации по заключенным договорам с корректировкой полученного значения показателя на индексы влияния макрофакторов.

Сводный индекс влияния факторов внешней среды предлагается определять на основании индивидуальных индексов как отношения каждого показателя макрофактора в прогнозируемом периоде к базисному. При воздействии нескольких факторов на объем реализации (элементы затрат) индекс влияния макрофакторов рассчитывается путем перемножения соответствующих индивидуальных индексов.

Для нахождения постоянных и переменных расходов на единицу продукции (услуг) с учетом влияния динамичных факторов нами разработан алгоритм, основанный на пошаговом расчете расходов планируемого периода.

1 шаг. *Планирование затрат включает в себя расчет величины условно-постоянных и переменных издержек на плановый период.*

1а: при расчете элементов плановых переменных затрат данные базисного периода корректируются на величину введенного нами коэффициента эластичности $К_{эл}$, который характеризует соотношение между темпами изменения переменных затрат и темпами роста объема реализации. Это позволяет проводить уточненные расчеты их величины при планировании и принятии краткосрочных управленческих решений.

1б: корректировка условно-постоянных затрат состоит из следующих процедур:

- изменение отдельных элементов условно-постоянных издержек в связи с какими-либо внутренними факторами учитывается с помощью коэффициента динамики $К_{дс}$, который характеризует плановый рост (уменьшение) соответствующих затрат;

- учет влияния динамики объема реализации на удельные постоянные затраты.

С учетом полученных значений определяется суммарная величина условно-постоянных затрат в плановом периоде на единицу продукции (услуги) и на весь объем реализации.

2 шаг. *Корректировка планируемых затрат на воздействие факторов внешней среды*.

1. Для оценки издержек на производство и реализацию продукции отрасли ЖКХ с учетом факторов внешней среды показатели планируемого периода из шага 1 умножаются на индексы влияния макрофакторов. Данные индексы систематизированы по направленности влияния на виды затрат в табл. 1 [1].

Таблица 1

Индексы влияния макрофакторов с учетом факторов внешней среды

Внешняя среда	**Показатели макрофакторов**	**Индекс влияния макрофактора**	**Вид затрат**
1	*2*	*3*	*4*
Экономическая среда	цена на энергетические ресурсы	индекс цен	переменные
	цена на сырье и материалы	индекс цен	переменные
	изменение расходов на работы и услуги производственного характера, выполненные другими организациями	темп роста расходов	переменные
Политико-правовая среда	динамика величины тарифной ставки 1-го разряда	темп роста тарифной ставки 1-го разряда	в зависимости от формы оплаты труда
	динамика ставок налоговых отчислений	темп роста налоговых ставок	в зависимости от базы налогообложения
	динамика арендных платежей	темп роста арендных платежей	постоянные
	установленный процент снижения затрат	темп роста затрат	по статьям затрат
	экономия топливно-энергетических ресурсов	темп роста топливно-энергетических ресурсов	переменные

Продолжение табл. 1

1	*2*	*3*	*4*
	переоценка основных фондов	темп роста стоимости основных фондов после проведения переоценки	постоянные
Научно-техническая среда	мероприятия по сокращению затрат, включаемых в себестоимость	темп роста затрат	по статьям затрат

Примечание: разработка автора.

2. Расчет требуемых экономических показателей информационной базы для следующего этапа. Для повышения их обоснованности необходимо учитывать макрофакторы, которые систематизированы в табл. 2.

Таблица 2

Система индикаторов CVP-анализа

Показатели макрофакторов внешней среды	**Сфера влияния**	**Система индикаторов CVP-анализа**
Демографическая среда - динамика численности населения - динамика обслуживаемых абонентов - уровень безработицы - доля лиц пенсионного возраста	объем оказанных услуг уровень обращающихся за субсидией	выручка дотация
Природные факторы - динамика температурного режима	объем оказанных услуг	выручка
Экономическая среда - индекс общего объема промышленной продукции - индекс производства потребительских товаров - уровень дебиторской задолженности - уровень реальных текущих доходов	объем оказанных услуг уровень покупательной способности населения	выручка дотация
Политико-правовая среда - утверждаемый процент возмещения разницы в ценах при оказании услуг населению	размер бюджетных ассигнований	дотация

Примечание: разработка автора.

Вычисление индексов влияния макрофакторов на экономические показатели работы предприятия производится аналогично расчета индексов влияния на элементы себестоимости. После их определения рассчитываются показатели анализа безубыточности для основных видов ЖКУ, оказываемых исследуемым предприятием, в следующем порядке:

1. Находим объем реализации.

2. Вычисляем размер дотации (D):

$$D_1 = j_{макроф}^{свод} \times D_0 \ , \qquad (1)$$

где D_1 – размер дотации в прогнозируемом периоде;

$j_{макроф}^{свод}$ – сводный индекс влияния макрофакторов на размер дотации, определятся на основании индивидуальных индексов как отношения каждого показателя макрофактора в прогнозируемом периоде к базисному (2);

D_0 – величина дотации в базисном периоде.

$$j_{макроф}^{свод} = \sum_{g=1}^{m} j_g^{д} \times j_g^{э} \times j_g^{пп} , \qquad (2)$$

где g = 1, 2, …;

m – индексы влияния макрофакторов;

$j^{д}_{g}$ – индексы демографической среды;

$j^{э}_{g}$ – индексы экономической среды;

$j^{пп}_{g}$ – индексы политико-правовой среды.

3. Цена (тариф) за единицу продукции:

$$p_1 = i_{цен} \times p_0 , \qquad (3)$$

где p_1 – тариф на конкретный вид ЖКУ в прогнозируемом периоде;

$i_{цен}$ – индекс роста тарифов на ЖКХ, устанавливаемый нормативно;

p_0 – тариф на ЖКУ в базисном периоде.

4. Налоги из выручки (N) рассчитываются исходя из планируемой выручки по установленным налоговым ставкам. При этом следует учитывать особенности налогообложения предприятий и организаций системы ЖКХ. Согласно действую-

щей системе налогообложения, с организаций системы ЖКХ взимается НДС от выручки, полученной за оказанные жилищно-коммунальные и эксплуатационные услуги, без учета доходов от платы населения за техническое обслуживание жилых помещений и коммунальные услуги, а также платы за общежития [5].

5. Переменные затраты на единицу продукции:

$$v^{t+1} = \sum_{k=1}^{l} v_k^t \times K_{эл_k}, \quad (4)$$

где v^{t+1} – плановые переменные затраты на единицу;

v_k^t – удельные переменные затраты отчетного периода по k-той статье, k=1,2,…,l – элементы переменных затрат;

$K_{эл_k}$ – коэффициент эластичности по k-му элементу затрат.

6. Постоянные затраты (F) для расчета показателей анализа безубыточности находятся путем суммирования величины статей запланированных постоянных расходов из отчета «О формировании себестоимости работ (услуг)».

В ходе реализации третьего этапа предполагается применение CVP-анализа для целей управления. Анализ издержек, прибыли и объема производства (CVP-анализ) – это аналитический подход к изучению взаимосвязи между издержками и доходами при различных уровнях производства [6].

Известно, что объем продаж, соответствующий полной окупаемости затрат (т. е. точке безубыточности**)** носит название «порога рентабельности». Его расчет основан на балансовом равенстве с учетом дотационности отрасли ЖКХ:

$$P = T + D - N - Q \times v - F, \quad (5)$$

где P – нулевая прибыль за анализируемый период;

T – выручка от реализации без учета дотации;

Q – объем реализации в натуральных единицах, рассчитанный нарастающим итогом;

N – сумма налогов из выручки;

D – величина выделенной дотации за анализируемый период;

v – уровень переменных издержек на единицу продукции;

F – величина постоянных издержек в данный период времени.

Так как точка безубыточности соответствует нулевой прибыли, приравнивая Р = 0, можно определить пороговое значение объема реализации $Q_{кр}$ (6). Следует отметить, что экономические показатели деятельности в отчетности предприятий жилищного хозяйства отражаются нарастающим итогом за каждый месяц, а размер обслуживаемой жилой площади практически не изменяется, поэтому при исчислении показателей CVP-анализа следует учитывать временной интервал.

$$Q_{кр} = \frac{F}{\frac{T + D - N}{Q} - v}. \quad (6)$$

С помощью данной методики удобно производить также целевое планирование в отрасли путем определения планового объема продаж $Q_Т$, соответствующего желаемой величине прибыли:

$$Q_T = \frac{F + P_T}{\frac{T + D - N}{Q} - v}, \quad (7)$$

где P_T – заданное значение прибыли.

Практическая ценность применения данного подхода к управлению в системе ЖКХ состоит в том, что он позволяет:

- оценить сравнительную прибыльность отдельных видов продукции, работ, услуг, тем самым показать привлекательность подотраслей для частного бизнеса (6);

- запланировать тот объем реализации продукции (услуг), который обеспечивает как безубыточность деятельности, так и получение планируемой величины прибыли (7);

- установить запас прочности предприятия в его текущем состоянии.

В предложенной методике управление затратами происходит на основе расчета порога рентабельности с учетом дотационности отрасли и определения соответствующей ему точки безубыточности в реальном масштабе времени, что позволяет снизить трудоемкость расчетов и повысить оперативность [3; 4].

Применение данных разработок, адаптированных к специфике ЖКХ, позволяет повысить обоснованность и оперативность управленческих решений. На их основе можно также решить задачу формирования оптимального производственного плана производства продукции (услуг) для отдельных предприятий отрасли. Таким образом, в результате адаптации основных положений теории анализа издержек к условиям ЖКХ предложено усовершенствование существующей практики планирования и управления затратами в этой сфере. Предлагаемый подход отвечает современным условиям хозяйствования и позволяет обеспечить систему управления необходимой информацией для принятия плановых и оперативных управленческих решений.

Список использованных источников:

1. Зазерская В. В. Планирование затрат на производство и реализацию ЖКУ с учетом изменения базового параметра и влияния внешних факторов / В. В. Зазерская // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2008. – № 2. – С. 51–55.
2. Зазерская В. В. Инструментарий управленческого учета для управления предприятием // Инновации: от теории к практике: сб. науч. статей VI Междунар. науч.-прак. конф. (Брест, 5–7 октября г. Брест, 2017 г.) ; ред-кол. : А. М. Омельянюк [и др.]. – Брест : Альтернатива, 2017. – С. 38–41.
3. Зазерская В. В. Новые подходы к системе управления и анализа затрат для управленческих целей в ЖКХ / В. В. Зазерская // Наука – эффективность – рост : сб. материалов : междунар. форум / Междунар. центр науч.-исслед. проектов ; науч. ред. Е. И. Царегородцев, Г. Б. Геннадиев. – Киров [и др.], 2006. – С. 78–82.
4. Зазерская В. В. Концептуальные подходы к организации стратегического управленческого учета затрат // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2017. – № 3 : Экономика. – С. 41–44.
5. Об утверждении инструкции о прядке исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость : постановление М-ва по налогам и сборам Респ. Беларусь, 31 янв. 2004 г., № 16 : в ред. постановления М-ва по налогам и сборам Респ. Беларусь от 25.07.2006 г. // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Мн., 2017.
6. Ладутько Е. Н. Управленческий учет в системе контроля себестоимости и прибыли / Е. Н. Ладутько. – Мн. : Беларус. навука, 2003. – 112 с.

В. Й. Куценко

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Перманентні фінансово-економічні, соціальні та екологічні кризи й банкрутства як міжнародних, так і вітчизняних корпорацій свідчать про неефективність поширеної в світі ринкової економічної моделі. Настав час кардинальних змін, відродження, оновлення способу життєдіяльності та господарювання людства на засадах одвічних загальнолюдських цінностей − духовно-моральної культури особистості, влади та суспільства. Початком такої істинної культури життєдайного домострою є формування соціально-орієнтованої економічної системи, яка визнає духовно-моральну Людину найвищою цінністю держави та суспільства. Орієнтація на трудящу людину передбачає її повну соціальну відповідальність.

Аналіз останніх наукових досліджень показує беззаперечність переваг соціальної економіки, яка позитивно впливає на всі сфери людського буття. Перш за все це висвітлено у працях вітчизняних учених (Артішевського М. В., Щербати М., Головніної О. Г., Гришової І., Дєєвої Н., Бабичева О. В., Бутковського А. Г., Рубина Ю. Б. й інших), а також дослідженнях іноземних науковців (А. Мюллер-Армака, Ламперта Х., Лінденберга С., Кураташвили А. та ін.). Але меж для удосконалення соціально-економічної системи за принципами духовно-моральної єдності трудящих немає. Тому **мета роботи** полягає у розробці основних напрямів розвитку соціально-орієнтованої економічної системи підприємства та держави на принципах духовно-моральної культури життєдіяльності.

Соціально-орієнтована економічна система, як життєзабезпечуюча складова суспільства, постійно розвивається, безперервно оновлюючись у більш досконалу життєздатну систему. Такий природний розвиток соціально-орієнтованої економіки забезпечується втіленням у життя наступних ключових її принципів:

1. Духовно-моральна, соціально-відповідальна особистість є найвищою цінністю суспільства та соціально-економічної системи.

2. Трудові стосунки між людьми повинні будуватися на соціокультурній, історичній спадщині нашого народу.

3. Соціальна економіка передбачає як вертикальну, так і горизонтальну інтеграцію на засадах мирного співіснування та мирної співпраці на загальне благо (на мікро- і на макрорівнях).

Поступове відродження соціальної відповідальності, як початку сталого розвитку, розпочалося у світі в 70-х роках минулого сторіччя. Але майже за півсторіччя радикальних змін щодо втілення в господарську діяльність реальної соціальної відповідальності та стійкого розвитку суспільства, у тому числі трудових колективів, не відбулося. Гуманізація суспільства і його стабільний (життєдайний довготривалий) розвиток можливі лише за умов відродження духовно-моральної культури життєдіяльності та господарювання нашого народу. Тому, визначальною соціальною метою підприємства є створення гармонійних стосунків між членами трудового колективу на засадах всебічного розвитку духовно-моральної культури життєдіяльності, від якої залежить соціальний, екологічний та економічний розвиток підприємства і його територіальної спільноти.

Відповідно до базового закону (Конституції України) основною цінністю та джерелом добробуту є Людина. Для реалізації цієї конституційної норми в Україні слід розробити, законодавчо ухвалити та реалізувати соціально-відповідальну політику держави, у тому числі перехід до класичної (від лат. «первинної, правильної, зразкової») соціально-орієнтованої економіки. Має бути дотримана головна мета життєдіяльності народу та влади, споживачів і суб'єктів господарської діяльності − всебічний розвиток духовно-моральної культури, яка передбачає рівновагу між потребами життєдіяльності масового споживача та пропозицією підприємств. Тобто мова йде про якнайкраще задоволення фізіологічних нужд та життєво необхідних потреб переважної більшості

споживачів, перш за все мешканців території (місця розташування соціального підприємства) у доброякісній продукції (послугах) за доступними цінами. Наслідком реалізації такої гуманної мети є цілком вірогідне підвищення рівня довіри споживачів (перш за все локальних та національних), попиту та доходів підприємства. При цьому попит збільшується до розмірів потреб споживачів. За рахунок «ефекту масштабу» досягається подальше зниження питомої собівартості продукції та ціни для можливості задоволення потреб масового споживача.

До соціокультурних факторів, що впливають на ефективність господарської діяльності, належать:

- духовно-моральний та професійний рівень кадрів;
- характер суспільного та державного устрою країни;
- психологічне виховання трудящих;
- моральне та матеріальне стимулювання соціально-відповідальної праці;
- безпечні, належні умови праці та життя працівників, їхніх родин.

Соціальний ефект − покращення якості життя трудящих, стане запорукою економічного ефекту та буде проявлятися у таких сегментах населення: покупців, мешканців території функціонування підприємства та членів трудового колективу.

Показниками соціального ефекту є:

1) *у покупців:*

- довіра до продукції (послуг) та діяльності підприємства;
- позитивний вплив продукції (послуг) підприємства на моральний та фізичний стан здоров'я покупців;
- задоволеність життям від використання продукції (послуг) підприємства;
- безконфліктні стосунки зі співмешканцями;
- покращення здоров'я, зростання народжуваності та довголіття;
- наявність постійної групи споживачів та її збільшення;
- реклама «із вуст в уста»;

2) у *мешканців території:*

- покращення зайнятості населення на соціальних підприємствах;

- відчуття турботи підприємства про інфраструктуру території (спільні з місцевою владою соціальні проекти щодо створення освітньо-науково-виховних, культурно-спортивних, оздоровчих закладів; ремонту доріг; налагодження громадського транспорту, комунікацій, освітлення; озеленення, очистки території тощо);

- відчуття турботи підприємства про довкілля;

- довіра до діяльності підприємства;

3) у *членів трудового колективу:*

- рівень безконфліктних, гармонійних стосунків між працівниками;

- рівень взаємодопомоги, взаємозамінності;

- забезпеченість працівників належними безпечними умовами праці;

- реалізація освітньо-виховних програм (наставництва, культурно-професійного навчання, перепідготовки), можливість підвищення кваліфікації;

- функціонування культурних, оздоровчих, спортивних закладів, місць відомчого харчування, внутрішньофірмової торгівлі продукцією масового вжитку;

- забезпеченість нужденних відомчим житлом;

- матеріальна допомога непрацездатним членам родини працівника;

- забезпеченість відомчим транспортом;

- культурно-професійний ріст, всебічний розвиток особистості;

- зниження плинності кадрів.

Сучасний стан соціально-економічної моделі України потребує негайного докорінного оновлення на шляху до соціально-орієнтованої системи. Аналіз статистичних даних щодо діяльності великих та середніх підприємств показує чітко виражену тенденцію циклічного функціонування (зацикленості) переважної більшості підприємств. Кількість збиткових підприємств (офіційно за останнє десятиріччя) в середньому складає понад 34 % від їх загальної кількості. Спостерігається зростання небезпечної кредиторської заборгованості держави та суб'єктів господарювання, рівня банкрутств й інших соціально-економічних, політико-правових, екологічних і демографічних потрясінь. У 2013–2015 роках відродилася нова хвиля збитковості підприємств України. За цей період практично

за всіма видами економічної діяльності, окрім сільськогосподарської, чистий прибуток суб'єктів господарювання залишається від'ємним. Середньотривалий цикл склав 6 років, але сумарний збиток української економіки у 2014 р. у 14,2 рази перевищив від'ємний чистий прибуток у 2008 р. (−583 785,9 та −41 025,1 млн грн відповідно, табл. 1). Розвиток соціально-економічної системи здебільшого перетворився на занепад.

Таблиця 1

Формування чистого прибутку (збитку) великих та середніх підприємств України за видами економічної діяльності, млн грн

Усього, у тому числі	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014***
	−41 025,1	**−37 131,1**	**13 906,1**	**67 797,9**	**35 067,3**	**−22 839,7**	**−258 794,2 (44,9)**
сільське, лісове господарство	5789,2	7584,8	17 170,5	25 383,5	26787,2	14 984,5	−982,6 (12,1)
промисловість	5542,5	−14 192,5	11 594,7	32 229,9	2592,4	−4181,1	−87 731,6 (6,6)
будівництво	−7975,4	−4439,0	–5095,7	–2466,7	-1012,7	−5893,2	−3702,7 (47,5)
торгівля	−34 093,2	−13 903,7	7547,4	12 046,7	210,6	−13248,5	−46 799,0 (42,6)
транспорт	234,5	4889,5	1348,7	6500,0	3127,7	−1423,4	−8037,5 (48,6)
Усього,	2014	2015	2016	2017*			
у тому числі	−583 785,9	−373 516,0	29 705,0	158 849,8			
сільське, лісове господарство	20 325,9	102 849,1	90 613,2	382,9			
промисловість	−174 488,3	−188 267,9	−24 724,7	72 065,5			
будівництво	−29 067,4	−25 861,9	−10 553,0	782,6			
торгівля	−134 356,5	−88 161,0	−4841,8	25 599,6			
транспорт	−26 307,3	−17 847,8	7408,7	5589,6			

Примітка:
1. *За січень−вересень;
2. У дужках − частка збиткових підприємств, %
Джерело: авторська розробка за «Держстат України», 1998−2017 рр. http://www.ukrstat.gov.ua

Аналіз показує, що в умовах ринкової економіки зростання прибутків бізнес в основному забезпечує через намагання перманентного підвищення цін на національному ринку, а здебільшого − за рахунок експорту, пошуку нових закордонних ринків збуту. Національні потреби у більшості випадків залишаються не задоволеними вітчизняними виробниками. Продукція переважно направляється за

кордон; поряд з цим спостерігається забруднення довкілля. Британське видання «The Guardian» повідомило, що «забруднення повітря в Україні викликало в чотири рази більше смертей на душу населення, ніж у п'яти найчистіших країнах разом взятих» [2]. Тенденція забезпечення максимізації прибутків за рахунок підвищення цін підтверджується таким прикладом: у 2013 р. ціни на основні види промислової продукції знизилися (табл. 2), та одразу промисловість і національна економіка зазнали збитків. Але наступне суттєве зростання цін у 2014–2015 рр., перш за все на енергоносії (відповідно індекси 111,2–211,7), викликало зворотній ефект – спричинило зниження попиту на промислову продукцію (особливо на національному ринку), що призвело до найбільших збитків як у промисловості (188,3 млрд грн у 2015 році), так і в національному господарстві (583,8 млрд грн у 2014 році). Усвідомивши це, бізнес змушений був піти на зниження цін (першочергово на енергоносії), починаючи з 2016 року, що сприяло зменшенню збитків у цьому році та зростанню прибутків у 2017 році. Отже, життя корегує всі наші стратегічні амбітні плани.

Таблиця 2

Індекси цін виробників промислової продукції (до відповідного періоду попереднього року)

Промисловість усього, у тому числі	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017***
	103,7 (80,1-113,0)	**99,9 (88,5-107,5)**	**117,1 (105,0-137,7)**	**136,0 (108,7-156,9)**	**120,5 (97,8-156,3)**	**127,5 (106,1-163,1)**
видобування нафти та природного газу	112.8	107,5	111,2	211,7	156,3	134,5
виробництво коксу та продуктів нафтоперероблки	96,0	93,3	128,4	130,8	111,6	163,1

* За січень–вересень.

Джерело: авторська розробка за «Держстат України», 1998–2017. http://www.ukrstat.gov.ua

Аналіз господарської діяльності показує, що тільки сільськогосподарська галузь ніколи не була збитковою, адже є пріоритетною галуззю народного господарства, від розвитку якої залежить життєдіяльність людини та успішне функціонування інших галузей виробництва органічної корисної для здоров'я продукції. На даний час, коли практично всі галузі є збитковими, 90 % сільськогосподарських

підприємств отримують прибуток (особливо рослинництво, яке забезпечує життєдіяльність людей). Промисловість, переважно важка, майже весь час зазнає збитків через велику шкоду, яку завдає людям від:

- науково-технічного прогресу (розщеплення атому, виробництво та удосконалення зброї, психотропна зброя, генна інженерія, нано-технології, генно-модифікована продукція: харчі, харчові добавки, лікарські препарати, вакцини, біорозмаїття: рослинний і тваринний світ);

- забруднення довкілля (радіаційне, електромагнітне, хімічне; відходи, сміття);

- спокуси основною цінністю життя вважати егоїзм, конкуренцію, кар'єрний ріст, гроші, матеріальне збагачення, красивий (дозвільний) спосіб життя, що в кінцевому підсумку завершується кризами та банкрутствами.

Отже, отримані висновки дозволили запропонувати наступні напрями розвитку соціально-орієнтованої економіки:

1. Виховання духовно-моральної культури життєдіяльності та господарювання, соціальної відповідальності і справедливості заради забезпечення сприятливого морально-психологічного клімату й сталого розвитку трудового колективу.

2. Забезпечення економічного зростання (національного виробництва та реалізації продукції, послуг) до максимального рівня задоволення життєво необхідних потреб національних споживачів.

3. Покращення доброякісності продукції «натуральної чистоти» та послуг починається за умови задоволення нужд і здорових потреб національних споживачів, коли економічне зростання завершується.

4. Сприяння продуктивній зайнятості.

5. Створення безпечних і гідних умов праці з метою культурно-професійного розвитку трудового колективу.

6. Зростання заробітної плати на основі підвищення продуктивності праці.

7. Дотримання прав трудящих щодо їхнього соціального захисту через надання «соціального пакету», забезпечення свободи діяльності культурно-професійних спілок.

8. Розвиток самоуправління членів трудового колективу.

9. Меценатство та благодійність.

Напрями реалізації соціальної відповідальності у зовнішньому середовищі:

1. Відродження духовно-моральної культури життєдіяльності та господарювання в країні на всіх рівнях: в сім'ї, навчальних закладах, організаціях, підприємствах, державних органах влади, ЗМІ, суспільстві заради реалізації соціального потенціалу та безпеки життєдіяльності особистості.

2. Максимальне задоволення духовно-моральної і фізіологічної нужди та життєво необхідних потреб національних споживачів є пріоритетним напрямом функціонування влади та господарської діяльності.

3. Дотримання владою соціальних гарантій населення щодо охорони здоров'я, пенсійного забезпечення, освіти, соціальних виплат.

4. Мінімізація та подальше недопущення залучення кредитів, запозичених коштів на макро- та мікрорівнях (особливо міжнародних фінансових організацій) з метою забезпечення класичного принципу самофінансування.

5. Гривня − єдина грошова одиниця України. Іноземна валюта не може використовуватися всередині країни, а виключно у зовнішньо-економічних (бажано державних) операціях, адже згідно ст. 99 Конституції України «грошовою одиницею України є гривня».

6. Мінімізація імпорту продукції (послуг), яку виготовляє чи спроможна виробляти національна економіка, забезпечуючи тим самим класичні «аристотельські» принципи самозабезпеченості та самовдоволеності (задоволеність тим, що маєш).

7. Мінімізація та подальша неприпустимість експорту продукції (послуг), потреба в якій ще не задоволена в Україні. Експорт доцільний за умови насичення життєво необхідних потреб національних споживачів та внаслідок звернення про допомогу іноземних покупців (при цьому перевага переважно віддається сусіднім країнам). Батьківське піклування, перш за все, за своїх дітей.

8. Суттєве зменшення екологічно шкідливих промислових підприємств (військової галузі; чорної металургії; хімічної, добувної, атомної промисловості); залишаються такі потужності, які необхідні для задоволення національних потреб споживачів. Охорона природного середовища та ресурсозбереження.

9. Пріоритетна галузь народного господарства − органічне життєдайне сільське господарство як основа життєдіяльності людей та інших галузей економіки.

10. Перепрофілювання та задіяння під агропромисловий комплекс вивільнених окремих промислових потужностей (транспорт, будівлі, комп'ютерна техніка, засоби зв'язку, інфраструктура, власний капітал тощо).

11. Перенавчання звільнених промислових працівників.

12. Народна (колективна, кооперативна, дрібна індивідуальна) власність на землю, чим досягаються максимальна зайнятість, якість та рівень життя населення України.

13. Пропорції у розвитку галузей народного господарства.

14. Державне регулювання соціального захисту населення: норми прибутку в ціні на продукцію першої необхідності складають 10−15 % собівартості.

15. Забезпечення повної зайнятості населення.

16. Добровільна довічна трудова діяльність громадян.

17. Випереджаюче зростання доходів громадян відносно підвищення цін у суспільстві.

18. Зниження рівня соціальної диференціації трудящих.

19. Здійснення популяризації, підготовки та перепідготовки фахівців за життєдайними спеціальностями.

20. Податок на підприємницьку чи господарську діяльність усіх видів підприємств: мінімальний єдиний − 10 % отриманого доходу, що дозволяє реалізовувати класичний принцип самозабезпечення.

21. Розвиток соціального партнерства. Взаємодія органів влади з громадами та трудовими колективами з метою сталого розвитку суспільства.

Але втілити в життя «економіку для людей» − соціально відповідальні домострой та господарювання − світській владі чи людині навряд чи під силу. Тільки Господь може подолати пристрасть сріблолюбства, корупцію, агресію та соціальну безвідповідальність бездуховної влади і здатний забезпечити мир,

соціальну справедливість та радість життєдіяльності народу, якщо ми будемо дотримуватися Його закону − любові до ближнього та Бога.

Дослідження показали, що успішна реалізація ключових напрямів соціальної економіки можлива лише за умови становлення та розвитку духовно-моральної особистості кожного з нас, що є найвищою цінністю суспільства. Адже визначальним напрямом розвитку соціально-орієнтованої економічної системи є відродження духовно-моральної культури життєдіяльності та господарювання членів трудового колективу і суспільства. Економічному ефекту підприємства буде сприяти соціальний ефект, коли попит (першочергово місцевих споживачів) буде дорівнювати потребам. За такої умови суттєво зростуть: постійна група споживачів; ефективність соціальної відповідальності підприємства; доходи, прибуток та рентабельність продукції на території функціонування підприємства; професійний рівень працівників, оплата труда та добробут їхніх родин.

Тому, перспективам подальших наукових розробок у напрямку відродження та розвитку духовно-моральної культури життєдіяльності й господарювання особистості, трудових колективів і суспільства немає меж.

Список використаних джерел:

1. Головніна О. Г. Основи соціальної економіки : підруч. / О. Г. Головніна. – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 648 с.
2. China tops WHO list for deadly outdoor air pollution, The Guardian [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.theguardian.com/environment/2016/sep/27/more-than-million-died-due-air-pollution-china-one-year
3. Кураташвили Альфред. Проблемы социально-экономического прогресса и принципиально новые теоретические основы их решения / Альфред Кураташвили // Экономисты. Тбилиси. – 2017. – № 2.

А. С. Олійник

ЕКОНОМІКО-СТРУКТУРНА ПОБУДОВА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

На сучасному етапі розвитку аграрного виробництва важливим елементом діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є витрати, які відображають конкурентоспроможність, економічну стійкість та ефективність виробництва. Просування продукції від виробника до споживача стає можливим лише за допомогою витрат, які здійснюються на всіх етапах господарської діяльності і тим самим забезпечують реалізацію в цілому.

Серед сучасних українських економістів, наукові та практичні здобутки яких присвячені дослідженням сутності витрат й особливостей управління ними, слід виділити: О. П. Амбросенко, О. І. Грицая, І. Є. Давидовича, А. М. Турила, В. Я. Месель-Веселяка, М. І. Маниліча, Г. В. Ростовську, Ю. С. Цал-Цалко, О. М. Шпичака та інших вчених.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування економіко-структурної побудови витрат виробництва в аграрному середовищі.

Витрати є необхідною умовою функціонування підприємства. Величина витрат істотно впливає на формування фінансових результатів, а також є основою для оцінки ефективності діяльності підприємства. Досягнення будь-якої мети, а також забезпечення кінцевого результату, потребує витрат. Об'єктивність суспільного розвитку, факти практичної діяльності, закономірності сучасної дійсності та логіка пізнання показують, що спочатку мають місце витрати, а потім результати, пов'язані з цими витратами. Такий порядок і обумовлює надзвичайно особливе місце витрат у життєдіяльності всіх суб'єктів господарювання [19, с. 6].

У сучасних формаціях здійснення господарсько-економічної діяльності витрати є домінантним чинником і одним з базисних детермінант формування прибутку, що актуалізує зосередження уваги керівництва сільськогосподарського підприємства на реалізації дієвої системи управління ними. Моніторинг витрат допомагає

з'ясувати ефективність їх використання та провести оптимізаційні заходи щодо їх мінімізації, оцінити показники роботи підприємства, імплементувати прогностичні процедури визначення рівня прибутковості та рентабельності [1, с. 29].

Основним базисом є те, що витрати відображають сукупність усіх видів ресурсів, виражених у грошовому еквіваленті та використаних в бізнес-процесах для досягнення поставленої мети. Витрати є оціночним показником сільськогосподарської діяльності, вони виступають однією з найскладніших базових економічних категорій, яка на теперішньому етапі економічного розвитку характеризує складні економічні, технологічні, психологічні, організаційні взаємозв'язки у системі аграрного підприємства.

Витрати є необхідною умовою формування цінової політики сільськогосподарського підприємства, характеризують рівень технології та організації виробництва, а також ефективність господарювання, яка оцінюється через порівняння витрат і результатів діяльності. Витрати краще розглядати з діалектичних позицій з урахуванням складності їх економічної категорії, що об'єднує процеси формування потрібного обсягу економічних ресурсів в аграрному виробництві та їх використання.

Формування ресурсів здійснюється на відповідному ринку, однак у розумінні ресурсів сутність витрат не є однозначною. Припустимо, що у аграрному виробництві існують деякі потенційні ресурси, які за умов придбання їх сільськогосподарським підприємством стають реальними. Потім реальні ресурси беруть участь у виробничому процесі − трансформуються у фактори виробництва. Таким чином, ресурси, які були сформовані сільськогосподарським підприємством, також не є однорідними. Частка ресурсів використовуються у виробництві протягом довгострокового періоду, тому вони не трансформуються у готовий продукт під час процесу виробництва, інші ж перетворюються у готовий продукт і повинні окупитися за один виробничий цикл. Тому перший ресурс є застосовуваним, а другий – спожитим.

Надання на першому етапі ринкової трансформації вітчизняної економіки повної самостійності аграрним підприємствам у визначенні складу витрат, що

включаються у собівартість продукції (робіт, послуг), призвело до багатьох проблем організаційного та методичного характеру в обліковому аспекті, з однієї сторони, а з іншої – сприяло поглибленню негативних явищ, зокрема з'явилась можливість завищувати витрати виробництва і тим самим занижувати прибутки, послабилась зацікавленість у досягненні максимальної прибутковості від кожної господарської операції [11, с. 1].

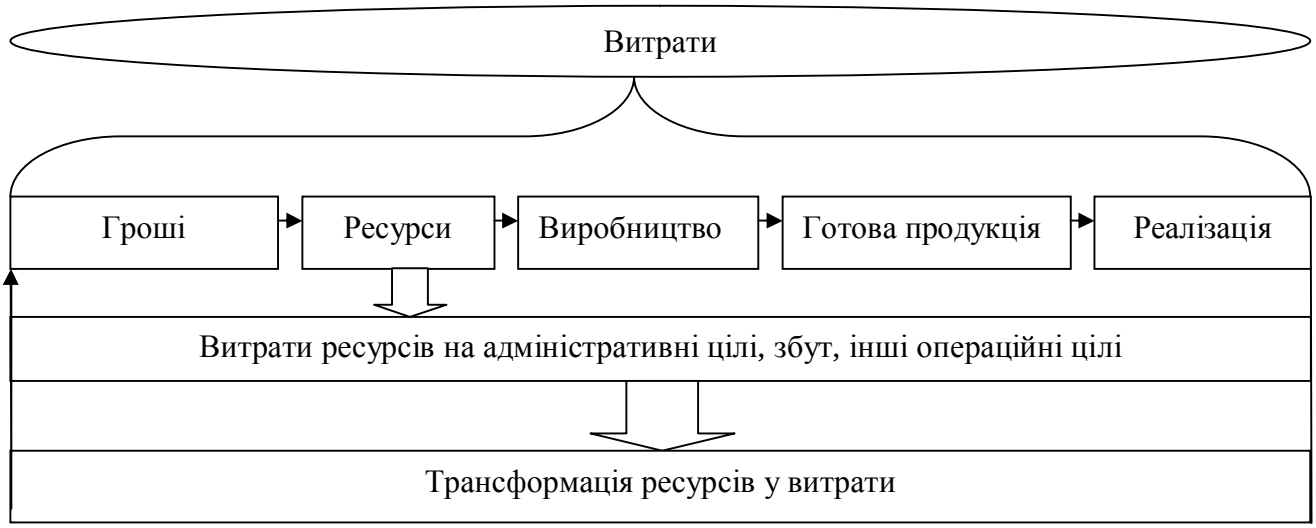

Рис. 1. Трансформація ресурсів у витрати виробництва
(узагальнено автором на основі [10, с. 283])

Отже, витрати характеризують трансформацію грошових потоків і використання ресурсів у процесі виробництва, управлінні та збуту продукції, а залучені у процес виробництва ресурси, які відображені у грошовій формі, формують витрати.

При існуванні різноманітних дефініцій поняття «витрати», їх можна поділити на дві групи: з точки зору економічного (управлінського) підходу та бухгалтерського підходу.

З точки зору економічного (управлінського) підходу витрати формуються відповідно до поданої інформації для прийняття управлінських рішень стосовно їхнього планування, аналізу, а також для ціноутворення. Витрати з точки зору бухгалтерського підходу розкривають інформацію про діяльність підприємства, яку можна отримати з фінансової звітності [4, с. 34].

Відповідно до економічного (управлінського) підходу крім очевидних витрат, що подаються у бухгалтерській звітності, потрібно врахувати ще й неявні (альтернативні) витрати, що допомагають керівництву підприємства приймати ефективні управлінські рішення. Згідно бухгалтерського підходу витрати − сплачена сума грошових коштів, яка була витрачена для залучення економічних ресурсів з метою здійснення підприємницької діяльності [16, с. 66].

Твердження П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» та П(С)БО 16 «Витрати» хоч і є подібними, однак згідно П(С)БО 16 витрати відображаються у бухгалтерському обліку одночасно зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань. Вони визначаються витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені, та відображаються у складі витрат того звітного періоду, у якому вони були здійснені, якщо їх неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду [13].

На наш погляд, витрати − це складна економічна категорія, що відображає вартісне вираження використаних та спожитих ресурсів з метою здійснення виробничо-господарської діяльності.

Найбільшу питому вагу мають витрати на виробництво і пов'язані з виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт.

Виникнення та еволюція теорій і концепцій витрат виробництва обумовлені стрімким підвищенням масштабів виробничої діяльності, диверсифікацією продукції, рівнем конкурентоспроможності господарств.

В економічній літературі подаються різні варіанти характеристики періодів еволюції витрат виробництва. На нашу думку, найбільш вагоме та детальне обґрунтування витрат виробництва розпочалося з XVIII ст. (табл. 1).

Теорії та концепції витрат виробництва, що формувались в різні періоди часу, і зараз ефективно використовуються для вирішення проблем управління витратами, адже вони протягом довгого часу пристосовувались до нинішнього економічного середовища.

Ще один важливий момент, який потрібно врахувати при визначенні сутності витрат виробництва, полягає у тому, що вартість виробничих факторів обумовлює

вартість продукту, і навпаки, у витратах виробництва знаходить відображення ціна виробничого фактору на ринку. Оскільки факторами виробництва є не тільки праця, земля та капітал, але й підприємницька здатність, економічна здатність держави, то з економічної точки зору, витрати становлять вартість усіх видів витрачених матеріалів і наданих послуг, а також є основною перепоною при досягненні головної мети підприємства − максимізації прибутку [11, с. 6].

Таблиця 1

Еволюція «витрат виробництва»

Період	**Автор**	**Назва концепції / теорії**	**Характеристика**
1	*2*	*3*	*4*
XVIII ст.	Адам Сміт [18]	Теорія абсолютних переваг	Витрати виробництва − постійні, а їх зниження збільшує попит на товар
Кінець XVIII ст. − початок XIX ст.	Давид Рікардо [15]	Теорія порівняльних витрат	Витрати виробництва − це суспільні витрати на одиницю продукції
XIX ст.	Карл Маркс [12]	Марксистська концепція	Витрати виробництва − це вартість товару, а саме сума витрат на придбання засобів виробництва і робочої сили (постійного та змінного капіталу)
Кінець XIX ст. − початок XX ст.	Фрідріх фон Візер [2]	Маржиналістська концепція	Витрати виробництва − психологічне явище засноване на граничній корисності. Вони дорівнюють найвищій корисності тих благ, які суспільство могло б отримати, якби інакше використовувало витрачені виробничі ресурси
	Джон Бейтс Кларк [6]	Інституціоналістська теорія	Поділ витрат виробництва на індивідуальні і суспільні, абсолютні, додаткові, фінансові, виробничі, довгострокові та короткострокові
XX ст.	Пол Самуельсон [17]	Неокласична концепція	Витрати виробництва розглядаються як сума витрат (постійних і змінних) на придбання факторів виробництва
	Рональд Коуз [9]	Теорія неоінституціоналізму	Виробничі витрати (трансакційні) формуються у сфері обігу в результаті взаємодії господарюючих суб'єктів
Кінець XX ст. – сьогодення	Фердинанд Шернер [21]	Концепція витратоутворюючих факторів	Знаходження структурних і функціональних факторів впливу на витрати виробництва, їх усунення або розвиток
	Ковальов В.В. [7]	Концепція альтернативних витрат	Фінансове рішення приймається у результаті порівняння альтернативних витрат на виробництво

Продовження табл. 1

1	*2*	*3*	*4*
	Дж. Шанк [20]	Концепція доданої вартості	Складові витрат виробництва розглядаються на всіх стадіях додавання вартості; основною метою є максимізація різниці між закупівлями та реалізацією послуги або продукту
	Портер Майкл [14]	Концепція ланцюжка цінностей	Витрати виробництва є елементом ланцюжка цінностей, що визначає діяльність, функції та процеси щодо розробки, виробництва, маркетингу, доставки і підтримки продукту
	Рональд Коуз [9], Олівер Вільямсон [3]	Концепція трансакційних витрат	Усі витрати виробництва поділяються на виробничі й трансакційні; останні являють собою сукупність витрат на збирання та оброблення інформації, проведення переговорів і ухвалення рішень, контролю
	Роберт Купер [23], Роберт Каплан [5]	Концепція АВ-костинг (ABC– Activity–Based Costing)	Формалізує облік і аналіз за видами діяльності за рахунок розподілу накладних витрат на конкретні товари, роботи, послуги
	Гері Кокінз [8]	Концепція управління ефективністю	Управління виробничими факторами в різній інтерпретації, які формують витрати виробництва

Джерело: авторська розробка.

Й. Шумпетер зазначає: «Ділова людина розглядає в якості витрат ті суми грошей, які вона повинна платити іншим господарським суб'єктам для того, щоб одержати свій товар або засоби його виробництва, тобто свої витрати на виробництво або придбання благ. Ми доповнили її уяву, коли віднесли до витрат також грошову вартість її власних затрат праці. В такому випадку витрати за своєю суттю є сумою послуг праці та природи» [22].

Витрати виробництва є одним з важливих елементів ринкової економіки. За умов досконалої конкуренції витрати виробництва мають значний вплив не лише на розмір прибутку, а й на ефективність подальшої діяльності. Вони відображають складні економічні, технологічні, організаційні взаємозв'язки у системі господарської діяльності; являють собою сукупність ресурсів, виражених у вартісному еквіваленті та використаних у виробничих процесах для досягнення поставленої мети.

Виробничі витрати в умовах ринкової економіки є інструментом управління виробничо-господарською діяльністю, тому їх доцільно розглядати у трьох площинах (рис. 2).

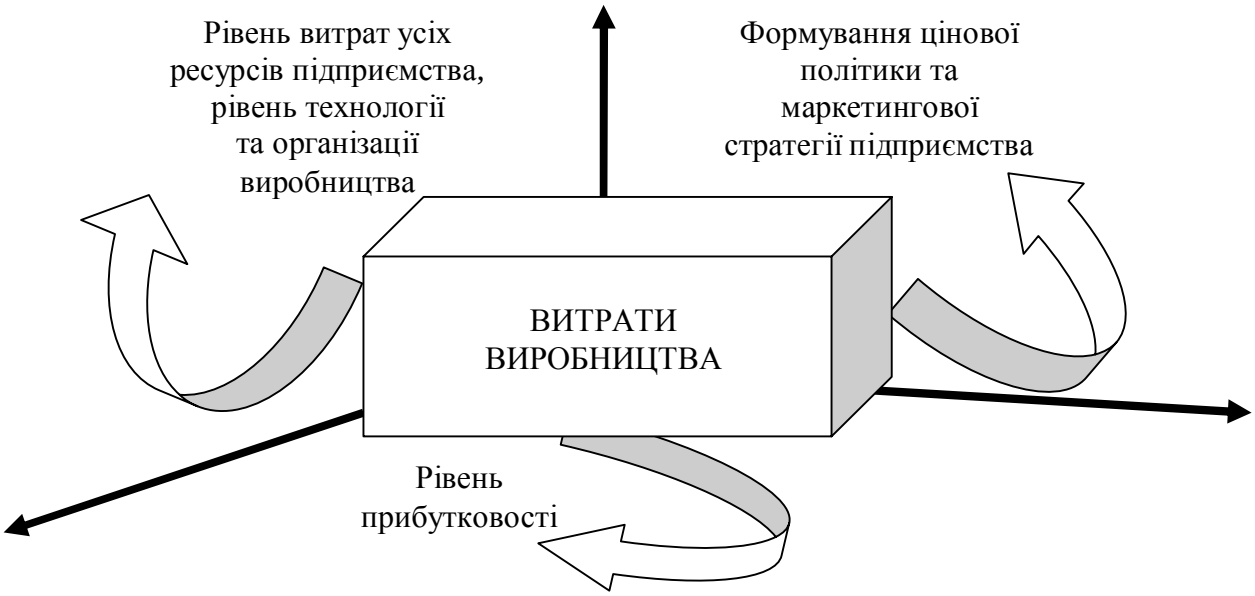

Рис. 2. Виробничі витрати у сучасних ринкових умовах
(узагальнено автором на основі [11; 16; 19])

На нашу думку, виробничі витрати є базою для виробничого процесу, елементом економічної системи підприємства, важелем формування цін, складовою управлінського процесу та результатом виробництва кінцевої продукції.

Сільське господарство має специфічні особливості при формуванні витрат виробництва, важливою з яких є те, що процес виробництва має тісний взаємозв'язок з біологічними факторами (рослинним і тваринним світом), які формують технологічні особливості та специфіку складу витрат виробництва. Оскільки всі норми у сільському господарстві зумовлені як технологічними, так і біологічними особливостями, що приймають участь у виробничому процесі, тому збільшення обсягу інвестованих ресурсів не завжди призводить до підвищення обсягу виходу продукції, а іноді спричиняє її недоотримання (недотримання раціону та норм годівлі, внесення добрив більше норми тощо). Земля у сільському господарстві одночасно є предметом праці та засобом виробництва, а якість розташування земельних ділянок впливає на склад витрат виробництва.

Природно-екологічні фактори також здійснюють вагомий вплив на виробничий процес. Порівнюючи різні галузі, слід зазначити, що залежність виробничих технологій від природних умов у сільському господарстві є значно вищою. При виробництві продукції зміна екологічних умов призводить до потреби внесення

коректив у технологічний процес, тому відбуваються ускладнення планування витрат у довгостроковому періоді.

Природним фактором також є сезонність виробництва, що обумовлює періодичність витрат і отримання доходів. З позиції управління витратами, сезонність виробництва набуває важливого значення, оскільки закупівля ресурсів і збут готової продукції не співпадають, а процес зберігання ресурсів та продукції потребує додаткових витрат. Така ситуація спонукає сільськогосподарські підприємства до пасивної участі на ринках збуту, де у важкі періоди ціни встановлюють постачальники ресурсів і споживачі.

Витрати виробництва аграрних підприємств, як економічна категорія, почали досліджуватися з початку утворення товарного виробництва й обігу, тому аналіз сутності даної економічної категорії у різні періоди часу зумовлений становленням та подальшим розвитком економічної думки. Першочергові потреби у вимірюванні витрат виробництва продукції необхідно здійснювати на державному рівні. Конкретне визначення рівня виробничих витрат на одиницю продукції є базою для розробки проекту державної політики в аграрному середовищі, включаючи контроль над реалізацією сільськогосподарської продукції, оподаткування та субсидіювання, що сприятиме більш ефективному управлінню, плануванню та прогнозуванню сільськогосподарської діяльності аграрних підприємств. Враховуючи значну роль витрат виробництва при формуванні цін, виникає необхідність планування витрат на всіх рівнях управління, що прямо впливає на весь відтворювальний процес в аграрному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Амбросенко О. П. Семантичний аналіз континууму поглядів на дефініцію «витрати» / О. П. Амбросенко // Наукові праці МАУП. – 2014. – Вип. 43(4). – С. 129–132.
2. Визер Ф. Теория общественного хозяйства (Избр. гл.) / Ф. Визер // В кн.: Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер ; пер. с нем. ; предисл., коммент., сост. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1992. – 495 с.
3. Вільямсон О. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів / Олівер Вільямсон ; пер. з англ. А. Олійник, наук. ред. С. Бушуєв. – К. : АртЕк, 2001. – 472 с.
4. Грицай О. І. Сутність витрат промислового підприємства / О. І. Грицай // Фінанси підприємств. – 2010. – № 5. – С.34–37.

5. Каплан Роберт. Организация, ориентированная на стратегию / Роберт Каплан, Нортон Дейвид. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 416 с.
6. Кларк Джон Бейтс. Распределение богатства / Кларк Джон Бейтс ; пер. с англ. Д. Страшунского, А. Бесчинского. – М. : Гелиос АРВ, 2011. – 367 с.
7. Ковальов В. В. Облік, аналіз і фінансовий менеджмент : навч. метод. посіб. / В. В. Ковальов. – М. : Фінанси і статистика, 2006. – 688 с.
8. Кокинз Г. Управление результативностью: Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процесами / Г. Кокинз. − М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. − 315 с.
9. Коуз Р. Г. Природа фирмы / Р. Г. Коуз ; сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – 536 с.
10. Лень В. С. Поняття витрат і затрат у бухгалтерському обліку: відмінність та тотожність / В. С. Лень, К. В. Прощина // Економічний форум : наук. журнал. – 2013. – № 2. – С. 277–284.
11. Маниліч М. І. Собівартість продукції: теоретичний аспект / М. І. Маниліч, О. В. Миронюк. – Чернівці : ПВНЗ «Буковинський університет», 2005. – 12 с.
12. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: (Процесс производства капитала) / К. Маркс. – М. : Политиздат, 1983. – 905 с.
13. П(С)БО 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO16/aspx
14. Портер Майкл. Конкуренция / Майкл Е. Портер. – М. : Издательский дом Вильямс, 2005. – 608 с.
15. Рикардо Д. Статьи и речи о денежном обращении и банках / Д. Рикардо ; пер. с англ. под ред. М. Н. Смит. – М.: Госполитиздат, 1955. – 392 с.
16. Ростовська Г. В. Витрати: економічна сутність та напрямки дослідження / Г. В. Ростовська // Вісник Донецького Національного університету. – 2009. – № 2. – С.65–68.
17. Самуельсон Пол. Економіка : Підручник / П. Самуельсон ; за ред. О. Лищишина. – Львів : Світ, 1993. – 495 с.
18. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов / А. Смит ; пер. с англ. под. ред. В. Афанасьева. – М. : Эксмо-Пресс, 2007. – 960 с.
19. Турило А. М. Управління витратами підприємства : навч. посіб. / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 120 с.
20. Шанк Дж. Стратегическое управление затратами / Дж. Шанк, В. Говиндараджан ; пер. с англ. – СПб. : ЗАО «Бизнес Микро», 2006. – 388 с.
21. Шернер Ф. Структура отраслевых рынков / Ф. Шернер, Д. Росс ; пер. с англ. – М. : Инфра-М, 1997. – 698 с.
22. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с нем. под. общ. ред. А. Г. Милейковского. – М. : Прогресс, 1992. – 455 с.
23. Cooper R. Explicating the logic ABC / R. Cooper // Management Accounting, 1990. – November. – P. 58–60.

Н. О. Піскунова

ОПТИМІЗАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сучасна реалізація господарських відносин у часовій та просторовій площині призводить до підвищення вимог стосовно менеджменту грошових потоків суб'єктів господарювання. Швидкість прийняття рішень, поява нового фінансового інструментарію, глобалізація, постійні зміни умов господарювання тощо впливають на управління грошовими потоками. Враховуючи зазначене, дедалі більшої уваги потребує проблема якісного та ефективного використання грошових коштів суб'єктів підприємництва. Аналіз статистичної інформації в України за останні роки свідчить про наявність значних диспропорцій при формуванні чистого грошового потоку, фінансових результатів щодо оподаткування та чистого прибутку взагалі. Таким чином, набуває значення необхідність впровадження та реалізації дієвої оптимізації грошових потоків, що дасть змогу максимізувати прибутки, досягти основних цілей господарювання та забезпечити покращення розвитку економіки в цілому. Все вищевикладене свідчить про актуальність, теоретичну та практичну значущість обраної теми дослідження.

Темі сутності грошових потоків, ефективного менеджменту грошових потоків, їх синхронізації, моделям оптимізації грошових потоків тощо присвячували наукові дослідження як вітчизняні науковці, так і іноземні вчені, зокрема Гриліцька А. В. [1], Єрешко Ю. О. [2], Мандельброт Б. [5], Тридід О. М., Орєхова К. В. [8], Колодізєва О. М. [4] тощо.

Метою статті є обґрунтування проведення синхронізації грошових потоків суб'єктів господарювання з метою отримання найбільшого фінансового ефекту для підприємства. Це у свою чергу підвищить якість та ефективність управління найбільш ліквідним активом суб'єкта господарювання та призведе до максимізації прибутку. Окрім цього, доцільно розглянути особливості формування грошових потоків на макрорівні та їх відповідні особливості.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 4 липня 2002 року наведені вихідні визначення на законодавчому рівні, що стосуються інноваційної діяльності, серед яких «інновації», «інноваційний продукт», «інноваційна продукція», «інноваційний проект», «інноваційне підприємство» та «інноваційна інфраструктура» тощо. Зазначено, що «інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) − це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 % його загального обсягу продукції і (або) послуг» [3]. Держава в особі законодавчих, виконавчих органів та органів місцевого самоврядування проводить інноваційну політику, маючи на меті «створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції» [3].

В той же час слід зазначити, що і сучасному економічному середовищу (поряд із волатильністю) притаманна інноваційність − поява нових прогресивних моделей управління, проведення політики ресурсозбереження, інтелектуалізація підприємництва тощо. В таких умовах господарювання менеджмент грошових потоків прагне до відповідного налаштування та реагування на зміни. Однією із можливих реакцій в таких умовах є проведення синхронізації грошових потоків.

Перед проведенням синхронізації зроблене наступне припущення: синхронізація грошових потоків ґрунтується на врахуванні тривалості періодів самоафінності вхідного та вихідного грошових потоків. При цьому найгострішою проблемою у практичній площині є принципова неможливість досягнення максимальної синхронності грошових потоків через значні відмінності у розмірності потоків і сутності економічних процесів, на яких вони базуються. Тому зроблено припущення, що грошовий потік слід зміщувати відносно сталої величини або зміщувати потоки відносно один одного. При одночасній правосторонній та лівосторонній синхронізації такої сталої вихідної ситуації для аналізу не буде створено. Тому запропоновано

проведення правосторонньої та лівосторонньої синхронізації грошових потоків окремо один від одного.

Зважаючи на актуальність дослідження, запропоновано проведення двох видів синхронізації грошових потоків, а саме:

- правостороння синхронізація, що передбачає зміщення вхідних грошових потоків,

- лівостороння синхронізація, що передбачає зміщення вихідних грошових потоків.

На рис 1. наведено обґрунтування напряму синхронізації грошових потоків з урахуванням тривалості періодів їх самоафінності. Загалом виділено такі етапи:

1. Формування динамічних рядів грошових потоків на визначеному часовому відрізку.

2. Проведення R/S аналізу грошових потоків як одного із основних методів дослідження фінансових явищ, розподілених у часі, що дозволяє визначити деякі важливі їх характеристики (наприклад, наявність періодичних циклів, пам'яті тощо); визначення показника R/S за відповідними грошовими потоками; визначення показника Херста, після чого стає можливим формування висновків про персистентність (трендовість) або випадковість характеру часових рядів (якщо значення показника Херста наближено до одиниці, то можна зробити висновок, що ряд є трендостійким).

3. Визначення топологічної розмірності грошових потоків та періоду самоафінності вхідних та вихідних грошових потоків.

4. Визначення синхронізованих грошових потоків.

5. Визначення фінансового ефекту від синхронізації грошових потоків та вибір оптимального напряму синхронізації. В якості показників ефективності процесу синхронізації можуть бути використані такі: сумарний касовий розрив, максимальний касовий розрив, потенційна економія коштів (їх перевитрати) на покриття касового розриву за умови залучення позикових ресурсів, потенційна зміна фінансових результатів до та після оподаткування і формування чистого прибутку суб'єкта господарювання.

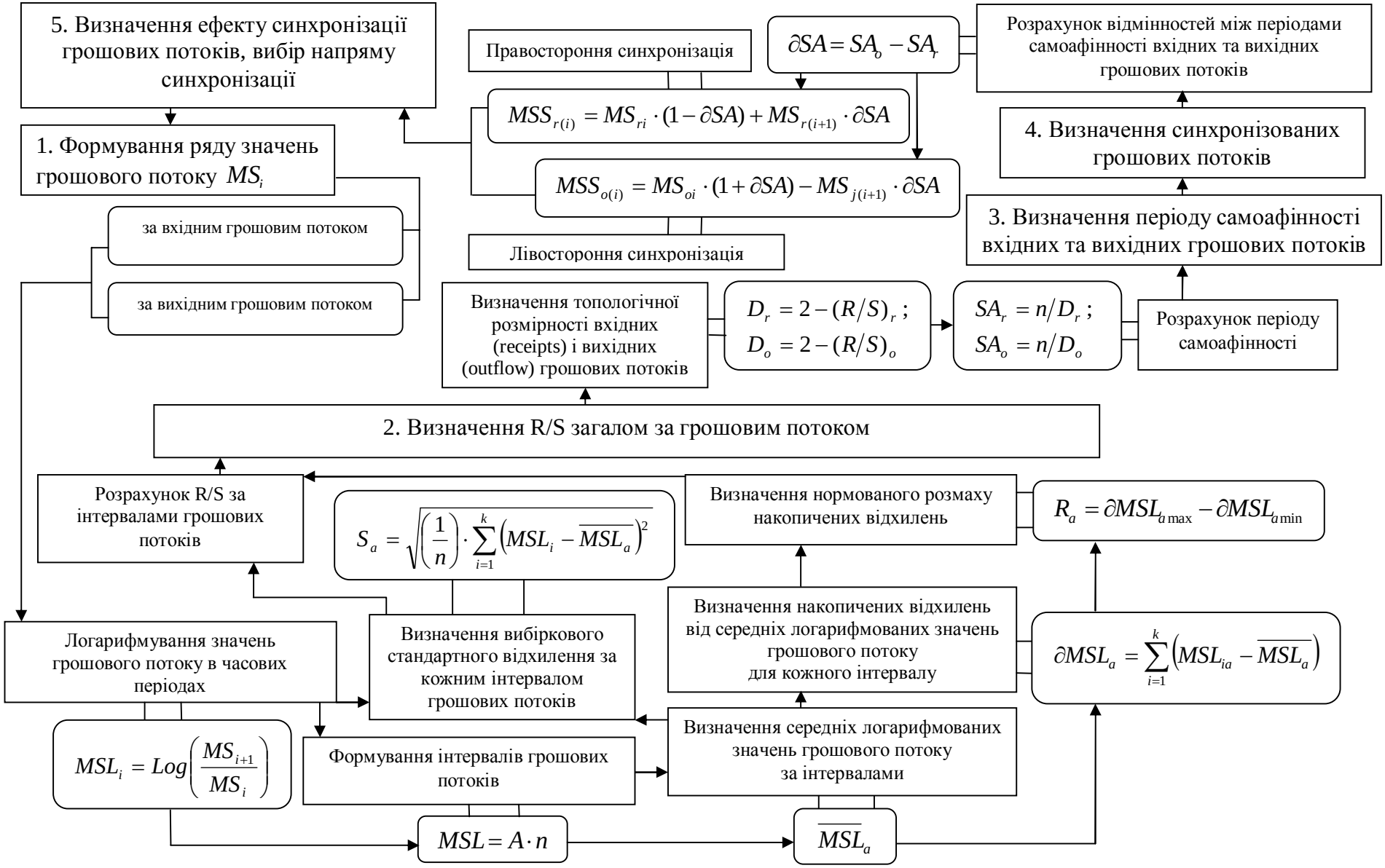

Рис. 1. Обґрунтування напряму синхронізації грошових потоків з урахуванням тривалості періодів їх самоафінності
(складено автором)

Важливе значення в процесі менеджменту грошових потоків займає інформаційне забезпечення контролю грошових потоків, що передбачає виконання таких основних функцій, як контрольна, інформаційна, інтеграційна [7, с. 900].

Слід зазначити, що проблема інформаційного забезпечення відіграє значну роль у процесі управління грошовими потоками, адже від адекватної, повної, об'єктивної, своєчасної вихідної інформації напряму залежить якість проведеного аналізу та прийняття тих чи інших управлінських рішень.

Так, Томчук В. В. пропонує концептуальну модель інформаційного забезпечення контролю грошових потоків, в якій вагоме місце займає перевірка відповідності показників руху грошових потоків, виявлення відхилень від планових значень і причин їх виникнення [7, с. 901]. Проведення горизонтального, вертикального аналізу грошових потоків підвищить якість їх менеджменту.

При збалансуванні грошових потоків фінансові менеджери зазвичай спираються на:

- відповідні обсяги вхідних та вихідних грошових потоків,
- особливості формування чистих грошових потоків суб'єкта господарювання в цілому та окремо за операційною, фінансовою, інвестиційною діяльністю; доречним є також аналіз окремих господарських операцій за відповідний проміжок часу;
- джерела надходження грошових коштів, можливості уникнення касових розривів, відповідні проміжки часу;
- контроль за використанням грошових коштів,
- створення відповідних фінансових резервів на випадок непередбачуваних обставин;
- аналіз ефективності управлінських рішень тощо [6, с. 458].

Розглянувши синхронізацію грошових потоків суб'єктів господарювання як окремих господарських одиниць, слід звернути увагу на рух грошових потоків на макрорівні.

Дивлячись на динаміку грошових потоків на макрорівні через призму доходів та витрат державного бюджету України, що представлена у табл. 1 та на рис. 2, можна наглядно вирізнити його профіцит. Це свідчить про незбалансованість

грошових потоків на макрорівні. Причинами цього потенційно можуть бути: неефективна податкова, грошово-кредитна, фінансова політика; незбалансована робота державних установ; значні боргові навантаження; кризові явища тощо.

Таблиця 1

Динаміка доходів та видатків державного бюджету України

Рік	Доходи державного бюджету, млн грн	Видатки державного бюджету, млн грн
2015	534694,8	576911,4
2016	616274,8	684743,5
2017	793265,0	839243,0
2018	917879,4	991699,9

Джерело: складено на підставі [11].

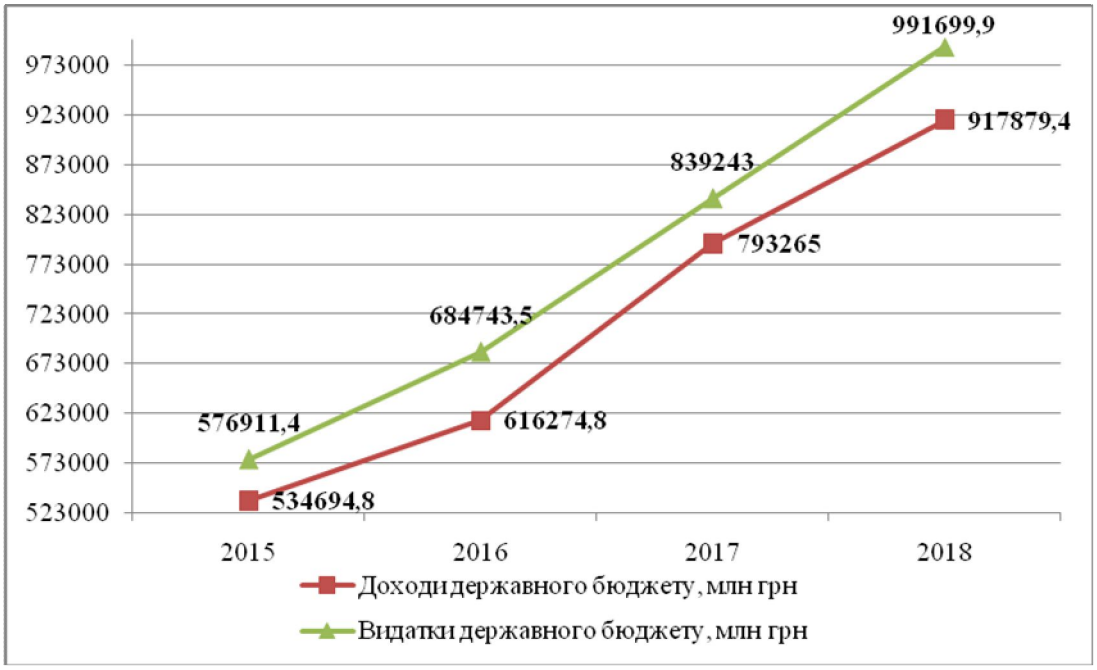

Рис. 2. Динаміка доходів та видатків державного бюджету України
(складено на підставі [11])

В Україні відбуваються процеси децентралізації державного бюджету, основною метою яких є збалансування грошових потоків, підвищення самостійності регіонів та ефективності державного фінансування тощо. Деякі фахівці [9, с. 227] вказують на ряд переваг фінансової децентралізації над централізованою системою, серед яких зокрема вирізняються:

- певна стабільність макроекономічної системи;
- фінансова автономія регіонів;

- інвестиційна активність;

- раціональне використання фінансових ресурсів тощо [9, с. 227].

Підтвердженням незбалансованості грошових потоків на макрорівні також є дані, наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Формування чистого прибутку (збитку) підприємств за видами економічної діяльності у 2013–2016 рр., млн грн

Види економічної діяльності	2016	2015	2014	2013
Разом	29 705,0	–373 516,0	–590 066,9	–4294,5
Сільське, лісове та рибне господарство	90 613,2	102 849,1	21 481,3	–5,4
Промисловість	–24 724,7	–188 267,9	–178 730,9	3670,6
Будівництво	–10 553,0	–25 861,9	–27 948,8	–1247,6
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	–4841,8	–88 161,0	–133 219,4	–1152,2
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	7408,7	–17 847,8	–22 591,6	1086,7
Тимчасове розміщування й організація харчування	–1983,1	–6874,9	–6641,9	–431,7
Інформація та телекомунікації	1750,6	–12 590,2	–17 137,1	3943,1
Фінансова та страхова діяльність	–670,8	–9573,5	–5550,3	–6760,4
Операції з нерухомим майном	–43 900,2	–64 369,0	–105 425,7	–2402,8
Професійна, наукова та технічна діяльність	22 842,0	–48 656,0	–100 347,2	–201,1
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	–5094,4	–9860,6	–9543,2	–160,9
Освіта	76,8	80,7	62,5	57,2
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	186,2	–1042,3	–1185,3	63,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	–1599,5	–3566,3	–3244,0	–756,8
Надання інших видів послуг	195,0	225,6	–45,3	3,6

Джерело: складено на підставі [10].

У переважної більшості підприємств за видами економічної діяльності формується чистий збиток. Це опосередковано свідчить про незбалансованість грошових потоків, причинами чого можуть бути: касові розриви; наявність кредиторської та дебіторської заборгованості, а також неефективне їх формування й опрацювання; невигідні умови оплати товарів, робіт, послуг; значне податкове навантаження; відсутність можливості стороннього фінансування або його завищена вартість тощо.

Виходячи з вищенаведеного, можна зробити висновок про неефективне управління грошовими потоками на макрорівні. Серед можливих шляхів вирішення цього питання може бути синхронізація грошових потоків.

Циклічний характер динаміки грошових потоків суб'єктів господарювання обумовлює відмінності у тривалості періодів самоафінності вхідних і вихідних грошових потоків, що призвело до необхідності удосконалення науково-методичного обґрунтування процесу їх синхронізації. Запропоновано відповідну аргументацію проведення синхронізації грошових потоків суб'єктів господарювання, що включає певні етапи. Підтвердженням доцільності проведення синхронізації грошових потоків можуть слугувати відповідні фінансові показники.

В якості особливостей формування грошових потоків на макрорівні доцільно зазначити їх незбалансованість. При формуванні чистого прибутку низки підприємств за видами економічної діяльності привалюють збиткові значення, що також свідчить про неефективний менеджмент грошових потоків.

Список використаних джерел:

1. Гриліцька А.В. Облік, аудит і аналіз грошових коштів: управлінський аспект : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». – К., 2009. –23 с.
2. Єрешко Ю. О. Моделі оптимізації грошових потоків підприємства [Електронний ресурс]. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2013. – № 10. – С. 197–205. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_34
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rada.gov.ua
4. Колодізєв О. М. Управління грошовими потоками суб'єктів господарювання на основі методів аналізу ефективності використання фінансових ресурсів / О. М. Колодізєв, О. В. Коцюба // Scientific Journal «ScienceRise». – 2015. – №3/3(8). – С. 56–64.
5. Мандельброт Б. Фракталы, случай и финансы / Б. Мандельброт. – Ижевск : R&C Dynamics, 2004. – 256 с.
6. Сокиринська І.Г. Оцінювання якості грошових потоків в системі їх фасетної класифікації. Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 10 (184). – С. 453–462.
7. Томчук В. В. Контроль грошових потоків та його інформаційне забезпечення у сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / В. В. Томчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 17. – Режим доступу : http://global-national.in.ua/archive/17-2017/180.pdf
8. Тридід О. М. Методичний підхід до оцінювання ефективності управління грошовими потоками підприємства / О. М. Тридід, К. В. Орєхова // Наука й економіка. – 2009. – № 4 (16). – Т.1. – С.147—154.
9. Bondarevska O. M. Fiscal decentralization – basis of financial stability of regions / O. M. Bondarevska // Topical questions of contemporary science: Collection of scientific articles. Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2017. – P. 225–228.
10. Електронний ресурс. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
11. Електронний ресурс. – Режим доступу : https://www.minfin.gov.ua

П. О. Хуторської

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання особливо підвищується інтерес до оцінки ринкової вартості бізнесу. Це продиктовано тим, що дана оцінка використовується достатньо широко при прийнятті менеджментом компанії тих або інших управлінських рішень. Зокрема мова йде про прийняття інвестиційних рішень, здатних вплинути на розвиток компанії та розширення горизонтів її діяльності. У свою чергу, збільшення ринкової вартості бізнесу це те, до чого прагнуть його власники, тому не дивно, що в країнах з розвиненими фінансовими ринками, менеджерів часто мотивують приймати такі рішення, які покликані збільшувати ринкову вартість бізнесу.

Особливої актуальності визначення ринкової вартості бізнесу набуває в умовах кризи, коли активізуються процеси поглинання та злиття підприємств і формується нове ринкове середовище. Це потребує якомога точнішого визначення вартості бізнесу. У ситуації, що склалася на сьогоднішній день, коли існуючі на ринку прогнозні значення викликають справедливі сумніви щодо їх надійності, в налагоджену роботу оцінювача необхідно включити додаткові інструменти оцінки, які по можливості не залежать від процесу прогнозування.

Зміна економічних умов передбачає перегляд деяких теоретичних і практичних засад визначення ринкової вартості бізнесу. Таким чином, актуальність цього дослідження достатньо очевидна, що також підтверджується великою кількістю дискусійних положень у визначенні єдиних теоретико-методологічних підходів до визначення ринкової вартості бізнесу, що відповідає сформованим в Україні соціально-економічним, науково-технічним і правовим умовам.

Увага до проблем оцінки вартості бізнесу посилюється в усьому світі. Опубліковано низку робіт дослідників, які аналізували особливості підходів до оцінки

вартості бізнесу та їх порівняльні характеристики, зокрема це: А. А. Акання, В. Є. Єсіпов, Г. А. Маховікова, Л. В. Єфремова, Н. А. Мамонтова, А. В. Брезицький, А. О. Хіміон, О. М. Бачинська, П. В. Карцев, С. Л. Єфремов і багато інших.

Мета роботи − розглянути основні методичні підходи до оцінки ринкової вартості підприємства в сучасних умовах господарювання.

При переході України до ринкових умов господарювання виникла необхідність об'єктивної оцінки вартості підприємств та інших форм бізнесу. Досвід оцінки в даній області, накопичений протягом соціалістичного періоду розвитку, виявився недостатнім, внаслідок цього потрібно було запозичувати досягнення західних вчених відносно теорії і практики оцінки.

Вартість підприємства є оцінкою грошової величини, яку готові платити сторонні покупці, щоб придбати підприємство у власність. Процес встановлення вартості підприємства називають оцінкою його вартості.

Оцінка вартості підприємства є процесом визначення експертом-оцінювачем вартості об'єкта оцінки для певних цілей, результатом якого є науково-обґрунтована думка щодо вартості оцінюваного об'єкта на дату оцінки в грошовому еквіваленті.

Оцінка вартості підприємства здійснюється цілеспрямовано та представляє собою процес визначення вартості об’єкта в кожний конкретний період часу з урахуванням поточної ринкової кон’юнктури та макроекономічних чинників, що впливають на визначення величини оцінки.

Основні (сутнісні) риси, що притаманні процесу оцінки вартості підприємства:

- оцінка вартості підприємства являє собою процес: тобто, щоб отримати результат, оцінювач повинен провести послідовність операцій, на хід яких впливають цілі оцінки, характеристики об'єкта та вибрані методи;
- цей процес є впорядкованим, тобто всі дії виконуються у певному порядку;
- оцінка вартості є цілеспрямованим процесом, і оцінювач у своїй діяльності завжди переслідує конкретні цілі;
- це процес кількісної оцінки (всі вартісні характеристики мають бути виміряні у кількісній формі);
- процес оцінки вартості підприємства має ринковий характер.

Потребі у відомостях про реальну вартість підприємства виникає в найрізноманітніших ситуаціях, які складаються в бізнесі − при купівлі/продажу підприємства (його частки), злитті/поглинанні підприємств, ліквідації/банкрутстві, оренді/заставі активів компанії, випуску підприємством різного роду цінних паперів, переоцінці фондів.

Процес оцінки складається з чотирьох етапів:

1. Підготовчий (визначаються об'єкт, завдання та цілі оцінки, складається план оцінки, вирішуються організаційні питання).

2. Аналітичний (передбачає збор, перевірку, коригування та аналіз інформації, оцінку впливу екзо- та ендогенних факторів на об'єкт оцінки).

3. Методичний (вибираються підходи та методи оцінки, розраховується вартість).

4. Результуючий (вносяться поправки, визначається підсумкова величина вартості, складається звіт про оцінку з публічним представленням та захистом).

Оцінку бізнесу проводять з метою вирішення наступних завдань:

- підвищення ефективності управління підприємством;
- встановлення вартості цінних паперів у разі їх купівлі-продажу на фондовому ринку;
- визначення ціни фірми у випадку її продажу;
- зміна структури підприємства;
- створення проекту розвитку компанії: в ході стратегічного планування необхідно оцінити майбутні доходи фірми, ступінь її стійкості, а також цінність іміджу;
- страхування, в ході якого з'являється потреба у встановленні ціни активів;
- оподаткування;
- отримання обґрунтованих управлінських рішень; через інфляцію з'являється потреба в періодичній переоцінці майна фірми;
- реалізація інвестиційного плану розвитку бізнесу. Для його підтвердження слід знати початкову ціну підприємства в цілому, його капіталу, активів, бізнесу.

На сьогоднішній день можна виділити декілька традиційних підходів до оцінки вартості підприємств:

- дохідний;
- витратний;
- порівняльний.

Дохідний підхід являє собою комплекс методів оцінки вартості бізнесу, що базуються на визначенні прогнозованого доходу із застосуванням об'єкта оцінки.

Переваги дохідного підходу:

- передбачає майбутні зміни прибутку і витрат;
- передбачає ступінь ризику (через ставку дисконту);
- бере до уваги інтереси інвестора;
- враховує економічне старіння.

Недоліки дохідного підходу:

- достатньо складно прогнозувати результати діяльності підприємства у майбутніх періодах;
- ринкова середа, яка знаходиться у постійному русі, не враховується, що спотворює результати розрахунків;
- застосування декількох варіантів норм прибутковості ускладнює процес прийняття управлінських рішень;
- проведення розрахунків потребує витрат великої кількості часу.

Дохідний підхід включає в себе декілька методів. Розглянемо два основних.

1. Метод дисконтування грошових потоків виходить з прогнозування грошових потоків. З точки зору інвестиційних мотивів він є найбільш прийнятним, оскільки під вартістю підприємства розуміється не вартість активів, а оцінка потоку майбутніх доходів. Однак його застосування призводить до того, що особі, яка приймає рішення, стає важче знаходити нові альтернативні шляхи вирішення проблеми, що принесуть більше прибутку, тому вона змушена відмовлятись від раніше запланованих дій. Вартість оцінки підприємства, розрахована методом дисконтування грошових потоків, визначається за формулою:

$$PV = \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \ldots + \frac{CF_I}{(1+r)^i} + \frac{FV}{(1+r)^n}. \quad (1)$$

де PV – поточна вартість;

CF_i – грошовий потік чергового року прогнозного періоду;

FV – ціна реверсії;

r – ставка дисконтування;

n – загальна кількість років прогнозного періоду.

Основні етапи оцінки підприємства за допомогою даного методу:

- підбір модифікації грошового потоку;

- визначення тривалості досліджуваного періоду;

- ретроспективні дослідження та прогнозування;

- розрахунок величини грошового потоку для кожного року досліджуваного періоду;

- встановлення ставки дисконту;

- розрахунок величини вартості грошового потоку в постпрогнозний період;

- розрахунок поточної ціни майбутніх грошових потоків і ціни в постпрогнозний період;

– введення остаточних змін.

2. Метод капіталізації доходу заснований на вимірюванні дієвих активів з точки зору отримання з них прибутку. Не потребує вивчення вартості матеріальних і нематеріальних активів. Сутність цього методу можна виразити формулою:

$$V = \frac{D}{K_k}, \quad (2)$$

де V – оцінена вартість;

D – чистий доход (чистий прибуток);

K_k – ставка капіталізації.

Даний метод особливо актуальний тоді, коли прогноз здійснюється відносно отримання приблизно однакового прибутку підприємством протягом достатньо тривалого періоду часу. Метод капіталізації доходу підходить для зрілих

підприємств, і на відміну від методу дисконтування грошових потоків, не вимагає складання середньо- і довгострокових прогнозів доходів, але його застосування обмежується підприємствами зі стабільним доходом, ринок збуту яких є сталим і не передбачає значних зміни

Наступним підходом до оцінки вартості підприємства є витратний, в основу якого покладена можливість відтворити економічні ресурси підприємства в сучасних умовах господарювання з урахуванням зносу та старіння.

До переваг витратного підходу слід віднести:

- є офіційно затвердженою методикою оцінки вартості підприємства;

- формування вартості підприємства відбувається під впливом виробничо-господарських чинників;

- оцінка вартості підприємства та його технологічних процесів враховує рівень зношеності основних засобів та інших необоротних активів;

- результати проведеної оцінки вартості бізнесу є достатньо обґрунтованими;

- є достатньо простим у використанні та не потребує проведення глибокого аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства;

- заснований на вже існуючих активах підприємства;

- придатний також для оцінки вартості новостворених підприємств, холдингових та інвестиційних компаній.

Недоліки витратного підходу:

- оцінка вартості підприємства проводиться осторонь від ринкових умов і положення підприємства на ринку;

- повністю відсутня оцінка можливих перспектив функціонування підприємства у майбутньому.

Проведення оцінки вартості підприємства за витратним підходом може здійснюватися методом чистих активів або методом ліквідаційної вартості.

1. Метод чистих активів є найкращим способом визначення вартості, якщо доходи від бізнесу просто неможливо передбачити з високим ступенем точності, але підприємство має в своєму розпорядженні хороші фінансові та матеріальні

активи. Також його можна застосувати, якщо нове підприємство не має даних про прибутки або якщо ця компанія є холдингом. Щоб визначити ринкову вартість бізнесу за допомогою методу чистих активів використовують наступну формулу:

$$СК = А – О, \quad (3)$$

де СК – ринкова вартість власного капіталу;

А – ринкова вартість активів підприємства;

О – поточна ринкова вартість зобов'язань (боргів) підприємства.

2. Метод ліквідаційної вартості використовують, коли підприємству загрожує банкрутство, тобто коли всі наявні в організації активи розпродають на торгах і погашають борги за власними зобов'язаннями. Ліквідаційна вартість – це різниця між вартістю активів і витратами на ліквідацію. Цей метод дає мінімум оцінок вартості бізнесу, оскільки є багато серйозних обмежень за часом на продаж активів, через що відбувається зменшення вартості.

Для визначення ліквідаційної вартості використовують три види ліквідації:

- впорядковану;
- примусову;
- ліквідацію з припиненням існування активів підприємства.

Впорядкована ліквідація − це розпродаж активів протягом часу для отримання максимального прибутку від реалізації активів.

Примусова ліквідація − це ситуація, коли активи розпродаються швидко настільки, наскільки це можливо.

Ліквідація з припиненням існування активів підприємства розраховується у випадку, якщо активи підприємства не розпродаються, а списуються та знищуються, а в даному місці створюється нова компанія, що представляє суттєвий фінансовий і суспільний інтерес. Ціна компанії в даному випадку вважається негативною величиною, тому необхідні певні витрати на ліквідацію активів.

Порівняльний підхід являє собою сукупність методів оцінки вартості бізнесу, які засновані на порівнянні об'єкта оцінки з об'єктами-аналогами, по відношенню до яких є інформація про ціни. Ґрунтується на підборі порівнянних об'єктів, які вже продавалися або продаються в поточний момент часу на даному ринку.

Переваги порівняльного підходу:

- ґрунтується на реальних ринкових показниках;

- відображає наявну практику продажів і покупок;

- бере до уваги вплив галузевих факторів на вартість акцій компанії.

Недоліки порівняльного підходу:

- в розрахунок беруться лише ретроспективні відомості;

- вимагає великої кількості поправок в розглянутих даних;

- ігнорує майбутні очікування інвесторів;

- важкодоступність даних.

При порівняльному підході оцінку бізнесу проводять за допомогою трьох методів: метод пошуку компанії-аналога, метод угод та продажів, метод коефіцієнтів галузі.

Основою методу пошуку компанії-аналога є вартість підприємств-аналогів відповідно до акцій, виставлених на ринку. Оцінка виходить швидка та правдоподібна. У компаній, що порівнюються, повинні бути приблизно однакові доходи, персонал, оборот та ін.

Основні етапи оцінки підприємства методом пошуку компанії-аналога:

- вивчення ринку й отримання потрібних даних;

- порівняння переліку аналогічних компаній;

- аналіз фінансово-економічної діяльності та підвищення рівня сумісності інформації;

- розрахунок цінових мультиплікаторів;

- підбір величини мультиплікатора, який слід використовувати відповідно до оцінюваного підприємства;

- встановлення остаточної величини вартості оцінюваної компанії;

- внесення підсумкових коригувань.

Метод угод та продажів ґрунтується на цінах, за якими інші компанії купували пакети акцій, із одночасним здійсненням аналізу дійсної ціни таких угод. І перший, і другий методи є прийнятними при отриманні достатньої інформації для аналізу.

Етапи процесу оцінки бізнесу методом угод збігаються з етапами оцінки бізнесу методом ринку капіталу.

Методом коефіцієнтів галузі користуються тоді, коли були розраховані співвідношення ціни реалізації бізнесу та його виробничих і фінансових показників, а також зроблений їх аналіз. У нашій країні цей метод не користується попитом через відсутність необхідної інформації.

Поряд з традиційними підходами в даний час все частіше для оцінки вартості компаній використовуються альтернативні методи, наприклад опціонний метод оцінки (метод реальних опціонів) і модифікований метод дисконтування потоків.

Розглянемо використання моделі ціноутворення опціонів Блека-Шоулза в оцінці бізнесу. Відповідно до цієї моделі, основним елементом визначення вартості слугує очікувана зміна цін базового активу. Ціна коливання активу прямо пропорційно впливає на вартість опціону. Можна сказати, що якщо відома вартість опціону, то можна визначити рівень зміни цін, очікуваний ринком. Використання компанією методу реальних опціонів дозволяє приділяти менше уваги створенню «ідеальних» прогнозів і направляти більше зусиль на розвиток альтернативних шляхів розвитку компанії.

В модифікованому методі дисконтування грошових потоків не враховується прибуток з майбутніх капітальних інвестицій. Щоб врахувати результат від реінвестування, розрахунок має проводитися подібно розрахунку поточної ціни підприємства. Фактично в даному випадку ми отримуємо метод доданої вартості для акціонерного капіталу. Потрібно врахувати надприбуток від всіх капітальних інвестицій в прогностичний період і рентабельність акціонерного капіталу. Внаслідок модифікації методу дисконтування грошових потоків ми отримуємо результат, який можна порівняти з розрахунками при використанні інших методів.

Всі вищеописані підходи взаємопов'язані між собою; кожен з цих підходів пов'язаний з окремим ринковим аспектом, незважаючи на те, що наразі в основі будь-якого з цих підходів лежить ринкова інформація. Якщо ринок досконалий, то оцінювач, використовуючи різні підходи до оцінки бізнесу, повинен отримати

однакову величину ринкової вартості бізнесу. Але найчастіше ринок не є досконалим, тому використання різних підходів може призвести до отримання абсолютно різних результатів. Зазначені вище методики оцінки підприємства доповнюють одна одну. Для оцінки конкретного підприємства застосовуються декілька підходів. Потім результати, які були отримані за допомогою різних методик, зіставляють між собою для визначення підсумкової величини вартості оцінюваного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Елисеев В. М. Классификация видов стоимости / В. М. Елисеев // Вопросы оценки. – 1998. – № 1. – С. 56–60.
2. Есипов В. Е. Оценка бизнеса / В. Е. Есипов, Г. А. Маховикова, В. В Терехова. – СПб. : Питер, 2002. – 416 с.
3. Корягін М. В. Підходи до визначення поняття вартості підприємства та їх розвиток [Електронний ресурс] / М. В. Корягін. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12554/1/23_121-126_Vis_722_menegment.pdf
4. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка й управление / Т. Коупленд, Т. Котлер, Д. Мурин. – Олимп-Бизнес. – 2000. – 578 с.
5. Брезіцька О. В. Управління вартістю: фактори формування вартості підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Брезіцька // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури (економічні науки) : зб. наук. праць. – 2011. – №31. – Режим доступу : http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/346/335
6. Левчак І. Я. Вартість підприємства як критерій ефективності управління [Електронний ресурс] / І. Я. Левчак // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 1 (42). – Режим доступу : file:///C:/Users /star/Downloads/Nvuuec_2014_1_21.pdf
7. Щербакова О. Н. Методы оценки и управления стоимостью компании, основанные на концепции экономической добавленной стоимости / О. Н. Щербакова // ФМ. – 2005. – № 3. – С. 46–54.
8. Шульга А. Стоимость бизнеса как основа для принятия управленческих решений [Електронний ресурс] / А. Шульга, Я. Нагул. – Режим доступу : http://uto-kiev.com.ua/in6-4.html

РОЗДІЛ 6

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В. Г. Бикова

ПРИНЦИПОВІ ПОЛОЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА РИНКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Найважливішою тенденцією, що визначає розвиток світової економіки наприкінці XX − початку XXI сторіччя, є процес глобалізації, конкретними проявами якого стали: розвиток транснаціонального капіталу, формування світового фінансового ринку, утворення регіональних економічних об'єднань. Це означало форсований вихід національних економічних потенціалів за межі національних кордонів, становлення транснаціональних виробничих комплексів, освоєння світового економічного простору.

Процеси глобалізації докорінно змінюють моделі економічного розвитку та взаємодії країн, формують нову якість: світове господарство перетворилось на цілісну систему, яка визначає «правила гри» для національних економік, а рушійною силою прискорення інноваційного процесу в умовах глобалізації виступають транснаціональні корпорації (ТНК).

Концепції функціонування та розвитку національних і світових інноваційних систем знайшли відображення у роботах Д. Белла [1], В. О. Василенка [2], О. О. Олейнікова, Л. Р. Парцхаладзе [6], П. Редді [13], А. Рея [7], Дж. Сигурдсона [14], А. І. Сухорукова [4], В. О. Татарінцева [8], А. Тоффлера [16] й інших вчених. Разом з тим, посилення тенденцій економічної глобалізації потребує

поглибленого дослідження та уніфікації управлінських дій в умовах транснаціональних корпорацій.

Мета роботи полягає у формуванні нового підходу до управління інноваційною діяльністю ТНК в умовах активізації глобалізаційних процесів на ринку високотехнологічної продукції.

Відомо, що світова економіка у своєму розвитку проходила через певні стадії, або життєві цикли: сільськогосподарський період; індустріальний уклад; постіндустріальний період. Останні три десятиліття XX ст. відзначені становленням новітньої глобальної економічної системи. На зміну індустріальному та постіндустріальному укладу світової економіки прийшов період науки (знань) із властивими йому певними особливостями.

Нова економічна система характеризується зміною основних конкурентних переваг, що дозволяють господарюючим суб'єктам виживати й розвиватися у зовнішньому середовищі. Це проявляється, насамперед, у переносі акцентів на нематеріальні активи, розширеному інвестуванні в інтелектуальний капітал, а відтак – у здатності до розробки та використання інновацій (рис. 1).

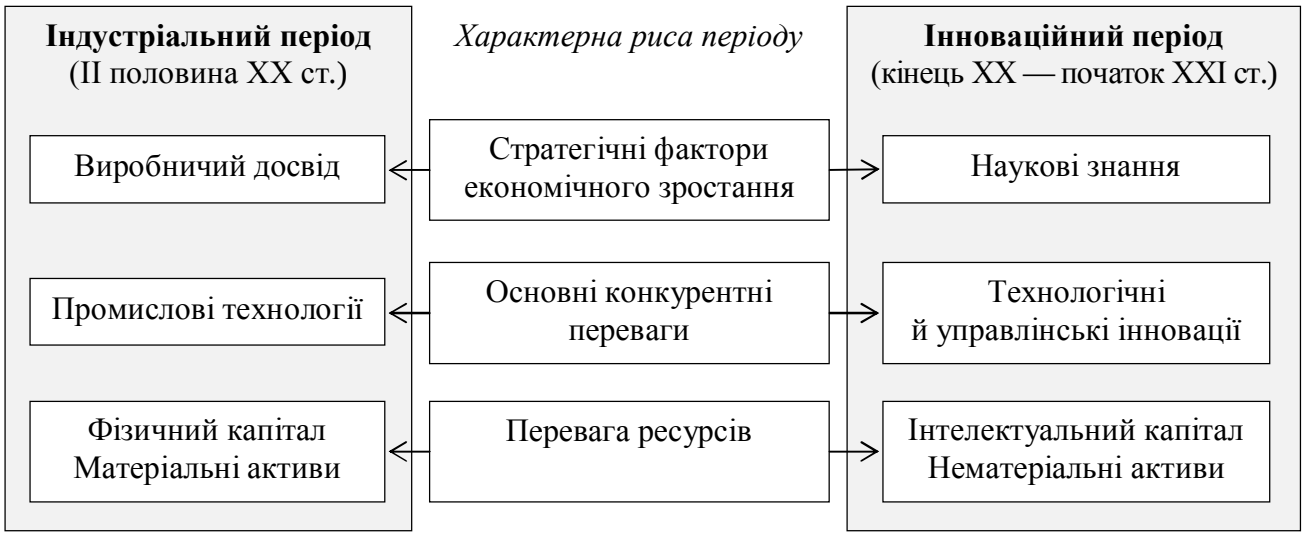

Рис. 1. Характеристики індустріальних і наукових основ економіки
(складено на основі [4, с. 195])

Постійне підвищення ролі наукового знання та інновацій є стійкою тенденцією світової економіки та тим джерелом, що забезпечує випереджальний розвиток

групи провідних країн, в яких відбувся перехід до постіндустріальної стадії. Нові знання та все більш ефективні виробничі технології, що розроблені на їх основі, виробництво високоякісної продукції, зміни в організації та управлінні господарством забезпечують основну частину приросту макроекономічних показників та ефективності економічного розвитку країн. Внаслідок цього рівень наукових і техніко-технологічних досягнень стає головним показником стратегічної могутності країни та її статусу в світі. Посилюються тенденції докорінних технологічних і ресурсних зрушень економічних систем: «якщо індустріальне суспільство ґрунтується на машинній технології, то суспільство знань формується під впливом інтелектуальної технології; якщо капітал і праця − головні ресурсні елементи першого типу соціуму, то інформація і знання − основа наступного» [1].

Градація країн світу за їх місцем на «сходинках» економічного розвитку строго впорядкована відповідно до рівня технологічного розвитку. Кожному рівню притаманний певний набір технологій, знань, навичок, що набуваються в ході науково-технічного прогресу, а також сукупність товарних ринків, на яких діють компанії певної країни, а також ті компанії, що ними створюються. Компанії, а отже і країни, що мають близький рівень технологічного розвитку, конкурують на ринку, демонструючи здатність виробляти товари високої якості з низькими витратами та найбільш повно задовольняти попит завдяки пошуку нових способів виробництва і запровадженню інновації. Першість у науково-технічному прогресі є основою конкурентних стратегій лідерів світових ринків, на відміну від аутсайдерів, які користуються дешевизною природних ресурсів і праці. Уміння швидко перетворити науково-технічні розробки у виробничі інновації, запропонувати споживачу новий продукт, зайняти ринкову нішу і розширити масштаби збуту є складовими цих стратегій. Суб’єкти конкуренції, яким належать провідні позиції, «сповідують» наступальну інноваційну політику, безпосередньо беручи участь у створенні нових знань та проведенні НДДКР. Решта задовольняються запозиченням і адаптацією наукових результатів із світового запасу знань або ж сприйняттям технологічних досягнень у міру їх природної дифузії, не витрачаючи власних зусиль на дослідження та розробки [7].

Отже світова практика засвідчила, що в умовах глобалізації технологічний прогрес та новаторство, рушійною силою яких виступають НДДКР, стали найважливішим джерелом поширення інноваційного процесу, а також інтенсифікації економічного розвитку [11, с. 203].

Значний інтерес у дослідженні кінцевого продукту інноваційного процесу викликає високотехнологічна продукція (ВТП). Адже особливість її виробництва полягає у застосуванні максимальної кількості факторів виробництва, в тому числі передбачає застосування високих технологій, що відповідно вимагає значних витрат на НДДКР, а це в свою чергу відбивається на доданій вартості даної продукції. Так, за оцінками А. Тоффлера «частка доданої вартості при виготовлені найновіших комп'ютерів складає 1700 %, космічних супутників − 2000 %, реактивних двигунів − 2500 %, в той час коли додана вартість при виробництві кольорових телевізорів та транспортуванні природно-сировинних ресурсів становить, відповідно, лише 16 % та 1 %» [16, с. 67]. До того ж визначення реальної вартості ВТП є доволі проблематичним, адже не існує об'єктивних критеріїв для оцінки її собівартості. Окрім витрат, що пов'язані із сировиною, матеріалами та напівфабрикатами для її виготовлення, заробітною платою працівникам, їх соціальним страхуванням, рекламою, транспортом, електроенергією, виробництво ВТП, як правило, включає значні нематеріальні, інтелектуальні витрати, які викликають труднощі при оцінці собівартості продукції. Відомо, що реально оцінити задіяний інтелектуальний капітал у виробництві ВТП майже неможливо, оскільки він розвивається на основі не лише взаємодії його складових, але й на основі їх синергетичних ефектів. В свою чергу, це стає наслідком підвищення рентабельності ТНК у сфері виробництва ВТП і призводить до отримання квазіренти. Іншим моментом, який підкреслює суттєве значення виробництва ВТП, є її важливість із точки зору енергетичної безпеки держави. На сьогоднішній день, враховуючи суттєві проблеми України в енергетичній сфері, необхідність розширення використання власних відновлюваних енергоресурсів, зменшення шкідливого впливу енергетики на довкілля, виробництво ВТП має значні переваги над низькотехнологічним виробництвом.

Потрібно відзначити, що загальновизнаного тлумачення поняття «високотехнологічна продукція» поки що не сформовано. Відомо, що для виробництва ВТП необхідні високі технології, тобто втілення систематизованих передових на певний момент часу знань, спрямованих на створення процесу чи продуктів, які є принципово новими (не мають аналогів) або новими в певній галузі світових знань, адже через динамічний розвиток науки та техніки сьогоднішні високі технології можуть завтра стати вже технологіями вчорашнього дня.

Використання високих технологій як правило дає змогу суб'єктам інноваційної діяльності отримати монопольне положення на міжнародному ринку або як мінімум покращити власні конкурентні позиції. У зв'язку із цим сьогодні до числа головних пріоритетів економічного розвитку, що становлять основу внутрішньої політики таких провідних світових держав, як США, Японія, країн Південно-Східної Азії, а також Європейського союзу, віднесено високотехнологічний розвиток. Розробка нових технологій, виробництво на їх основі високотехнологічних товарів і послуг, вихід з ними на світові ринки є для міжнародних лідерів однією з найважливіших стратегічних цілей у сфері економічного зростання та розвитку.

Виходячи із практики численних досліджень, до ВТП відносять продукцію, яка виготовлена із застосуванням високого рівня сучасних наукоємних технологій, що вимагає великих обсягів НДДКР. Іншим визначальним фактором високотехнологічного характеру продукції можна вважати її належність до певних технологічних укладів**.** Так, розвинуті країни більшу частину високотехнологічної продукції відносять до V та VI технологічного укладу. Потрібно також підкреслити, що у процесі виробництва ВТП сьогодні суттєвого значення набувають використання кремнію, синтетичних матеріалів, робототехніка, інформатика, біо- та нанотехнології, астронавтика тощо.

Для ВТП також характерні наступні риси [9, с. 194]:

- короткий життєвий цикл;
- розвинута практика копіювання;
- творчий підхід до застосування;

- розмите конкурентне середовище, яке охоплює загрози з боку різних технологічних сфер внаслідок швидкого «переливу» знань.

Для ідентифікації належності сучасної продукції до високотехнологічної було вирішено використовувати методологію найбільш авторитетної в цьому питанні Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), до якої входять передові країни світу. Ця організація, усвідомлюючи необхідність прогнозування та оцінки пріоритетів подальшого науково-технічного розвитку, заміщує класичну класифікацію галузей, яка базується на оцінці рівня наукоємності технології, що застосовується для вироблення кінцевого продукту.

Традиційно для оцінки високих технологій використовують 2 підходи: секторальний (технологічність секторів) і продуктовий (технологічність окремих продуктів). Це дає можливість дослідити застосування високих технологій з позиції секторів обробної промисловості, послуг і виробництва промислових продуктів. Для впорядкування розбіжностей між оцінкою технологічності секторів та продуктів фахівці ОЕСР рекомендують брати до уваги обсяги НДДКР, які оцінюють у багатьох країнах, і які відповідно можуть бути легко квантифіковані (кількісно виміряні) шляхом визначення витрат на їх проведення.

Через визначення відношення витрат на дослідження та розробки до загального обсягу виробництва фахівці ОЕСР класифікують обробну промисловість за чотирма різними категоріями технологічної інтенсивності: високотехнологічна найвищого рівня; високотехнологічна середнього рівня; технологічного рівня, нижчого за середній; низькотехнологічна. Разом із тим вищезазначені групи, до яких належать певні галузі, з часом можуть змінюватися з розрахунку інтенсивності використання НДДКР у виробництві та доданої вартості, а згодом переходити з одного технологічного рівня до іншого.

Продуктовий підхід відрізняється від секторального тим, що може визначати деякі продукти, які могли й не потрапити до списку високотехнологічних секторів. Він також дозволяє більш універсально в світовому масштабі визначати ВТП, адже для кожної країни, виходячи з особливостей розвитку її промислового сектору, притаманна індивідуальна технологічність галузей. Відтак для

окремих країн продукція, що належить до високотехнологічного рівня в іншій країні, може відноситись до ВТП із середнім рівнем.

Перший перелік високотехнологічних товарів за тризначним кодом Стандартного міжнародного торгового класифікатора Standart International Trade Classification Rev.3 (SITC) було презентовано у 1994 р. секретаріатом ОЕСР спільно з інститутом Fraunhofer. Це був результат розрахунку відносної інтенсивності досліджень і розробок за групами продуктів (витрати на дослідження та розробки відносно до загального обсягу продажу) у шести країнах: США, Японії, Німеччині, Італії, Швеції, Нідерландах. Проте згодом його було дещо змінено через нові проблеми. Так, наприклад, автомобільну промисловість в цілому розглядають як високотехнологічну, проте за секторальним підходом вона представлена як високотехнологічна середнього рівня. Крім того, суттєвий внесок автомобілів у міжнародну торгівлю радикально впливає на профіль країни, тому було прийнято рішення виключити засоби пересування зі списку високотехнологічних товарів. Так само на підставі висновків експертів ОЕСР були виключені й деякі інші продуктові групи. В результаті остаточний перелік високотехнологічних продуктів, запропонований ОЕСР, є відносно сумісним із секторальним переліком.

Відповідно, на сьогоднішній день до ВТП слід відносити ту продукцію, яка виготовлена у високотехнологічних галузях найвищого рівня, де витрати на НДДКР складають близько 10 % від доданої вартості виробленої продукції, а витрати на оплату праці вчених, інженерів, техніків перевищують 10 % від загальних витрат на наймання робочої сили.

Виходячи з технологічної класифікації галузей, до сучасної високотехнологічної продукції належать: продукція аерокосмічного призначення; комп'ютери й офісне обладнання; ліки та медикаменти; медичні прилади, точні та оптичні інструменти; продукція радіо, телевізійного і комунікаційного призначення.

В рамках виробництва такої продукції високотехнологічний сектор економіки можна представити як сукупність високотехнологічних галузей, виробництво продукції яких вимагає великих обсягів НДДКР, а також застосування сучасних

наукоємних технологій, що належать останнім технологічним укладам. А під високотехнологічним комплексом (ВТК) національної економіки мається на увазі цілісна багатогалузева сукупність наукових, освітніх, виробничих, управлінських і консалтингових структур, які забезпечують інноваційну спрямованість економічної трансформації України та відтворюють найсучасніші інновації, що вносять визначальний вклад в національний добробут, усталеність та безпеку економіки в світовому господарстві.

Отже, в сучасних умовах прискореного розвитку науково-технічної революції та великомасштабного трансграничного переміщення капіталу, глобалізації ринків і виробництва конкурентоспроможність ВТП окремих країн усе більшою мірою визначається здатністю компаній генерувати й впроваджувати нові технології та інновації. Забезпеченню «левової» частини фінансування НДДКР, координуванню розвитку високотехнологічного сектору світової економіки, і як наслідок утриманню за окремими країнами високотехнологічного лідерства, насамперед сприяли ТНК цих країн. Сьогодні в рейтингу 100 найкрупніших корпорацій за даними ЮНКТАД близько 30 компаній належали до високотехнологічних, серед них такі відомі технологічні гіганти, як: General Electric, Vodafone Group, France Telecom, Deutsche Telecome AG, Siemens AG, Pfizer Inc, Roche Group, IBM, Sony Corp., Sanofi-Aventis, Hewlett-Packard, Philips, Bayer AG, Nokia, Hitachi, Matsushita, BAE Systems, Motorola Inc та інші. За рахунок своєї могутньої інноваційної системи вони стають найпотужнішою рушійною силою комерціалізації науки, трансферу високих технологій, і як наслідок, розвитку високотехнологічного виробництва. Це підтверджує той факт, що «на частку всіх ТНК припадає близько половини (46 %) глобальних витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) і 70 % комерційних витрат на дослідження та розробки (450 млрд дол. США), що безпосередньо пов’язані із виробництвом високотехнологічної продукції» [17].

Потрібно зазначити, що держава, як координатор інноваційного розвитку, вкрай зацікавлена у розвитку високотехнологічних галузей приватним сектором, адже:

- високотехнологічні компанії завжди асоціюються із інноваційною діяльністю і відповідно націлені на завоювання не тільки внутрішньої, але й світової ринкової частки у виробництві нової продукції шляхом більш продуктивного використання виробничих ресурсів [15];

- високотехнологічні компанії асоціюються із виробництвом, що передбачає високій рівень доданої вартості продукції, що випускається, та відповідно впливає на його успіх на міжнародних ринках;

- виробничі НДДКР, що впроваджуються високотехнологічними ТНК, мають spillover effects. Ці ефекти відрізняються від тих, що мають інші комерційні сектори, адже передбачають генерацію нових видів продукції й технологічних процесів, що як правило призводить до підвищення продуктивності, бізнес експансії та створення високооплачуваних робочих місць [12].

На сьогоднішній день виділяють п’ять типів компаній, що впроваджують інновації, в залежності від наступних факторів: новизни галузі (нова, перспективна, зріла); масштабів змін; розміру організації; розміру витрат на НДДКР; масштабу випуску продукції: масове (крупносерійне, серійне), дрібносерійне, одиничне (дослідне та експериментальне); якості продукції; рівня конкуренції тощо. Відомо, що кожен з вищевказаних типів організацій відіграє певну роль в інноваційному процесі. Найбільш суттєву роль у світовому інноваційному процесі відіграють компанії-віоленти, наукова діяльність яких має програмно-цільовий характер, а її результати є доволі передбаченими. Незважаючи на те, що цим компаніям притаманний високий рівень консерватизму та бюрократизації, саме вони сьогодні є «стрижнем» сучасної економіки. Так, якщо від загальної кількості компаній США, Західної Європи, Японії вони складають не більше 1−2 %, саме вони створюють від 30−50 % валового національного продукту (ВНП) і випускають більше половини всієї промислової продукції» [6, с. 20].

Проте, навіть вкладаючи значні кошти в науку та інновації, компанії-віоленти (ТНК) не відіграють вирішальної ролі в генерації нових ідей, у фундаментальних дослідженнях − тут переваги на стороні малого інноваційного, венчурного бізнесу та університетів. ТНК є беззаперечними лідерами, коли мова йде про реалізацію

крупних проектів, розповсюдження масштабних інновацій. Виходячи із потужності фінансових ресурсів, це виявляється під силу лише їм. Вони доводять інновації до комерційного продукту, прагнучі випередити конкурентів, створити та закріпити за собою нові ринки, а також скористатися, принаймні, тимчасовими перевагами «піонерів» нових технологій по всьому світу [10]. Як наслідок, інноваційна стратегія ТНК часто-густо націлена як на поглинання невеликих венчурних компаній з високим інноваційним потенціалом, так і на придбання у них винаходів з метою застосування для масового виробництва високотехнологічної продукції.

В інноваційному контексті для ТНК суттєво важливе значення має постійне вдосконалення продукції та скорочення витрат на її виробництво за рахунок, наприклад, переходу на ресурсозберігаючі технології. Успіх на ринку обумовлюється взаємозалежними інвестиціями в 3 напрямах:

- створення крупного виробництва, у тому числі й у міжнародному масштабі;

- створення національної, а потім інтернаціональної маркетингової та збутової мережі;

- створення ефективного управлінського апарату [2; 6].

ТНК взагалі можна представити як організаційну форму реалізації інноваційного процесу, адже більшість з них використовують власні специфічні риси проведення науково-технічної діяльності в процесі ведення бізнесу, що характеризуються:

- територіальним розміщенням підрозділів (в різних географічних і економічних регіонах);

- формою ієрархічних зв'язків підрозділів ТНК (горизонтально або вертикально інтегрованих, змішаних);

- формою власності ТНК (акціонерна, змішана, приватна);

- різноманітною специфікою інновацій, що створюються (нова техніка, нові технології, нові матеріали, економіко-організаційні рішення тощо);

- широким спектром залучення в інноваційний процес (фундаментальні дослідження, прикладні НДР, ДКР, проектні роботи, освоєння нових технологій та реалізація високотехнологічної продукції).

Незважаючи на все різноманіття інноваційних процесів, основу інноваційної діяльності високотехнологічних ТНК становлять розробка, опанування та використання технологічних інновацій, що включають продуктові й процесні інновації. При цьому створення технологічних інновацій призводить до появи на підприємстві організаційних інновацій, що базуються на нових принципах організації високотехнологічних виробничих процесів, побудови організаційно-виробничих структур, а також нових механізмах для збуту виробленої продукції. У такий спосіб інноваційна діяльність ТНК, як правило, крім технологічних інновацій, містить у собі організаційні, управлінські, ресурсні, маркетингові й інші інновації [3, с. 53].

Як правило ТНК формують власну інноваційну політику, орієнтуючись на державну інноваційну політику країни-базування їх материнської компанії, яка визначає пріоритетні напрями розвитку НТП і забезпечує їх підтримку, а також на власні інтереси та ресурсні можливості, потреби ринку. Додатковим фактором, який починає якісно впливати на специфіку інноваційної діяльності ТНК, можна вважати особливості інноваційної політики іноземних країн, адже дотримуючись глобальної філософії бізнесу, дочірні компанії ТНК вимушені враховувати принципи та інтереси державної інноваційної політики закордонних держав (рис. 2).

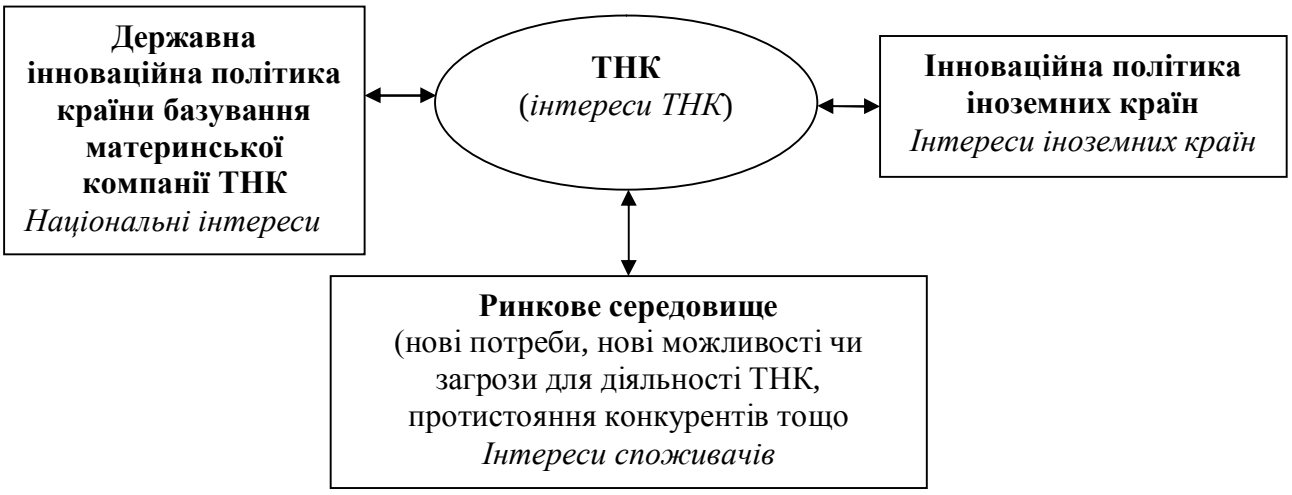

Рис. 2. Чинники формування інноваційної політики ТНК

В цей же час ТНК як правило отримують додаткові переваги в іноземній країні завдяки лобіюванню в державних органах одержання фінансових ресурсів,

пільги і інтелектуальні ресурси для здійснення інноваційних програм на їх території.

Підводячи підсумок, постає необхідність конкретизувати, чому саме ТНК стають основними конкурентоспроможними елементами світового інноваційного розвитку, і як наслідок, основними суб'єктами виробництва ВТП. Для цього слід виділити наступні принципи, які це пояснюють:

1. Розробка і впровадження тієї чи іншої інноваційної політики в умовах певного суб'єкта багато в чому залежить від можливостей самого економічного суб'єкта: обсягів виробництва, номенклатури продукції, рентабельності фінансового стану. Тому більші можливості мають великі підприємства, корпорації, найбільші з яких залучені до процесу транснаціоналізації.

2. Однією з основних конкурентних переваг ТНК, які створюють умови для інтенсивної інноваційної діяльності, полягає в перевагах міжнародного аспекту їхньої діяльності. Так, раціональне залучення до визначених стратегією ТНК міжнародних операцій дозволяє їм використовувати відмінності економічної ситуації в різних країнах, що беззаперечно сприяє збільшенню потоків інвестицій на інноваційні цілі.

3. Ще однією значною перевагою, яка якісно впливає на спроможність ефективно проводити інноваційну діяльність, є здатність пролонгувати життєвий цикл своїх технологій і продукції завдяки можливості «скидати» застарілі технології і продукти в іноземні філії та зосереджувати зусилля підрозділів в країні-базування на розробці нових технологій та виробів.

4. За рахунок інтеграції в єдину структуру постачальницьких, виробничих, фінансових, науково-дослідних і збутових підприємств із відповідною економією на витратах створюються додаткові конкурентні переваги, в тому числі в сфері технологічного розвитку. Диверсифікуючи свою діяльність, ТНК отримують не тільки додаткові доходи від другорядних за пріоритетністю видів економічної діяльності, але й здатні ефективно перерозподіляти вільні кошти на інноваційні цілі.

5. Особливістю високотехнологічних ТНК є те, що більшість із них мають у своєму складі могутнє науково-технічне ядро, що дозволяє їм постійно оновлювати технології і продукцію та конкурувати на світовому ринку. ТНК, представляючи собою потужні корпоративні структури, володіють широкою внутрішньофірмовою інноваційною системою. Слід виділити наступні види підрозділів ТНК, що замаються НДДКР:

1. Відділи передачі технології. Тісно пов'язані з виробничими підрозділами; створюються з метою адаптації товарів і процесів материнської компанії до місцевих умов приймаючих країн.

2. Місцеві технологічні відділи. Організовуються з метою створення нових і/або вдосконалених товарів для місцевих ринків. Часто вони створюються тоді, коли філія знаходить на місцях конкретні інвестиційні можливості та переконує материнську компанію в своїй здатності розробити необхідний новий товар.

3. Регіональні технологічні відділи. Організовуються для створення нових і/або вдосконалених товарів для регіональних ринків. Ці відділи обслуговують національні ринки в рамках регіональних територіально-виробничих комплексів, що мають загальні особливості й потреби в спеціалізованій продукції.

4. Глобальні технологічні відділи. Створюються у випадку, коли для постачання на глобальний ринок планується випускати єдиний товар. Це зокрема відбувається у двох випадках: 1) коли ТНК, доручаючи випуск частини товарної номенклатури конкретним філіям за кордоном, бачать також доцільність в перекладанні в це ж місце і відповідних НДДКР; 2) коли через масштабність потреб у ресурсах для виробництва широкої товарної номенклатури для компаній більш ефективним напрямком є розроблення децентралізованої і в той же час інтегрованої програми НДДКР.

5. Корпоративні технологічні відділи. Створюються з метою розробки перспективних нових технологій або проведення фундаментальних досліджень виключно для материнської компанії з такою умовою, щоб в майбутньому вона могла зберегти або підсилити свої конкурентні позиції [13; 14].

Список використаних джерел:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ. – М. : Academia, 1999. – 956 с.
2. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – К. : ЦУЛ Фенікс, 2003. – 440 с.
3. Высокотехнологические предприятия в эпоху глобализации / И. В. Иванов, В. В. Баранов, Г. И. Лысак, О. В. Кирсанов. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 416 с.
4. Інвестування української економіки : моногр. / за ред. А. І. Сухорукова – К. : Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки при РНБОУ, НІПМБ, 2005. – 439 с.
5. Мовчан А. А. Инновационное развитие ТНК как инструмент их устойчивого развития / А. А. Мовчан // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12-4(77-4). – С. 576–579.
6. Парцхаладзе Л. Інвестиційний клімат України: глобальне потепління / Л. Парцхаладзе // Дзеркало Тижня. – 2004. – 24-30 лип. (№ 29 (504)). – С. 15.
7. Рей А. Конкурентные стратегии государства и фирмы в экспортно-ориентированном развитии / А. Рей // Вопросы экономики. – 2004. – № 8. – С. 46–65.
8. Татаринцев В. А. Роль и значение инновационной деятельности ТНК в системе международных экономических отношений в области обмена технологиями и инновациями / В. А. Татаринцев, Е. М. Егорова // Экономика устойчивого развития. – 2014. – № 4(20). – С. 224–230.
9. Управление инновациями в организации : учеб. пособ. / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. – М. : Омега-Л, 2006. – 415 с.
10. Ясин Е. Россия в глобальном контексте [Електронний ресурс] / Е. Ясин // Сайт Фонду «Либеральная миссия». – Режим доступу : http://www.liberal.ru/sitan.asp?Rel=50
11. Edquist C. In Public technology procurement and innovation / edited by C. Edquist, L. Hommen and L. Tsipouri. – Boston/Dordrecht/London: Kluwer Academic Publishers, 2000. – P. 197–216.
12. Nadiri I. Innovations and Technological Spillovers / I. Nadiri // NBER Working Paper No. 4423. Boston: National Bureau of Economic Research, 1993.
13. Reddy P. Globalization of Corporate R&D: Implications for Innovation Systems in Host Countries / P. Reddy. – London and New York : Routledge, 2000.
14. Sigurdson J. Emerging patterns of globalisation of corporate R&D and scope for innovation capability building in developing countries? / J. Sigurdson // Science and Public Policy. – 1994. – 21 (5).– P. 283–294.
15. Tassey G. Technology and Economic Growth: Implications for Federal Policy / G. Tassey // NIST Planning Report 95-3. 1995. Washington, DC: U.S. Department of Commerce.
16. Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century / A. Toffler. – Bantam Books Reprint edition, 1991. – 640 p.
17. World Investment Report 2015: Transnational corporations and the internationalization of R&D / United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). – New York and Geneva: UNCTAD, 2015.

М. М. Голубка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ (на прикладі Львівщини)

Місто Львів сміливо претендує на роль сучасного європейського міста з багатьох причин. Першочергово до них відносимо значний «арсенал» кваліфікованих фахівців та «вузьких» спеціалістів у різних сферах та галузях національної економіки, конкурентну оплату праці, поступальний успішний розвиток економіки. Також м. Львів є цікавим для іноземних інвесторів, про що свідчать обсяги прямих іноземних інвестицій у розвиток міста. Проте, вищеописані переваги не завжди можна було віддавати Львову, знову ж таки через ряд причин, якими зокрема є: недостатній рівень розвитку інновацій, слабо розвинена інвестиційна інфраструктура, недостатня сформованість механізму комерціалізації наукових розробок тощо.

«Двигуном» впливу на формування сприятливого середовища для інноваційних впроваджень та інвестиційної зацікавленості містом стала робота над демо-проектом МЕРМ, котрий успішно реалізувався за сприяння міської ради м. Львів та інституту, що названий як «Розвиток інноваційного середовища та підвищення інвестиційного іміджу Львова як І етап створення Корпорації місцевого економічного розвитку».

Чимало відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-науковців та практиків зробили свій вклад в усестороннє дослідження інноваційно-інвестиційної діяльності. Питання якості формування активної інвестиційно-інноваційної політики, а також механізму використання важелів державного регулювання означеної сфери, неодноразово висвітлювалися на сторінках вітчизняних публікацій. Іноземні дослідження з означеної проблематики, які є доречними для використання

в Україні, здебільшого стосуються теоретичного моделювання впливу інноваційно-інвестиційних процесів на економічне зростання. Проте, прикладні розробки науковців світу є актуальними для втілення у країнах із розвинутою економікою, та на жаль важко імплементовуються в український варіант економіки. Саме тому питання інноваційно-інвестиційної складової розвитку міст є актуальним і потребує подальших досліджень з метою пошуку саме вітчизняної моделі.

Мета даного дослідження полягає у необхідності пошуку векторів впливу на стимулювання розвитку як інноваційно-інвестиційного середовища, так і активізації даної діяльності на теренах Львівської області. А також дане дослідження спрямоване на огляд особливостей інноваційної діяльності м. Львів та регіону з метою оцінки їх впливу на покращення сфери обслуговування споживачів і забезпечення економічного зростання національної економіки.

Під поняттям «інноваційна діяльність» розуміємо комплекс заходів, що спрямовані на створення, впровадження та поширення знань щодо інноваційних проектів для того, аби отримати від їх реалізації комерційний та соціальний ефект. При цьому, можливість реального втілення об'єктів інновацій напряму залежить від обсягу та вчасності вкладення інвестицій.

Як наслідок, інноваційна діяльність сьогодні стала одним із найважливіших чинників, що забезпечують ефективне функціонування та розвиток господарських систем в умовах ринкової економіки. Даний вид діяльності потребує постійного вдосконалення відповідно до об'єктивних вимог ринку. Інноваційна діяльність стає реальністю за умови базування на чітко сформованій політиці, досконалому рівні методики провадження нововведень та оцінці їх ефективності. Розробка дієвих інноваційних стратегій, що будуть сприяти успішному функціонуванню − є одним з важливих напрямків вдосконалення та активізації інноваційної діяльності в регіоні.

Вже очевидно, що тільки таким шляхом національна економіка зможе зайняти гідне місце у ринковому середовищі світу, оскільки рівень та динаміка розвитку новаторських процесів − це показники, що визначають економічний стан як міста, так і країни; здатність членів суспільства до реальних ринкових перетворень, що будуть досягнуті через створення, запровадження, поширення та використання у практиці техніки, продукції й сировинних матеріалів; рівень оволодіння новітніми технологічними процесами сучасних способів організації виробничої діяльності, матеріального технічного забезпечення виробництва.

Завдяки інноваційній діяльності нові ідеї та знання стають об'єктом економічних відносин. Однією з беззаперечних умов забезпечення ефективності економічної стратегії країні є визначення та врахування особливостей інноваційної діяльності. Також, слід зважати на те, що саме інвестиції та інновації є економічними категоріями, що взаємопов'язані між собою; за їх відсутності унеможливлюється розвиток держави в економічному напрямку. Разом із тим слід враховувати, що саме на цих сферах найбільше відобразився негативний вплив економічної кризи.

На сьогоднішній день маємо ситуацію, коли інновації звелися до мінімуму, у той час як інвестиції спрямовуються, здебільшого, у проекти з короткостроковими цілями. Інновації не можуть здійснюватися без інвестування, та навпаки, капітальні вкладення повинні мати інноваційний характер, тому що створення основних засобів, що не відповідають вимогам сучасних технологій, є недоцільним. На теперішній час актуальними є питання відновлення інноваційних наукомістких продуктів та інноваційних підприємств, а також формування повноцінних регіональних інноваційних систем, що потребують моніторингу територіального вектору інноваційних складових у стратегічному розвитку продуктивних сил.

Доволі значущими є також питання залучення зовнішніх інвестицій, оскільки у поєднанні з внутрішніми вони забезпечать прискорення інноваційного

розвитку країни. Серед переваг, що виступають рушійною силою розвитку інноваційних процесів на регіональному рівні, у порівнянні з національним, варто виділити наступні особливості:

• загальна близькість великого числа виробників різних напрямків, що можуть своєчасно запропонувати спеціалізовані типи товарів та послуг, гнучко відповісти на зміну попиту;

• залучення суб'єктів регіонального значення у транснаціональні мережі, внаслідок чого буде отриманий ефект навчання;

• утворення локальних фондів робочої сили з великою кількістю людей із специфічними навичками та формами навчання; культурна та інституційна інфраструктура, що постійно виникає всередині та навколо промислових кластерів і має важливе значення для ефективної роботи єдиної локальної соціально-економічної системи;

• виникнення довіри між регіональними економічними суб'єктами.

До головних ознак стратегії інноваційного розвитку держави варто віднести комплексний підхід − тобто спрямованість на всі можливі напрямки загального регіонального розвитку; спрямованість на отримання довгострокових результатів; узгодженість із державним планом суспільного розвитку та його елементами: економічним, політичним, екологічним, національним тощо; поєднання ринкової саморегуляції та державного управління.

Інноваційний потенціал регіону може бути забезпечений згідно з комплексом наступних положень:

• підвищення питомої ваги підприємств і установ, що планують та вже використовують інноваційну продукцію за всіма існуючими видами економічної діяльності;

• зростання кожного року обсягів продукції для реалізації в загальному обсязі реалізованих продуктів;

• скорочення термінів між науковими розробками та введенням їх у виробництво у значній мірі;

• кожного року має збільшуватися кількість вже запроваджених науково-інноваційних розробок;

• щороку повинно підвищуватись співвідношення між кількістю проданих ліцензій на авторське право та кількістю придбаних;

• розробка та застосування на практиці регіонального механізму надходжень грошових активів до місцевого бюджету від ведення інноваційної діяльності;

• підвищення виготовлення та застосування інноваційної продукції в організаціях, на підприємствах регіону згідно з видами економічної діяльності;

• підвищення доходу від застосування винаходів, корисних моделей та промислових зразків у регіоні.

У першу чергу потрібно звернути увагу на вирішення проблеми системного, сформованого на базі чітко визначених пріоритетів, підходу стосовно розвитку передових сфер економіки на рівні регіону, а також скласти відповідну законодавчу і нормативну базу та розробити максимально результативні інноваційні програми, що мають передбачати формування сприятливого середовища для реалізації процесу «інновації − інвестиції», згідно із інтересами його учасників. Це дозволить у значній мірі збільшити обсяги постачання ресурсів для втілення інноваційних проектів.

Враховуючи першочергові завдання економічної політики, пріоритетними мають бути напрямки інвестування, що спроможні забезпечити суттєві зрушення в регіональній економіці у короткі строки. Так у випадку Львівщини це будуть галузі виробництва, що зможуть окупитися за короткий період (наприклад, туризм і рекреація, легка та харчова промисловість). Також, слід звернути увагу на галузі, розвиток яких зможе сприяти економічному зростанню супутніх виробництв, таких як виготовлення складної техніки, автомобілів та обладнання. Крім того, першочерговій реалізації підлягають напрямки інвестування, що мають значний експортний потенціал і конкурентоспроможність.

У структурі соціально-економічного розвитку країни мають бути чітко визначені як державні, так і державно-регіональні пріоритети, що передбачають надходження фінансів за рахунок державних інвестицій та залучення позабюджетних активів і коштів з місцевих бюджетів. Якщо взяти за приклад Львівську область, то до таких пріоритетів потрібно віднести розвиток інтелектуального, духовного та освітньо-культурного потенціалів, а також створення на цій базі інноваційної моделі розвитку у сфері туризму, курортного відпочинку та лікувально-оздоровчому напрямку.

Обов'язковим є насичення внутрішнього споживчого ринку продукцією, що має достатній рівень конкурентоспроможності, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, транскордонного співробітництва та співпраці в межах єврорегіонів; розвиток ринкової інфраструктури. Для підвищення рівня наукової та інноваційної діяльності необхідно побудувати ефективну систему взаємодії освіти, науки та виробництва.

Позитивною тенденцією вважається збільшення використання власних коштів підприємств для виконання наукових і науково-технічних робіт, хоча водночас звужується попит внутрішнього ринку на науково-технічну продукцію. Дуже важливою стає інтеграція науки, освіти та виробництва, що забезпечується завдяки формуванню і підтримці діяльності інтегрованих науково-освітніх структур, науково-навчально-виробничих інноваційних центрів для консолідації зусиль та ресурсів, розвитку міжнародного співробітництва та кооперації тощо. Львів є містом обласного значення, відомим національним, культурним, освітнім та науковим осередком України, що має значення не лише як адміністративний, а і як промислово-торговельний центр. Місто Львів неформально називають столицею Галичини, а формально - культурною столицею України з 2009 року. Саме з цих причин Львів є вартим зацікавлення не лише для іноземних інвесторів, але й для пересічних українців, зокрема з позиції сприяння практичній імплементації інноваційних проектів (рис. 1).

Рис. 1. Основні завдання щодо підтримання розвитку інновацій на Львівщині
(авторська розробка)

У Львові відкрито Центр адміністративних послуг, основними векторами діяльності якого є: спрощення процедури надання адміністративних послуг, зменшення затрат часу на отримання дозвільних документів суб'єктами господарювання щодо провадження підприємницької діяльності, а також інші суспільні послуги тощо.

Окремо варто наголосити на важливих аспектах впровадження інновацій для збереження життя та здоров'я, а саме безпеки на дорогах: відображення часу прибуття трамваю на табло, створення електробуса концерном «Електрон» як екологічно чистого виду транспорту, Е-квитки на трамвай та потяги, створення велопрокатів та веломайстерні, що зможуть надавати ряд послуг, встановлення безкоштовних зарядних станцій для електрокарів та ін.

Серед інноваційних проектів китайських інвесторів є задум будівництва водо-вугільної ТЕС у м. Львів, виходячи з успішного досвіду такого будівництва

на водо-вугільному паливі у Пекіні та інших містах. Така інновація, за їх словами, дасть змогу скоротити витрати при виробництві теплової та електричної енергії, поряд із традиційним використання вугілля. А будівництво збагачувальної фабрики в районі Львівсько-Волинського вугільного басейну дозволить використання підготовленого вугілля для виробництва енергії на новій ТЕС.

Таке інвестиційно-інноваційне впровадження буде сприяти створенню нових робочих місць та надасть впевненості у досягненні енергетичної незалежності не лише Львівської області, а й країни в цілому. Ще одним інноваційним впровадженням є поява на нашому ринку глобального провайдера телекомунікаційних послуг. А екопроектом Львова можна вважати збирання непридатних батарейок в обмін на незначну подальшу знижку.

На теренах Львова планується започаткувати великомасштабне будівництво одного із найсучасніших сміттєпереробних заводів за іноземними технологіями утилізації відходів, що є дуже актуальним, особливо за умов критичної поточної ситуації із сміттєзвалищами у місті.

Львівщина засвідчує впровадження служби екстреного реагування «112», над удосконаленням якої уже працює компанія «Ericsson». Згідно інноваційного проекту, служби оперативного реагування можна буде викликати за допомогою Twitter та Facebook, а також вмонтованої автомобільної системи E-Call. За ініціативою Львівської міської ради було створено додаток Lviv City Dialog для проведення соціологічних міні-опитувань мешканців, іншими словами, для цілей «спілкування» з містом, отримання їхньої думки щодо тих чи інших подій чи змін у м. Львові. Львівськими ІТ-спеціалістами був створений додаток для Apple Watch, що дасть змогу керувати електромобілем Tesla.

У м. Львові стане доступною туристична послуга стосовно ведення екскурсій на ретромобілях 1915 р. А на екологічних електромобілях уже можна мандрувати навіть у межах пішохідної центральної частини Львова.

Окрім вищезазначеного, важливою є така туристична інновація, як впровадження регулярних екскурсійних турів по місту на «чудо поїзді», який представляє собою міні-локомотив з двома вагончиками із прозорим дахом пасажиромісткістю до 56 осіб.

Варто також відзначити ініціативи зі створення альтернативи палінню для курців, яка за принципом дії відрізняється як від звичайних сигар, так і від уже існуючих електронних.

Також м. Львів може стати експериментально-тестовим містом для запровадження інновацій у сфері освіти. Розпочато прийом заявок на участь у конкурсі щодо розроблення інноваційного проекту під назвою «Єдиний студентський квиток». Його важливість полягає у тому, що він виконуватиме чимало функцій, зокрема слугуватиме одночасно студентським і читацьким квитком, перепусткою до гуртожитка, е-квитком для проїзду у транспорті, надаватиме змогу доступу до банківського рахунку.

З 2017 року абітурієнти отримали можливість подачі документів до так званого ІТ-університету м. Львова, в якому уже з вересня розпочалося навчання. Викладачі університету − спеціалісти провідних компаній Європи.

Таким чином, важливість пошуку джерел фінансування інвестиційно-інноваційного розвитку, а також ефективне їх вкладення, дають чимало переваг для можливостей успішного поступального розвитку не лише м. Львів, а і будь-якого регіону України. Ось чому важливими напрямками є: використання усіх внутрішніх інвестиційних можливостей конкретного регіону, в тому числі і внесок дрібних локальних інвесторів до пайових інвестиційних фондів та ін.; оцінка ефективності прямих іноземних вкладень у наукомісткі виробництва з метою можливості забезпечення подальшої конкурентоспроможності виробленої ними продукції не лише на внутрішньому, але й на світовому ринках. Експорт такої конкурентоспроможної продукції сприятиме поверненню валютної виручки, яку варто розглядати як джерело подальших інвестиційних вкладень у забезпечення можливості успішного розвиту інноваційної діяльності регіону.

Стабільний соціально-економічний розвиток є стратегічною метою, для досягнення якої необхідним є нарощення інвестиційних ресурсів, покращення структури інвестиційних джерел, послідовне зростання частки капітальних вкладень у валовий внутрішній продукт, а також оптимізація векторів їх вкладення. Успішна реалізація означеної стратегічної мети дасть можливість розвитку інвестиційного потенціалу, а ефективність його використання забезпечить можливість створення робочих місць у регіоні.

Саме тому є суттєва потреба у визначенні цільової спрямованості інвестиційного розвитку бізнес-середовища регіонів України, оскільки за умов переходу до ринкових умов господарювання основний акцент належить пошуку напрямів ефективного соціально-економічного розвитку регіонів.

Список використаних джерел:

1. Львівська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://city-adm.lviv.ua
2. Сайт міста Львова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lviv.ua/uk/tourism/agencies
3. Головне управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lv.ukrstat.gov.ua
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / авт.-упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жиляєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. – К. : Парламентське вид-во, 2009. – 632 с.
5. Тульчинська С. О. Стратегія інноваційного розвитку регіонів України [Електронний ресурс] / С. О. Тульчинська // Ефективна економіка. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1246.
6. Вознюк М. А. Тенденції інвестиційно-інноваційного розвитку Львівської області / М. А. Вознюк // Регіональна економіка. – 2013. – №3.– С. 73–81.

О. І. Кузьмак, О. М. Кузьмак

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ І РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації та утвердження в Україні Європейських механізмів питання активізації інноваційної активності та забезпечення сталої ефективності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств набуває принципово важливого значення. Адже саме інноваційний характер економічного розвитку в сучасних умовах дедалі більше забезпечує економічну потужність не тільки окремих підприємств, але й країни в цілому, а також перспективи її розвитку на світовому ринку. Впровадження інновацій є запорукою збереження підприємством ринкової частки, отримання прибутку та подальшого розвитку. Можна з впевненістю стверджувати, що в активізації інноваційної діяльності зацікавлені як підприємці, так і споживачі й держава, оскільки це забезпечує випуск та доступ до нових і конкурентоздатних видів товарів, що дають гарантований прибуток, накопичення вільного капіталу та можливість його вкладення у розширення виробництва, збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів, надходження іноземного капіталу у вигляді прямих інвестицій.

Сучасний стан національної економіки характеризується не надто високою активністю інноваційної діяльності, що як правило є результатом недостатньої кількості власних коштів у вітчизняних підприємств, а також обмеженості фінансування за рахунок бюджетних коштів. Так, згідно з даними світового інноваційного рейтингу Global Innovation Index 2017, Україна посіла 50 місце, знаходячись між Катаром (49 місце) та Тайландом (51 місце) [14]. Хоча, порівняно з минулими роками, країна дещо покращила свої результати (для порівняння, у 2016 р. − 56 місце, 2015 р. − 64 місце відповідно). Крім того, інноваційна активність промислових підприємств в Україні значно нижча (більше, ніж в два рази), порівняно із розвинутими країнами світу. Зокрема, як свідчать статистичні дані за період

з 2012 по 2016 роки, в Україні питома вага підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, не перевищує 20 %, в той же час кількість інноваційно-активних підприємств, що здійснюють свою діяльність на території Європейського Союзу, становить в середньому 44 % від їх загальної кількості [8–10; 6, с. 12]

Таким чином, приведений аналіз підтверджує, що на сьогодні вкрай важливими та нагальними постають питання пожвавлення темпів інноваційного розвитку вітчизняних підприємств і зростання рівня їх інноваційного потенціалу. В умовах кризового стану вітчизняної економіки створення нових конкурентних переваг за рахунок інноваційного оновлення абсолютно всіх сфер діяльності підприємств потребує розробки ефективної та гнучкої політики управління інноваційним потенціалом, яка є рушійною силою його розвитку, запорукою стабільності ефективного виробництва.

З метою побудови ефективної системи управління інноваційним потенціалом перш за все необхідно розглянути саме трактування поняття «інноваційний потенціал підприємства» та чинники, які впливають на формування та розвиток інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах.

На думку Ансоффа І., інноваційний потенціал можна вважати як підсистему інноваційних ресурсів у всіх класичних підсистемах економічного потенціалу підприємства [1, с. 159].

Абалкін Л. і Фатхутдінов Р. під інноваційним потенціалом розуміють сукупну наявність ресурсів, що дають змогу підприємству займатися інноваційною діяльністю [12, с. 256].

Верба В. А. та Новікова І. В. вважають, що інноваційний потенціал проявляється через сукупність інноваційних ресурсів, що перебувають у взаємозв’язку, та чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності і підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому [2, с. 22]

Федулова Л. І. під інноваційним потенціалом розуміє міру готовності підприємства до виконання завдань, які забезпечать в майбутньому досягнення

поставленої інноваційної мети. Іншими словами, інноваційний потенціал − це міра готовності підприємства до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін [12, с. 30].

На думку Лапіна Є. В. та Краснокутської Н. С. інноваційний потенціал − це спроможність підприємства створювати нововведення власними силами або залучати їх ззовні, а також ефективність впровадження інновацій у практику господарської діяльності. Результатом реалізації інноваційного потенціалу вони вбачають: освоєння нової та модернізація продукції, що випускається; розроблення та впровадження у виробництво нових машин, обладнання, інструментів, нових конструкційних матеріалів; розроблення та впровадження у виробництво нових технологій та способів виробництва продукції; удосконалення та розроблення нових методів, засобів та правил організації та управління виробництвом [7, с. 125; 4, с. 55].

Виходячи з оцінки трактування сутності інноваційного потенціалу, можна зрозуміти, що думка переважної більшості авторів зосереджується на так званому ресурсному підході, згідно до якого під інноваційним потенціалом вони розуміють сукупність ресурсів або ж певні їх комбінації. Інші автори до загальної структури інноваційного потенціалу відносять такі його елементи, як організаційну, кадрову, виробничу, інтелектуальну, матеріально-технічну, фінансову та інформаційно-технологічну складові, тобто свої твердження ґрунтують на так званому структурному підході.

Крім того, дослідження показали, що інноваційний потенціал підприємства можна розглядати як інтегральну сукупність факторів, до яких відносяться: реальні ресурси підприємства; потенційно-можливі інноваційні ресурси, які можуть бути задіяні підприємством під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища; здатність та готовність підприємства формувати й ефективно використовувати дані ресурси; можливості для досягнення наміченої стратегії. Узагальнюючи, можна сказати, що інноваційний потенціал це – сукупність процесів, які мають відношення до провадження інноваційної діяльності як в поточному, так і в стратегічному

періодах, що вимагають залучення не тільки традиційних ресурсів, але й інноваційних, що в свою чергу забезпечує підприємству перехід на інноваційний шлях розвитку, і як результат створюється система нововведень або окремі інновації різного рівня, що дозволить наростити конкурентні переваги підприємства [5, с. 468].

Незалежно від того, чи існує єдина думка щодо трактування сутності інноваційного потенціалу, його складових та місця у загальному потенціалі підприємства, з впевненістю можна стверджувати, що високий рівень інноваційного потенціалу є засобом досягнення прибутку за умови створення та забезпечення ефективної системи управління. Відповідно це, в свою чергу, вимагає формування та впровадження чіткої концепції управління, що забезпечить досягнення системи цілей підприємства, у тому числі цілей управління інноваційним потенціалом.

Управління інноваційним потенціалом є складовою частиною інноваційного менеджменту та вирішує питання планування і реалізації інноваційних стратегій, що забезпечують сталий розвиток підприємства. Розробка інноваційних стратегій здійснюється на основі оцінки потенційних можливостей підприємства та його інноваційного потенціалу. Аналіз зовнішнього оточення підприємства дозволяє виявляти шанси й фактори ризику на ринку, а аналіз інноваційного потенціалу дозволяє оцінити ресурси підприємства з точки зору можливості їх використання для підприємства у разі прийняття стратегічних рішень [11, с. 56].

Система управління інноваційним потенціалом включає: об’єкт управління − інноваційний потенціал, суб’єкт управління − органи управління, у складі яких здійснюється прийняття інноваційних рішень. Основою системи управління потенціалом є забезпечення взаємодії об’єкта та суб’єкта управління, при якій досягається найбільша системна ефективність використання інновацій. Завдяки управлінським рішенням забезпечується формування локальних стратегій в рамках системної стратегії нововведень [3, с. 96].

Крім того, управління інноваційним потенціалом відбувається на основі постійного обміну інформацією та управлінських впливів на внутрішнє та зовнішнє середовище. Відповідно основні управлінські дії, спрямовані на забезпечення

відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім, мають включати наступне: стимулювання ініціативної творчої праці, активізацію науково-дослідної діяльності, розширення обсягів її фінансування, створення проектно-орієнтованих матричних структур управління та відповідних колективів, створення системи внутрішньовиробничого стимулювання науково-дослідної діяльності, освоєння методик проведення досліджень на комп'ютерних імітаційних моделях ринкових ситуацій та інші дії, які залежать від специфіки підприємства.

З метою забезпечення ефективних результатів системи управління інноваційним потенціалом підприємства потрібно в процесі її формування спиратись на такі основні принципи, а саме:

- системність, постійна взаємодія усіх структурних елементів системи управління;

- комплексність як взаємно обумовлений та пропорційно узгоджений розвиток системи; як єдине ціле, що забезпечує взаємозв'язок комплексу підсистем та елементів (ринкових, регулюючих та забезпечуючих механізмів), економічного механізму підприємства та ін.;

- ситуаційність, здатність виявлення, оцінки та врахування впливу внутрішніх чинників і зовнішнього середовища, можливих варіантів розвитку залежно від їх комбінації;

- гнучкість, здатність швидкого та адекватно реагувати на зміну ринкових можливостей та загроз;

- альтернативність, опрацювання та створення перспективних варіантів здійснення інноваційного розвитку в залежності від ситуації, що склалася на ринку.

Врахування перелічених принципів забезпечить адаптивність системи управління інноваційним розвитком у випадку зміни умов функціонування, що сприятиме виявленню та підвищенню результативності і ефективності використання внутрішніх резервів щодо можливості впровадження інновацій.

Поряд з принципами, на яких повинна базуватися система управління, для забезпечення прискореного формування та розвитку інноваційного потенціалу

підприємства необхідним є залучення ефективного механізму управління, що забезпечує формування та реалізацію такого варіанту розвитку, який забезпечить найкращі кінцеві результати (рис. 1).

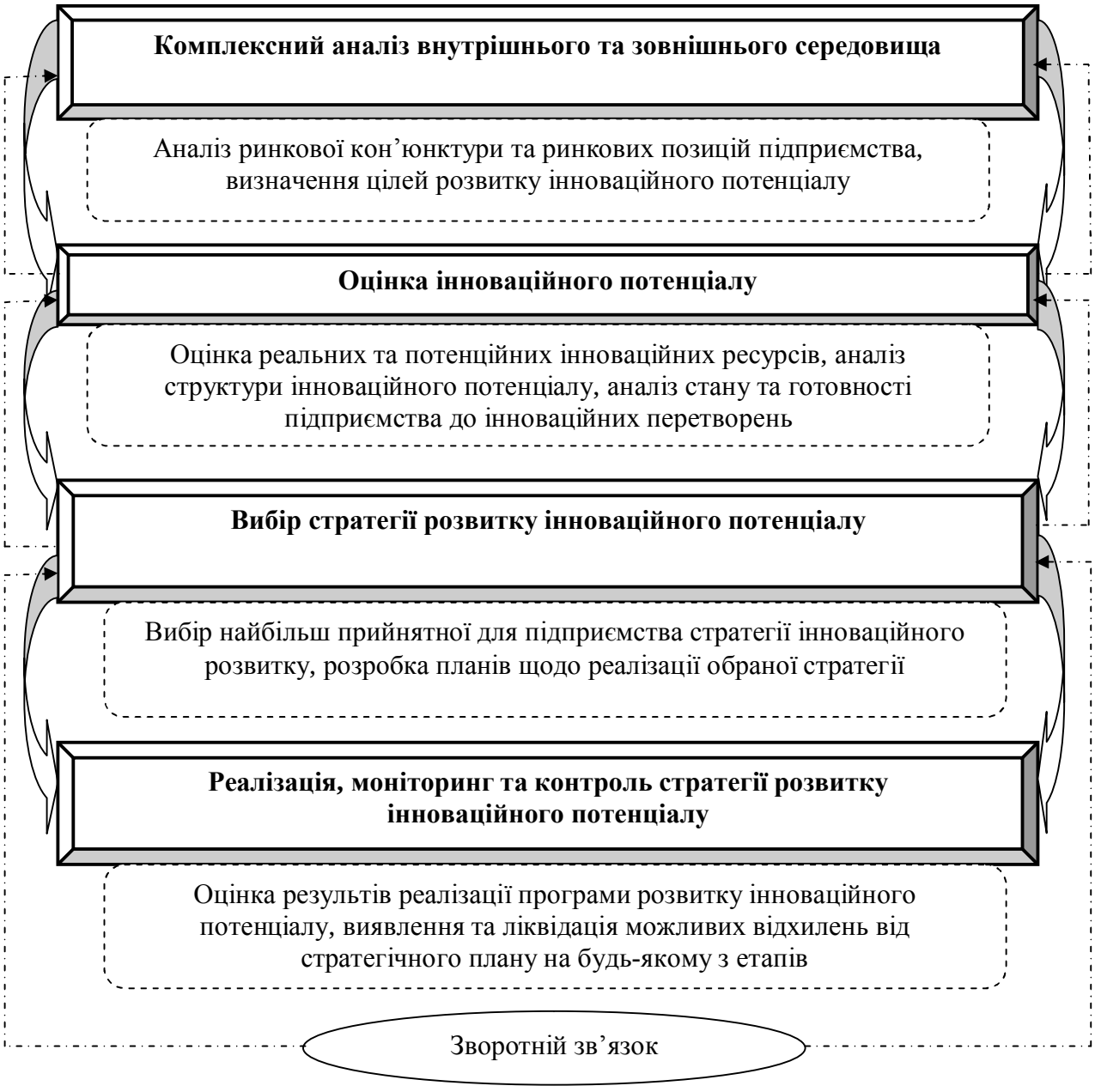

Рис. 1. Етапи управління інноваційним потенціалом підприємства

Вихідним моментом при формуванні системи управління інноваційним потенціалом на підприємстві може слугувати комплексний аналіз стану внутрішнього та зовнішнього середовища. Оскільки розкриття інноваційного потенціалу наштовхується на подолання зовнішніх бар'єрів, відповідно на цьому етапі

підприємству необхідно здійснити дослідження загального стану ринку (інноваційного клімату) з метою виявлення можливостей та загроз в макро- та мікроекономічному оточенні.

Інноваційний клімат проявляється через вплив великої кількості чинників, що впливають на інноваційний потенціал підприємства, до яких можна віднести: можливості для виробництва нових або поліпшених видів продукції; можливості для зміни соціальних відносин на підприємстві (кадрові інновації); можливості для розробки нових методів управління (управлінські інновації); можливості для створення нових механізмів просування продукції на ринок (ринкові інновації); можливості придбання ноу-хау, патентів; законодавчу базу, ставки рефінансування, пільгове оподатковування; взаємодію влади й бізнесу; практику комерціалізації технологій тощо [15, с. 35].

Щодо впливу на інноваційний потенціал внутрішніх чинників, слід зазначити, що процеси управління інноваційною діяльністю значно залежать від інноваційної культури підприємства, а саме від сприйнятливості організації до нововведень, досвіду впровадження нових проектів, політики менеджменту в області інновацій, відношення персоналу до інновацій [15, с. 35].

На основі аналізу стану внутрішнього та зовнішнього середовища менеджмент підприємства визначає цілі розвитку інноваційного потенціалу. При цьому інноваційні цілі повинні мобілізувати та мотивувати персонал організації на здійснення умов для забезпечення інноваційного розвитку.

На наступному етапі варто здійснити оцінку інноваційного потенціалу. Зокрема, оцінюються реальні та потенційні інноваційні ресурси, аналізуються структура інноваційного потенціалу, стан і готовність підприємства до інноваційних перетворень, виявляється ступінь використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства, здійснюється оцінка рівня інноваційної активності підприємства, формуються пропозиції щодо формування інноваційної стратегії підприємства.

На основі аналізу інноваційного клімату та оцінки інноваційного потенціалу підприємства здійснюється вибір найбільш прийнятної для підприємства стратегії інноваційного розвитку.

Вибір стратегії є запорукою успіху для формування та використання інноваційного потенціалу підприємства. В умовах трансформаційної економіки, яка характеризується зростаючою конкуренцією та постійним підвищенням агресивності зовнішнього оточення, підприємство може у будь-який момент опинитися в критичній ситуації, якщо не зуміє вчасно передбачати обставини, що змінилися, та адекватно на них відреагувати.

Інноваційна стратегія є засобом досягнення перспективних цілей на основі визначення пріоритетів формування та використання інноваційного потенціалу. В цілому, в основі розробки стратегії розвитку інноваційного потенціалу повинні знаходитись стратегічні управлінські рішення, які: орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища; пов'язані з залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу; характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до ринкових умов; враховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники. Поряд з цим, слід пам'ятати, що ключову роль у виборі стратегії розвитку інноваційного потенціалу відіграє вищий рівень керівництва, який відповідає за вибір правильних стратегічних пріоритетів. При цьому необхідно розуміти, що стратегія повинна бути як реактивною, тобто допомагати керівникам адаптувати інноваційний розвиток підприємств до зовнішніх змін, так і проактивною, тобто спрямовувати дії у потрібному напрямі.

Після цього розпочинається процес реалізації стратегії розвитку інноваційного потенціалу, який у свою чергу передбачає не лише організацію реалізації стратегії, але і її практичну оцінку, контроль за виконанням, а також зворотній зв'язок у випадку, якщо виявляються помилки, недоопрацювання у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок

передбачає часткові зміни місії та цілей, якщо вони виявилися до певної міри нереальними.

Наведена схема дозволяє структурувати процес управління інноваційним потенціалом і виділити необхідні його елементи, які потребують подальшого дослідження та аналізу в процесі вибору інноваційної стратегії розвитку підприємства. Варто пам'ятати, що інноваційний розвиток у сучасних умовах становлення національної економіки характеризується специфічними особливостями, що спричинені міжнародними конфліктами, наслідками гібридної війни, що обумовлює, як наслідок, формування численних моделей систем управління у кожній конкретній ситуації. Вибір тієї чи іншої моделі залежить від умов діяльності підприємства, його конкурентного становища на ринку, наявності та сформованості інноваційного потенціалу.

Сучасні умови, що характеризуються розширенням глобалізаційних процесів, застосуванням новітніх методів передачі інформації та євроінтеграції, сприяють економічному розвитку за рахунок залучення до інноваційних процесів більш стабільних та інноваційно-підготовлених підприємств, інтеграції учасників інновацій у рамках міжнародної кооперації, застосування інтернет-технологій, використання світових досягнень. Проте, інноваційна політика повинна відповідати рівню розвитку національної економіки та враховувати її особливості, оскільки необґрунтоване копіювання політики успішних країн скоріш за все призведе до неефективного використання ресурсів.

Узагальнюючи викладений матеріал, можна зробити висновок, що в умовах ринкової конкуренції для того, щоб протистояти змінам та підвищити конкурентний статус на ринку, керівникам (менеджерам) підприємств необхідно чітко розуміти суть та елементи інноваційного потенціалу. Крім того, формування виваженої стратегії розвитку інноваційного потенціалу підприємства дозволяє йому збільшувати обсяги виробництва, товарооборот, прибутки, а також

зміцнювати свої конкурентні позиції на ринку, нарощувати фінансовий капітал. Стратегія управління інноваційним потенціалом повинна стати невід'ємною складовою загальної стратегії управління розвитком підприємства, а питання вибору та оцінки інноваційних стратегій має посісти ключове місце в процесі вирішення проблем стратегічного розвитку підприємства.

При цьому, дослідження показують, що інноваційна активність сучасних підприємств залежить не тільки від його безпосередніх можливостей, але і від масштабу державного регулювання у сфері реалізації інноваційної моделі розвитку національної економіки. Відповідно, з боку держави для активізації інноваційної активності сучасних суб'єктів господарювання необхідно здійснювати заходи, що полягають в наступному: стимулювання взаємодії малих венчурних підприємств з середніми та великими підприємствами, що забезпечить консолідацію фінансових ресурсів, можливість отримання консультацій з питань організації виробництва, фінансів, управління персоналом, ресурсами та ін.; вдосконалення нормативно-правової бази, яка регулює впровадження інновацій на підприємствах; запровадження системи пільгових кредитів та митних пільг відносно суб'єктів наукової діяльності, які реалізують нову продукцію, нову техніку на ринку, але за умови, що прибуток буде реінвестовано в розвиток інноваційної інфраструктури; розвиток трансферу технологій, що передбачає передачу навичок, знань, технологій, методів виробництва, зразків виробництва між урядами та іншими установами.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Верба В. А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В. А. Верба, І. В. Новікова // Проблеми науки. – 2003. – № 4. – С. 22–31.
3. Герасимов К. Б. Инновационный потенциал управления операциями организации: моногр. / К. Б. Герасимов. – Самара : МАКУ, ПДЗ, САГМУ, 2010. – 216 с.
4. Краснокутська П. Е. Дефініція поняття «потенціал підприємства» в контексті розвитку мікроекономічної теорії / П. Е. Краснокутська // Вісник КНТЕУ. – 2008. – № 5. – С. 54–64.

5. Кузьмак О. І. Управління інноваційним потенціалом підприємства [Електронний ресурс] / О. І. Кузьмак // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове фахове видання. – М. : Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, 2015. – Вип. 5. – С. 467–470. – Режим доступу : http://global-national.in.ua/issue-5-2015.
6. Кузьминчук Н. В. Інноваційний розвиток як складова формування конкурентоспроможності промислового підприємства: теоретичний аспект / Н. В. Кузьминчук // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. «Економіка». – Ужгород, 2014. – Вип. 2 (43). – С. 11–16.
7. Лапін Е. В. Экономический потенциал предприятия : моногр. / Е. В. Лапін. – Суми : ИТД «Университетская книга», 2002. – 335 с.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2014 році Державний комітет статистики України. – К. : Держ. ком. статистики України, 2015. – 255 с.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2015 році Державний комітет статистики України. – К. : Держ. ком. статистики України, 2016. – 257 с.
10. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2016 році Державний комітет статистики України. – К. : Держ. ком. статистики України, 2017. – 314 с.
11. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч.-метод. посіб. / І. А. Павленко, Н. П. Гончарова, Г. О. Швиданенко. – К. : КНЕУ, 2002. – 150 с.
12. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития : моногр. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Стандарты и качество, 2009. − 464 с.
13. Федулова Л. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення [Електронний ресурс] / Л. Федулова // Економічна теорія. – 2013. – №2. – С. 28–45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_2_4.
14. Global Innovation Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.globalinnovationindex.org/ analysis-indicator
15. Гречан А. П. Теоретичні засади визначення інноваційного потенціалу підприємства / А. П. Гречан // Економіка та держава. – 2005. – №7. – С. 34–37.

І. Є. Максютенко

МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ВІДПОВІДНОСТІ ОСНОВНИХ ФОНДІВ СУБ'ЄКТІВ АТ ВИМОГАМ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВІАТРАНСПОРТНОГО ПРОЦЕСУ

Актуальність проблеми дослідження полягає в необхідності підвищення ефективності здійснення авіаційного процесу шляхом взаємодії різних суб'єктів господарювання, що використовують певні технології інформаційно-телекомунікаційного забезпечення.

Сучасний стан авіаційної галузі України характеризується тим, що обсяги перевезень суттєво зменшуються, в тому числі катастрофічно зменшуються транзитні авіаційні перевезення. Авіакомпанії, які функціонують в Україні, з метою уникнення збитків від зменшення авіаперевезень віддають перевагу не кількості, а якості авіапослуг, тобто намагаються використати більш ефективну авіаційну техніку, прагнуть сертифікувати для експлуатації в Україні нові типи повітряних суден. Проте не всі існуючі виробничі потужності аеропортів, та в деяких випадках державного підприємства з обслуговування повітряного руху (Украероруху), мають технічні можливості для взаємодії з такою технікою.

Аналіз останніх наукових досліджень показав, що теоретичні засади з проблематики ефективного використання основних засобів підприємств висвітлили у своїх дослідженнях такі українські економісти, як: Т. А. Городня, Т. В. Савицька, І. В. Ковальчук, Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній, Л. І. Шваб, А. В. Череп [3], А. А. Клименко [4]. Аналіз статистичних даних щодо ефективності використання основних фондів авіапідприємствами показав, що існують проблеми фізичного, а в більшому ступені і морального зносу основних фондів, що залучені в процес інформаційно-телекомунікаційного забезпечення [7].

Мета дослідження − розробити методологію визначення відповідності основних фондів суб'єктів АТ вимогам інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортного процесу.

Виходячи з того, що авіатранспортний процес за своєю сутністю є послугою, а виробничі фонди використовуються для її надання, необхідно адаптувати існуючі конкретні показники ефективності використання основних виробничих фондів різних суб'єктів господарювання до вимог оцінки ефективного інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортних процесів. При цьому необхідно пам'ятати про те, що учасники авіатранспортного процесу різним чином класифікують основні засоби, пов'язані з забезпеченням телекомунікаційних процесів. Так, для Украероруху основними засобами є будівлі та споруди, навігаційне й офісне обладнання, що підтримує програмне забезпечення процесів навігації, зв'язку та спостереження. Для повітряних суден (ПС) до таких основних засобів відносять авіоніку повітряного судна, однак вона не може бути відокремлена від самого повітряного судна, на відміну від того, що окремо можуть бути оцінені планер та двигуни. Для летовищ основні засоби − це ті, які характеризують якість та кількість навігаційного-зв'язкового обладнання, що існує у розпорядженні аеропорту. Проте всі вони не можуть бути відокремлені для оцінки їх ефективності при участі у інформаційно-телекомунікаційному процесі, що обслуговує авіаперевезення.

Для Украероруху конкретні показники можна сформувати, виходячи з наступних даних.

Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання розрахуємо, виходячи з загальної кількості польотів ($Р_{заг}$), що були обслуговані підприємством за певний період (у даному випадку за рік, вихідні дані табл. 1), відповідно до інтенсивності повітряного руху за кількістю польотів на добу ($Р_{факт}$) (табл. 2).

$$К_{інт} = \frac{Р_{факт}}{Р_{заг}}. \quad (1)$$

Для 2016 року отримаємо:

$$К_{інт} = \frac{\frac{16*30+18*8+5*18}{4} * 365}{214262} = 0{,}30.$$

Коефіцієнт екстенсивного використання обладнання пов'язаний з фондом робочого часу і визначається за формулою:

$$К_{екст} = \frac{Т_{факт}}{Т_{заг}} = 1. \quad (2)$$

Таблиця 1

Динаміка повітряного руху України 1993–2016 рр. [7]

Рік	Кількість польотів	Приріст, %	Рік	Кількість польотів	Приріст, %
1993	121 500	8,42	2005	312 053	10,50
1994	132 577	9,10	2006	351 118	12,50
1995	159 100	20,00	2007	385 055	9,70
1996	163 356	2,70	2008	419 456	8,90
1997	163 987	0,40	2009	397 092	−5,30
1998	158 466	−3,30	2010	457 445	15,20
1999	159 514	0,70	2011	484 266	5,90
2000	163 922	2,80	2012	500 590	3,4
2001	169 241	3,20	2013	534 581	6,8
2002	191 540	13,20	2014	347 605	−35,0
2003	234 120	22,20	2015	234 861	−32,4
2004	282 441	20,60	2016	214 262	−8,8

Виходячи з того, що аеронавігаційне обладнання функціонує безперервно, то для ДП Украероруx даний показник приймаємо за одиницю.

Таблиця 2

Вихідні дані для узагальнення оцінки інтенсивності повітряного руху за кількістю польотів на добу [7]

Період	Кількість польотів за добу			
	> 50	**11–49**	**6–10**	**< 5**
2006	1	22	13	24
2007	1	22	28	18
2008	1	27	18	27
2009	1	29	24	27
2010	1	31	21	31
2011	1	27	21	49
2012	1	34	26	41
2013	1	40	35	35
2014	–	20	26	36
2015	–	17	16	14
2016	–	16	18	18

Відповідно коефіцієнт інтегрального використання обладнання, що характеризує ступінь завантаження виробничого обладнання згідно його продуктивності і часу роботи, буде розраховуватися за формулою:

$$К_{інтегр} = К_{інт} \times К_{екст}. \quad (3)$$

Резерв виробничої потужності показує, на скільки можна підвищити ефективність використання виробничого обладнання відповідно до умов його використання за продуктивністю та часом, і розраховується за формулою:

$$R_{\text{п}} = 1 - \text{к}_{\text{інтегр}}. \quad (4)$$

Для 2016 року резерв виробничої потужності складе:

$$\text{R}_{\text{п}} = 1 - 0{,}30 = 0{,}70,$$

тобто 70 % існуючих виробничих потужностей.

Коефіцієнт змінності роботи устаткування показує, як використовується парк наявного на підприємстві обладнання. Для ДП Украероруху пропонується здійснювати розрахунок за наступною формулою:

$$\text{к}_{\text{зм}} = \frac{N}{N_{max}}, \quad (5)$$

де N – загальна кількість польотів, що були обслуговані,

N_{max} – кількість польотів з максимальною інтенсивністю за добу.

Для 2016 року коефіцієнт змінності роботи устаткування складе:

$$\text{к}_{\text{зм}} = \frac{214262}{(18 * 8 + 5 * 18)/2 * 365} = 5{,}01.$$

Напруженість використання обладнання, що показує кількість виробленого продукту, яка припадає на одиницю виробничого обладнання, розрахуємо за формулою:

$$\mu = \frac{N}{\text{M}}, \quad (6)$$

де N – загальна кількість польотів, що були обслуговані,

M – середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн (табл. 3).

Для 2016 року даний показник складає:

$$\mu = \frac{214262}{4353990} = 4{,}9,$$

тобто близько 5 польотів приходяться на 1 тис. грн вартості основних фондів підприємства.

Напруженість використання виробничих площ для Украероруху визначати недоцільно, адже вони не впливають на ефективність здійснення інформаційно-телекомунікаційних процесів.

Таблиця 3

Основні узагальнюючі показники ефективності використання основних фондів ДП «Украероруx»

Показник		Будівлі та споруди	Навігаційне обладнання	Офісне та інше обладнання	Всього
Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн	2013	836 601	1 785 034	198 910	3 620 452
	2014	1 118 526	1 754 336	265 537	4 005 883
	2015	1 331 752	1 833 581	265 739,5	4 296 139
	2016	1 342 224	1 823 847	269 078,5	4 353 990
Рентабельність	2013	0,450	0,211	1,892	0,104
	2014	0,439	0,280	1,849	0,123
	2015	0,222	0,162	1,115	0,069
	2016	0,198	0,146	0,987	0,061
Коефіцієнт введення основних виробничих фондів	2013	0,232	0,202	0,499	0,398
	2014	0,121	0,021	0,008	0,122
Коефіцієнт вибуття основних виробничих фондів	2013	0,0008169	0,17354	0,00149	0,09517
	2014	7,858E-06	0,00108	0,00978	0,00119
	2015	1,22E-05	0,00291	0,00652	0,00202
	2016	0,00111	0,00095	0,00644	0,01157

Джерело: розраховано автором.

Аналіз діяльності ДП Украероруx протягом 2014–2016 рр. дозволив скласти таблицю з оцінки ефективності використання основних фондів підприємства за конкретними показниками (табл. 4).

Таким чином, отримані в табл. 4 дані свідчать про те, що якісний склад основних фондів ДП Украероруx істотно змінюється у відповідності до техніко-технологічних характеристик ПС, що обслуговуються.

Для аеропортів конкретну ефективність використання основних виробничих фондів можна розраховувати таким чином.

Таблиця 4

Оцінка ефективності використання основних фондів ДП Украероруx за конкретними показниками 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	2016
Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання, $К_{інт}$	0,26	0,28	0,3
Коефіцієнт інтегрального використання обладнання, $К_{інтегр}$	0,26	0,28	0,3
Резерв виробничої потужності, R	0,74	0,72	0,7
Коефіцієнт змінності роботи устаткування, $К_{зм}$	5,3	1,3	5,01
Напруженість використання устаткування, μ	8,6	5,4	4,9

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт інтенсивного використання аеропорту:

$$К_{інт}^{ап} = \frac{N_{факт}}{\sum_1^n F \times n}, \quad (7)$$

де $N_{факт}$ – фактична кількість рейсів, що були обслуговані аеропортом;

n – кількість ПС, що обслуговані аеропортом;

F – клас ПС, згідно табл. 5, що пов'язаний з класом аеродрому, здатним прийняти дане повітряне судно. В даному випадку доцільно показнику F призначити відповідні вагові коефіцієнти.

Таблиця 5

Класифікація ПС [8]

Клас	Вага	Ваговий коефіцієнт (F)	Приклад
позакласові	-	1	Ан-124, Ан-225, А-380
1	75 т і більше	0,75	Ту-154, Іл-62, Іл-76
2	від 30 до 75 т	0,5	Ан-12, Як-42, Ту-134
3	від 10 до 30 т	0,25	Ан-24, Ан-26, Ан-72, Ан-140, Іл-114, Як-40
4	до 10 т	0,05	Ан-2, Ан-3Т, Ан-28, Ан-38, Л-410, М-101Т

Коефіцієнт екстенсивного використання обладнання аеропорту доцільно розраховувати за формулою:

$$К_{екст}^{ап} = \frac{365 \times T_{факт}}{8760}, \quad (8)$$

де $T_{факт}$ – фактичний час роботи аеропорту за добу, що визначається класом аеродрому.

На основі отриманих даних можна визначити коефіцієнт інтегрального використання обладнання і резерв виробничої потужності.

Коефіцієнт змінності роботи устаткування аеропорту можна розрахувати за формулою:

$$К_{зм}^{ап} = \frac{N}{N_{max}}, \quad (9)$$

де N – загальна кількість польотів, що були обслуговані аеропортом,

N_{max} – максимальна кількість польотів обслуговуваних на добу.

Напруженість використання обладнання аеропорту:

$$\mu^{ап} = \frac{N}{\bar{M}}, \quad (10)$$

де М − середньорічна вартість основних виробничих фондів аеропорту, тис. грн.

Для аеропортів також доцільно визначати напруженість використання виробничих площ, яка показує, яку кількість польотів (рейсів) в натуральному відтворенні можна здійснити на одиниці загальної площі (S):

$$\mu_{пл} = \frac{N}{s}. \tag{11}$$

Для повітряних суден конкретні показники ефективності використання основних виробничих фондів пропонується розраховувати наступним чином.

Коефіцієнт інтенсивного використання ПС визначається за формулою:

$$К_{інт}^{ПС} = \frac{Н_{факт}}{Н_{факт} - (Н_{ТО\ пл} + Н_{ТОдв} + Н_{ТО\ РЕО})/3}, \tag{12}$$

де $Н_{факт}$ – фактичний наліт годин повітряного судна за визначений період часу,

$Н_{ТОпл}$ – гарантована кількість годин нальоту планера ПС до настання планового технічного обслуговування,

$Н_{ТОдв}$ − гарантована кількість годин нальоту двигуна ПС до настання планового технічного обслуговування,

$Н_{ТОРЕО}$ – гарантована кількість годин нальоту авіоніки та радіоелектронного обладнання ПС до настання планового технічного обслуговування.

Коефіцієнт екстенсивного використання обладнання ПС розраховується за формулою:

$$К_{екст}^{ПС} = \frac{\sum N \times t_n}{(Н_{ТО\ пл} + Н_{ТОдв} + Н_{ТО\ РЕО})/3}, \tag{13}$$

де N – кількість виконаних рейсів,

t_n – тривалість польоту, годин.

В результаті отримаємо коефіцієнт інтегрального використання обладнання та зможемо визначити резерв виробничої потужності.

Коефіцієнт змінності роботи устаткування ПС пропонується розраховувати у відповідності до «Правил визначення робочого часу та часу відпочинку екіпажів повітряних суден цивільної авіації України» від 17.03.2015 р. [9], що передбачають максимальний наліт годин екіпажу за добу – 20 годин, за формулою:

$$К_{зм}^{ПС} = \frac{Н_{доб}}{20}. \tag{14}$$

Напруженість використання обладнання:

$$\mu^{\text{ПС}} = \frac{\text{Н}_{\text{факт}}}{\bar{\text{М}}}, \tag{15}$$

де М − середньорічна вартість основних виробничих фондів авіакомпанії, тис. грн.

Відповідністю основних фондів Укравероруху можна вважати їх здатність повноцінно забезпечувати інформацією авіатранспортний процес, тобто $R_{\text{п}} = 0$.

Відповідністю ПС з точки зору інформаційно-телекомунікаційного забезпечення можна вважати можливість позиціонувати себе у повітряному просторі у будь-який момент часу та виконувати зліт-посадку на будь-якому аеродромі пункту призначення. Тобто клас аеродрому має відповідати класу повітряного судна, а отже:

$$\sum \text{N} = \frac{((\text{Н}_{\text{ТО пл}} + \text{Н}_{\text{ТОдв}} + \text{Н}_{\text{ТО РЕО}})/3) * \sum \text{t}}{\text{К}_{\text{екст}}^{\text{ПС}}}. \tag{16}$$

Тобто, сумарна кількість виконаних ПС польотів має забезпечувати максимальне завантаження виробничого обладнання протягом календарного фонду робочого часу.

Відповідність аеропорту з точки зору інформаційно-телекомунікаційного забезпечення характеризується наявністю такого навігаційного та світлосигнального обладнання, яке дасть можливість обслужити максимальну кількість ПС в одиницю часу, тобто:

$$\text{К}_{\text{інт}}^{\text{ап}} \Rightarrow max = \frac{\text{N}_{\text{факт}}}{n \times F_{\text{нв}}}. \tag{17}$$

Тут необхідно, аби кількість польотів, що обслуговуються аеропортом, прагнула до максимуму; і це буде забезпечуватися у тому випадку, якщо аеропорт зможе обслужити найбільшу кількість польотів, що здійснені повітряними суднами найвищого класу (згідно табл. 5): тобто якщо аеропорт має змогу приймати ПС першого класу, то зможе обслужити ПС і нижчого класу.

Таким чином, в процесі оцінки основних фондів авіапідприємств, що беруть участь у інформаційно-телекомунікаційному забезпеченні авіатранспортного процесу, згідно запропонованої методики визначена відповідність основних кількісних показників експлуатації обладнання їх якісному застосуванню. В результаті використання методики існує можливість:

- визначення резервів виробничої потужності авіапідприємств в залежності від характеру їх взаємодії;

- визначення напрямів та обсягів модернізації або оновлення засобів з інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортного процесу;

- аналізу стану відповідності основних фондів авіапідприємств основним вимогам забезпечення безперервності авіатранспортного процесу;

- визначення складових основних фондів, що мають бути оновлені в процесі модернізації;

- здійснити прогнозування обсягів авіаперевезень як за окремими суб'єктами господарювання, так і в цілому за галуззю.

На основі розробленої методики можливе обґрунтування необхідності впровадження інноваційного-інвестиційного механізму оновлення інформаційно-телекомунікаційних засобів на АТ та його розробка.

Список використаних джерел:

1. Білиця Ю. В. Резерви підвищення ефективності використання основних фондів підприємства / Ю. В. Білиця, А. В. Шульга // Зб. наук. праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту». − 2012. − Вип. 4. − С. 87.
2. Гетьман, О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. − 2-ге вид. − К. : Центр учбової літератури, 2010. − 488 с.
3. Череп, А. В. Ефективність використання основних фондів підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Череп, А. А. Клименко. − Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_6/files/ekon_06_09_43_Cherep_Kli menko.pdf.
4. Онищенко В. Оцінка основних фондів. [Електронний ресурс] / В. Онищенко. − Режим доступу : https://www.golovbukh.ua/article/7102-otsnka-osnovnih-fon
5. Про затвердження Правил сертифікації цивільних аеродромів України, наказ Державіаслужби України від 25.10.2005 № 796: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1357-05

6. Про затвердження Правил сертифікації аеропортів: наказ від 13.06.2006 № 407 Міністерства транспорту і зв'язку України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0740-06
7. Офіційний сайт ДП «Украероруx»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uksatse.ua/ index.php?act=Part&CODE=229
8. Повітряний кодекс України 19.05.2011: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/go/3393-17
9. Правила визначення робочого часу та часу відпочинку екіпажів повітряних суден цивільної авіації України від 17.03.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/go/z0390-02

РОЗДІЛ 7

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ

Л. М. Дебунов, О. Г. Яковенко

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

Кожне підприємство, діяльність якого спрямована на максимізацію прибутку, розв'язує задачу оптимального використання фінансових ресурсів. При цьому, з одного боку, економічні суб'єкти зацікавлені у прискоренні зростання прибутку, що може досягатися додатковим стороннім фінансуванням і збільшенням фінансових ризиків. З іншого боку, збільшення фінансової віддачі супроводжується зростанням загрози неспроможності вчасного погашення боргів компанії, тобто банкрутства. Існує велика кількість фінансових показників, метою яких є аналіз фінансового стану компанії з метою виявлення суттєвих відхилень у структурі звітних даних від загальноприйнятих норм. Більшість з таких показників є відносними, що обумовлено великою розбіжністю масштабів різних підприємств, а отже і величин абсолютних даних. Таким чином, при оцінці фінансового стану підприємства завжди залишається можливість упущення аналітиком важливих закономірностей, що можуть свідчити про загрозу банкрутства або про можливість збільшення ефективності використання фінансових ресурсів.

Враховуючи складність та неоднозначність поняття «фінансова стійкість», що є важливою характеристикою фінансового стану, побудова економіко-математичної моделі прогнозування банкрутства є важливим завданням.

Актуальність проблеми систем управління фінансовим станом підприємства при застосуванні економіко-математичного моделювання визначена необхідністю

проведення швидкого й точного фінансового аналізу підприємств, з виключенням фактору суб'єктивності аналітика. Саме в наш час має бути вирішена ця проблема, оскільки розвиток інформаційних технологій не тільки дає нам можливість програмної реалізації такої моделі, але й вимагає її створення, що обумовлено прискореним зростанням потоку інформації.

Питаннями оцінки й управління фінансовим станом підприємства займались: Е. Альтман, К. Беерман, Дж. Таффлер, Г. Тішоу, Г. В. Давидова, О. Ю. Бєліков, Т. В. Гринько, О. О. Терещенко, А. В. Матвійчук, А. М. Поддьоргін, Л. Д. Буряк, О. Г. Яковенко, Г. Г. Нам, А. М. Павліковський, О. В. Павловська, В. З. Потій, А. П. Куліш, Н. П. Шульга, С. А. Булгакова, В. П. Савчук, Н. Горицька, Г. Н. Степанова, А. В. Ліненко, Т. О. Сніжко.

В умовах коливань ділової активності в ринковій економіці [7], що носять періодичний, але нерегулярний характер, а також загроз виникнення криз [8], виникає необхідність точного та надійного діагностування підприємств на предмет фінансової стійкості. Неможливо не звернути увагу й на циклічність економічної активності, що пов'язана з внутрішніми (ендогенними) факторами (такими, як споживання або інвестиції) [21], які впливають на структуру фінансової звітності та мали б описуватися в динаміці, але досить нечасто враховуються в звичайному фінансовому аналізі.

Питання оцінки фінансової ефективності може стосуватися багатьох видів економічної діяльності та сприйматися по-різному. Предмет даної роботи передбачає спрямованість саме на фінанси приватних підприємств, що мають циклічну операційну діяльність, спрямовані на отримання прибутку та довгострокову активність. Слід окремо розглядати державні фінанси, банківський сектор, страховий ринок, некомерційні організації, фінанси в проектній діяльності та ін. Так, в статті Навроцького Р. Л. [15] запропоновано економіко-математичну динамічну модель оптимізації інвестицій, що вкладені в декілька проектів. В результаті використання моделі було отримано оптимальний поквартальний розподіл фінансових ресурсів між двома проектами. Але слід зазначити, що така модель може бути здебільшого

використана в проектному менеджменті, зважаючи на те, що проект відрізняться від операційної діяльності тим, що має визначену точку завершення в часі.

У статті Кравченко О. О. та Кулінської К. А. [9] було досліджено проблему оцінки ефективності фінансової моделі, яка склалася на підприємстві, та запропоновано підхід до планування основних її параметрів. Провівши аналіз підходів щодо трактування терміну «фінансова модель підприємства», автори визначили фінансову модель як «набір взаємопов'язаних показників, що характеризують діяльність підприємства, метою якої є забезпечення можливості миттєвої оцінки впливу тих чи інших змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства на його фінансовий стан і результати діяльності». В статті зазначено, що для вирішення поставлених перед фінансовою моделлю задач слід використовувати дані статичного фінансового звіту у вигляді балансу, а також динамічного звіту, що відображає постійне генерування грошових притоків та відтоків. На основі цих двох звітів пропонується побудова двох різновидів фінансової моделі. Також говориться про те, що планування параметрів фінансової моделі передбачає розробку бюджету доходів і витрат, бюджету руху грошових коштів і прогнозного балансу.

В статті запропоновано використовувати «Методику інтегральної оцінки інвесиційної привабливості підприємств та організацій», в якій активи поділяються на 4 групи в залежності від швидкості конвертації їх у грошові кошти: 1) найбільш ліквідні активи (А1); 2) активи, що швидко реалізуються (А2); 3) активи, що повільно реалізуються (А3); 4) активи, що важко реалізуються (А4). Пасиви також розділяють на 4 групи: 1) найбільш строкові пасиви (П1); 2) короткострокові пасиви (П2); 3) довгострокові пасиви (П3); 4) постійні пасиви (П4).

Наголошено, що баланс можна вважати абсолютно ліквідним при:

$$А1 \geq П1,\ А2 \geq П2,\ А3 \geq П3,\ А4 \leq П4. \quad (1)$$

Також, посилаючись на статті Поршнева Г. А. [17] та інших авторів, пропонується використовувати загальний показник ліквідності балансу:

$$Kz = (А1 + 0{,}5 \times А2 + 0{,}3 \times А3) / (П1 + 0{,}5 \times П2 + 0Б3 \times П3). \quad (2)$$

У висновку наголошується, що запропонований підхід характеризується певною статичністю та підходить для короткострокового фінансового планування.

Для побудови довгострокових фінансових моделей підприємств пропонується використання сценарного підходу.

Стаття Вершигори В. Г. [4] розкриває принцип побудови математичної моделі ефективної фінансової стратегії стабільності підприємства як механізму оцінки фінансових стратегій та вибору найбільш ефективної з них.

Даючи визначення поняттю «фінансова стратегія», автор посилається на статтю Линенко А. В. та Сніжко Т. О. [10] і наводить наступне: «Фінансова стратегія включає в себе методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання. Вона охоплює всі форми фінансової діяльності підприємства: оптимізацію основних засобів та обігових коштів, формування й розподілу прибутку, грошові розрахунки, інвестиційну політику». Автор звертає увагу на те, що не дивлячись на достатньо широке коло вчених, які займалися питанням фінансової ефективності, відсутні будь-які економіко-математичні моделі ефективної фінансової стабільності підприємств.

З огляду на зламоподібний характер розвитку української економіки [6], а також умисне декларування українськими підприємствами збитків [14] в бухгалтерській звітності з метою оптимізації оподаткування, перераховані вище моделі мають низьку здатність до визначення реального фінансового стану підприємства.

Крім того, проведені з цього питання дослідження [13; 16; 19] показують, що коефіцієнти дискримінантних моделей можуть з часом змінюватися. Виходячи з цього, побудована одного разу на ретроспективних даних дискримінантна модель не може використовуватися тривалий час, оскільки вже через рік її ефективність може істотно знизитися.

Перелічені недоліки є вагомою причиною відмови від широкого використання математичних моделей для оцінки фінансового стану на практиці. Тож наразі підприємства використовують звичні підходи, що застосовуються фінансовими аналітиками, про недоліки яких сказано вище. Тим не менш, відмова від залучення експертного досвіду аналітика при оцінці фінансової картини компанії може суттєво вплинути на адекватність фінального вердикту, що виноситься.

Метою даної роботи є розробка математичної моделі системи управління фінансовим станом підприємства.

Для розв’язання цієї задачі було обрано інструментарій штучних нейронних мереж. Штучна нейронна мережа являє собою математичну модель, прототипом якої є будова та робота біологічної мережі нервових клітин, при цьому вона реалізується програмно або апаратно [3].

Сучасні штучні нейронні мережі (далі нейронні мережі − НМ) найчастіше створюються для розв’язання якої-небудь конкретної задачі. Найбільш поширені нейронні мережі, які використовуються для вирішення задач з класифікації, прогнозування та управління.

Основною складовою нейронних мереж є штучний нейрон, який являє собою обчислювальну одиницю, що одержує дані ззовні або від інших нейронів. Над даними проводяться прості обчислення, після чого вони передаються далі в наступні нейрони або виводяться як кінцевий результат роботи мережі [11].

Нейронна мережа, яка розглядається в даній роботі (рис. 1), включає в себе три шари, серед яких маємо вхідний шар, прихований шар і вихідний шар. Вхідний шар служить для введення зовнішніх даних, які передаються на наступні шари. Прихованих шарів може бути декілька, у них відбувається обробка інформації. Останній шар (вихідний) слугує для відображення кінцевого результату в необхідному вигляді. Крім того, НМ містить нейронні зв'язки, роль яких полягає в відображенні важливості сигналу, прийнятого від конкретного нейрона до попереднього шару.

Нейронні мережі можуть мати будь-яку кількість нейронів і прихованих шарів [3]. Зв'язки можуть встановлюватися між будь-якими нейронами шарів, що знаходяться поруч. На практиці найчастіше використовується архітектура, при якій всі нейрони шару пов'язані з кожним нейроном попереднього шару (як на рис. 1).

На першому шарі обчислення не відбуваються. Кожен нейрон вхідного шару пов'язаний з нейроном прихованого шару синаптичним зв'язком w_{ij}, де i − номер нейрона вхідного шару ($j=\overline{1,n}$) , j − номер нейрона прихованого шару ($j=\overline{1,k}$). В нашому випадку n = 21, оскільки пропонується модель, яка оцінює фінансовий

стан підприємства за 21-му показнику. При цьому, з нейрона *i* виходить однаковий сигнал в усі нейрони прихованого шару $j = \overline{1,k}$ (в нашому випадку $k = 18$), але при надходженні до нейрону *j* прихованого шару сигнал помножується на вагу синаптичного зв'язку w_{ij} між цими нейронами [5].

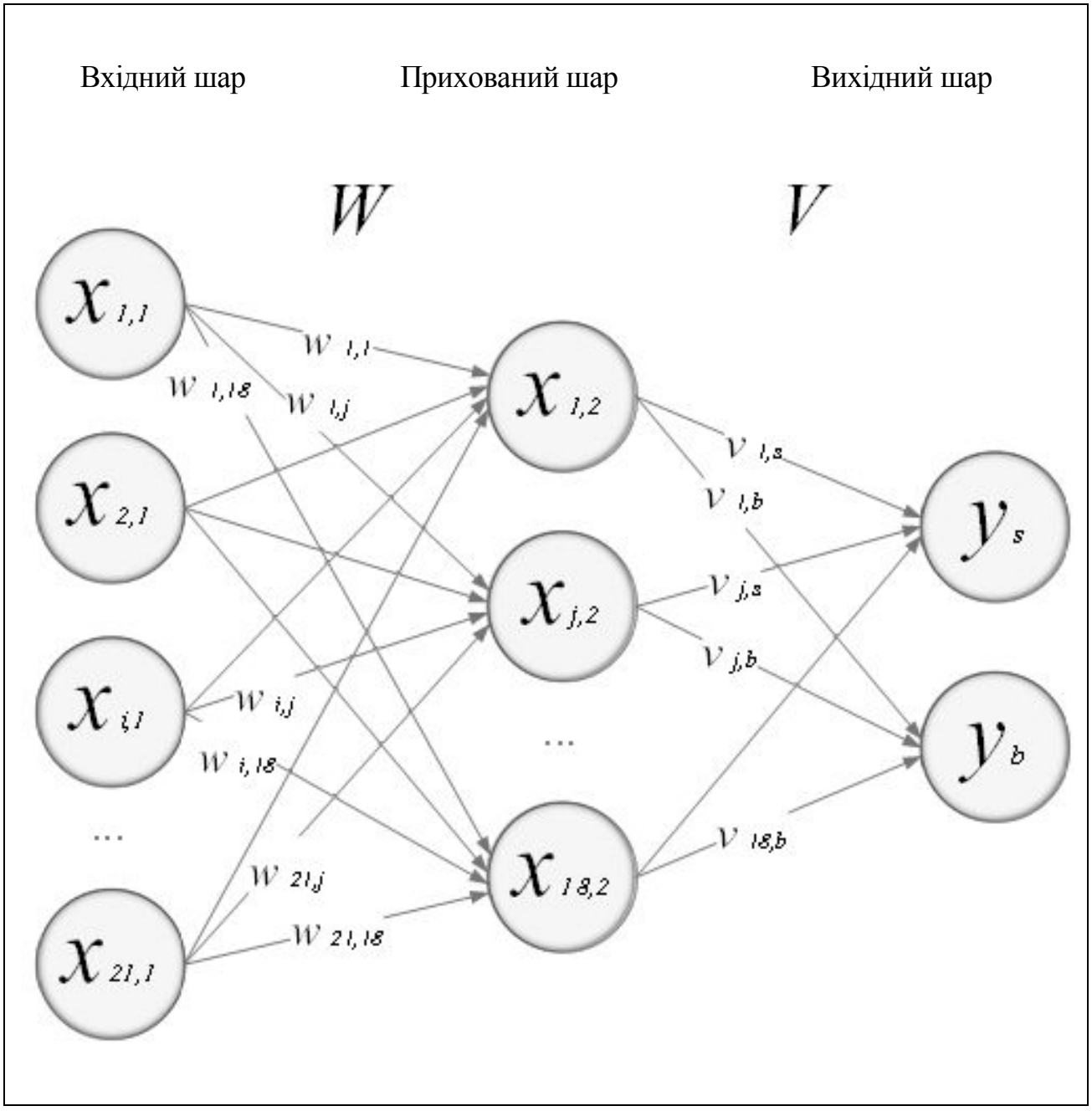

Рис. 1. Структура нейронної мережі моделі

Показники складаються з 21 коефіцієнта: мобільності активів, оборотності власного капіталу, поточної заборгованості, окупності активів, забезпеченості

власними оборотними засобами, зношеності основних засобів, загальної ліквідності, покриття боргів власним капіталом, швидкої ліквідності, фінансової автономії, оборотності основних засобів, покриття активів, концентрації залученого капіталу, оборотності кредиторської заборгованості, оборотності дебіторської заборгованості, покриття інвестицій, оборотності оборотних активів, фінансового ризику, покриття (загальний), фінансової залежності, маневреності власного капіталу.

Кожен нейрон другого (прихованого) шару приймає сигнал від кожного нейрона вхідного шару, помножений на вагу синаптичного зв'язку між цими нейронами. Далі ці сигнали підсумовуються та перетворюються за допомогою функції активації [3]. Таким чином, маємо формулу розрахунку значення нейрона прихованого шару:

$$x_j = f\left(\sum_{i=1}^{21} x_i \cdot w_{ij} + a\right), \tag{3}$$

де x_j – розрахований сигнал нейрона j, який подається на вихідний шар,

x_i – сигнал, який передається нейроном i вхідного шару,

w_{ij} – вага синаптичного зв'язку між нейронами i та j,

a – параметр зсуву суматора.

В такий спосіб розраховуються значення всіх нейронів прихованого шару, $j = \overline{1,18}$.

Аналогічним чином розраховуються значення нейронів вихідного шару:

$$x_s = f\left(\sum_{j=1}^{18} x_j \cdot v_{js} + a\right), \tag{4}$$

$$x_b = f\left(\sum_{j=1}^{18} x_j \cdot v_{jb} + a\right), \tag{5}$$

де x_s – розрахований сигнал нейрона, що активується при оцінці стабільного підприємства,

x_b – розрахований сигнал нейрона, що реагує на потенційного банкрута,

x_j – сигнал, який передається нейроном j прихованого шару,

υ_{js} – вага синаптичного зв'язку між нейронами j та s,

υ_{jb} – вага синаптичного зв'язку між нейронами j та b,

a – параметр зсуву суматора.

Функція активації $f(x)$ нормує отриманий сумарний сигнал, роблячи його прийнятним для подальшої обробки. У деяких НМ функція активації не використовується, а застосовується, найчастіше, порогова функція або сигмоїда. Наприклад, при пороговій функції активації розрахований вихідний сигнал нейрона може дорівнювати «1» або «0», що залежить від того, чи достатньо великим є сумарний вхідний сигнал нейрона. Якщо сигнал надійшов недостатньо великий для подолання порогу активації нейрона, то вихідний сигнал нейрона дорівнює «0», в іншому ж випадку нейрон активується та передає сигнал, що дорівнює «1», на всі нейрони наступного шару [3].

Подібним чином відбувається і взаємодія нейронів прихованого та вихідного шарів. Вихідний сигнал конкретного окремо взятого нейрона прихованого шару подається на всі нейрони вихідного шару при множенні його на синаптичну вагу кожного зв'язку.

Процес функціонування НМ складається з наступних етапів: подача даних на вхідний шар в необхідному вигляді, обчислення в прихованому шарі, виведення результату на вихідний шар в прийнятному вигляді.

Сутність прихованого шару полягає у виділенні характерних особливостей об'єктів, що описуються параметрами, які надходять на вхід мережі, а також у наданні важливості кожній з цих особливостей при впливі на підсумковий результат. У процесі навчання мережі автоматично виділяються характерні особливості; мережа сама для себе узагальнює отримані спостереження та виділяє ефекти, що впливають на підсумковий результат. Значною перевагою нейронних мереж є здатність виявляти приховані закономірності, які можуть бути не виявлені дослідником, а також можливість роботи з нелінійністю в системах управління [5]. Сигнали, що надходять від прихованого шару, при помноженні на відповідну вагу, перетворюються

в зрозумілі результати на вихідному шарі. Іншими словами, нейронна мережа розбирає об'єкт дослідження по частинам, присвоює їм значення стосовно впливу на підсумковий показник, а потім збирає все назад, виводячи підсумковий показник. Таким чином НМ, «навчена» на великому обсязі об'єктів з відомими підсумковими показниками, зможе передбачити значення підсумкового показника для невідомого раніше об'єкта: наприклад, «пізнати» в підприємстві потенційного банкрута, «подивившись» на його фінансові показники.

Слід зазначити, що в даній роботі описано лише клас мереж прямого поширення сигналу, в якому сигнал проходить тільки в одну сторону, від першого шару до останнього. Однак існує і клас рекурентних мереж, в яких присутній зворотний зв'язок і немає обмежень зв'язків між нейронами.

Для отримання нейронної мережі, здатної розв’язувати поставлену задачу, використовують «навчання», яке полягає в поданні вибірки спостережень, що складається зі значень факторів, які описують об'єкти спостережень, і правильних рішень щодо кожного спостереження. При обробці спостереження мережа виводить припущення правильної відповіді. У випадку розбіжності з правильною відповіддю відбувається коригування синаптичних ваг по всьому ланцюгу − від нейрону вихідного шару до нейрону вхідного шару (зворотне поширення помилки). Таким чином, при великій кількості ітерацій навчання відбувається коригування ваг мережі, що дозволяє використовувати її для нових об'єктів, правильне рішення по яким заздалегідь невідомо [3].

Кількість нейронів вхідного шару дорівнює кількості факторів, що подаються на вхід мережі. Кількість нейронів вихідного шару відповідає кількості можливих класів, до одного з яких мережа повинна віднести поданий на вхід об'єкт (для задач класифікації), або ж дорівнює одному нейрону, який буде виводити прогнозне значення показника (для задач регресії).

Не існує чітких рекомендацій з приводу конкретної кількості нейронів прихованого шару. Мережа не повинна мати занадто багато нейронів прихованого шару, оскільки це призведе до запам'ятовування («заучування») спостережень, що

використовуються для «навчання» мережі. В такому випадку модель не буде узагальнювати отримані для навчання дані, знаходити загальні правила, в режимі роботи мережа не зможе адекватно обробити спостереження, що відрізняються від спостережень навчальної вибірки [12]. Навпаки, занадто мала кількість нейронів також не дозволить мережі знайти загальні правила та закономірності, оскільки у неї не буде достатньо «пам'яті» для їх зберігання. Оптимальна кількість нейронів прихованого шару визначається експериментальним шляхом.

Існує велика кількість алгоритмів навчання, спрямованих на вирішення різних завдань. У математичному сенсі процес навчання НМ зводитися до задачі мінімізації помилки шляхом коригування ваг [12]. Якщо говорити про кількість факторів спостережень, що складає більше трьох, то ми маємо справу з гіперповерхнею в n-вимірному просторі, де n − кількість факторів. При розв’язанні задачі з класифікації НМ спершу застосовує кластеризацію спостережень, використовуючи прихований шар, а потім проводить кордон між кластерами, які і визначають (в режимі використання мережі), до якого класу віднести поданий на вхід об'єкт [20].

Серед методів навчання слід відзначити алгоритм зворотного поширення помилки, що є досить популярним і результативним. Суть даного методу полягає в тому, що коригування синаптичних ваг проходить шляхом пошуку локального градієнта функції помилки. Відмінність розрахункових відповідей від правильних відповідей нейронної мережі, що визначаються на вихідному шарі, проходить в зворотному напрямку (до першого шару). В результаті всі нейрони роблять внесок кожного зі своїх ваг у загальну помилку мережі.

Найпростіший спосіб навчання використовує метод градієнтного спуску. Синаптичні ваги змінюються пропорційно їх впливу на сумарну помилку [18].

$$\Delta w_{ij}^{(n)} = -\eta \frac{\partial E}{\partial w_{ij}^{(n)}}, \tag{6}$$

де $w_{ij}^{(n)}$ − коефіцієнт синаптичного зв'язку,

η − коефіцієнт швидкості навчання системи,

E – функція загальної помилки мережі.

Варто враховувати, що на початковому етапі навчання вагам присвоюються випадкові значення. Надалі, після мінімізації помилки, існує ймовірність зупинки оптимізації в локальному мінімумі [18]. У разі повторного навчання мережі (з повторною початковою ініціалізацією ваг) може бути отримана більш точна модель, що обумовлено ймовірністю досягнення глобального мінімуму помилки або більш вдалого локального мінімуму. Виходячи з цього, має сенс побудова кількох мереж і вибір мережі з найменшою помилкою.

Таким чином, після проведення оптимізації ваг синаптичних зв'язків мережа вважається «навченою» та готовою до використання.

Вхідними даними при навчанні та тестуванні мережі виступили фінансові показники 49 підприємств, розраховані на основі їх фінансової звітності: балансу (форма 1) і звіту про фінансові результати (форма 2). У даній вибірці була використана звітність 25 підприємств за деякий час до банкрутства, а також звітність 24-х стабільних підприємств. Варто відзначити, що не мало б сенсу для «навчання» мережі використовувати звітність підприємства на момент банкрутства, оскільки корисною була б модель, яка розпізнає небезпеку фінансового краху компанії за деякий час до цього [5].

Виходячи зі складності й невизначеності поняття «фінансова стійкість», було прийнято рішення подавати на вхід НМ 21 фінансовий показник. З огляду на стійкість нейронних мереж до мультиколінеарності, що є перевагою, в порівнянні з регресійними моделями [12], можна припустити, що використання такої великої кількості факторів буде більш повно описувати фінансовий стан підприємства. По суті така модель покликана автоматизувати працю досвідченого фінансового аналітика при перевірці підприємства на фінансову стійкість.

Для проведення дослідження використовувався пакет STATISTICA 10, до якого були завантажені дані, що містять розраховані показники для вибраних підприємств, а також ознака приналежності підприємства до класу стабільних або до класу банкрутів. Таким чином, у наявності було 49 спостережень з 21-м кількісним фактором і результуючим якісним показником. Далі випадковим чином кожному

спостереженню було присвоєно ознаку віднесення його до навчальної або до контрольної вибірки. Для навчання було відведено 15 спостережень для групи стабільних підприємств і 16 спостережень − для групи банкрутів, решту (по 9 спостережень з кожної групи) − для контролю мережі. Був обраний тип аналізу «Класифікація»; категоріальною цільовою змінною було обрано якісну змінну статусу підприємства (банкрут/стабільний); безперервними вхідними даними було обрано 21 фінансовий показник. Після цього були задані коди для навчальної та контрольної підвибірок відповідно до присвоєних раніше ознак.

Всього було побудовано 15 тришарових нейронних мереж різних архітектур. У всіх мережах на вхідному шарі був 21 нейрон (за кількістю чинників), на вихідному − 2 нейрона (за кількістю ознак банкрут/стабільний). Побудовані мережі відрізняються кількістю нейронів прихованого шару (від 3-х до 20-ти), функціями помилки, алгоритмами навчання, функціями активації нейронів прихованого шару та функціями активації нейронів вихідного шару (серед яких гіперболічна, логістична, гауссіан та ін.).

Найкращі результати показали мережі багатошарового персептрона, що містять в прихованому шарі від 10-ти до 18-ти нейронів, а також гіперболічну й логістичну функції активації в нейронах прихованого та вихідного шарів.

Найкращою для вирішення даного завдання була визнана архітектура багатошарового персептрона з 18-ми нейронами на прихованому шарі, функцією суми квадратів в якості функції помилки, гіперболічною функцією активації на прихованому і вихідному шарах − MLP 21-18-2.

Продуктивність цієї мережі на навчальній вибірці склала 100 %, а контрольна продуктивність − 88 %, що є задовільним результатом. При тестуванні одне підприємство було класифіковано як «банкрут», будучи насправді стабільним, інше підприємство було віднесено до класу стабільних, будучи по суті «банкрутом». Таким чином, з 18-ти підприємств контрольної вибірки лише 2 підприємства були класифіковані невірно, альфа- та бета-помилки на контрольній вибірці склали по 11 %.

Цільовий критерій виявився найбільш чутливим до зміни наступних факторів: мобільності активів, загальної ліквідності, оборотності власного капіталу, покриття (загальний), покриття активів, зношення основних засобів, оборотності дебіторської заборгованості, фінансової залежності. Дані фактори можуть бути виділені як основні, оскільки їх чутливість перевищує показник середньої чутливості серед усіх 21 факторів. При цьому варто відзначити, що інші фактори також мають велике значення в моделі, а отже їх виключення, найімовірніше, призведе до зменшення точності результату.

Побудована «нейромережева» модель управління фінансовим станом підприємства, яка використовує на вході фінансові показники підприємств. «Навчання» та перевірка моделі здійснювалися на спостереженнях з відомим результатом. Такий підхід дає можливість побудувати модель на реальних даних, «навчити» її за методом «навчання з учителем», перевірити на достовірних прикладах її роботу. Крім того, даний метод позбавлений недоліку упущення прихованих залежностей між вхідними даними та підсумковим показником моделі, що є перевагою застосування нейронних мереж перед іншими методами моделювання.

Для підвищення точності моделі, скоріш за все, необхідне збільшення кількості спостережень, що використовуються для «навчання» мережі. Крім того, модель може бути спрощена шляхом перегляду набору вхідних коефіцієнтів, зменшення їх кількості, однак при цьому можлива втрата точності підсумкового результату роботи моделі.

Перспективою розвитку даної роботи є розширення представленого методу оцінювання шляхом перевірки підприємства на фінансову ефективність.

Список використаних джерел:

1. Beermann K. Prognosemöglichkeiten von Kapitalverlusten mit Hilfe von Jahresabschlüssen / K. Beermann // Schriftenreihe des Instituts für Revisionswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. − Düsseldorf., 1976. − Band 11. − S. 118−121.
2. Taffler R. Going, going, gone − four factors which predict / R. Taffler, H. Tishaw // Accountancy. − 1977. − Vol. 88, No. 1003. − P. 50−54.
3. Барский А. Б. Нейронные сети: распознавание, управление, принятие решений / А. Б. Барский. − М. : Финансы и статистика, 2004.

4. Вершигора В. Г. Економіко-математична модель ефективної фінансової стратегії стабільності підприємства / В. Г. Вершигора // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. − 2013. − Вип. 2. − С. 352−357. − Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2013_2_67.
5. Дебунов Л. Н. Применение искусственных нейронных сетей в моделировании финансовой устойчивости предприятия [Електронний ресурс] / Л. Н. Дебунов // Бізнес Інформ. − 2017. − № 9. − С. 112−119.
6. Згуровський М. З. Технологічне передбачення економіки України на середньостроковому (до 2020 р.) і довгостроковому (до 2030 р.) часових горизонтах / М. З. Згуровський // Вісн. НАН України. − 2016. − № 1.
7. Кондратьев Н. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Кондратьев. − М. : Экономика, 2002.
8. Кондратьев Н. Д. Большие циклы экономической конъюнктуры: Доклад / Н. Кондратьев // Проблемы экономической динамики. − М. : Экономика, 1989. − С. 172−226. − 523 с.
9. Кравченко О. О. Оцінка ефективності фінансової моделі підприємства та планування її основних параметрів / О. О. Кравченко, К. А. Кулінська // Зб. наук. праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». − 2015. − Вип. 32. − С. 261−269.
10. Линенко А. В. Обгрунтування вибору фінансової стратегії підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Ліненко, Т. О. Сніжко // Ekon._01_2009. − Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua
11. Мак-Каллок У. С. Логическое исчисление идей, относящихся к нервной активности / У. С. Мак-Каллок, В. Питтс // Автоматы ; под ред. К. Э. Шеннона и Дж. Маккарти. − М. : Изд-во иностр. лит., 1956. − С. 363−384.
12. Матвійчук А. В. Штучний інтелект в економіці: нейронні мережі, нечітка логіка : моногр. / А. В. Матвійчук. − К. : КНЕУ, 2011. − 439, [1] с.
13. Матвійчук А. В. Моделювання економічних процесів із застосуванням методів нечіткої логіки / А. В. Матвійчук. − К. : КНЕУ, 2007. − 264 с.
14. Матвійчук А. В. Моделювання фінансової стійкості підприємств із застосуванням теорій нечіткої логіки, нейронних мереж і дискримінатного аналізу / А. Матвійчук // Вісн. НАН України. − 2010. − № 9. − С. 24−46.
15. Навроцький Р. Л. Розроблення економіко-математичної моделі ефективного розподілу коштів між проектами в умовах дефіциту фінансових ресурсів [Електронний ресурс] / Р. Л. Навроцький // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. − 2017. − Вип. 24(2). − С. 132−136. − Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/ UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(2)__29
16. Недосекин А. О. Нечетко-множественный анализ рисков фондовых инвестиций / А. О. Недосекин. − СПб. : Сезам, 2002. − 181 с.
17. Поршнев Г. А. Анализ ликвидности баланса предприятия / Г. А. Поршнев // Экономический анализ: теория и практиика.
18. Сєдая А. В. Використання нейронних мереж для моделювання та прогнозування фінансової діяльності транспортного підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Сєдая // Економіка та управління на транспорті. − 2016. − Вип. 2. − С. 115–120. − Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/ UJRN/eut_2016_2_20
19. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві / О. О. Терещенко. − К. : КНЕУ, 2004. − 268 с.
20. Шарапов О. Д. Оцінювання можливого банкрутства на основі індикаторів фінансового стану компаній з використанням нейронних мереж зустрічного розповсюдження [Електронний ресурс] / О. Д. Шарапов, Д. Б. Кайданович // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. − 2012. − № 1. − С. 207−227. − Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ Nntm_2012_1_13
21. Яковенко О. Г. Математичні моделі процесів активності в економічній динаміці : моногр. / О. Г. Яковенко. – 2-ге вид., переробл. і доп. − Дніпро : Біла К.О., 2017. – 295 с.

М. М. Кошевий

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Діяльність сучасного підприємства − це складний і чітко спланований організаційний процес, який залежить від злагодженої роботи всіх підрозділів підприємства. У сучасних умовах підприємство повинно здійснювати свою діяльність якісно, орієнтуючись, насамперед, на споживача. Саме ця вимога є принципово важливою для підтримки та зміцнення конкурентоспроможності підприємства і його продукції. Підвищення конкурентоспроможності є однією з головних проблем для вітчизняних підприємств, що сприяє зростанню уваги до проблеми якості як до стратегічного питання діяльності підприємств, а також до методів і підходів його вирішення, які вимагають:

- концентрації зусиль підприємств в налагодженні виробництва конкурентоспроможної продукції;
- врахування передового досвіду зарубіжних підприємств;
- посилення активності щодо впровадження системи менеджменту якості продукції, що відповідає вимогам міжнародних стандартів;
- необхідність освоєння вітчизняними менеджерами нової філософії якості та на її основі створення принципово нової організаційної культури [9].

До недавнього часу в теорії та практиці управління якістю вченими виділялися, в основному, дві проблеми: якість продукції та менеджмент якості. Але останнім часом все більше актуалізується проблема якості системи управління, яка розглядається такими науковцями, як Анікін І., Дайан А., Дубровський В., Кісь С., Ковальов О., Леонтьев О., Мазорчук М., Олів'є О., Сухов В., Стрікленд А. Дж., Строкович Г., Томсон А., Шевчук Д., Ярин Г. та ін.

Якість управління передбачає ефективну систему управління підприємством, високий рівень кваліфікації керівного менеджменту підприємства, належне функціонування виробничої системи, що забезпечує високу якість продукції.

Якість системи управління показує також стійкі взаємозв'язки складових елементів діяльності (функцій управління), що відображають специфіку управління підприємством.

Відповідно до результатів дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, якість управління необхідно розглядати з різних позицій та в різних аспектах. Найбільш змістовним є економічний аспект, в рамках якого якість управління можна представити як інтегровану характеристику здатності підприємства до успішного ведення підприємницької діяльності. При цьому якість управління проявляється у визначенні та обґрунтуванні цілей діяльності, в характері дій щодо вибору та створення конкурентних переваг, в способах впливу на базисні та обслуговуючі процеси створення продукції. Якість управління виражається через здатність формувати та реалізовувати конкурентні переваги. Його підвищення є рушійною силою змін, оскільки взаємопов'язане зі змінами в системі управління та елементах цієї системи.

Якість системи управління відображається на результативності діяльності підприємства на ринку, на прояві того, якою мірою встановлені цілі діяльності відповідають стану зовнішнього середовища, стратегії − діям конкурентів, а випущені продукти − запитам споживачів. Тому до сукупності показників оцінки якості управління повинні входити вимірювачі результатів діяльності підприємства на ринку, показники оцінки того, наскільки характеристики встановленої моделі системи управління відповідають вимогам ефективності роботи та конкурентоспроможності підприємства. Також необхідно оцінювати якість змісту діяльності та визначати ступінь раціональності обраних підходів до вирішення проблем управління з точки зору розробки ефективних реакцій на зміни середовища, які підтримують зміцнення позицій підприємства на ринку, вдосконалення механізмів самоорганізації та підвищення рівня організованості системи. Така оцінка орієнтована на більш якісне використання ресурсів і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На наш погляд, проблема якості діяльності підприємства має розглядатися в таких площинах:

- інституційній: створення організаційних структур з управління якістю, впровадження процедур і сертифікації систем управління якістю;

- технологічній: можливості підприємства в цій галузі, сировина, технології, підготовка персоналу тощо;

- економічній: доцільність витрачених зусиль, їх зміст;

- екологічній: ступінь впливу на навколишнє середовище та відповідальність перед державою і населенням в разі негативних проявів.

Підвищення якості діяльності має носити комплексний характер і регулюватися за технологічним ланцюгом в цілому. Розробка проблеми якості призвела до виникнення ідеї про необхідність системності та комплексності її дозволу. У зв'язку з цим, спроби вирішити цю проблему шляхом задіяння окремих заходів економічного, технічного або організаційного характеру зазнавали невдачі як в закордонному, так і у вітчизняному управлінському досвіді. Практика показала, що забезпечення якості відбувається за рахунок постійно реалізованих процедур, які стосуються різних аспектів діяльності підприємства.

Осмислення сучасної ситуації призвело до розробки систем управління якістю. Дослідження цього феномену вимагає попередньо визначитися з поняттям «система управління». Сучасне підприємство є складною виробничою системою. Як відомо, система − це комбінація взаємодіючих елементів, організованих для досягнення однієї або декількох поставлених цілей. Виробнича система підприємства включає такі елементи, як основні засоби, сировину й матеріали, фінансові та трудові ресурси. Найважливіше завдання управління полягає у використанні названих елементів таким чином, щоб забезпечувалося ефективне функціонування всієї виробничої системи, випуск якісної продукції, доведеної до кінцевого споживача, що сприятиме виживанню й розвитку товаровиробника в умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку.

Сутність і особливості управління підприємством раціонально розкривати за допомогою понять і категорій, що застосовуються для аналізу складних систем. Це дозволить більш продуктивно вирішувати проблеми забезпечення якості діяльності підприємства в цілому.

Одним з таких понять є системний підхід, застосування якого до управління діяльністю підприємства дає можливість структурувати об'єкт дослідження, обґрунтувати значущі взаємозв'язки, виявити слабкі місця керованої та керуючої підсистем. Оскільки управління є цілеспрямованим впливом суб'єкта управління на об'єкт управління з метою переведення останнього в якісно новий стан, то в структурі системи управління діяльністю підприємства слід виділити дві взаємопов'язані підсистеми − керуючу і керовану, а також визначити такі ключові взаємодії, як прямий зв'язок − коли має місце прямий керуючий вплив суб'єкта управління на об'єкт управління, та зворотній зв'язок, який асоціюють з реакцією керованої підсистеми. Особливості взаємодії елементів даної системи в процесі досягнення загальносистемної мети та приведення її до бажаного стану, що у максимальному ступені відповідає поставленим вимогам і очікуваним результатам, визначаються спільно з характером зовнішнього та внутрішнього середовища її функціонування.

Суб'єктом управління діяльністю підприємства можуть виступати посадові особи або працівники, до компетенції яких входить управління організацією. Керуюча підсистема складається з топ-менеджерів і функціональних фахівців, які представляють відділи, що розробляють планові завдання із закупівлі матеріалів, випуску продукції та найму працівників, здійснюють координацію усіма іншими підрозділами, функціонал і кількість яких залежить від організаційної структури підприємства, яка в свою чергу визначається керуючою підсистемою.

Основна мета суб'єкта управління полягає в підтримці виходів системи на бажаний рівень. Керуюча підсистема для досягнення поставлених цілей виконує комплекс функцій управління, що представляють собою загальні сфери або напрями діяльності, які забезпечують ефективну кооперацію спільної праці й зводяться до загальних функцій планування, організації, мотивації, контролю та координації.

Прямий зв'язок (керуючий вплив), який спрямований на об'єкт управління, забезпечується сукупністю нормативних актів (накази, розпорядження, технічні регламенти тощо), що реалізуються від імені керівництва підприємства, утворюючи внутрішній документообіг.

Особливе значення має якість трансляції інформації від головного суб'єкта управління у вигляді адміністрації підприємства до більш дрібних підрозділів через структуру управлінських підсистем організації, оскільки найменше викривлення інформації призводить до погіршення якості діяльності підприємства в цілому.

Керована підсистема виробляє продукцію, використовуючи при цьому різні ресурси. Відхилення від заданих показників реєструється відповідними підрозділами на підприємстві. З метою усунення виникаючих відхилень керуюча підсистема збирає інформацію, порівнює її із запланованими значеннями параметрів/показників і реалізує управлінський вплив в різних формах для усунення невідповідностей.

Крім прямого зв'язку в межах системи управління діяльністю підприємства, здійснюється також зворотний зв'язок, що дозволяє оцінити реакцію керованої підсистеми на відповідний вплив. Правильна інтерпретація зворотного зв'язку допомагає застосувати повноцінні коригувальні дії щодо об'єкту управління з метою досягнення бажаного результату його діяльності.

Для реєстрації зворотного зв'язку необхідна система індикаторів, що дозволяє визначити реакцію об'єкта управління на управлінський вплив. Для здійснення цілеспрямованого продуктивного впливу на керовану підсистему та своєчасного і реалістичного визначення її реакції на цей вплив необхідна правильно вибудувана структура управління, до якої входить ряд підсистем (маркетингу, науково-технічної підготовки виробництва, матеріально-технічного постачання, виробництва, зберігання та збуту, розвитку виробництва), кожна з яких має свої підцілі та завдання.

Ознаками такої структури управління можуть бути: невелика кількість рівнів управління та підрозділів з висококваліфікованим персоналом, швидкість реакції на зміни, присутність в структурі управління груп фахівців, орієнтація графіку робіт на споживача, висока продуктивність та низькі витрати [7].

Важливим критерієм оцінки ефективності структури управління підприємством є критерій досягнення підприємством поставлених цілей. Дана оцінка

може бути здійснена на базі експертних суджень про її оперативність, адаптивність і гнучкість в прийнятті рішень. Як правило, для цього використовується інформація, що характеризує зміну параметрів структури: рівні ієрархії, поєднання централізації та децентралізації, механізми координації, керованість, розподіл відповідальності та прав.

Саме тому в умовах, коли важливо забезпечити якість у всіх сферах діяльності підприємства, необхідно доповнити цей перелік, виділивши здатність підприємства реагувати не тільки на зміну характеру діяльності, але й на здатність його керуючої системи коригувати найменші відхилення від запланованих цільових параметрів.

Для оцінки ефективності організаційної структури підприємства Дубровський В. Ж. [1] запропонував чотири групи критеріїв: показники ефективності виробництва, здатність підприємства реагувати на зміни характеру діяльності, маневреність виробництва, здатність змінювати свої організаційні форми та пристосовувати організаційну структуру до умов, що склалися.

Важливо, щоб структура управління забезпечувала належну якість управління. Для оцінки якості структури підприємства необхідно враховувати критерій досягнення результатів з мінімальними відхиленнями від заданих параметрів. Для забезпечення якісної діяльності підприємство повинно формувати стратегію якості, яка повинна розроблятися у вигляді невід'ємної частини загальної стратегії підприємства та сприйматися як одна з найбільш важливих функціональних стратегій. Тому керівництво підприємства під час прийняття рішення щодо розробки та впровадження стратегії якості має замислюватися про необхідність формування всього комплексу стратегічних компонентів.

Оскільки робота з формування якісної діяльності підприємства орієнтується на підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства як кінцевої точки виробничого циклу, то дослідження процесів, пов’язаних з цією діяльністю, слід розпочинати з аналізу очікувань і потреб споживачів продукції. При цьому слід мати на увазі, що сприйняття якості здійснюється через якість продукції та задоволення споживача. Але такий підхід далеко не

завжди вірний, оскільки не дозволяє реалістично оцінити можливість якісного виготовлення нових видів продукції, з якими споживач не знайомий.

Але в той же час підприємство не може повністю ігнорувати думку споживача та має визначати маркетингову стратегію, яка орієнтована на інтереси й особливості споживачів і на врахування характеру конкурентних переваг продукції, за рахунок яких буде забезпечуватися успіх. Для виробництва такої продукції необхідний відповідний технологічний потенціал, що вимагає розробки адекватної стратегії техніко-технологічного розвитку. Слід зазначити, що для забезпечення якості продукту за кожним параметром необхідно вибудувати виробничий процес, який давав би необхідний результат на кожному етапі за певним елементом-параметром готового продукту.

Особливо необхідно відзначити, що якісна діяльність підприємства не вичерпується суто виробничою діяльністю. Якість діяльності підприємства можна оцінити, коли товар доставлений до кінцевого споживача з властивостями, максимально наближеними до запланованих на підприємстві. У свою чергу, якість виробу повинна в повній мірі задовольняти запити споживача.

Особливого значення в сучасних умовах набуває розвиток методів комплексної стандартизації. У зв'язку з цим на деяких підприємствах виникла необхідність в координації робіт за спеціальними завданнями та функціями різних підрозділів. Стали утворюватися підрозділи, що виконують спільні завдання з поліпшення якості та здійснення координації їх виконання − відділи управління якістю. У центрі уваги опинився аналіз інформації на ринку (інформація про експлуатацію продукції, що виробляється протягом гарантійного та післягарантійного періоду).

Дані процеси обумовлені тенденцією освоєння міжнародних стандартів підтримки та забезпечення якості (ISO). Більшість вітчизняних підприємств уже сертифікували систему управління якістю або ведуть підготовку до сертифікації згідно ISO. Дані практики носять досить формалізований характер, їх необхідно розглядати як елемент прозорості та передбачуваності ведення бізнесу. Прийняття цих стандартів являє собою вихід на управлінський рівень

забезпечення якості. Суть системи ISO полягає в тому, що тільки якісний товар отримує доступ на платоспроможні ринки. Відсутність міжнародної сертифікації є головною перешкодою для співпраці із зарубіжними підприємствами.

Впровадження стандартів ISO вимагає повного перегляду всієї системи управління, а не окремих її елементів. Якість забезпечується особливостями всіх процесів, які відбуваються в рамках не тільки підприємства, але і всієї виробничої інфраструктури.

Пошук додаткових форм забезпечення якості, крім звичних практик, обумовлює потребу у змінах відповідно до нових вимог ринку. Дана система є вершиною втілення технологічного підходу до вирішення проблеми якості на підприємстві. Завдяки стратегічному впровадженню таких систем перед управлінцями постає цілий комплекс проблем в довгостроковій перспективі, рішення яких дійсно демонструє зміну всієї системи управління − від реакції на вимоги ринкової кон'юнктури шляхом виготовлення найпростішої деталі на підприємстві до мотивації працівників, яка характеризує економічний контекст цієї проблеми.

Одним з найважливіших факторів є вплив економічного аспекту забезпечення якості, головну ідею якого можна звести до відповідності ресурсів підприємства ринковим вимогам. Якість виробленого продукту, його рівень і механізми забезпечення формуються у зазначених рамках, що по суті є їх визначальною властивістю. У зв'язку з цим запорукою успішного управління якістю є вміння балансувати між можливістю підприємства і тиском ринку.

Згідно із загальним уявленням працівник спочатку націлений на якісне виконання своїх посадових обов'язків, внаслідок чого на виході створює якісний продукт. Насправді ж за такими уявленнями криється певне ставлення в цілому до цієї проблеми. Працівник отримує покарання за виготовлення відвертого браку, але не заохочується за високоякісну роботу. Дешева робоча сила може забезпечити задовільний, але невисокий рівень якості. У ситуації, коли така продукція затребувана на ринку, закони мінімізації витрат і отримання прибутку тільки в інтересах вузького кола осіб (власника або топ-менеджеру) беруть гору над стратегією розвитку, а отже як і раніше переважає та домінує стратегія виживання.

Таким чином, складається ситуація, при якій споживач обмежений своїм рівнем доходів і може придбати лише той продукт, який спроможний оплатити, а виробник, в свою чергу, не зацікавлений в перекладанні на себе витрат, що виникають при випуску продукції більш високої якості. Виходом з цієї ситуації може стати підвищення купівельної спроможності споживача, оскільки у сучасних умовах можливості підвищення якості продукції виробником обмежуються потребами ринку. Підвищення якості призводить до збільшення витрат, а підвищення матеріальної зацікавленості робітників і розвиток у них позитивної мотивації вимагають вкладення коштів, що може призвести на початковому етапі до обмеження конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Дубровский В. Ж. Экономика фирмы (в вопросах и ответах) : учеб. пособ. / В. Ж. Дубровский, Б. И. Чайкин, Г. А. Ярин. – Екатеринбург : Изд-во Уральського государственного экономического университета, 2004. – 426 с.
2. Кісь С. Я. Якість діяльності – головна умова забезпечення конкурентоспроможності підприємств / С. Я. Кісь, Г. Р. Кісь, М. М. Мельницький // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Т. 14. – №3. – С. 35-44.
3. Ковалев А. И. Состояние проблемы оценивания качества функционирования предприятия [Електронний ресурс] / А. И. Ковалев. – Режим доступу: www.metrology.kharkov.ua/fileadmin/user_upload/data_gc/conference/.../99.pdf
4. Леонтьев А. Н. Оценка качества функционирования бизнес-процессов компании на основе функционального и когнитивного моделирования [Електронний ресурс] / А. Н. Леонтьев // Современная экономика: проблемы и решения. – Режим доступу : https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mzRzt1gNWLMJ:https://meps.econ.vsu.ru/meps/article/view/1252/1203+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua.
5. Оливье А. Академия рынка: Маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе ; пер. с франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др. – М. : Экономика, 1993. – 512 с.
6. Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти: моногр. / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2010. – 212 с.
7. Сухов В Д. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях. Практикум : учеб. пособ. / В. Д. Сухов. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 144 с.
8. Томсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томсон, А. Дж. Стрикленд. – М., 1998. – 576 с.
9. Шевчук Д. А. Управление качеством : учебник / Д. А. Шевчук. – М. : Гросс-Медиа, РОСБУХ, 2008. – 216 с.

С. О. Острянин, О. Г. Яковенко

МОДЕЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ЗМІНИ ПОПИТУ ЗА ДИФУЗІЙНИМ ЗАКОНОМ

Сучасний світ характеризується збільшенням швидкості розвитку нових технологій. Це призводить до інтенсифікації процесу появи нових споживчих товарів і послуг, що з'являються завдяки втіленню інновацій у виробництво. Зростання економіки відбувається за рахунок створення нових ринків споживчих товарів та сервісів, що задовольняють наявні потреби споживачів [3].

В умовах розмаїття не лише брендів, що пропонують товари на конкурентних ринках, а й видів товарів, за якими поділяються ринки на ніші, визначну роль відіграють масова комунікація та реклама як засоби інформування потенційних споживачів про товари та сервіси інноваційного характеру. Відповідно, компанії що займаються збутом такої продукції, потребують реалізації математичних моделей оптимізації рекламної діяльності у програмному забезпеченні.

Слід зазначити, що дифузія − це процес перенесення певних якостей елементів однієї групи на групи інших елементів, поступове поширення домінуючої якості у просторі з часом зі швидкістю, яка залежить від взаємних відношень параметрів, що описують елементи груп і середовище, у якому вони знаходяться. Дослідники соціальних наук задіяли математичний апарат і саму ідею дифузії для опису розширення культурних явищ у суспільстві, переселення людей та процесу поширення інновацій суспільством.

Припустимо, що суспільство можна поділити на дві групи щодо їх відношення до інновації: ті, хто схвалив її до подальшого використання та ті, хто ще цього не зробив. Відношення учасників до певної інновації можна описати певним кількісним параметром: що чим більше його значення, тим вищим є ступінь прийняття інновації цим учасником.

У суспільному процесі прийняття інновацій учасники з високим рівнем прийняття інновації через міжособистісну комунікацію зі своїм оточенням впливають на тих, в кого рівень прийняття нижчий. Відбувається вплив декількох ефектів: по-перше, групи з низьким рівнем прийняття дізнаються про існування інновації; по-друге, на їх вибір впливають відгуки та рекомендації тих, хто інновацію вже прийняв; по-третє, має місце так званий ефект наслідування, коли споживачі копіюють поведінку свого оточення на ринку. Процес прийняття інновації пришвидшується разом зі збільшенням частки суспільства, що вже прийняла інновацію [8].

На основі цієї аналогії будується більшість застосувань поняття «дифузії» у суспільних науках, зокрема математичні моделі поширення, що використовуються у маркетингу, економіці та соціології.

Загальну ідею застосування дифузії у суспільних науках широко розглядали в наукових роботах вітчизняні та зарубіжні вчені: В. Вітлінський [1] застосовує дифузію для побудови математичної моделі накопичення капіталу; О. Яковенко [4] у своїй роботі визначає темп приросту капіталу з рівняння Колмогорова-Петровського-Пискунова на основі застосування дифузійного процесу на макрорівні з урахуванням зміни області визначення розв’язку; М. Бертотті [5] послідовно досліджує та на основі емпіричних даних підтверджує факт підпорядкування динаміки продажів споживчих товарів дифузійному закону, продовжуючи ідею Ф. Басса, який першим почав застосовувати дифузію у маркетингових моделях; Д. Мур [8] у серії наукових робіт досліджує явище виходу високотехнологічного товару на ринок як дифузійний процес; Е. Роджерс [9] застосовує дифузію для опису поширення інновацій у суспільстві.

У наведених роботах автори розглядають продажі залежно від міжособистісної комунікації споживачів, не включаючи фактор реклами до розгляду. У даній роботі запропоновано оптимізаційну модель планування рекламного бюджету у врахуванням попиту, що змінюється за дифузійним законом.

Враховуючи факт постійного розвитку існуючих та появи нових технологій, постійно з'являються нові споживчі товари та послуги, що приходять на зміну застарілим. Відповідно, для будь-якого товару актуальним є поняття життєвого циклу, що за класичною теорією складається з п'яти етапів [4; 7]:

1. Виведення новинки на ринок.
2. Зростання прийняття новинки та обсягів продажів.
3. Досягнення зрілості.
4. Насичення ринку товаром.
5. Спад через втрату актуальності та появу новіших альтернатив.

Уявімо, що поділ на етапи може бути тісно пов'язаний з існуванням чітких груп, на які споживачів поділяють за власним ставленням до інновацій та наявністю можливостей до їх опановування, зокрема матеріальних, пов'язаних з високою вартістю інновацій на момент їх появи.

За однією з теорій таких споживацьких груп виділяють п'ять [7]:

1. Новатори.
2. Ранні прихильники.
3. Рання більшість.
4. Пізня більшість.
5. Ретрогради.

Відповідно на кожному з п'яти етапів життєвого циклу продажі інноваційного товару генеруються за рахунок придбання товару однією з п'яти споживацьких груп.

Для товарів, в основу яких покладена інноваційна технологія, поняття життєвого циклу є особливо актуальним та визначається, головною мірою, відношенням споживачів до цієї інновації. Швидкість переходу товару між етапами життєвого циклу залежить від того, наскільки споживачі поінформовані про існування інновації, суб'єктивної оцінки користі від її використання та складності інтеграції інновації до їх життя.

Розглянемо процес прийняття інновації різними споживчими групами. Новатори одними з перших розглядають можливість покупки та створюють так звану критичну масу споживачів: вони мають матеріальні можливості до придбання дорогих товарів, дуже зацікавлені у новинках. Їх споживацька поведінка впливає на прийняття рішень представниками інших груп: спочатку − це вплив на ранніх прихильників. Через те, що друга група більш чисельна, вплив її учасників на оточення є більш масштабним, що ініціює прийняття інновації ранньою більшістю.

Виділяють два основних способи, завдяки яким потенційний споживач дізнається про існування нового товару: реклама та міжособистісна комунікація представників різних груп. У ході такої комунікації індивіди дізнаються про існування нового типу товару від тих, хто вже зробив покупку та став користувачем. З часом новим типом товару чи послуги починає користуватися все більша маса людей і з інноваційного він перетворюється на звичайний [8; 9].

Узагальнюючи вищенаведене, невелике ядро новаторів поширює своє позитивне ставлення до інноваційного товару власним оточенням, яке в свою чергу робить те ж саме, але вже в рамках більш широкого кола споживачів. Таким чином, внаслідок збільшення кількості тих, хто прийняв інновацію, збільшується і швидкість зміни цієї кількості. Усіх споживачів можна поділити на дві групи: тих, хто прийняв інновацію, та тих, хто її не допускає. Відповідно, зі збільшенням чисельності першої групи стає сильнішим її вплив на учасників другої групи. Виходячи з вищезазначеного, процес поширення інноваційного товару чи послуги серед населення можна моделювати як явище дифузії: початкова маса користувачів-новаторів обумовлює прийняття інновації, впливаючи на власне оточення, а інновація, відповідно, поширюється з певною змінною швидкістю.

Підтверджується той факт, що поширення інновацій може бути описане, як процес дифузії, а численні емпіричні дослідження, на основі яких добре видно, як кількість людей, які прийняли інновацію, зростає за логістичним законом.

Розглянемо процес поширення інновації на прикладі статистичних даних щодо продажів смартфонів за період 2005–2015 рр. за даними про продажі окремих брендів [5]. Якщо розглядати сумарні продажі смартфонів, прослідковується чітка підпорядкованість логістичному закону, як це показано на рис. 1.

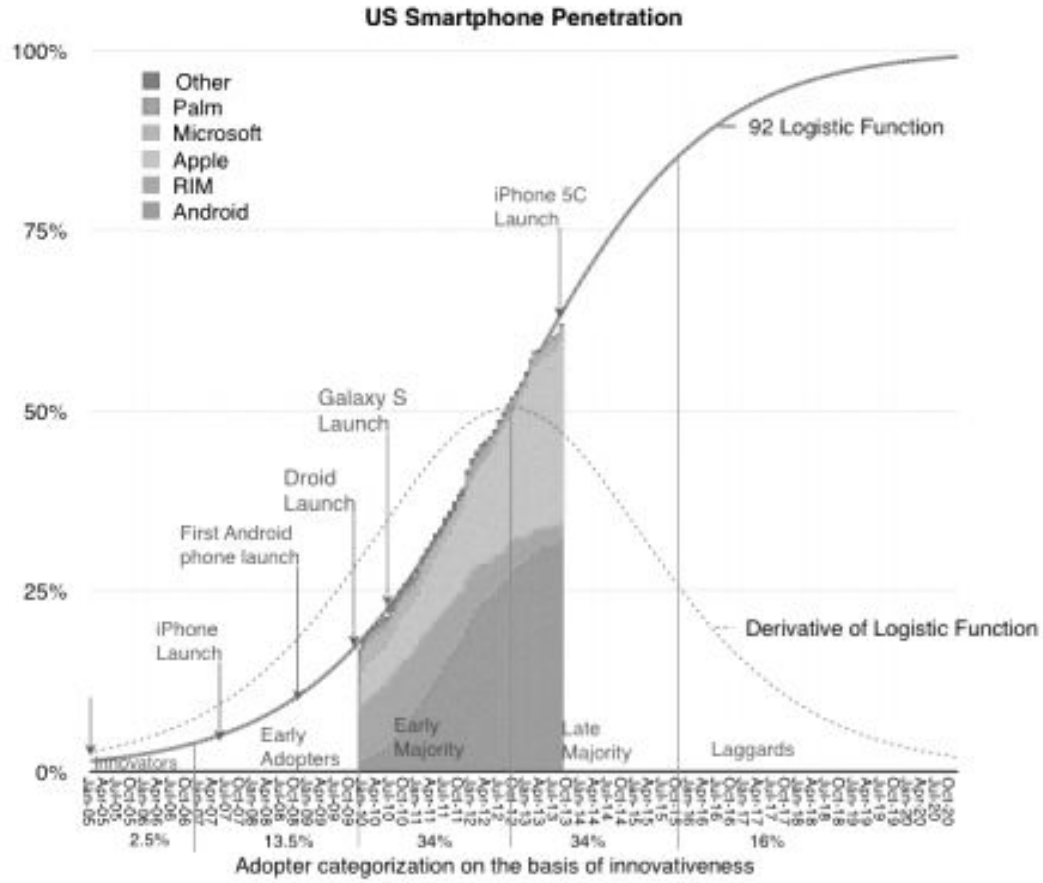

Рис. 1. Порівняння статистики продажів смартфонів з логістичною кривою [6]

Якщо розглядати дані про продажі окремих брендів, то видно, що вони істотно відхиляються від процесу дифузії.

Розглянемо динаміку зміни відношення кількості двох груп споживачів за їх ставленням до інновації: тих, хто її прийняв, зробивши покупку, і тих, хто цього не зробив (рис. 2). В цьому випадку дані по окремих брендах також сильно відрізняються від прогнозних.

З наведених даних можемо зробити висновок про те, що споживачі під час прийняття рішення покупки окремо розглядають інновацію, як категорію

товарів, та інновацію, як конкретну ринкову пропозицію певного бренду. Це призводить до того, що споживачі спочатку приймають загальне рішення щодо планування та купівлю певного виду товару, а після цього окремо вирішують, яку конкретну пропозицію з обраного типу товару придбати (наприклад, споживач приймає рішення придбати смартфон і лише потім обирає певного виробника).

Динаміка дифузійного процесу поширення інновації передбачає ефект від обміну споживачів різних груп за рівнем позитивного ставлення до інновації, тобто міжособистісної комунікації. Значне відхилення даних за окремими брендами від очікуваної за дифузійним характером процесу динаміки свідчить про те, що на етапі вибору конкретної ринкової пропозиції значну роль відіграє не міжособистісна комунікація, а реклама [4; 5].

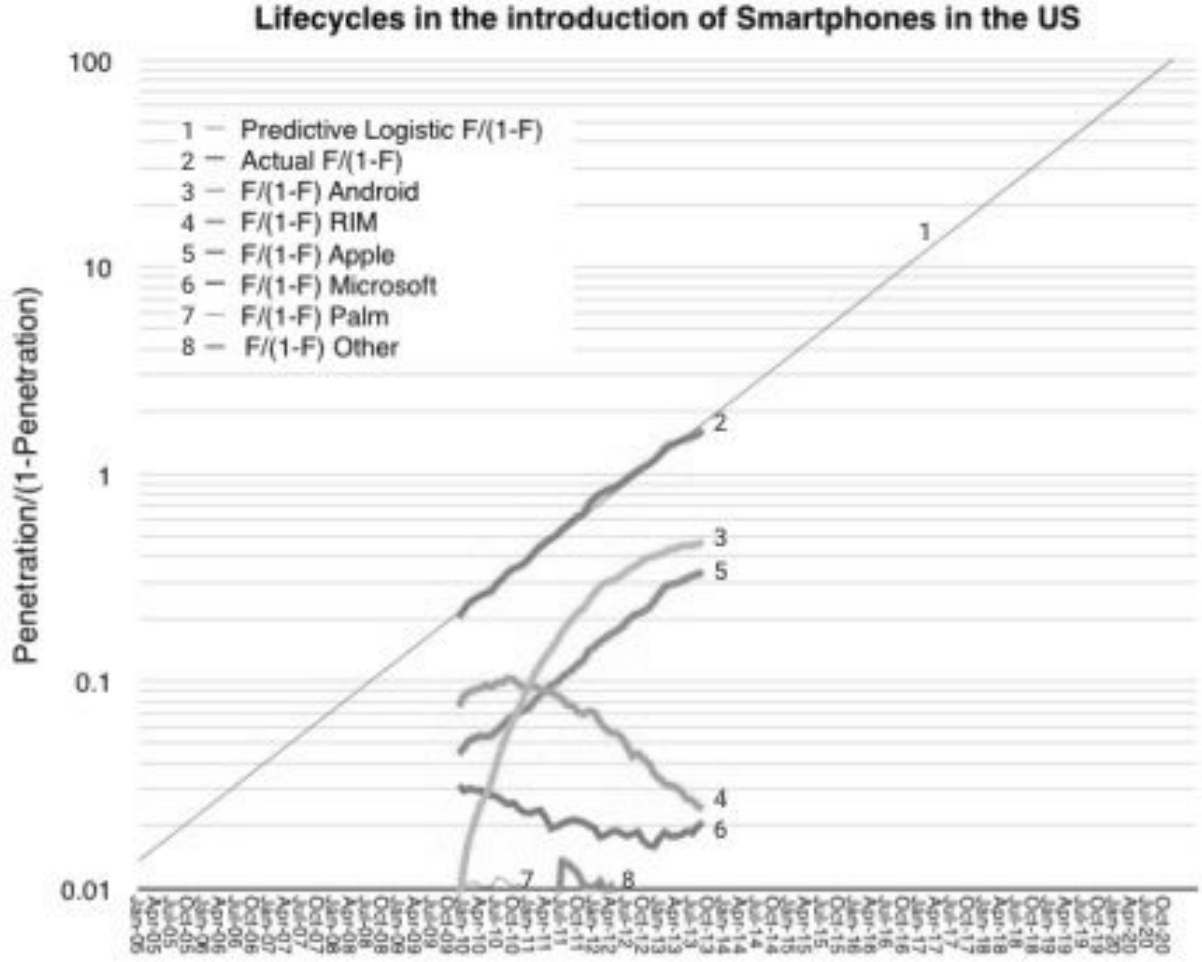

Рис. 2. Динаміка зміни відношення кількості двох груп споживачів за фактом їх ставлення до інновацій [6]

З цього зробимо висновок, що процес прийняття інновації окремим індивідом складається з двох етапів:

1. Індивід дізнається про існування товару чи сервісу конкретного типу та приймає рішення про його покупку.

2. Індивід обирає конкретний товар з-поміж конкурентних пропозицій на ринку та робить покупку.

Перший етап в масштабах ринку описується процесом дифузії, рішення індивіди приймають на основі міжособистісної комунікації. На другому етапі доцільною є реклама, як засіб, що вплине на кінцевий вибір конкретної пропозиції.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити припущення про те, що в кожний окремий момент часу максимальний обсяг продажів інноваційного товару кожного окремого бренду є обмеженим тією кількістю людей, що прийняли інновацію, проте ще не зробили покупку.

Оптимізаційна модель планування рекламної діяльності за критерієм максимізації прибутку включає в себе значення максимально можливих обсягів продажів для всього горизонту планування як обов'язкових для зазначення вихідних умов задачі. Авторами враховано недолік оптимізаційної моделі, описаної в [2], де було зафіксоване значення максимально можливої величини продажів, що не змінювалося з часом. Тому, враховуючи наявність двох етапів у процесі прийняття споживачами рішення про покупку, видозмінимо вихідну модель та будемо визначати максимально можливі обсяги продажів на основі моделювання прийняття інновації споживачами як дифузійного процесу. Максимально можливе значення продажів будемо розуміти як кількість цільової аудиторії, що пройшла перший етап прийняття рішення про покупку, тобто вирішила придбати товар конкретного типу. Припускаємо, що ця величина буде змінюватися з часом за дифузійним законом. Величина фактичних продажів так само залежить від рекламної експансії, тому механізм оптимізації рекламних вкладень за відомих обсягів максимальних продажів і накопиченого рекламного ефекту лишається без змін.

Для дифузійної моделі поширення інновацій графічно зміна загальної кількості споживачів, що придбали інноваційний товар, має вигляд (рис. 3).

Рис. 3. Динаміка сумарної кількості споживачів, що зробили покупку [5]

Графік зміни приросту загальної кількості споживачів, які в кожен окремий момент часу готові зробити покупку, або ж кількості споживачів, які прийняли рішення про купівлю товару певного типу, проте ще не обрали конкретну конкурентну пропозицію, має наступний вигляд (рис. 4).

Рис. 4. Динаміка приросту накопиченої кількості покупців [8]

Бачимо, що на ранніх етапах відбувається стрімке зростання, а інформація про існування нового типу товару чи послуги активно поширюється, досягає піку та починає плавно спадати, що обумовлене невеликою кількістю тих, хто ще не зробив покупку.

Пропонуємо для кожного проміжку періоду планування рекламної кампанії максимально можливу кількість продажів встановлювати відповідно до кількості споживачів, що прийняли рішення про купівлю певного типу товару, але ще не обрали кінцеву пропозицію. В такому випадку доцільною буде реклама під час зростання популярності типу товару, і навпаки, незначним буде максимальний ефект від реклами на пізніх етапах життєвого циклу товару.

За законом дифузії кількість споживачів, що готові зробити вибір конкретної пропозиції, залежить від кількості споживачів, що вже прийняли аналогічне рішення та зробили покупку, і пропорційна цій кількості з певними коефіцієнтами. Рішення приймається під впливом масової комунікації у вигляді мас-медіа та міжособистісної комунікації з тими споживачами, хто вже зробив покупку. Відповідно, вводяться коефіцієнти, що описують силу ефектів від обох типів комунікації.

Розглянемо математичну модель дифузії інноваційних товарів. Для визначення застосуємо рекурентну формулу розрахунку максимально можливого обсягу продажів у кожному періоді планування відповідно до дифузійного закону [5; 8]:

$$N(t) = \left(p + q\frac{N_c(t)}{m}\right)\left(m - N_c(t)\right), \quad (1)$$

$$N_c(t) = \sum_{j=1}^{t-1} N(j), \quad (2)$$

де $N(t)$ – кількість споживачів, що готові обрати конкретну пропозицію товару та є потенційними покупцями в момент часу t;

m – загальна цільова аудиторія споживачів, кількість осіб;

p – коефіцієнт інновації або зовнішнього впливу масової комунікації, $p \in [0,1]$;

q − коефіцієнт імітації або внутрішнього впливу міжособистісної комунікації, $q \in [0,1]$;

$N_c(t)$ – кумулятивна величина, показує кількість споживачів, що вже прийняли рішення та ймовірно зробили покупку певного типу товару на момент часу t.

Враховуючи відсутність можливості оцінити значення коефіцієнтів p та q на основі історичних даних через їх відсутність для інноваційного товару, що виводиться на ринок, пропонується їх встановлення експертним шляхом з автоматичним коригуванням протягом періодів t = (3; T) на основі даних про продажі у попередніх періодах.

Тоді загальна оптимізаційна модель максимізації прибутку шляхом розподілу рекламних вкладень матиме наступний вигляд:

накопичений рекламний ефект

$$y_{0k}(g) = \widetilde{y_{0k}}\,, \tag{3}$$

$$y_{tk}(g_{tk}) = \delta_k y_{t-1k}(g_{tk}) + g_{tk}, \tag{4}$$

де $\widetilde{y_0}$ – накопичений рекламний ефект на початку горизонту планування;

y_{tk} – накопичений рекламний ефект у періоді t;

δ_k – коефіцієнт утримання рекламного ефекту між періодами;

g_{tk} – кількість придбаних розміщень реклами через канал k у періоді t, що вимірюється у GRP [2].

Функція, значення якої оптимізується (прибуток оптимізується шляхом розподілу рекламних вкладень між каналами k та періодами часу t [2]) складе:

$$max_x\, F_S(x) = \sum_{tk \in T\, K}\{p_{tk}\bar{\alpha}_{tk}(1 - e^{-\bar{\beta}_k(\delta_k y_{t-1}(g_{tk})+g_{tk})} — c_{tk}g_{tk} + z_{tk}\}, \tag{5}$$

де p_t – прибуток на одиницю проданої продукції, що рекламується;

α_{tk} – рівень рекламного насичення в період t для каналу k;

β_{tk} – спадаюча віддача від масштабу в період t для каналу k;

c_{tk} – вартість каналу комунікації k в періоді $t \in \{1, ..., T + 1\}$, $c_{tk} > 0$;

z_{1k} – значення вихідного рівня накопиченого рекламного ефекту для каналу k;

z_{Tk} – значення кінцевого рівня накопиченого рекламного ефекту для каналу k.

Враховуючи дифузійний характер процесу, рівні рекламного насичення будемо розраховувати наступним чином:

$$\bar{\alpha}_{tk} = N_k(t). \tag{6}$$

Загальну максимальну величину продажів у кожному періоді $N(t)$ ділимо за каналами на основі частки загальної аудиторії, яку охоплює цей канал:

$$N_k(t) = N_k(t) * \frac{r_k}{\Sigma_k r_k}, \tag{7}$$

де r_k – величина аудиторії, що охоплюється рекламним каналом k.

Доповнимо сформульовану задачу формулою акумульованого прибутку у періоді t:

$$AP_t = AP_{t-1} - \sum_{k=1}^{K} c_{t-1k} g_{t-1k} + \sum_{k=1}^{K} p_{t-1k} \bar{\alpha}_{t-1k} \left(1 - E\left[e^{-\bar{\beta}_k y_{t-1k}}\right]\right), \tag{8}$$

де AP_t – акумульований прибуток у періоді t = (2, T).

Для першого періоду акумульований прибуток AP_1 задається величиною, яку приймає управлінець на основі доступного бюджету.

Введемо обмеження можливих сумарних вкладень у рекламу у періоді t величиною акумульованого прибутку AP_t:

$$\sum_{k=1}^{K} c_{tk} g_{tk} \leq AP_t. \tag{9}$$

Алгоритм застосування запропонованої моделі

Опишемо алгоритм застосування побудованої економіко-математичної оптимізаційної моделі рекламної кампанії для інноваційних товарів, прийняття яких підпорядковується дифузійному закону:

1. Визначаємо величину цільової аудиторії інноваційного товару чи послуги. Емпіричним способом встановлюємо загальну тривалість життєвого циклу товару. Рівномірно розподіляємо на визначеному часовому проміжку точки, що

вказують на загальну накопичену кількість споживачів, які придбали товар на певний момент часу, та відповідають п’яти етапам життєвого циклу товару. Приймаємо, що новатори складають 2,5 % від загальної цільової аудиторії:

a. Ранні прихильники − 12,5 %.

b. Рання більшість − 34,5 %.

c. Пізня більшість − 34,5 %.

d. Ретрогради −16 %.

2. За методом найменших квадратів оцінюємо значення параметрів дифузії p та q за побудованою у п. 1 логістичною кривою.

3. За формулою (1) знаходимо максимально можливий обсяг продажів для кожного періоду та підставляємо отримані значення у формулу (5).

4. Оптимізуємо формулу (5) за обмеженням формули (9), змінюючи значення g_{tk}.

5. Після t = 3 коригуємо параметри p та q на основі фактичних продажів, що відбулися протягом попередніх періодів, знаходячи ці значення методом найменших квадратів, апроксимуючи криву фактичних продажів у кожному періоді рівнянням (1).

За результатами проведеного дослідження було визначено проблему оптимізації розподілу рекламного бюджету у ході планування рекламної підтримки виходу інноваційного товару на ринок. Попередньо була обґрунтована важливість дослідження процесу поширення інноваційних товарів на споживчих ринках, визначена важлива роль інновацій у розвитку сучасної економіки. Досліджено процес прийняття споживачами інноваційних товарів рішення про їх покупку.

Визначено, що споживачі приймають рішення у два етапи: спочатку вирішують придбати товар певної категорії на основі міжособистісної комунікації з тими споживачами, що вже зробили таку покупку, а потім безпосередньо обирають конкретний товар за умов впливу рекламної комунікації. Пропонується

моделювання поширення інноваційних товарів споживчим ринком як процес дифузії.

Побудована модель визначення максимально можливих обсягів продажів для кожного періоду горизонту планування рекламної діяльності на основі дифузійного закону. Запропонована інтеграція нової моделі з оптимізаційною моделлю планування розподілу рекламних витрат у просторі та часі. Розроблено алгоритм застосування моделі на практиці.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В. В. Дифузія капіталу: математична модель, її теоретичне вивчення / В. В. Вітлінський, Ю. В. Коляда // Економічна кібернетика: міжнар. наук. журнал. – 2005. – №5-6. – С. 24–31.
2. Острянин С. О. Динамічне визначення бюджету рекламної кампанії / С. О. Острянин // Бізнес Інформ. – 2017. – №10. – С. 204–209.
3. Яковенко О. Г. Математичні моделі процесів активності в економічній динаміці: моногр. / О.Г.Яковенко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Дніпро : Біла К. О., 2017. – 295 с.
4. Яковенко О. Г. Моделювання циклічних процесів на основі рівняння Колмогорова-Петровського-Пискунова / О. Г. Яковенко // Економічна кібернетика : міжнарод. наук. журнал. – 2006. − №5-6 (41-42). − С. 34−37.
5. Bertotti M. L. The Bass diffusion model on networks with correlations and inhomogeneous advertising / M. L. Bertotti // Chaos, Solitons and Fractals. – 2015. – С. 55–63.
6. Dediu H. The diffusion of iPhones as a learning process [Електронний ресурс] / Horace Dediu. – 2013. – Режим доступу : http://www.asymco.com/2013/11/06/the-diffusion-of-iphones-as-a-learning-process
7. Levitt T. Exploit the Product Life Cycle / Theodore Levitt // Harvard Business Review. – 1965.
8. Moore G. Crossing the Chasm: Marketing and Selling Hightech Products to Mainstream Customers / Geoffrey Moore. – N.Y. : Harper Collins, 2002.
9. Rogers E. Diffusion of Innovations / Everett Rogers. – N.Y. : Free Press, 2003.

Р. А. Павлов, Т. С. Павлова, О. В. Левкович

ИНТЕГРАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ НОРМ В МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В экономической науке моделирование поведения экономических агентов основывается на двух предположениях: рациональность и поиск личной выгоды [37]. Следовательно, индивид должен рациональным образом осуществлять свои действия для достижения поставленной цели, которая связана с продвижением личных экономических интересов [41]. С позиций «теории игр» предполагается, что экономические агенты стремятся максимизировать функцию полезности, которая учитывает исключительно их индивидуальный эгоистический интерес (представляется в виде экономического выигрыша, получаемого в игре). В рамках экспериментальной экономики проведено множество исследований, результаты которых позволяют уточнить представление об экономическом поведении индивидов. Несмотря на наличие в экспериментальной экономике исследований, в которых были предприняты попытки подтвердить классическое представление о рациональном экономическом поведении (например, полученные В. Смитом [38] результаты, продемонстрировали сходимость рынков к конкурентному равновесию), во многих других экономических ситуациях (в частности, социальных дилемм) − изначально выдвинутые с позиций «теории игр» положения настойчиво, но безуспешно стараются подтвердить эмпирическим путем [24; 26].

На фоне такой неполноты были разработаны новые модели на базе корректировки двух классических предположений, которые лежат в основе традиционного представления об экономическом поведении индивидов. В наибольшей степени ученые-экономисты уточнили предположение о поиске личной выгоды, признав, что полезность для экономических агентов не ограничивается только

собственной материальной выгодой. Такой подход подразумевает, что экономический агент стремится к максимизации своей функции полезности, но теперь он может учитывать и другие факторы:

- материальную выгода других индивидов, с которыми он взаимодействует;
- социальные нормы, которые он усвоил (например, взаимность, справедливость или правота);
- некоторые конгруэнтные моральные эмоции (например, стыд, вина, гнев или благодарность) как форма психологических издержек или выгод.

С одной стороны, моральные эмоции могли быть причиной развития и распространения моральных ценностей и оценок, участвующих в создании социальных норм, но с другой стороны – могли бы играть особую роль в их существовании в обществе. Таким образом, вопрос о формировании и поддержании общественных убеждений и ожиданий в контексте принятия индивидами финансово-экономических решений является актуальным.

Некоторым аспектам воздействия социально-этических норм на принятие финансово-экономических решений субъектами предпринимательства посвящены многие научные работы в сфере философии, психологии, социологии, «теории игр», экономики, в частности: Дж. Акерлофа [22], В. Бобыля [2], К. Брекке [23], В. Ванберга [41], А. Величко и Л. Величко [42; 43], А. Вуда [45], О. Грабчук [5–7], Т. Гринько [8–10; 28–29], К. Камерера [24], И. Колстада [35], А. Кулика [13], Л. Петражицкого [19–20], С. Сена [37], С. Смирнова [21], В. Смита [38], Ш. Сripады [39], Н. Талеба [40], Э. Фехра [25; 26], Р. Фрэнка [27], Дж. Хайдта [30; 31], В. Хмарского [33; 34], Х. Холландера [32] и многих других [1; 3; 4; 11–18]. Тем не менее, несмотря на значительный вклад ученых в обоснование поведенческих характеристик систем управления, недостаточно освещенной остается роль социальных норм, с которыми вынуждены соглашаться (или не соглашаться) экономические агенты при принятии стратегических решений. Поэтому рассмотрение отношения индивидов к существующим общественным нормам с позиций экономико-математических моделей играет большую роль в понимании процессов,

которые приводят к принятию уместного в социально-экономическом контексте поведения.

Цель исследования – обосновать стимулирующий характер воздействия моральных факторов на стратегическое рыночное поведение экономических агентов на базе основных подходов к экономико-математическому моделированию процесса принятия финансово-экономических решений в контексте соблюдения принятых в сообществе социальных норм.

Различные мотивации соблюдения норм. Первая модель, которая нас заинтересовала, предложена Дж. Акерлофом [22] в контексте видения социальной нормы справедливой оплаты труда (прежде всего, речь идет о минимальной заработной плате). Данная модель позволяет учитывать эмоциональные и репутационные факторы, которые представлены в рамках трудовых взаимоотношений экономических агентов.

С помощью рассматриваемой модели сделана попытка объяснить, почему продолжает существовать социальная норма справедливой оплаты труда, в то время как некоторые субъекты могут ее не соблюдать. Например, некоторые безработные готовы работать за более низкую несправедливую зарплату, чем оставаться совсем без работы. Аналогично, некоторые работодатели хотят нанимать безработных с оплатой труда, которая ниже справедливой заработной платы.

Предположение Дж. Акерлофа [22] основывается на том, что поддержание той или иной социальной нормы зависит от количества индивидов, которые готовы ее придерживаться. Предложенная ученым модель включает психологические издержки, связанные с нарушением той или иной действующей социальной нормы, которые зависят от числа соблюдающих ее лиц. Помимо этого, в используемой функциональной форме также представлены факторы, связанные с репутацией экономических агентов.

В обозначениях, используемых Дж. Акерлофом [22], x представляет собой долю индивидов, которые соблюдают норму, а μ – долю тех агентов, которые считают указанную норму справедливой. В данном случае интересно отметить, что x может отличаться от μ, а это означает, что можно:

– соблюдать норму, но при этом не считать ее справедливой;

– не соблюдать норму, но при этом считать ее справедливой.

Также Дж. Акерлоф [22] определяет функцию полезности экономических агентов следующим образом:

$$U = V + cR - d^R d^C \bar{C}, \quad (1)$$

где V – материальная выгода (всегда больше 0);

R – функция, связанная с репутацией экономического агента;

d^R – dummy-переменная (равна 0, если экономический агент соблюдает принятую социальную норму и равна 1 в противоположном случае);

d^C – dummy-переменная (равна 1, если экономический агент считает принятую социальную норму справедливой и равна 0 в противоположном случае);

$\bar{C}$ – уровень «эмоциональной» силы, применяемой к индивидам, которые не соблюдают принятую социальную норму (значение больше 0 и варьируется в зависимости от степени укоренения в культуре индивидов).

Последний член функции полезности Дж. Акерлофа [22] $\bar{C}$ сравним с психологическими издержками, которые связанны с моральными эмоциями стыда или вины за несоблюдение принятой социальной нормы. Экономический агент страдает от такой «вины» лишь в том случае, если не соблюдает принятую социальную норму ($d^R = 1$), считая ее при этом справедливой и уместной ($d^C = 1$). В остальных случаях (индивид соблюдает принятую социальную норму или же не соблюдает, считая ее неуместной и несправедливой) не будет никаких потерь, связанных с данным членом функции полезности экономических агентов.

Тем не менее, несоблюдение социальной нормы может снижать полезность для экономического агента посредством влияния на его репутацию. Член R отражает потерю полезности, что связано с социальным осуждением экономического агента, который не придерживается уместного в общественном плане (нормативного) поведения. Такое осуждение рассматривается с позиций потери репутации и выражает трудности, с которыми столкнется индивид в будущем при развитии экономических отношений с остальными участниками его сообщества.

В отличие от члена функции полезности, связанного с моральной эмоцией вины, которую испытывают экономические агенты, R зависит исключительно от соблюдения (несоблюдения) принятой социальной нормы вне контекста суждений о ее справедливости и обоснованности. Однако, осуждающий и карательный характер, который лежит в основе данного члена выражения (1), напоминает о потенциальных ответных принудительных действиях, которые могут быть предприняты свидетелями нарушения социальной нормы к индивиду-нарушителю (на основе моральных эмоций возмущения, отвращения или разочарования –то, что Дж. Хайдт [31] определяет как причину остракизма).

В целом, формулировка Дж. Акерлофа [22] четко учитывает аспект влияния социальных норм, который заключается в том, что индивидов можно побуждать соблюдать принятые в обществе нормы двумя типами мотиваций:

1. Внутренняя мотивация, когда экономические агенты готовы соблюдать норму, даже если существует низкая вероятность того, что в будущем они извлекут материальную выгоду (от обратных взаимных действий других индивидов) или репутационную выгоду [39].

2. Инструментальная мотивация, которая заключается в том, что экономические агенты стремятся соблюдать социальные нормы с целью достижения определенных целей (вызывать положительную взаимность к себе, улучшать собственную репутацию и т. д.), а не потому, что принятие уместного в социальном плане поведения представляет собой самоцель.

Именно инструментальная мотивация относится к функции R, которую Дж. Акерлоф [22] определяет в такой форме:

$$R(d^R, \mu) = -\mu d^R \bar{R} = \begin{cases} 0 & \text{если индивид соблюдает норму,} \\ -\mu\bar{R} & \text{если индивид не соблюдает норму,} \end{cases} \qquad (2)$$

где $\bar{R}$ – уровень «репутационной» силы социальной нормы (значение больше 0 и изменяется в зависимости от того, считается ли внутри сообщества данная норма ключевой или же второстепенной).

Из выражения (2) следует, что репутационные издержки за несоблюдение социальной нормы зависят от μ (удельный вес экономических агентов, которые считают принятую норму справедливой и уместной).

Для любого индивида осуждение со стороны экономических агентов (связано с «плохим» поведением) можно рассматривать с точки зрения мер социального наказания, которые применяются остальными (соблюдающими социальную норму) членами сообщества, что наравне с материальным наказанием влияет на процесс принятия финансово-экономических решений.

Репутационный аспект связан с вопросом выбора между:

- материальной выгодой, которую можно получить в долгосрочной перспективе посредством соблюдения социальной нормы с точки зрения положительных последствий (потенциально вызываются таким уместным в социальном плане поведением);
- непосредственными материальными потерями, связанными с соблюдением принятой социальной нормы, что противоречит личным интересам экономического агента.

С этой точки зрения исследование Дж. Акерлофа [22] соотносится с работой Р. Фрэнка [27], в которой отмечается, что моральные эмоции способны побуждать экономических агентов к осуществлению стратегического выбора в контексте долгосрочного благосостояния.

Подразумевается, что доля экономических агентов, считающих действующую социальную норму справедливой и уместной, составляет μ. Каждый индивид сообщества стремится максимизировать свою функцию полезности, поэтому принимает решение соблюдать (или не соблюдать) данную норму, что находит отражение в его стратегическом социально-экономическом поведении. Следовательно, социальная норма потенциально не будет соблюдаться экономическим агентом, если дополнительная материальная выгода от такого оппортунистического поведения превышает издержки, связанные с таким несоблюдением данной социальной нормы.

Ситуация несоблюдения социальной нормы усложняется для экономических агентов, которые считают ее справедливой и уместной, поскольку помимо репутационных потерь (связаны с несоблюдением такой нормы),

данные индивиды могут столкнуться с «пагубными последствиями» самосознательной моральной эмоции вины. После того, как каждый экономический агент принял решение о соблюдении (или несоблюдении) социальной нормы, можно рассчитать удельный вес индивидов x, которые ее соблюдают. Относительно доли индивидов, считающих принятую социальную норму справедливой и обоснованной (на базе модели Дж. Акерлофа [22]), можно записать такое выражение:

$$\mu = g(\mu, x) = \beta(x - \mu). \quad (3)$$

Доля экономических агентов, которые считают социальную норму справедливой и уместной, увеличивается в том случае, когда индивидов, соблюдающих данную норму, больше, чем тех, кто ее не соблюдает. и наоборот, такая доля уменьшается, когда ($x < \mu$). С позиций несоблюдения социальной нормы параметр μ из выражения (3) в рамках функции репутационных издержек характеризует развитие такой социальной нормы в контексте усиления ее влияния, простого соблюдения, или наоборот, − снижения роли в сообществе.

Таким образом, модель Дж. Акерлофа [22] дает представление о том, как «эмоциональные издержки», которые несут экономические агенты в рамках соблюдения определенной социальной нормы, участвуют совместно с социальным давлением (оценочные моральные эмоции осуждения со стороны других индивидов) в поддержании, или наоборот, ослаблении такой нормы в обществе.

Тем не менее, в рамках указанной модели не рассматриваются случаи особых социальных норм. Более того, отсутствует объяснение того, как конкретное действие или конкретный тип действий может быть выбран в обществе как эталон. Таким образом, норма, которая характеризуется в обществе как определенный эталон социально-экономического поведения, может исчезнуть, если экономические агенты не проявят достаточных усилий для ее соблюдения и поддержания.

Роль социального одобрения нормы. Работа Х. Холландера [32] также связана с исследованием одобрения просоциального поведения в рамках кооперативной «Игры на создание общественного блага» (Public goods game). Особенностью

моделирования в указанной работе является предположение о роли «невидимой руки» в появлении той или иной социальной нормы. В рамках данной игры 4 игрока (между ними отсутствует прямой контакт) будут вместе играть. Каждый игрок первоначально получает 20 игровых баллов. Он может либо оставить их у себя, либо внести свой вклад в общий фонд (общественное благо). Выигрыш каждого игрока равен количеству игровых баллов, которые он решил сохранить у себя, плюс общая сумма (внесенная каждым игроком в общий фонд), умноженная на определенный коэффициент (в нашем случае равен 0,5). Так, если первый игрок решает оставить у себя 10 игровых баллов, а общий фонд составляет 30 (включая вклад первого игрока), то его выигрыш в конце игры составит 25 игровых баллов (10 + 30 × 0,5 = 25). Доминирующей стратегией для каждого игрока будет «нулевой» вклад, в то время как совокупные выигрыши будут максимальны, когда каждый игрок вносит полностью свой вклад в общий фонд.

Х. Холландер [32] рассматривает группу из n игроков, каждый из которых получает первоначальную денежную сумму π. Кроме того, b – это взнос игрока в общий фонд для создания общественного блага, а p – оставшаяся сумма для частного потребления. Таким образом, получаем:

$$p = \pi - b,\ 0 \le b \le \pi. \qquad (4)$$

Общественное благо создается из совокупных взносов и предполагается, что стоимость производства такого рода товара пропорциональна количеству игроков, представленных в группе. Таким образом, средний размер общественного блага на одного индивида, согласно модели Х. Холландера [32], составит:

$$c = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} b_i. \qquad (5)$$

Кроме того, в модели Х. Холландера [32] рассматривается уровень абсолютного одобрения $s(b)$ участниками группы величины взноса b на создание общественного блага:

$$s(b) = (1 - \beta)\, wb - \beta w(b - c) = w(b - \beta c), \qquad (6)$$

где w – параметр, характеризующий степень одобрения игроками размера вклада участника в общий фонд.

Уровень абсолютного одобрения (6) зависит от величины индивидуальных вкладов b (положительная зависимость) и от среднего уровня взносов c (отрицательная зависимость). Для обоснования такого выражения Х. Холландер [32] указывает, что в случае подарка, например, моральная эмоция благодарности, испытываемая к индивиду, подарившему его, зависит не столько от абсолютной ценности такого подарка, а сколько от приписываемой ценности с позиций сопоставления с подобными подарками. Несмотря на то, что выдвижение на первый план Х. Холландером особой роли моральной эмоции благодарности является, на наш взгляд, интуитивным, позже в исследовании [45] экспериментальным путем было подтверждено существование такого типа «эффекта ранжирования» относительно данной моральной эмоции.

Таким образом, $s(b)$ можно также интерпретировать в контексте измерения интенсивности моральных эмоций с положительной валентностью, испытываемых индивидом вследствие ощущения того, что его поведение позитивно оценивается другими членами группы (из-за переживания ими моральной эмоции благодарности). Х. Холландер [32] обосновывает учет такой характеристики тем фактом, что экономические агенты в той или иной мере предпочитают быть объектом положительной оценки со стороны других индивидов, а также переживать положительные самосознательные эмоции.

Тем не менее индивиды, помимо желания нравиться и быть объектом восхищения, также хотят, чтобы такие эмоции к ним были сильнее, чем по отношению к другим участникам группы. Поэтому, Х. Холландер [32] предполагает, что индивиды заинтересованы в величине $[s(b) - s(c)]$, которая характеризует уровень одобрения поведения индивида со стороны его партнеров по игре, где $s(c)$ представляет собой степень одобрения участниками группы среднего взноса на создание общественного блага. Таким образом, уровень относительного одобрения поведения экономического агента, в соответствии с моделью Х. Холландера [32], определяется как:

$$a = (1 - \alpha)\, s(b) - \alpha\, [s(b) - s(b)] = s(b) = \alpha s(c). \qquad (7)$$

Кроме того, в рамках работы [32] функцию полезности игрока можно записать следующим образом:

$$u = u_p(p) + u_c(c) + u_a(a). \quad (8)$$

Предполагается, что экономические агенты критически оценивают и сопоставляют как потребление личных благ, так и использование общественного блага. Как видно, в функцию полезности (8) введен член $u_a(a)$, который характеризует степень одобрения поведения индивида за его вклад в формирование общественного блага. На наш взгляд, данный член указанной функции полезности (даже если это явно не подразумевается Х. Холландером [32]) может рассматриваться в контексте эмоции благородства, испытываемой экономическими агентами, когда они осознают просоциальный характер своих поступков с позиций формирования общественного блага, особенно, когда их вклад больше, чем в среднем по группе.

На основе уравнений (4), (6) и (7) функцию полезности (8) можно записать следующим образом:

$$u = u_p(\pi - b) + u_c(c) + u_a\left[w(b - \sigma c)\right], \quad (9)$$

где $\sigma = \alpha + \beta$.

Следовательно, учитывая спецификацию аргументов функции u_a, можно констатировать, что уровень одобрения будет отрицательным, если индивидуальный вклад экономического агента в формирование общественного блага недостаточно высокий, по сравнению со средним вкладом по группе. В таком случае игрок испытает осуждение со стороны своих партнеров, что можно трактовать как результат выражения ими моральных эмоций негодования или отвращения. Такое осуждение приводит к снижению полезности, что можно сравнить с психологическими издержками (связаны с переживанием индивидом самосознательных моральных эмоций стыда или вины).

В то же время, чем больше вклад игрока в создание общественного блага, тем меньшую выгоду он получает в рамках личного потребления. Таким образом, экономический агент сталкивается с проблемой выбора между «материальным

удовольствием» (от личной экономической выгоды) и «нематериальным удовольствием» (от социального статуса в результате своего неэгоистического поведения).

Поиск решения в рамках модели (9) происходит через максимизацию полезности экономического агента относительно его уровня вклада b. Х. Холландер [32] указывает на то, что существует единственное решение, когда достигается равновесие «социального обмена», при котором:

- индивидуальные вклады равны среднему уровню взноса на формирование общественного блага ($b = c$);

- индивидуальные уровни одобрения v (декларируется каждым игроком i по вкладу конкретного партнера j) в полной мере согласуются с общим уровнем одобрения w (в том смысле, что $v = w$).

Индивидуальные вклады на создание общественного блага на уровне среднего по группе способствуют установлению некой нормы поведения при социальных взаимодействиях между экономическими агентами (особенно с точки зрения одобрения), что обеспечивает получение оптимальной величины общественного блага. Поэтому, возникновение нормативного поведения в рамках модели (9) можно рассматривать как результат простого взаимодействия рациональных экономических агентов (хотя и желающих получить положительную оценку собственного экономического поведения со стороны партнеров). Тем не менее, можно поставить под сомнение правильность такого результата в том смысле, что отсутствует объяснение того, почему в ситуации достигнутого равновесия под влиянием одной и той же социальной нормы фактическое поведение индивидов может быть различным (хотя бы незначительно)?

Кроме того, такой результат можно частично связать с особенностью функции u_a (определяет полезность в зависимости от уровня одобрения, получаемого игроком за его экономическое поведение), которая положительно зависит от уровня вклада b индивида и отрицательно зависит от решений внести «средний взнос» c. Следовательно, величина индивидуального взноса b должна быть достаточно высокой, по сравнению со «средним взносом», чтобы игрок мог испытать

положительные самосознательные эмоции от своей социальной значимости. Следует отметить, что с того момента, когда индивид испытывает «нематериальное удовольствие» от своего просоциального поведения в игре − он получает меньше материальной выгоды.

Результат появления социальной нормы взноса в рамках «Игры на создание общественного блага» (заключается во внесении суммы, равной среднему вкладу по группе) связан с выдвинутым Х. Холландером на базе спецификации модели (9) предположением о чувствительности к одобрению игроками среднего размера взноса. Другими словами, «среднее» поведение (игроки вносят равные взносы на создание общественного блага) соответствует действующей в целевой группе социальной норме.

Рациональный поиск нормы. В работе [23] был рассмотрен аспект личностного начала в появлении социальной нормы. Подразумевается, что экономический агент самостоятельно устанавливает ценность своего нормативного поведения на основе личных моральных убеждений. В указанном исследовании предусмотрен особый способ определения социальной нормы, который является единым для всех экономических агентов. Авторы работы [23] предполагают, что все члены общества разделяют утилитарный подход, считая, что выгода каждого индивида одинаково учитывается при оценке социального благосостояния:

$$W = u_i + \ldots + u_n, \qquad (10)$$

где W – социальное благосостояние;

n – количество индивидов;

u_i – полезность экономического агента $i \in (1, n)$.

На основе такого критерия модели (10) каждый экономический агент i определяет идеальность своего морального вклада e_i^*, отвечая на следующий вопрос: «Какой вклад максимизирует социальное благосостояние, если все другие индивиды будут поступать аналогичным образом, как и я?». Отметим, что в работе [23] представлена «Игра на создание общественного блага», где вклады игроков рассматриваются в форме «усилий», измеряемых за единицу времени.

Необходимо достичь максимизации суммы полезности W, если каждый игрок внесет свой вклад на уровне e_i .

В рамках рассматриваемой модификации кооперативной игры [23] каждый экономический агент использует единый метод для определения идеального с моральной точки зрения уровня своего вклада на создание общественного блага. Такой уровень может варьироваться в зависимости от особенностей игроков, для чего учитывается гетерогенность индивидуальных характеристик экономических агентов с позиций предпочтений (форма u) или первоначальных взносов в игре.

Оригинальность такой концептуализации основывается на том, что учитывается та доля субъективности, которая связана с тем, как экономические агенты выстраивают свое отношению к социальной норме. Тем не менее, это представляет собой «ловушку» в том смысле, что в рамках модели (10) не принимается в расчет глубоко коллективный характер социальной нормы. В указанном отношении авторы работы [25] определяют социальную норму как некую модель правильного поведения, основанную на всеобщем убеждении относительно того, как индивиды должны себя вести, принятие которой вызывает использование неформальных санкций к тем лицам, которые ее не соблюдают.

Если и существует доля субъективности по отношению к социальной норме, то скорее всего это связано с восприятием и ее интерпретацией. Например, если мы считаем, что норма справедливости необоснованно навязана индивидам, то можно поставить вопрос о том, что такое справедливость. Если индивид прилагает больше усилий, чем его партнер, с целью заработка − как они должны разделить заработанное: поровну или пропорционально уровню приложенных усилий?

Еще один субъективный аспект, касающийся отношения индивидов к социальным нормам, заключается в индивидуальном принятии решения о соблюдении (или несоблюдении) той или иной нормы.

Основные идеи авторов работы [23] представляют особый интерес для экономистов с точки зрения теоретического обоснования возникновения социальных норм как результата процесса «добросовестного» самоопроса, что

приводит к рациональным ответам на основе критерия утилитарности. Однако, в некоторых работах ученых-психологов (например, Дж. Хайдта [30]) ставится под сомнение уместность исключительно рационального подхода к моральным суждениям. На наш взгляд, это может привести к некоторому скептицизму относительно реалистичности концепции возникновения социальных норм, основывающихся исключительно на когнитивных процессах (без учета эмоциональных факторов).

Динамический отбор, имитация и обучение. Альтернативную возможность для поиска теоретического объяснения возникновения социальных норм предоставляет эволюционная «теория игр». Строго говоря, данная теория не освещает процесс формирования просоциальных характеристик поведения индивидов на базе каких-либо критериев. С помощью эволюционной «теории игр» можно изучать, как определенные варианты социально-экономического поведения (среди множества других возможных его вариантов) принимаются обществом, становясь поведенческими «паттернами», в результате чего возникает та или иная социальная норма. По мнению И. Колстада [35], модели эволюционной «теории игр» (описывающие возникновение социальных норм) рассматривают в основном ситуации, в которых:

- участники сгруппированы для проведения серии повторяющихся игр;
- существует динамический процесс, который описывает, каким образом игроки адаптируют свое социально-экономическое поведение с течением времени.

Такой динамический процесс, как правило, подобен процессу, описываемому в рамках дарвиновской теории «естественного отбора». Примером процесса динамического отбора является динамический репликатор. В рамках данного процесса предполагается, что в пределах группы (популяции) доля x_i индивидов, придерживающихся стратегии i, растет на уровне, равном разнице между ожидаемым выигрышем от данной стратегии (π_i) и средним по ожидаемым выигрышам от набора альтернативных стратегий ($\pi_{average}$) экономических агентов [35]:

$$\frac{\dot{x}_i}{x_i} = \pi_i - \pi_{average}. \qquad (11)$$

Предполагается, что в рамках рассматриваемого процесса лучшие (с точки зрения ожидаемых выигрышей) стратегии будут продолжать использоваться внутри группы (популяции). и наоборот − стратегии, которые приносят «доходность ниже средней» (с точки зрения ожидаемого дохода), будут меньше использоваться (вплоть до полного отказа).

Тем не менее, отбор на основе эволюционной «теории игр» в контексте возникновения нормативного поведения представляется более сложным, чем процесс естественного биологического отбора. Действительно, в рамках эволюционной «теории игр» подразумевается, что экономические агенты обладают способностью подражать и обучаться с позиций принятия стратегического выбора [35]. В тоже время, доступные игрокам стратегии могут модифицироваться (мутировать), например, из-за ввода в группу новых игроков или ошибок «старых» индивидов в рамках проведения игровых экспериментов.

С позиций эволюционной «теории игр» формирование устойчивой в долгосрочном плане социальной нормы можно рассматривать в контексте возникновения определенного варианта поведения, отобранного в рамках динамического процесса, который заключается в сравнении последствий такого образа стратегических действий экономических агентов с точки зрения полезности с последствиями от принятия других стратегий. Однако такая долгосрочная устойчивость чувствительна к появлению новых стратегий (потенциально могут быть отобраны позже), которые могут повлиять на формирование нормативного поведения индивидов.

Модели «обучения» предлагают альтернативное видение динамического отбора, регулирующего формирование и поддержание социально-экономических норм поведения индивидов. Так, в работе [37] исследуется возникновение и поддержание норм в результате «социального обучения» экономических агентов. Авторы указанной работы рассматривают группу (популяцию) индивидов, которые совместно участвуют в игре (в данных играх нередко существует множество равновесных состояний) в рамках большого количества серий повторов. В каждой

серии игр случайным образом выбираются два индивида из группы (популяции) для участия в очередном повторении игры. Оригинальность данной модели заключается в том, что она основана на таком процессе обучения, при котором экономический агент не знает, кого из других индивидов выберут для игры (в отличие от моделирования, при котором каждое повторение игры осуществляется с одним и тем же игроком).

Кроме того, авторы работы [37] предусматривают обучение на основе трех алгоритмов, которые по-разному модифицируют стратегический выбор набора действий экономических агентов, что в конечном итоге позволяет приблизиться к нормативному поведению. Данные алгоритмы обучения могут, например, выражаться в следующем: экономический агент сначала выполняет действие в рамках определенных условий игры, а затем оценивает последствия с точки зрения выгод или потерь, которые появляются в результате его такого выбора. «Попробовав» все возможные действия в рамках различных игровых ситуаций (повторяющимся образом), индивид определяет (узнает в процессе обучения) какие действия способны максимизировать его ожидаемою полезность в долгосрочной перспективе [44]. Авторы работы [37] с помощью имитационного моделирования установили, что скорость приближения индивидуального поведения к нормативному равновесию в играх, похожих на «Дилемму заключенного» (Prisoner's dilemma), отрицательно зависит от количества индивидов в группе (популяции) и вариантов их возможных действий. Более того, было установлено, что такая скорость также может зависеть от неоднородности алгоритмов обучения, используемых экономическими агентами.

Таким образом, в рамках моделирования [37] выбор стратегического набора действий, способствующих появлению целевого нормативного поведения в результате процесса взаимодействия игроков, осуществляется путем опытного обучения. Однако, данный выбор всегда основан на сравнении различных уровней полезности в контексте множества возможных вариантов поведения каждого экономического агента, что не оставляет места для какого-либо анализа поведения с точки зрения

морали. На наш взгляд, определенным недостатком рассмотренных моделей является то, что они допускают отсутствие любого нормативного аспекта в индивидуальных моральных суждениях. Можно ли утверждать о том, что выбранная стратегия дает наивысшую выгоду без проведения оценки просоциальных характеристик принятого индивидами поведения?

Модели обучения, впрочем, как и модели в рамках эволюционной «теории игр», не рассматривают влияние эмоций при формировании моральных суждений. Указанные модели не учитывают, что моральные эмоции играют важную роль в самом построении социальных норм, а также трансформации индивидуального поведения в контексте содействия их соблюдения. Это побуждает категорически осуждать поведение индивидов-нарушителей, или же наоборот, одобрять тех, которые приняли модель образцового морального поведения.

Некоторые из рассмотренных нами экономических моделей являются более уместными в контексте поддержания и соблюдения социальных норм, а не их возникновения. Социальные нормы так же, как и санкции за их несоблюдение, повсеместно присутствуют в сообществах людей. Более того, даже если и существуют некоторые культурные различия в применении социальных норм, то они как правило сфокусированы на определенных общих темах: обмен, справедливость, взаимность, взаимопомощь или сотрудничество. Данные нормы могут иметь «древнее» происхождение, а передаваться, приобретаться и применяться – посредством образовательных процессов обучения и интериоризации, которые происходят на основе переживания эмоций (особенно, моральных).

Например, одна из наиболее часто используемых норм в большинстве моделей социальных предпочтений заключается в определении справедливого вознаграждения [36], когда экономические агенты могут судить как о собственном поведении, так и о поведении других индивидов. Социальная норма справедливости может возникать из представлений о справедливости на основе моральных эмоций в контексте содействия сохранению межличностных отношений.

Отсутствие точного ответа на вопрос о появлении тех или иных социальных норм может частично объяснить, почему модели социальных предпочтений часто рассматриваются как *ad hoc* (в том смысле, что выводы, которые получают в рамках данных моделей, непосредственно вытекают из выдвинутых в таких моделях особенных предположений). Действительно, формализация рассмотренных в данной работе моделей процесса принятия финансово-экономических решений часто соотносится с существованием некой нормы поведения в контексте достижения в игре равновесного состояния. Тем не менее, различные социальные нормы, которые присутствуют в сообществах людей, оказывают влияние на принятие решений экономических агентов.

Список использованных источников:

1. Бгажноков Б. Х. Антропология морали / Б. Х. Бгажноков. – Нальчик : Издательский отдел. КБИГИ, 2010. – 128 с.
2. Бобиль В. В. Сучасний ризик-менеджмент у банківській діяльності: теоретичний аспект // В. В. Бобиль. Вісник Національного банку України. – 2008. – № 11 (153). – С. 28–32.
3. Бовсуновська Г. С. Інтегральна оцінка рівня фінансової безпеки страхового ринку України / Г. С. Бовсуновська // Економічний аналіз. – 2014. – Том. 16. – № 1. – С. 167–173.
4. Горьова В. М. Сутність та значення рейтингової оцінки страхових компаній / В. М. Горьова, С. О. Смирнов, Р. А. Павлов // Економічний простір : зб. наук. праць. – 2010. – № 36. – С. 100–108.
5. Грабчук О. М. Змістове наповнення фінансового прогнозування в умовах невизначеності / О. М. Грабчук // Економіка та держава. – 2012. – №8. – С. 96–98.
6. Грабчук О. М. Кількісні критерії невизначеності макроекономічних фінансових потоків / О. М. Грабчук, В. В. Буряковський // Фінанси України. – 2006. – №6. – С. 149–157.
7. Грабчук О. М. Фінансове прогнозування невизначеності економічних процесів на макрорівні : моногр. / О. М. Грабчук. – Дніпропетровськ, 2012. – 358 с.
8. Гринько Т. В. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві / Т. В. Гринько // Економіст. − 2013. − № 8. − С. 51–53. − Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2013_8_13
9. Гринько Т. В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств / Т. В. Гринько // Економіст. – 2010. – № 2. – С. 15–16.
10. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком підприємств / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4, т. 2. – С. 39–43.
11. Кошевий М. М. Формування стратегії розвитку наукоємних виробництв в Україні / М. М. Кошевий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1179
12. Крупський О. П. Сучасні методи прийняття управлінських рішень та їх зв'язок з організаційною культурою туристичних підприємств України / О. П. Крупський // Економічний часопис-XXI. – 2014. – № 7-8(1). – С. 95–98.
13. Кулик А. В. Взаимосвязь понятий «хаос» и «зло» в истории философской мысли / А. В. Кулик // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – М., 2014. – № 2. – С. 58–65.

14. Макаренко Ю. П. Використання системи антикризового управління для переходу до інвестиційної активності / Ю. П. Макаренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 2. – С. 3–6.
15. Павлов Р. А. Банківський сектор національної економіки: стан, тенденції розвитку та проблеми антикризового регулювання / Р. А. Павлов // Держава і регіони. – Серія економіка та підприємництво. – 2007. – № 2. – С. 177–184.
16. Павлов Р. А. Організаційно-економічний механізм антикризового регулювання банківського сектору національної економіки: теоретичні аспекти та вдосконалення / Р. А. Павлов // Схід. – 2007. – № 2. – С. 39–41.
17. Павлова Т. С. Відмінності між мораллю і правом як етичними емоціями / Т. С. Павлова // Культура народів Причорномор'я. – 2013. – № 247. – С. 192–195.
18. Павлова Т. С. Етична емоція як основа права і моралі: соціально-філософський аспект / Т. С. Павлова // Культура народів Причорномор'я. – 2013. – № 245. – С. 179–181.
19. Петражицкий Л. И. Акции. Биржевая игра и теория экономических кризисов. Об акционерном деле и типических ошибках при оценке шансов неизвестной прибыли / Л. И. Петражицкий. – СПб. : ЛЕНАНД, 2016. – 320 с. (Original work published in 1911).
20. Петражицкий Л. И. Теория права и государства в связи с теорией нравственности / Л. И. Петражицкий. – СПб. : Лань, 2000. – 608 с. (Original work published in 1907).
21. Смирнов С. А. Конструкционизм в качественной оценке кредитной деятельности / С. А. Смирнов, Р. А. Павлов // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. − 2016. − Вип. 41(2). − С. 17−23. − Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2016_41%282%29__5
22. Akerlof, G. A. (1980). A theory of social custom, of which unemployment may be one consequence. *Quarterly Journal of Economics, 94*(4), 749-775. doi:10.2307/1885667
23. Brekke, K, Kverndokk, S., & Nyborg, K. (2003). An economic model of moral motiuation. *Journal of public economics, 87*(9-10), 1967-1983.
24. Camerer, C., & Ho, T-H. (2015). Behavioral game theory, experiments and modeling. In H. P Young & S. Zamir, (Eds.), *Handbook of game theory* (pp. 517-573). Amsterdam: Elsevier. doi:10.1016/B978-0-444-53766-9.00010-0.
25. Fehr, E, & Gachter, S. (2000). Cooperation and punishment in public goods experiments. *The American Economic Review, 90*(4), 980-994.
26. Fehr, E., & Schmidt, K. M. (2006). The economics of fairness, reciprocity and altruism : experimental evidence and new theories. *Handbooks in Economics, 23*, 615-691.
27. Frank, R. (1988). *Passions within reason : the strategic role of the emotions*. New York: W W Norton & Co.
28. Grynko, T., Koshevoi, M., & Gviniashvili, T. (2016). Methodological approaches to evaluation the effectiveness of organisational changes at communication enterprises. *Economic Annals-XXI, 156*(1–2), 78-82. doi: 10.21003/ea.V156-0018
29. Grynko, T., Krupskyi, O., Koshevyi, M., & Maximchuk, O. (2017). Modern concepts of financial and non-financial motivation of Service Industries Staff. *Journal Of Advanced Research In Law And Economics, 8*(4(26)), 1100–1112. doi: 10.14505//jarle.v8.4(26).08
30. Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail : a social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological review, 108*(4), 814-834.
31. Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). New York: Oxford University Press.
32. Hollander, H. (1990). A social exchange approach to voluntary cooperation. *The American Economic Review, 80*(5), 1157-1167.
33. Khmarskyi, V., & Pavlov, R. (2016). Ranking system for Ukrainian banks based on financial standing. *Actual Problems of Economics, 184*(10), 348-360.
34. Khmarskyi, V., & Pavlov, R. (2017). Relation between marketing expenses and bank's financial position: Ukraini-an reality. *Benchmarking: An International Journal, 24*(4), 903-933. doi:10.1108/BIJ-02-2016-0026.

35. Kolstad, I. (2007). The evolution of social norms: with managerial implications. *The Journal of Socio-Economics, 36*(1), 58-72.
36. Schelling, T. (1960). The strategy of conflict. Cambridge: Harvard University Press.
37. Sen, S., & Airiau, S. (2007). Emergence of norms through social learning. *20th International Joint Conference on Artificial Intelligence*, 1507-1512.
38. Smith, V. (1962). An experimental study of competitiue market behauior. *The Journal of Political Economy. 70*(2), 111-137.
39. Sripada, C., & Stich, S. (2006). *A framework for the psychology of moral norms*. Oxford: Oxford University Press.
40. Taleb, N. N. (2014). *Antifragile: Things that gain from disorder*. New York: Random House Trade Paperbacks.
41. Vanberg, V. (2008). Why do people keep their promises? an experimental test of two explanations. *Econometrica, 76*(6), 1467-1480.
42. Velychko, O., & Velychko, L. (2017). Management of inter-farm use of agricultural machinery based of the logistical system «BOA». *Bulgarian Journal of Agricultural Science, 23*(4), 534-543.
43. Velychko, O., & Velychko, L. (2017). Logistical modelling of managerial decisions in social and marketing business systems. *Journal of International Studies, 10*(3), 206–219. doi: 10.14254/2071-8330.2017/10-3/15
44. Watkins, P, & Dayan, P. (1992). Q-learning. *Machine learning, 8*(3-4), 279-292.
45. Wood, A, Joseph, S., & Maltby, J. (2011). Gratitude uniquely predicts satisfaction with life: incremental ualidity aboue the domains and facets of the flue factor model. *Personality and Individual Differences, 45*(1), 49-54.

РОЗДІЛ 8

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Вирішення соціально-економічних проблем суспільства у XXI ст. набуває значної актуальності, що викликано як процесами глобалізації, так і проявом катаклізмів, які тією чи іншою мірою пов'язані з незадоволенням соціальних потреб суспільства. Стратегічною перспективою сьогодення для всіх країн світу стає соціально-економічний розвиток, що базується на соціальних інноваціях і відповідному ресурсному потенціалі [39].

За таких обставин особливе значення мають питання розвитку соціального підприємництва, заснованого на особливому поєднанні соціальних і економічних ефектів, вирішенні соціальних проблем «підприємницькими» засобами. Соціальне підприємництво, як нова модель соціально-економічної діяльності, змінює контекст сучасної господарської діяльності на макро- і мікрорівнях. Воно націлене на пошук ефективних механізмів розв'язання соціальних проблем, зменшення соціальної напруженості, задоволення потреб населення, і як наслідок, здатне взяти на себе деякі функції держави, але за умов співробітництва з нею.

Зарубіжні дослідження підприємництва як економічної категорії здійснюються з XVII століття. Проте найбільш значущими є напрацювання, що датуються XVIII–XIX ст. і належать таким ученим, як Р. Кантільйон, А. Маршалл, Д. Рікардо, Ж.Д. Сей, А. Сміт. На початку XX ст. сутність і механізми здійснення підприємництва досліджували такі відомі науковці, як С. Брю, М. Вебер, П. Друкер, В. Зомбарт, К. Макконнелл, Й. Шумпетер та інші. Проблеми розвитку підприємництва, як

і його перспективи, є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних науковців, зокрема О. Барановського, З. Варналія, А. Виноградського, Л. Воротіної, А. Киселькова, Ю. Клочка, Т. Ковальчука, Л. Мельника, С. Мочерного, Ю. Ніколенка, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, А. Чухна та ін. Важливий внесок у розробку та аналіз проблем, пов'язаних із розвитком соціального підприємництва, зробили вчені С. Алворд, Г. Діс, Б. Дрейтон, Дж. Майр, М. Маклін, І. Марті, А. Передо, Р. Спір й ін. Серед українських науковців, які досліджують питання соціального підприємництва, слід відзначити З. Галушку, О. Кірєєву, В. Удодову, В. Шаповал та інших вчених. Сьогодні в Україні не існує єдиних підходів та механізмів реалізації соціального підприємництва, оскільки воно для країни є новим напрямом розвитку.

Метою статті є розробка напрямів розвитку соціального підприємництва як складової економічної безпеки країни та визначення його ролі у вирішенні соціальних проблем в Україні.

Головною умовою сталого розвитку соціально-економічної системи будь-якої держави є підвищення якості життя населення. Одним із сучасних інструментів забезпечення соціально-економічного розвитку виступає соціальне підприємництво, основу якого становить благодійність та вирішення соціальних проблем у країні. Соціальне підприємництво − це спосіб здійснення соціально-економічної діяльності підприємства. Отже, метою соціального підприємництва є вирішення проблем суспільства та підвищення якості життя. Сам термін «соціальне підприємництво» з'явився в 1960-х роках, але як сучасне явище дістав розвитку лише у 2000-х роках [17].

Перші соціально спрямовані підприємства у США з'явилися наприкінці XIX ст., зокрема: благодійні заходи, ярмарки товарів, центри підтримки іммігрантів, безкоштовні вечірні школи тощо. У 1884 р. в Чикаго було засновано «Hull House» − перше соціальне підприємство, діяльність якого була спрямована на надання підтримки іммігрантам і їх дітям. У «будинку» була організована вечірня школа та ряд інших спеціалізованих курсів, а також система безкоштовного

харчування. Пізніше соціальне підприємство «Hull House» отримало у використання ще декілька приміщень і в підсумку розвинулося до мережі «будинків» соціальної підтримки. У 1895 р. у Бостоні було створено перший благодійний магазин зі збору, реконструкції та перепродажу предметів побуту. Таким чином, було працевлаштовано велику кількість іммігрантів та безробітних громадян. З часом почали з'являтися інші підприємства соціальної спрямованості. Це явище П. Друкер уперше визначив як «соціальне підприємство», діяльність якого спрямована не тільки на отримання прибутку [35]. Поява соціального підприємства є результатом реакції суспільства на актуальну та пріоритетну соціальну проблему, яку на даний момент складно вирішити через нестачу коштів у бюджеті.

У сучасних умовах ринок соціального підприємництва в Україні перебуває на стадії становлення та потребує розробки відповідних інституціональних й економічних механізмів. Перші програми з фінансування соціальних підприємців України стали з'являтися у 2004 р. Програма «Юкен» («Мережа громадянської дії в Україні» UCAN) [4] фінансується Агенцією США з міжнародного розвитку. З 2004 р. Програмою було підтримано 22 проекти соціального підприємництва на загальну суму 180 тис. дол.

У деяких випадках учені ототожнюють соціальне підприємництво та соціальний бізнес, а іноді й соціальну економіку. Соціальне підприємництво в Україні з'явилося ще на початку XXI ст., воно об'єднує фінансову стійкість як складову бізнесу та соціальну орієнтованість волонтерства [11]. Соціальне підприємництво можна розглядати як спосіб вирішення соціальних проблем суспільства. При цьому слід зазначити, що не існує єдиного трактування сутності поняття «соціальне підприємництво». За сучасних умов у науці [14; 31; 33; 38; 41; 43-48] виокремлюють чотири основних підходи до визначення сутності дефініції «соціальне підприємництво» (рис. 1).

Інші науковці виокремлюють наступні підходи до розуміння сутності соціального підприємництва в Україні [8] і розуміють його як:

- спосіб соціальної підтримки певних груп населення;

- механізм забезпечення економічного розвитку та підтримки бізнесу;

- механізм вирішення соціальних питань (альтернативний державному);

- соціально орієнтований бізнес.

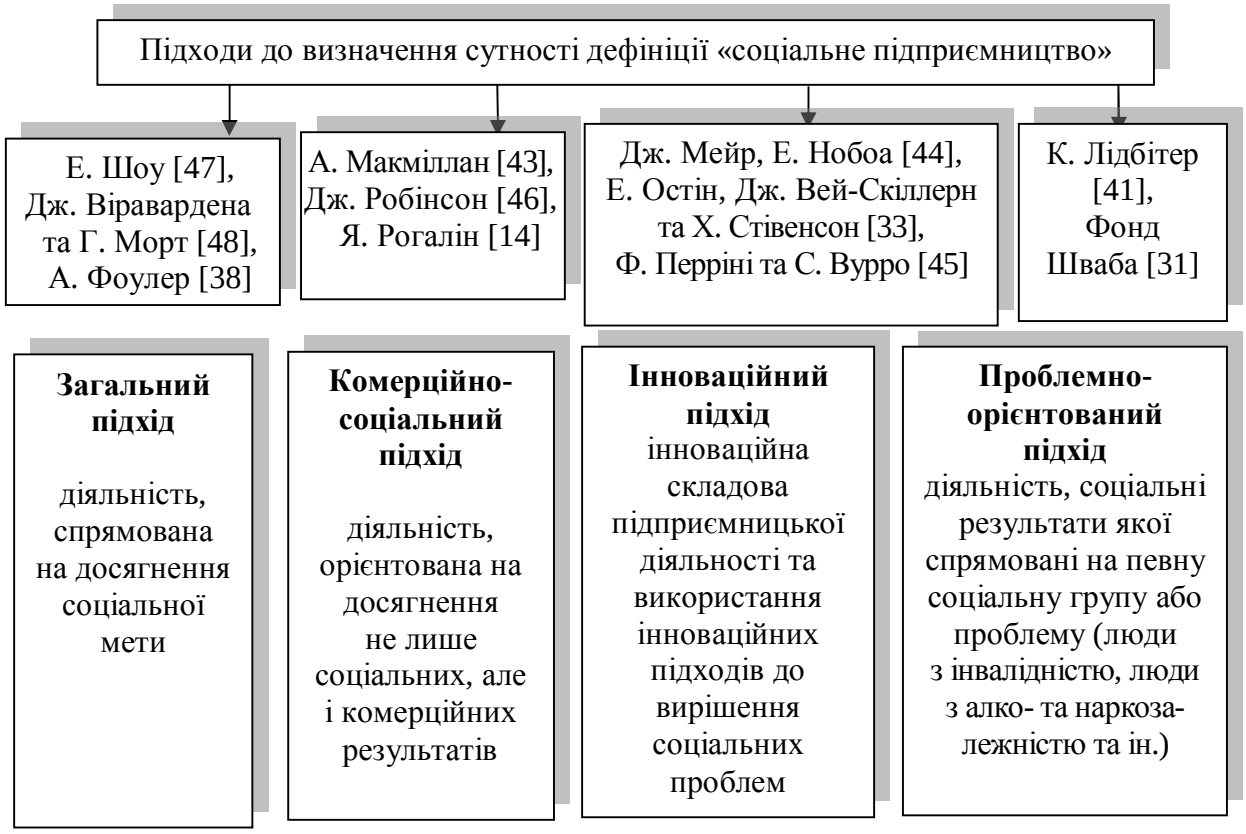

Рис. 1. Підходи до визначення сутності дефініції «соціальне підприємництво»
(складено на підставі [14; 31; 33; 38; 41; 43–48])

З урахуванням відсутності законодавчого регламентування в багатьох країнах трактування поняття «соціальне підприємництво» залежить від безлічі чинників (країни, сфери діяльності, потреб суспільства тощо).

Так, Європейський Союз розглядає соціальне підприємництво з точки зору ефективного інструменту впровадження інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Уряди держав-членів Європейського Союзу прагнуть стимулювати та підтримувати ефективний потенціал соціальних підприємств [12].

Міжнародно визнаним є погляд на соціальне підприємництво як на новий спосіб соціально-економічної діяльності, в якому поєднуються соціальне призначення

організації з підприємницьким новаторством і досягненням стійкої самоокупності [20].

Згідно з UCAN «Соціальне підприємництво − це будь-яка підприємницька діяльність, що здійснюється недержавним підприємством для отримання доходу, спрямованого на підтримку благодійної місії або статутного завдання» [4].

Нерозуміння суспільством сутності соціального підприємництва ускладнюється відсутністю єдиного визначення поняття «соціальне підприємництво» як економічної категорії. Зазвичай під цим розуміють використання бізнесу для вирішення соціальних проблем. До сумнівів людей спонукають два чинники: по-перше, соціальні підприємства можуть бути некомерційними, або навпаки, комерційними; по-друге, не всі країни визначилися з правовим регулюванням соціального підприємства як бізнесу з особливим податковим режимом.

Отже, в більшості випадків суспільство не розуміє, що соціальні підприємці створюють гроші, як і звичайні бізнесмени. І через це люди ставлять під сумнів філософію соціального підприємця, якщо він зрештою все ж таки прагне отримати прибуток.

Вищезазначене поєднується в одну актуальну проблему, адже підвищення обізнаності громадськості може сприяти більш глибокому усвідомленню соціальних проблем, і як наслідок, підвищити інтенсивність тиску суспільством на уряд та фінансові установи з метою збільшення підтримки соціальних підприємств, які тільки в деяких країнах мають особливий законодавчий статус і податкові пільги.

Формою реалізації соціального підприємництва є соціальне підприємство або певна структура, яка дозволяє реалізовувати діяльність для вирішення соціальних проблем і досягнення соціального ефекту.

Соціальну підприємницьку діяльність здійснюють:

- некомерційні організації;
- комерційні організації, недержавні підприємства;
- недержавні підприємства у співпраці з бізнес-організаціями.

Гранти надають соціальним підприємцям можливість:

- забезпечити стабільне та незалежне фінансування діяльності некомерційної організації, пов'язаної з її місією;
- досягти «соціального ефекту» − поліпшення якості життя населення;
- розробити й запровадити нові підходи до вирішення соціальних проблем.

Етапи створення соціального бізнесу наведено на рис. 2.

Рис. 2. Етапи створення соціального бізнесу (авторська розробка)

Заявки можуть подавати недержавні некомерційні організації, які мають досвід співпраці з підприємницькими структурами, а також окремі підприємства. В Україні соціальне підприємництво пов'язане з економічним розвитком різних цільових груп, фінансовою стійкістю недержавних підприємств і вирішує такі завдання:

- забезпечення незалежності громадських організацій від єдиного джерела фінансування для ефективного вирішення статутних завдань;

- посилення конкурентоспроможності недержавних підприємств на ринку соціальних послуг, у тому числі збільшення обсягу та якості послуг, що надаються.

Існує два основних підходи до формування соціального підприємництва, основу яких становить комерціалізація діяльності. Згідно з першим підходом соціальне підприємництво розглядається як діяльність некомерційного характеру для задоволення соціальних потреб (Д. Остін, Х. Стівенсон [33], Д. Бош [34] та ін.); згідно з другим − як спосіб досягнення соціальних цілей (Д. Емерсон [37], С. Ведок [49], К. Альтер [32], Ф. Тверскі [36]).

З нашої точки зору, соціальне підприємництво неможливе без фінансової складової, але в даному випадку вона не є першочерговою, оскільки основним фактором виступає соціальний ефект для суспільства. У зв'язку з цим важливого значення набуває визначення складових соціального підприємництва.

Більшість сучасних науковців до складових соціального підприємництва відносять соціальний вплив (спрямованість на вирішення чи пом'якшення конкретної відчутної соціальної проблеми); інноваційність (застосування нових підходів, нових способів розв'язання як давньої, так і нової соціальної проблеми); самоокупність і фінансову стійкість (незалежність від зовнішнього фінансування); тиражованість (відтворюваність моделі соціального підприємства в інших географічних і соціальних умовах) [16].

Можна виокремити такі складові соціального підприємництва:

1) орієнтація на отримання прибутку;

2) наявність соціальних цілей і місії;

3) інвестування прибутку в соціальні проекти;

4) майнова відповідальність і фінансова самостійність;

5) інноваційність та системність діяльності;

6) соціальний ефект;

7) професіоналізм.

Таким чином, соціальне підприємництво − це можливість вирішувати проблеми суспільства та підвищувати якість життя населення з вигодою для

власника бізнесу. До переваг соціальних підприємств можна віднести гнучкість і мобільність, що дозволяє оперативно реагувати на запити суспільства, надаючи різні соціальні послуги громадянам у сфері охорони здоров'я, соціального захисту, освіти, соціальної адаптації людей з особливими потребами, охорони навколишнього середовища тощо. Цільова аудиторія соціальних підприємств включає як споживачів масового ринку, так і споживачів певних соціальних верств населення.

Важливим є також встановлення критеріїв соціального підприємництва, до яких слід віднести:

- соціальне новаторство, оскільки соціальне підприємництво є результатом перетворень у суспільстві;
- самоокупність і фінансову стійкість;
- створення соціальної та економічної цінності;
- мету діяльності, яка полягає не в отриманні економічної вигоди, а у вирішенні конкретної соціальної проблеми.

Учасниками дослідницької мережі EMES запропоновано чотири критерії для визначення соціального підприємства [18]:

- постійне виробництво товарів і послуг;
- високий ступінь автономії;
- високий рівень економічного ризику;
- мінімальна частка оплачуваної роботи.

Соціальне підприємництво − це можливість заробляти та робити внесок у розвиток суспільства. Виходячи зі швидких темпів розвитку економічних процесів, за сучасних умов соціальне підприємництво є об'єктом дослідження багатьох науковців і організацій.

Так, Фонд агентства Thomson Reuters [30] здійснив дослідження у 45 країнах із найбільш розвинутими економіками за рейтингом Світового банку з метою встановити, яка країна створює найкращі умови для соціальних підприємців. Рейтинг провідних країн щодо діяльності соціальних підприємців у 2016 р. наведено на рис. 3.

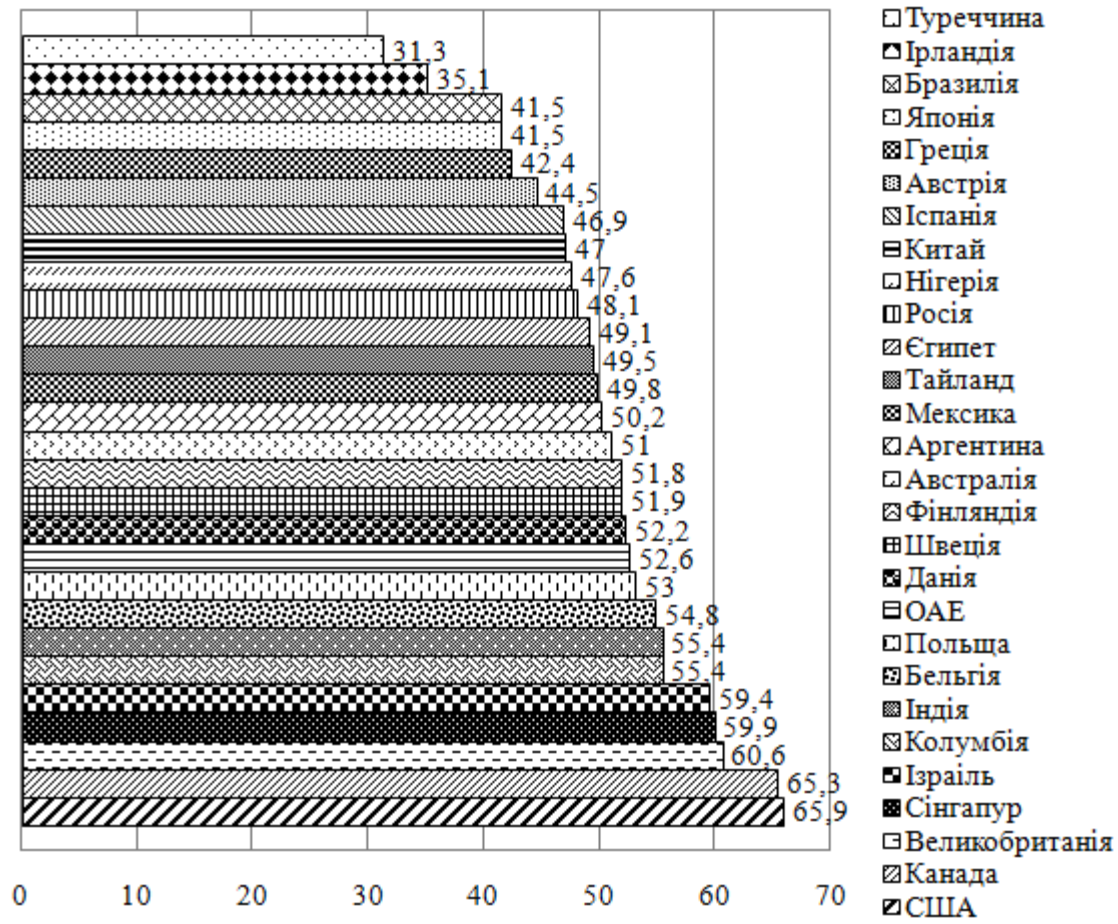

Рис. 3. Рейтинг розвинутих країн щодо діяльності соціальних підприємців у 2016 р.
(складено на підставі [30])

У кожній із 45 країн фонд співпрацював приблизно з 20 експертами, пов'язаними із соціальним підприємництвом, включаючи вчених, підприємців, інвесторів, політичних діячів, допоміжний персонал та ін.

Результати експертного опитування свідчать про те, що США є найкращою країною для діяльності соціальних підприємців. Канада та Великобританія посіли відповідно друге та третє місця в рейтингу, Сінгапур і Ізраїль − четверте і п'яте. Туреччина визнана країною з найгіршим середовищем для ведення соціального бізнесу, оскільки продемонструвала найгірші результати за багатьма індикаторами, що вимірюють політичні, економічні, управлінські та культурні чинники. Опитані експерти (60 %) основною проблемою вважають зростаючий сектор соціального підприємництва: «люди не знають, чим соціальні підприємці займаються. Це призводить до того, що збір коштів стає надзвичайно важким, а також це ускладнює продаж товарів» [30].

З урахуванням вищенаведеного можна стверджувати, що соціальні підприємства наразі перебувають у стадії активного розвитку по всьому світу. Канада та США очолюють рейтинг за показником активного розвитку соціального підприємництва. Третє, четверте та п'яте місця в рейтингу посідають Великобританія, Сінгапур і Ізраїль відповідно. Однак даний сектор неповною мірою використовує громадську та державну підтримку, хоча діяльність соціальних підприємств спрямована на вирішення найважливіших соціальних проблем. Наприклад, індійське соціальне підприємство «ScrapApp» надає послуги з екопереробки сміття і тим самим допомагає вирішувати неймовірно актуальну проблему для Індії − забруднення [24]. В Індії, де переробка сміття не є частиною формальної державної програми, працівники соціального підприємства «ScrapApp» щодня сортують сміття поруч із найбільшими супермаркетами.

Великобританія посідає третє місце в топ-рейтингу країн із найкращим середовищем для підприємців, що використовують бізнес-моделі та ринковий підхід для вирішення соціальних проблем. Сектор соціального підприємництва у Великобританії зростав вкрай швидкими темпами впродовж останніх 20 років. Один із найвідоміших соціальних бізнесів Великобританії був утворений у 1991 р. Як бізнес-рішення соціальної кризи безпритульні продавали журнал «The Big Issue», що спричинило пожвавлення торгівлі вуличними газетами у більш, ніж 120 країнах світу. Великобританія запустила першу державну програму соціального підприємництва у 2002 р., потім у 2010 р. випустила «облігації соціального впливу», що привело до полегшення податкового тягаря. Також у 2013 р. було ухвалено закон, який закликав громадський сектор почати дотримуватися принципу соціального блага у своїй діяльності. На сьогоднішній день у Великобританії, де існує досить широке визнання соціального підприємництва як бізнесу із соціальними цілями, уряд має дані про 70 тис. соціальних підприємств, на яких працюють близько 1 млн чоловік [23].

Соціальні підприємства в США є переважно невеличкими за доходами та кількістю співробітників. Діяльність більш, ніж 90 % таких підприємств зосереджена на вирішенні соціальних проблем у США, ніж за їх межами. На

сьогоднішній день соціальні підприємства США, на яких працюють близько 10 млн чол., мають приблизно 500 млн дол. доходу (3,5 % від загального обсягу ВВП США). Штат близько 40 % соціальних підприємств США містить менше 5 співробітників, і лише 8 % − більше 100 чол.; 45% підприємств мають менше 250 тис. дол. доходу, 22 % − більше 2 млн дол.; 35 % підприємств є некомерційними організаціями, 20 % впливають на економічний розвиток США; 16 % орієнтовані на розвиток робочої сили, 12 % націлені на поліпшення стану навколишнього середовища, 11 % працюють у сфері освіти [19].

Слід відзначити, що феномен «соціальне підприємництво» є поширеним і в академічних колах США. Значний інтерес академічного середовища до соціального підприємництва стимулює підтримку за трьома основними напрямами: впровадження в навчальний процес спецкурсів з підготовки фахівців теоретичного та практичного профілю у сфері соціального підприємництва, створення спеціалізованих наукових журналів, організація наукових конференцій в напрямку соціального підприємництва [8, с. 42].

Зростання кількості фахівців у сфері соціального підприємництва значною мірою впливає на ефективність функціонування соціальних підприємств. У зв’язку з цим історично етапи розвитку соціального підприємництва пов’язані з поширенням даного феномену в академічних колах, запровадженням спецкурсів у навчальні процеси найвідоміших вищих навчальних закладів, видавництвом наукових журналів, проведенням наукових конференцій із даної тематики тощо. Еволюцію розвитку соціального підприємництва у США наведено в табл. 1. Слід зауважити, що розуміння соціального підприємництва у США дещо відрізняється від розуміння даного феномену у європейських і азіатських країнах.

До соціальних підприємств у США відносять підприємства із соціально спрямованою діяльністю, основними параметрами якої є [21]:

- компенсація недоліків ринкової економіки;
- інноваційний підхід до реалізації проекту у сфері соціального підприємництва;
- спрямування до фінансової стійкості.

Таблиця 1

Еволюція розвитку соціального підприємництва у США

Студентські програми	Наукові журнали	Наукові конференції	Соціальні підприємства
1884–-1960 рр.			
-	-	-	Благодійні заходи, ярмарки; вечірні школи; центри підтримки іммігрантів
1960–-2000 рр.			
- Harvard Business Social Enterprise Initiative (1993); - Not for profit, cooperative studies scholars EMES (1999); - Stanford Center for Social Innovation (1999)	Перші наукові публікації: - Dees (1998); - Emerson (2001); - Bornstein (2004)	Harvard Business school Social Enterprise Conference (2000)	≈ 720 тис. соціальних підприємств
2000–-2008 рр.			
Запровадження в навчальний процес Harvard University першого спецкурсу із соціального підприємництва	Перші наукові журнали: - Stanford Social Innovation (since 2001); - Social enterprise Journal (since 2005)	- Conference on Social Entrepreneurship (since 2004); - International Social Entrepreneurship Research Conference (since 2007)	≈ 940 тис. соціальних підприємств
2008 р. – сьогоднішній час			
Наявність спецкурсів із соціального підприємництва у найвідоміших навчальних закладах країни: - Kennedy School; - Harvard University; - New York University; - Yale University; - Columbia University	- Journal of Social Entrepreneurship (since 2010); - Ridley-Duff and Bull (since 2010); - Journal of Social Business (since 2011); - Journal of World Business (since 2006); - Entrepreneurship Theory and practice (since 2010)	Annual Conference at the Academy of Management (since 2010)	≈ 1,5 млн соціальних підприємств

Джерело: складено на підставі [8; 21; 25; 35].

Підґрунтям для розвитку соціального підприємництва в Європі стала активізація із середини XIX ст. кооперативного руху. На відміну від бізнесу та некомерційних організацій, кооперативи переважно створюються фізичними особами

з метою задоволення своїх власних економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. На початку XX ст. кооперативи вже відігравали важливу роль у вирішенні соціальних проблем європейських країн [39].

Найвідомішим у Європі соціальним підприємцем є кухар, бізнесмен Джеймі Олівер, який реалізує проект, пов'язаний із навчанням і працевлаштуванням підлітків. Він пропонує їм безкоштовно засвоїти на базі своїх закладів професію кухара, пройти стажування, при цьому ще й харчуватися безкоштовно [2]. Отже, соціальне підприємництво викликає все більший інтерес з точки зору використання інноваційного та сталого підходу до розвитку, створення робочих місць, подолання бідності тощо, що зрештою підвищує соціальне благополуччя суспільства. Сфера соціального підприємництва щорічно зростає по всьому світу: створюються нові організації підтримки; донори, інвестори та уряди держав усе більше залучаються до розвитку соціальних підприємств. На сьогоднішній день існує чимало організацій і фондів підтримки соціальних підприємців по всьому світу, до складу яких входять представники більше, ніж 120 країн.

Наприклад, в Австралії функціонує близько 20 тис. соціальних підприємств, 34 % з яких − функціонують більше 5 років і виробляють 3 % ВВП. У Європейському Союзі кожне четверте щорічно новостворене підприємство є соціальним. За даними 2016 р. діяльність 37 % соціальних підприємств Канади спрямована на підтримку малозабезпечених громадян, 25 % працюють для досягнення культурної мети, 26 % − на розвиток працевлаштування, а 12 % зосереджені на вирішенні проблем охорони довкілля. У Сенегалі приблизно 18 % від усього населення здійснюють соціальну підприємницьку діяльність. 68 % соціальних підприємств В'єтнаму націлені на подолання бідності, а 48 % − на поліпшення стану навколишнього середовища [25].

За даними фонду GSEN (Global Social Entrepreneurship Network) діяльність соціальних підприємств спрямована на вирішення соціальних проблем у сфері освіти, охорони здоров'я, екології тощо (рис. 4) [42].

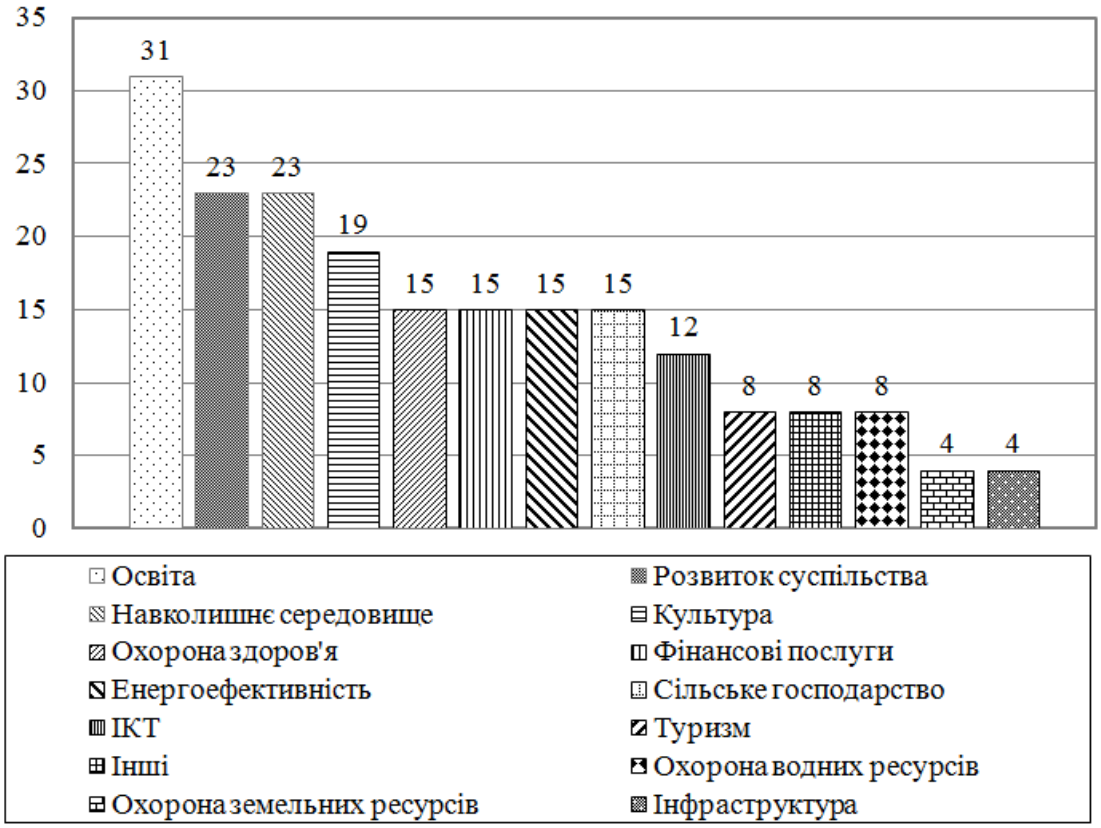

Рис. 4. Частка соціальних підприємств у світі за напрямами вирішення соціальних проблем у 2016 р., % (складено на підставі [42])

Отже, діяльність більшості соціальних підприємств по всьому світу спрямована на вирішення проблем у сфері освіти, культури, екології та розвитку суспільства. Найменша кількість соціальних підприємств функціонують з метою охорони водних і земельних ресурсів, розвитку інфраструктури.

Слід також звернути увагу на ефективність функціонування соціальних підприємств. Результати аналізу свідчать про те, що приблизно половина соціальних підприємств є прибутковими, а кількість збиткових соціальних підприємств щорічно знижується. Однак кількість соціальних підприємств, що припинили свою діяльність, у 2016 р. зросла на 8 % (рис. 5).

Щодо джерел доходів соціальних підприємств, то серед основних слід відзначити дохід від торгівлі, підприємницької діяльності, отримання грантів від уряду тощо (рис. 6). Результати аналізу основних джерел доходів соціальних підприємств свідчать про те, що вони мають диверсифіковані потоки доходів, рідко обмежуючи себе одним клієнтом: три чверті всіх соціальних підприємств мають більше одного джерела доходу.

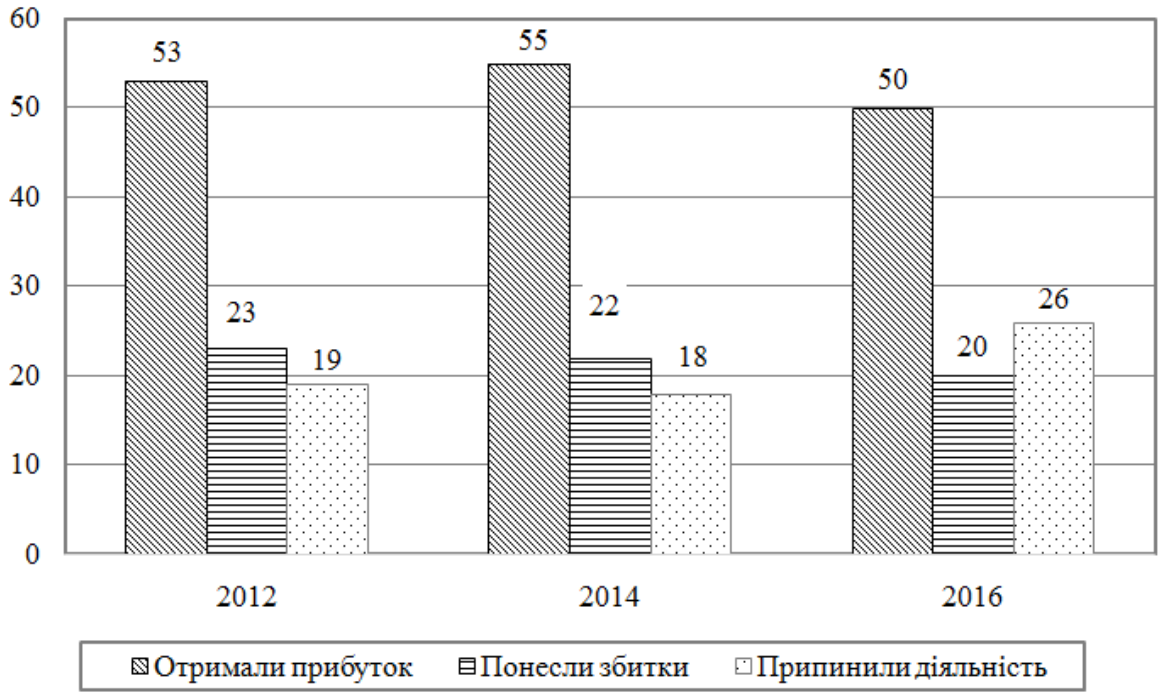

Рис. 5. Частка соціальних підприємств у світі за результатами діяльності (2012–2016 рр.), %
(складено на підставі [25; 28])

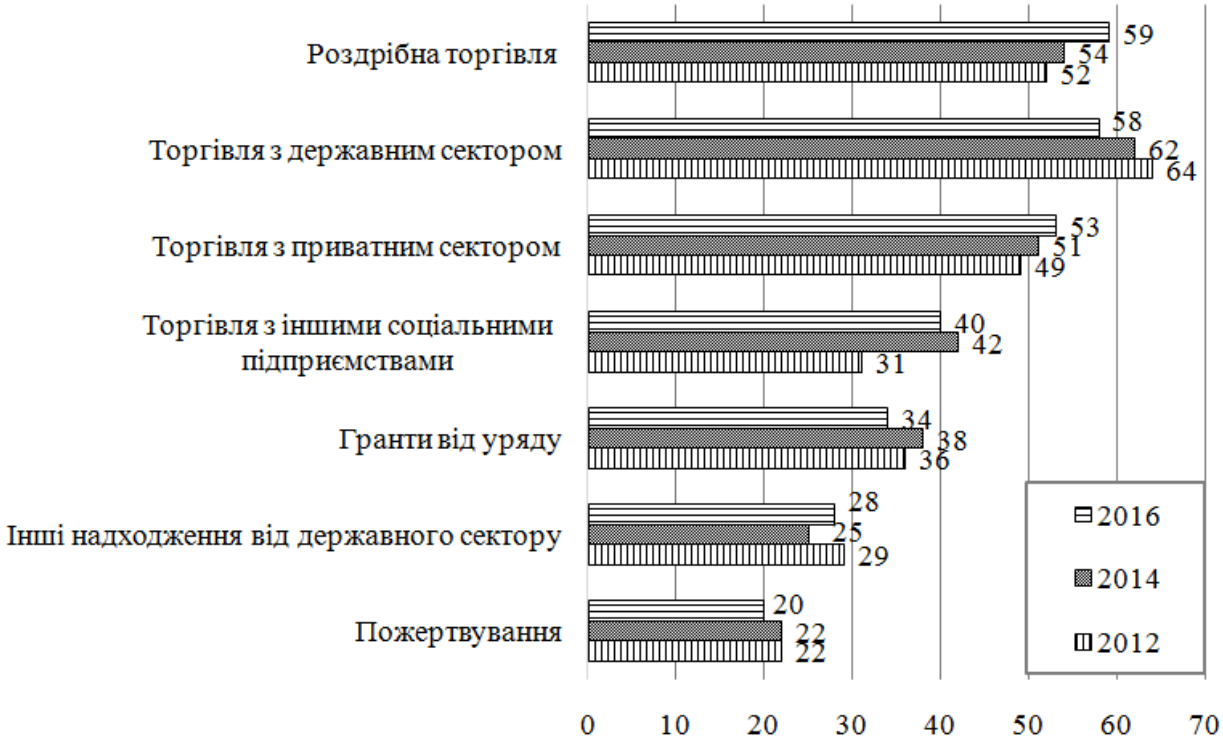

Рис. 6. Джерела доходів соціальних підприємств у світі за період 2012–2016 рр., %
(складено на підставі [22; 26; 28; 42])

Найпоширенішим основним джерелом доходів соціальних підприємств залишається роздрібна торгівля, обсяг надходжень від якої щорічно зростає.

Торгівля з державним сектором, як з одним з основних джерел доходів соціального підприємства, безпосередньо пов'язана з розміром соціального підприємства.

Питома вага соціальних підприємств, основним джерелом доходів яких є торгівля з державним сектором, щорічно зростає, але обсяги надходжень зменшуються. Частка соціальних підприємств, основним джерелом доходів яких є торгівля з приватним сектором, з 2012 р. зросла з 13 до 17 %. Також спостерігається щорічне збільшення частки соціальних підприємств, які отримували дохід від торгівлі з приватним сектором − з 49 % у 2012 р. до 53 % у 2016 р.

Слід відзначити тенденцію розвитку торгівлі між іншими соціальними підприємствами. Частка соціальних підприємств, основним замовником яких є інші соціальні підприємства, скоротилася з 10 % у 2012 р. до 7 % у 2016 р. Крім того, частка соціальних підприємств, які отримують певний дохід від торгівлі з іншими соціальними підприємствами, зменшилася з 42 % у 2014 р. до 40 % у 2016 р. Даний показник хоча і зменшився, але все одно залишається достатньо великим. Варто зауважити, що 34 % надходжень соціальних підприємств у 2016 р. склали гранти від органів державного сектору та 28 % − від інших форм державного фінансування. Проте гранти органів державного сектору були основним джерелом фінансування лише 5 % соціальних підприємств − із 7 % у 2014 р. та 10 % у 2012 р., що свідчить про зростаючий тиск на позабюджетні фонди місцевого самоврядування. Пожертвування відіграють ще меншу роль в економічній діяльності соціальних підприємств. Лише 20 % соціальних підприємств отримали пожертвування протягом 2016 р. [26].

Щодо перспектив розвитку, соціальні підприємства постійно генерують інновації у своїй діяльності, удосконалюють стратегію розвитку, здійснюють пошук нових клієнтів тощо (рис. 7).

Соціальна підприємницька діяльність здатна знаходити інноваційні шляхи створення соціальної цінності. Завдяки поєднанню особливостей і характеристик різних сфер економіки соціальне підприємництво здатне вирішувати цілий ряд соціально-економічних завдань. Соціальний підприємець Schwab Foundation

М. Барт стверджує, що соціальне підприємництво є рушійною силою впровадження інновацій у такі сфери, як освіта, охорона здоров'я, житловий сектор. Для соціальних підприємців це можливість поєднатися в альянси з метою полегшення процесу отримання інвестицій, створення ідей щодо вирішення соціальних проблем, запровадження інновацій у сфери освіти, культури, охорони здоров'я тощо [22].

Рис. 7. Кількість соціальних підприємств (план/факт) у світі за напрямами діяльності у 2016 р., % від загальної кількості соціальних підприємств (складено на підставі [29])

Простежується тенденція до збільшення клієнтів соціальних підприємств. Так, за 2016 рік частка соціальних підприємств, що прагнуть завоювати нових клієнтів склала 83 %, що майже в чотири рази перевищує частку тих, хто намагається залучити інвестиції − 21%. Значення показників фактичних результатів функціонування соціальних підприємств не сягають запланованих. Однак слід зауважити, що 59 % соціальних підприємств представили нові або вдосконалені товари та послуги. Даний показник є основним індикатором інноваційної діяльності соціальних підприємств.

На сьогоднішній день існує велика різноманітність напрямів соціального підприємництва (рис. 8).

Рис. 8. Напрями соціального підприємництва
(авторська розробка)

Соціальне підприємництво набуває поширення і в Україні. Наразі в Україні функціонують більше 150 соціальних підприємств, діяльність яких спрямована на вирішення тих чи інших соціальних проблем [3]. Порівняно з розвинутими каїнами та з урахуванням існуючих соціальних проблем, ця кількість є недостатньою. Можна припустити, що такий низький рівень розвитку соціального підприємництва в Україні зумовлений відсутністю навичок з вирішення соціально значущих проблем за допомогою бізнесу та закріплення даної ролі переважно за державою, необхідного інституціонального середовища, а також тим, що соціальні інновації не розглядаються підприємцями як джерело конкурентних переваг. Потенціал розвитку соціального підприємництва в Україні є досить великим, беручи до уваги, з одного боку, зростаючі соціальні проблеми в країні, а з іншого − неефективність застосування традиційних механізмів для вирішення соціальних проблем державою та ринкових механізмів.

Важливою умовою подальшого формування сприятливого інституціонального середовища соціального підприємництва є залучення громадської уваги до

соціальної підприємницької діяльності як до сфери наукових досліджень, управлінських рішень і соціально-економічних перетворень. Так, О. Кірєєва визначила чотири напрями динамічного розвитку соціального підприємництва в Україні (рис. 9).

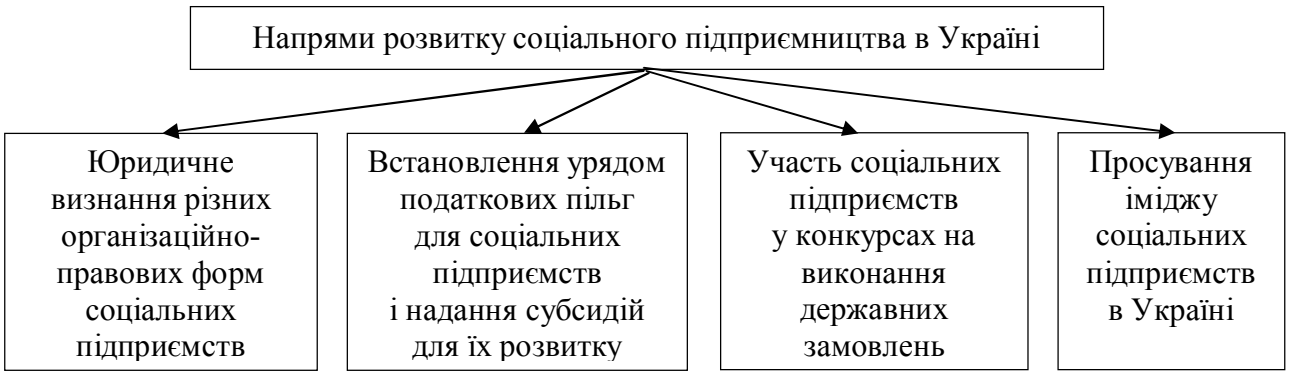

Рис. 9. Напрями розвитку соціального підприємництва в Україні за О. Кірєєвою
(складено на підставі [10])

У створенні та розвитку соціального підприємництва держава має відігравати провідну роль, тому активізація розвитку соціального підприємництва в Україні потребує розробки державної стратегії й відповідної законодавчої бази, а також програм та механізмів розвитку з державними пріоритетами їх фінансової підтримки.

Соціальне підприємництво поєднує соціальні цінності та комерційну діяльність. І. Березяк окреслює загальні орієнтири бурхливого розвитку соціальних підприємств (СП) в Україні: по-перше, розробка національних стратегій розвитку СП для чіткої координації спільних зусиль усіх зацікавлених сторін-підприємців, громадських організацій, донорських структур і держави; по-друге, державне або донорське фінансування соціальних проектів СП [7].

Отже, соціальне підприємництво можна розглядати як головний напрям вирішення проблем суспільства та забезпечення економічної безпеки держави. Дане питання набуває особливої актуальності в першу чергу для тих країн, економіка яких перебуває у процесі трансформації. Економічна безпека характеризує стан економіки, при якому забезпечуються сталий економічний розвиток,

оптимальне задоволення суспільних потреб, раціональне управління, захист економічних інтересів на національному та міжнародному рівнях [13, с. 19].

Забезпечення економічної безпеки країни − це комплекс заходів, спрямованих на досягнення високого рівня захищеності від зовнішніх загроз, забезпечення економічного зростання та сталий розвиток. Саме підприємництво у взаємодії з державою покликане забезпечити сталий розвиток і економічну безпеку країни. Для підприємця важливо знати пріоритети державної політики у внутрішній та зовнішньоекономічній діяльності, форми підтримки основоположних сфер підприємництва, стан ринків капіталу, трудових і матеріальних ресурсів, товарів та послуг, макроекономічні та інші прогнози, що впливають на фінансово-економічний стан регіонів, об'єднань і підприємств. Серед складових економічної безпеки країни слід виокремити три основні:

- забезпечення потужного оборонного потенціалу;
- захист національних інтересів;
- соціально спрямований розвиток країни.

Належний рівень розвитку та безпеки соціального підприємництва виступає невід'ємним елементом ринкової системи господарювання, сприяє створенню ефективної конкурентоспроможної економіки, забезпечує високу якість життя населення та є однією з найважливіших умов економічної та соціальної безпеки країни. У свою чергу, від ефективності заходів системи державного регулювання підприємницької діяльності залежить формування умов, необхідних для активізації підприємництва в країні.

Стимулювання розвитку сфери соціального підприємництва позитивно впливає на рівень безробіття, що призводить до зміцнення економічної безпеки країни. Як відомо, кількість зайнятого населення України, починаючи з 2013 р., щорічно зменшується. Динаміку кількості зайнятого та безробітного населення України за період 2012–2016 рр. наведено на рис. 10.

Результати аналізу динаміки рівня безробіття населення за період 2013–2016 рр. свідчать про щорічне зростання кількості безробітних громадян віком

25–29 років: у 2014 р. – 11,1 %, у 2015 р. – 11,2 %, у 2016 р. – 11,7 % (% до кількості економічно активного населення відповідної вікової групи) [5]. Загальна кількість безробітного населення у 2016 р. значно збільшилася, порівняно з 2013 р., майже на 2 % від загальної кількості населення України.

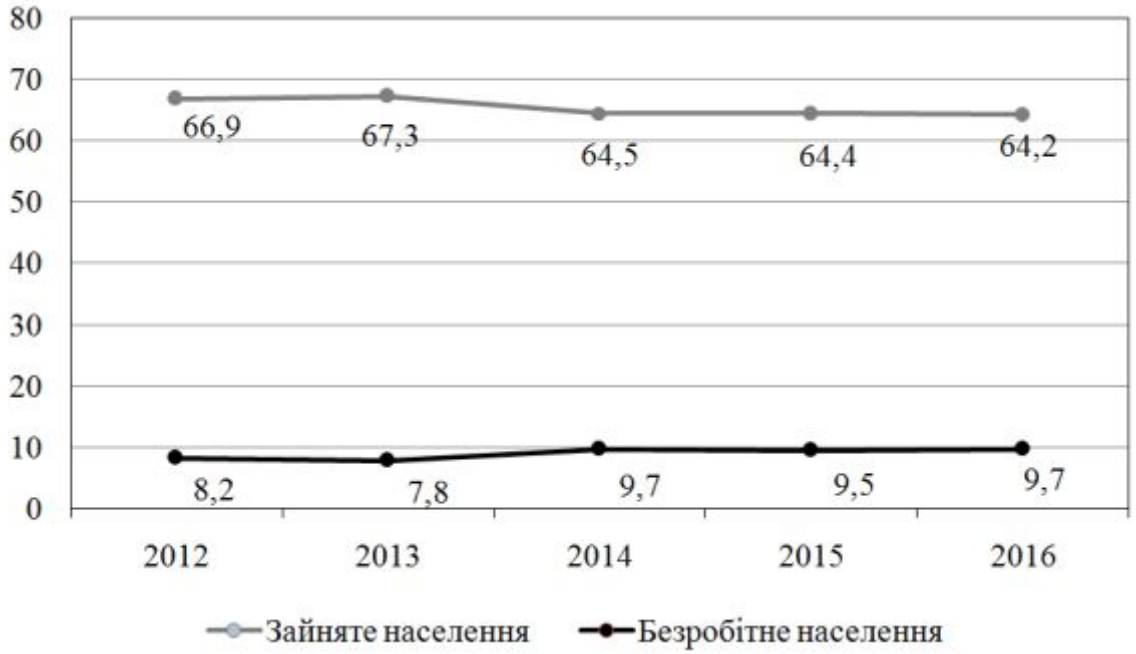

Рис. 10. Динаміка кількості зайнятого та безробітного населення України за період 2012–2016 рр., % від загальної кількості населення (складено на підставі [5])

Щодо рівня життя населення, то у 2015–2016 рр. більше половини населення України за місяць отримують доходи, що є нижчими за фактичний прожитковий мінімум (табл. 2).

Таблиця 2

Диференціація життєвого рівня населення України у 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	2016
Чисельність населення із загальними доходами за місяць, нижчими за фактичний прожитковий мінімум, млн чол.	6,3	20,2	19,8
% до загальної чисельності населення	16,7	51,9	51,1
Середньорічний розмір фактичного прожиткового мінімуму, грн	1357,6	2257,0	2646,4
Середньорічний розмір законодавчо встановленого прожиткового мінімуму, грн	1176	1227,3	1388,1

Джерело: складено на підставі [1].

Проблеми, пов'язані з працевлаштуванням і підвищенням оплати за комунальні послуги, низький рівень соціального захисту ветеранів, інвалідів, людей похилого віку, різке подорожчання продуктів харчування − усе це ще більшою мірою знижує життєвий рівень населення.

До особливо тривожних тенденцій належить падіння престижу вищої освіти, збільшення чисельності молоді, що починає трудову діяльність із низьким рівнем освіти без бажання продовжувати навчання. У молодіжному середовищі панує високий рівень вимушеного безробіття та відсутність сучасної програми фінансування житла для молоді. Це вказує на проблеми не тільки в системі освіти, але і в суспільстві в цілому.

Світ змінюється настільки швидко, що реформаторські зусилля урядів за цими змінами часто не встигають. Необхідно існуючий підхід до вирішення проблем змінювати на новий, який би враховував потреби сучасного суспільства [6].

Серед соціальних проблем українського суспільства найважливішими є такі: безробіття, зростання цін, низький рівень заробітної плати, загальне зниження рівня життя, зростання злочинності, зниження рівня охорони здоров'я, погіршення стану навколишнього середовища, низький рівень медичного обслуговування. Згідно із зарубіжним досвідом саме соціальне підприємництво має вирішити більшість зазначених проблем. Важливо відзначити, що внаслідок зростання гострих соціальних проблем у всьому світі, які супроводжуються відмовою урядів багатьох країн від участі у їх вирішенні, очікується, що соціальне підприємництво в найближчому майбутньому набиратиме обертів і набуватиме значимості.

Результати аналізу стану та розвитку соціального підприємництва в Україні дозволяють дійти висновку про його недостатній рівень, порівняно з розвинутими країнами, різку диференціацію розвитку по регіонах, низьку інвестиційну активність підприємств даного сектору, неефективний механізм самофінансування та державної підтримки тощо.

В Україні відсутнє законодавчо закріплене визначення соціального підприємництва, а отже такі підприємства здійснюють діяльність у рамках законодавчої бази комерційних і некомерційних організацій. Для активізації формування

соціального підприємництва необхідно, перш за все, розробити державну програму поетапного впровадження дієвих механізмів розвитку соціального підприємництва. Вирішальну роль відіграє уряд, який повинен усувати перешкоди, що стримують зростання соціальних підприємств, і заохочувати генерацію та поширення нових ідей. На основі аналізу зарубіжного досвіду соціального підприємництва визначено основні аспекти ефективного розвитку соціальних підприємств України з метою їх адаптації до сектору соціального підприємництва країни:

1. Формування комунікаційної системи та забезпечення координації дій між інвесторами, соціальними підприємцями, суспільством і владою.

2. Розробка рентабельної бізнес-моделі функціонування соціальних підприємств.

3. Всебічна державна підтримка соціальних підприємців (якщо в уряді створюється робоча група з питань соціального підприємництва, то до неї необхідно включити соціальних підприємців).

Активна діяльність організацій, зайнятих підтримкою соціального підприємництва в Україні (Центр підтримки соціального підприємництва громадської організації «Моє Закарпаття», благодійний фонд «Терра Деї» та ін.), а також зростаюча роль соціальних підприємців у суспільстві за рахунок соціального ефекту позитивно впливають на формування сприятливого середовища для розвитку соціального підприємництва в Україні. Також позитивним чинником розвитку соціального підприємництва в Україні є ліберальні тенденції, які (як і в багатьох розвинутих країнах) призвели до того, що втручання держави в життя людей стало більш обмеженим. Ті соціальні сфери, що традиційно були закріплені за державою (наприклад, освіта, медицина тощо), частково переходять у розпорядження соціальних підприємців.

Отже, соціальне підприємництво перебуває на перетині інтересів багатьох секторів, галузей та урядових структур. Тому можна стверджувати, що воно є одним з економічних інструментів забезпечення економічної безпеки країни. Систему забезпечення економічної безпеки країни наведено на рис. 11.

Рис. 11. Система забезпечення економічної безпеки країни (авторська розробка)

Система забезпечення економічної безпеки має будуватися на принципах своєчасності, нормативно-правового регулювання, економічності, гнучкості, взаємодії, компетентності, комплексності, ефективного захисту, безперервності.

Пріоритетними напрямами вирішення соціальних проблем в Україні є такі:

- формування ефективної системи соціального захисту;
- працевлаштування населення;
- підвищення стандартів життя населення;
- забезпечення механізмів запобігання екологічній загрозі та шкоді здоров'ю населення.

Результати здійсненого дослідження свідчать про те, що бар'єром у забезпеченні економічної безпеки на сьогоднішній день є низький рівень розвитку сектору соціального підприємництва. При цьому неадекватні економічні, правові та інституційні умови діяльності суб'єктів соціального підприємництва змушують їх переорієнтувати свою діяльність, що спричиняє зменшення кількості інструментів і методів вирішення соціальних проблем суспільства.

Нестійкість розвитку сектору соціального підприємництва виступає однією з основних причин зниження рівня економічної безпеки України, стан якої можна оцінити за показниками таких складових:

- демографічна (містить показники, що характеризують стійкість населення країни до депопуляції);
- інвестиційна (показники інвестиційної привабливості);
- економічна (показники функціонування підприємств за видами економічної діяльності);
- соціальне підприємництво (показники, що характеризують соціально-економічний рівень населення);
- виробничий потенціал (здатність країни реагувати на зміни промислового сектору);
- екологічна (здатність задовольняти потреби економіки в паливно-енергетичних ресурсах і зберігати баланс між людиною та природою);
- фінансова (показники стійкості фінансової системи країни);
- інноваційна (характеризує рівень інноваційного розвитку країни, у тому числі інформаційні ресурси).

Наведені складові економічної безпеки країни містять показники, що характеризують здатність економіки до сталого розвитку, забезпечення гідного рівня життя населення та збереження балансу між людиною й природою. Отже, кількісна характеристика рівня економічної безпеки може бути представлена у вигляді функції:

$$ES = f\,[\,DEM,\ INV,\ ECO,\ SOC,\ PRO,\ NAT,\ FIN,\ INN\,], \qquad (1)$$

де DEM – демографічна складова економічної безпеки;

INV – інвестиційна складова економічної безпеки;

ECO – економічна складова економічної безпеки;

SOC – соціальне підприємництво;

PRO – виробничий потенціал;

NAT – екологічна складова економічної безпеки;

FIN – фінансова складова економічної безпеки;

INN – інноваційна складова економічної безпеки.

У цей же час необхідність визначення такої комбінації змінних функції (1), при якій рівень економічної безпеки є максимальним, формалізується у вигляді:

$$ES = f\,[DEM, INV, ECO, SOC, PRO, NAT, FIN, INN] \rightarrow \max. \qquad (2)$$

З огляду на ґрунтовні припущення щодо залежності інноваційної складової *INN* від фінансової складової *FIN* та виробничого потенціалу *PRO*, інвестиційної складової *INV* від соціального підприємництва *SOC*, а екологічної складової *NAT* від фінансової *FIN*, відповідні величини можна пов'язати функціональними залежностями:

$$\begin{gathered} INN = f_1[FIN, PRO], \\ INV = f_2[SOC], \\ NAT = f_3[FIN]. \end{gathered} \qquad (3)$$

Таким чином, цільова функція (2) має бути доповнена системою обмежень

$$\begin{cases} a_1 \le f_1[FIN, PRO] \le a_2, \\ b_1 \le f_2[SOC] \le b_2, \\ c_1 \le f_3[FIN] \le c_2, \end{cases} \qquad (4)$$

в якій параметри a_1, a_2, b_1, b_2, c_1, c_2 – відповідно, ліві та праві границі інтервалів можливих значень функцій (4).

Цільова функція (2) в сукупності із обмеженнями (4) утворює оптимізаційну економіко-математичну модель, деталізація якої може полягати у визначенні конкретної форми функціональних залежностей (1) та (3) з урахуванням узгодженості одиниць вимірювання їх окремих складових.

Методичну основу оцінки впливу розвитку соціального бізнесу на рівень економічної безпеки країни становить кумулятивний мультиплікативний індекс економічної безпеки країни, що розраховується за формулою:

$$I_{ЕБ} = \frac{I_1 \cdot I_2 \cdot \ldots\ldots \cdot I_m}{I_1 \cdot I_2 \cdot \ldots\ldots I_n}, \qquad (5)$$

де $I_1,\ldots.I_m$ – індекси розвитку напрямів соціального бізнесу, що спричиняють стимулюючий вплив на економічну безпеку;

$I_1,\ldots.I_n$ – індекси розвитку напрямів соціального бізнесу, що не чинять стимулюючого впливу на економічну безпеку.

Перелік видів соціального бізнесу, що здійснюють стимулюючий вплив на економічну безпеку, визначається відповідно до їх напрямів. Типологія видів соціального бізнесу, у свою чергу, формується за щільністю їх параметричного зв'язку з характеристиками економічної безпеки країни.

Порядок визначення щільності параметричного зв'язку між розвитком окремого виду соціального бізнесу є таким:

1. Розраховується індекс розвитку виду соціального бізнесу I_{ij} (*i*-й вид бізнесу, за *j*-й період)

$$I_{ij} = \frac{Q_{ij}}{Q_{i(j-1)}}, \qquad (6)$$

де Q_{ij} – обсяг виробництва продукції *i*-м видом бізнесу за *j*-й період;

$Q_{i(j-1)}$ – обсяг виробництва продукції *i*-м видом бізнесу за попередній період.

2. Визначаються характеристики економічної безпеки країни за напрямами: *INV* (інвестиційна складова економічної безпеки); *ECO* (економічна складова економічної безпеки); *PRO* (виробничий потенціал); *NAT* (екологічна складова); *FIN* (фінансова складова економічної безпеки); *INN* (інноваційна складова економічної безпеки); *SOC* (соціальна складова).

Такими характеристиками економічної безпеки країни можуть бути:

- за напрямом *INV*: INV_1 − обсяг інвестицій, млн дол. США; INV_2 − обсяг капіталовкладень, млн грн; INV_3 − питома вага фінансування інвестицій за рахунок бюджетних коштів, %;

- за напрямом *ECO*: ECO_1 − ВВП номінальний, млн грн; ECO_2 − покриття імпорту експортом; ECO_3 − прибуток прибуткових підприємств; ECO_4 − рівень інфляції (за дефлятором ВВП), %; ECO_5 − рівень безробіття (за методологією МОП), %;

- за напрямом *PRO*: PRO_1 − коефіцієнт оновлення основних фондів; PRO_2 − кредиторська заборгованість підприємств, млн грн; PRO_3 − кількість суб'єктів господарювання; PRO_4 − питома вага малих підприємств у загальній кількості суб'єктів господарювання, %; PRO_5 − власний капітал підприємств; PRO_6 − рентабельність операційної діяльності підприємств, %;

- за напрямом *NAT*: NAT_1 − рівень забруднення поверхневих вод, ум. од.; NAT_2 − рівень забруднення повітря, ум. од.; NAT_3 − обсяг коштів, вкладених у відновлення навколишнього середовища; NAT_4 − площа ерозійних і пошкоджених ґрунтів;

- за напрямом *FIN*: FIN_1 − дефіцит державного бюджету, % до ВВП; FIN_2 − відношення загального обсягу державного боргу до ВВП, %; FIN_3 − рівень монетизації (обсяг грошового агрегату М3 до ВВП), %; FIN_4 − валові міжнародні резерви України, місяців імпорту; FIN_5 − частка іноземного банківського капіталу в загальному обсязі капіталу; FIN_6 − темп зміни індексу офіційного курсу гривні до долара США відповідно до показників попереднього періоду, %; FIN_7 − обсяг готівки, % до ВВП; FIN_8 − відношення дефіциту, профіциту торговельного балансу до загального обсягу зовнішньої торгівлі, %;

- за напрямом *INN*: INN_1 − обсяг виробленої інноваційної продукції, млн грн; INN_2 − обсяг коштів, вкладених в інновації млн грн; INN_3 − обсяг державного фінансування наукових досліджень, млн грн; INN_4 − кількість запроваджених у виробництво НДДКР, од.;

- за напрямом *SOC*: SOC_1 − коефіцієнт народжуваності, осіб на 10 тис. населення; SOC_2 − середня тривалість життя, років; SOC_3 − середній рівень заробітної

плати, грн/міс.; SOC_4 − фінансування закладів охорони здоров'я, % до ВВП; SOC_5 − фінансування закладів освіти, % до ВВП; SOC_6 − фінансування соціального захисту населення, % до ВВП; SOC_7 − фінансування культури та спорту, % до ВВП.

3. Визначається існування щільного параметричного зв'язку між характеристиками економічної безпеки та індексами розвитку соціального бізнесу, тобто формується матриця:

	I_{1j}	I_{2ij}	I_{3j}	…….	I_{nj}
ECO_1	$\rho_{ECO1,Ш_{1o}}$	$\rho_{ECO1,Ш_{2o}}$	$\rho_{ECO1,Ш_{3o}}$		$\rho_{ECO1,Ш_{no}}$
…….					
INV_1	$\rho_{INV\ 1,Ш_{1o}}$	$\rho_{INV\ 1,Ш_{2o}}$	$\rho_{INV\ 1,Ш_{3o}}$		$\rho_{INV\ 1,Ш_{no}}$
……..					
PRO_3	$\rho_{PRO\ 3,Ш_{1o}}$	$\rho_{PRO\ 3,Ш_{2o}}$	$\rho_{PRO\ 3,Ш_{3o}}$		$\rho_{PRO\ 3,Ш_{no}}$
……					
SOC_7	$\rho_{SOC\ 7,Ш_{1o}}$	$\rho_{SOC\ 7,Ш_{2o}}$	$\rho_{SOC\ 7,Ш_{3o}}$		$\rho_{SOC\ 7,Ш_{no}}$

де ρ − парна кореляція між відповідною характеристикою економічної безпеки та індексом розвитку певного виду соціального бізнесу, що відображає щільність параметричного зв'язку між ними.

4. Виходячи з кількості видів соціального бізнесу (рис. 8) та кількості характеристик економічної безпеки країни, загальна кількість параметричних зв'язків між ними складає 481, а для кожного з видів бізнесу таких зв'язків 37. Типологію видів соціального бізнесу пропонується визначати за матрицею, в якій типи видів соціального бізнесу є наступними:

Кількість прямих щільних параметричних зв'язків $\rho > 0{,}7$	Кількість зворотних щільних параметричних зв'язків, $\rho \le -0{,}7$		
	1-12	13-25	26-37
1-12	TN	TIR	TISR
13-25	TDR	TN	TIR
26-37	TDSR	TDR	TN

TDSR − прямий щільний взаємозв'язок (direct strong relationship), TDR – прямий взаємозв'язок (direct relationship), TN − нейтральний (neutral), TISR – зворотний щільний взаємозв'язок (inverse strong relationship), TIR – зворотний взаємозв'язок (inverse relationship).

До використання в розрахунках за формулою (1) пропонуються такі типи:

$I_1,....I_m$ − індекси розвитку видів соціального бізнесу, прямо пов'язаних з економічною безпекою (TDR, TDSR);

$I_1,....I_n$ − індекси розвитку видів соціального бізнесу, обернено пов'язаних з економічною безпекою (TIR, TISR).

Отже, соціальне підприємництво значною мірою впливає на економіку, політику, соціальну сферу і через накопичений у ньому людський потенціал, креативність та інноваційність, здатність генерувати нові ідеї, а також є одним із найважливіших чинників прискорення вирішення соціальних проблем суспільства та забезпечення гідних умов життя для мільйонів громадян. Це дає підстави стверджувати, що розвиток соціального підприємництва багато в чому визначає економічну безпеку держави. Розширення соціальних потреб населення, актуалізація проблеми забезпечення економічної безпеки країни, низький рівень дієвості існуючих інструментів та методів вирішення соціальних проблем потребують розробки й впровадження заходів з розвитку соціального підприємництва в Україні. Головними з них є такі:

1. Розробка й запровадження законодавчої бази щодо регулювання соціального підприємництва.

2. Організація співпраці з іноземними фондами, підтримка організацій і фондів, діяльність яких спрямована на вирішення соціальних проблем суспільства.

3. Підвищення ефективності функціонування соціальних підприємств в Україні за допомогою адаптації зарубіжного досвіду до особливостей свідомості населення України.

4. Підтримка соціальних проектів на всіх рівнях.

5. Зміна ставлення як з боку держави, так і з боку населення до соціально орієнтованого бізнесу.

6. Здійснення просвітницької роботи серед молодих фахівців із залученням зарубіжного досвіду стосовно розвитку соціальних підприємств і підвищення обізнаності населення.

Посилення значущості сектору соціального підприємництва пов'язане зі збільшенням кількості соціальних проблем у різних регіонах світу, які не вдалося вирішити ні державі, ні бізнесу. Сектор соціального підприємництва в розвинутих країнах характеризується наявністю великих некомерційних організацій, які відіграють величезну роль у соціально-економічному житті, реалізуючи проекти у сфері міського розвитку, зайнятості населення тощо. Ознайомлення держави з важливою участю сектору соціального підприємництва у вирішенні безлічі соціальних проблем призвело до того, що в багатьох розвинутих країнах уряд підтримує соціальних підприємців (наприклад, через субсидії та гранти), а також створює державно-некомерційні альянси. Серед бар'єрів, які стримують розвиток соціальних підприємств в Україні, визначено низький рівень обізнаності суспільства щодо філософії самого соціального підприємництва та відсутність системи правового регулювання таких підприємств, як суб'єктів господарювання, що потребують особливого податкового режиму.

Розвиток соціального підприємництва в Україні є важливою складовою підвищення ефективності національної економіки. По-перше, соціальне підприємництво необхідне державі, оскільки сприяє зменшенню бюджетних видатків на соціальну сферу. По-друге, громадські організації також зацікавлені в розвитку соціального підприємництва, тому що останнє може бути вагомим джерелом отримання доходу при зменшенні обсягів фінансування за рахунок грантових програм. По-третє, вразливі верстви населення зацікавлені співпрацювати із соціальними підприємствами, отримуючи від них робочі місця, матеріальну та соціально-психологічну підтримку.

Аналіз зарубіжного досвіду щодо соціального підприємництва дозволив визначити основні аспекти ефективного розвитку соціальних підприємств з метою їх адаптації до особливостей економічної системи України, зокрема:

формування комунікаційної системи та забезпечення координації дій між інвесторами, соціальними підприємцями, суспільством і владою; розробка рентабельної бізнес-моделі функціонування соціальних підприємств; всебічна державна підтримка соціальних підприємців тощо.

За результатами дослідження тенденцій розвитку соціального підприємництва визначено, що воно значною мірою впливає на економіку, політику, соціальну сферу та через накопичений у ньому людський потенціал, а креативність, інноваційність, здатність генерувати нові ідеї є одним із найважливіших чинників прискорення вирішення соціальних проблем суспільства й забезпечення гідних умов життя для мільйонів громадян. Це дозволяє дійти висновку про те, що розвиток соціального підприємництва багато в чому визначає економічну безпеку держави.

Таким чином, результати здійсненого дослідження дають підстави стверджувати, що соціальне підприємництво є одним із базових секторів національної економіки, оскільки сприяє поліпшенню економічної безпеки країни завдяки вирішенню важливих соціальних проблем суспільства, підвищення рівня зайнятості населення, запровадження інновацій, залучення іноземного капіталу у вигляді інвестицій та поліпшення якості життя громадян. Проблеми управління ризиками соціального підприємництва в подальших дослідженнях набувають особливого значення.

Список використаних джерел:

1. Диференціація життєвого рівня населення (2010-2016) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. − Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua
2. Интервью с Дубровиным Е. Социальное предпринимательство становится модной темой [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csrjournal.com/19411-socialnoe-predprinimatelstvo-stanovitsya-modnojtemoj.html
3. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 [Електронний ресурс] // Громадська організація «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI», 2017. – Режим доступу : https://drive.google.com/file/d/ 0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view
4. Мережа громадянської дії в Україні «UCAN» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ucan-isc.org.ua/eng/activities/social_entrepreneurship

5. Основні показники ринку праці України (2000-2016) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. − Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua
6. Балычев А. Ф. Социальные проблемы Украины [Електронний ресурс] / А. Ф. Балычев // Международный Конгресс защиты прав и свобод человека «МИР». – Режим доступу : http://humanright.org.ua/blogs/socyalnie_problemi
7. Березяк І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємства [Електронний ресурс] / І. Березяк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка, 2014. – Вип. 25. – С. 31–36. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoa_2014_25_8
8. Волкова М. В. Роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку України / М. В. Волкова, В. С. Шевченко // Науковий економічний журнал «Соціальна економіка», 2016. – Вип. 51 (1). – С. 25–30.
9. Гульбекян М. Опыт развития социального предпринимательства в США / М. Гульбекян, В. Вайнер. – М. : Grand Pirex, 2014. – 56 с.
10. Кірєєва О. Б. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики [Електронний ресурс] / О. Б. Кірєєва // Актуальні проблеми державного управління та місцевого самоврядування : зб. наук. пр. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2010. – Вип. 3 (6). – Режим доступу : http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf
11. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах / Г. Л. Матвієнко-Біляєва // Економіка та суспільство. – 2016. – №7. – С. 390–394.
12. Наумова М. Перспективи і проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні / М. Наумова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2016. − № 8(185). – С. 13–22.
13. Погарцева Е. Экономическая безопасность как экономическая категория: обзор научных публикаций / Е. Погарцева // Международный аграрный научный журнал «Молодежь и наука». Уральский государственный аграрный университет, 2014. – № 1. – С. 18–19.
14. Рогалин Я. Ф. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс] / Я. Ф. Рогалин // Тезис-доклад на III Международном Фестивале PR-технологий (16 апреля 2004 г.). – Режим доступау : http://www.dobrota.donetsk.ua/articles/art016.php
15. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посіб. / А. А. Свинчук, А. О. Корнецький, М.А. Гончарова та ін. – К. : ТОВ «Підприємство «Ві Ен Ей», 2017 – 188 с.
16. Сіренко Н. М. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти [Електронний ресурс] / Н. М. Сіренко, Т. І. Лункіна // Міжнародний науково-виробничий журнал. − 2016. − № 1 (30). – Режим доступу : http://dspace.mnau.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1904/1/_1_2016%20%20.pdf
17. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс] / О. В. Сотула // Ефективна економіка. – 2013. – №4. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988
18. EMES Report. Coming together to strengthen the community around social enterprise research (04.12.2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://emes.net/news/coming-together-to-strengthen-the-community-around-social-enterprise-research

19. Enterprise statistics 2010-2016. United States Census Bureau [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.census.gov/econ/esp/historical.html
20. International Social Enterprise Academy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.academy/whats-on/journey-to-social-enterprise-127
21. Interview with Thornley B. The Facts on U.S. Social Enterprise. 08.01.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html
22. Meet the Social Entrepreneurs of the year 2017. Sustainable Development Impact Summit. World Economic Forum (18–19 of september, 2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.weforum.org/events/sustainable-development-impact-summit-2017
23. Social Enterprise Academy. Journey to Social Enterprise [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.academy/whats-on/journey-to-social-enterprise-127
24. Social enterprise «ScrapApp» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://scrapapp.in
25. Social enterprise: statistics from around the world (2016). Social good stuff [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://socialgoodstuff.com/2016/08/statistics-from-around-the-world
26. Social investment guide. Social enterprise UK [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.org.uk/Social-investment
27. State of social enterprise survey 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=828443a9-2f80-4c2a-ab2b-81befed6ed05
28. State of social enterprise survey 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=867134a9-2f80-4c2a-ab2b-81befed6ed05
29. State of social enterprise survey 2017. The future of business [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=a1051b2c-21a4-461a-896c-aca6701cc441
30. The best countries to be a social entrepreneur 2016. Thomson Reuters Foundation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://poll2016.trust.org
31. The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship. Annual Report 2016-2017. World Economic Forum 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.schwabfound.org
32. Alter, S.K. (2007) Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. (revised vers.). 124 p [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rinovations.edublogs.org/files/2008/07/setypology.pdf
33. Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006) Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? Entrepreneurship: theory and practice. Vol. 30, Issue 1. P. 1-22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x/abstract
34. Boschee, J. (1995) Social entrepreneurship. Across the Board. Vol. 32. No. 3. P. 20-25.
35. Drucker, P. (1985) Innovation and Entrepreneurship: Practice and principles. New York: Harper & Row. 277 p.
36. Emerson, J., Twersky, F. (1996) New social entrepreneurs: The success, challenge, and lessons of non-profit enterprise creation. San Francisco: Roberts Foundation, 1996. 416 p.
37. Emerson, J. (2003) The blended value proposition: integrating social and financial returns. *California Management Review*. Vol. 45. Issue 4. P. 35-51.

38. Fowler, A. (2000) NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation? *Third World Quarterly*. Vol. 21, No. 4, NGO Futures: Beyond Aid. P. 637-654 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.jstor.org/stable/3993370
39. Grynko, T., Gviniashvili, T. (2017) Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. *Economic annals-XXI*. №165 (5-6). P. 80-83. https://doi.org/10.21003/ea.V165-17.
40. Kerlin, J. (2006) Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations 17(3). P. 246-262. DOI 10.1007/s11266-006-9016-2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-006-9016-2
41. Leadbeater, C. (1997). The rise of social entrepreneurship. London: Demos. 87 p.
42. Longair, H., Tora K. GSEN Report 2016. From seed to impact [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gsen.global/impact
43. MacMillan, Ian C., James D. Thompson (2013) The Social Entrepreneur's Playbook: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Social Enterprise. Exp. ed., Wharton Business Press. 234 p.
44. Mair, J., Noboa, E. (2003) Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Enterprise Get Formed. *IESE*. Working Paper No. D/521 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ssrn.com/abstract=462283 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.462283
45. Perrini, F., Vurro, C. (2006) Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship*. New York, USA: Palgrave Macmillan. P. 57-85 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230625655_5
46. Robinson, J., Hockerts, K. (2006) Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How social Entrepreneurship Identify and Evaluate Opportunities. *Social Entrepreneurship*. Basingstoke: Palgrave MacMillan. P. 95–120.
47. Shaw, E., Carter, S. (2007) Social entrepreneurship. Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small* Business and Enterprise Development. Vol. 14. No. 3. P. 418-434. DOI 10.1108/14626000710773529 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000710773529
48. Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., Carnegie, K. (2003) Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. International journal of nonprofit and voluntary sector marketing. Vol. 8. No. 1. P. 76–88.
49. Waddock S., Post J. (1991) Social Entrepreneurs and Catalytic Change. Public Administration Review. Vol. 51. No. 5. 393 p.

Ю. П. Макаренко

БАГАТОВЕКТОРНИЙ ПОДІЛ АГРАРНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

В умовах трансформації і ринкового розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні важливою економічною одиницею стало сімейне господарство, яке не відокремлене від домашнього господарства в аспекті натурального (споживчого) та споживчо-товарного виробництва. Побудоване на традиціях, звичаях, досвіді й культурі господарювання українського селянства, сімейне господарство у своєму складі має спільно проживаючих близьких родичів, подружжя, які разом працюють на присадибній ділянці та одержаній землі у населеному пункті і за його межами. Сім'я − найменший трудовий колектив, що пов'язаний родинними стосунками, а тому характеризується особливим поєднанням і цілеспрямованістю в роботі. «Для сільських господарств, невідокремлених від домашніх, характерна побудова трудових, майнових та інших міжособистих відносин між працівниками на традиціях, звичаях і звичках, не завжди регульованих законодавчими нормативами» [3, с. 55]. Ця обставина характеризує сімейні господарства, які невідокремлені від домашніх, як економічно стійкі та менш вразливі до негативних змін, що виникають як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі їх функціонування.

Мета статті − обґрунтування критеріїв поділу аграрних домогосподарств в умовах розвитку ринкової економіки

Характерними ознаками сімейних господарств, як зазначає І. В. Свиноус, є: «а) принцип формування й розподілу кінцевого продукту (доходу), одержуваного в результаті господарської діяльності на землі. Праця працівників − членів родини не має ціни у формі заробітної плати; б) соціальною метою для будь-якого сімейного господарства є життєзабезпечення сім'ї та її відтворення в цілому, а не тільки робочої сили; в) у сімейних господарствах, незалежно від економічного і фінансового стану, витрати виробництва та структура розподілу кінцевого

продукту (доходу) завжди формуються під тиском соціальної мети, як пріоритетної, порівняно з економічними, фінансовими та політичними цілями; г) особисте селянське господарство базується, передусім, на сімейній праці, оскільки виробнича діяльність у ньому спрямована на задоволення потреб власної сім'ї» [3, с. 55–56].

Викладені положення заслуговують на увагу. Йдеться передусім про те, що на ранніх стадіях розвитку капіталізму в промисловості домашня праця була достатньо поширеною. К. Маркс називав такий етап «формальним підкоренням праці капіталу». Але з появою фабрик, сімейні домогосподарства відокремилися від неї. У результаті відбулося реальне підкорення праці капіталу, а точніше найманих працівників капіталісту-роботодавцю. Вони працювали на його фабриці, під його контролем, а продукт їх праці вважався його власністю. Найманий працівник отримував лише частку виробленого продукту у формі заробітної плати.

Певні особливості також мало відокремлення сімейного сільського господарства від власне домогосподарства у сільській місцевості. Йдеться про одних і тих же суб'єктів, але в різних аспектах розгляду. І річ зовсім не в принципі формування й розподілу кінцевого продукту (доходу), про що пише автор, і не в сімейній праці або в спрямуванні виробничої діяльності на задоволення потреб власної сім'ї. Зрештою, призначенням будь-якої господарської діяльності, де б вона не здійснювалася, є задоволення потреб працівника та членів його сім'ї. Інша справа, що в сімейно-трудових господарствах джерелом цього є їхня власна праця, а у капіталістичних − заробітна плата.

Абсолютна більшість особистих підсобних господарств у радянські часи, а також господарств населення на сьогодні не відокремлені від домашніх. І Держслужба статистики України справедливо виділила найбільшу їхню складову − сільські домогосподарства, підкреслюючи єдність власне домогосподарства із аграрним виробництвом. Отже, в міру зростання товарності та уособлення територіально частка господарств населення можливо вже втратила статус

«домогосподарства» і стає товарно-підприємницькою агроструктурою незалежно від того, чи є вона сімейною, чи наймає працівників. Інакше кажучи, це вже міні-ферми (мікропідприємства), в яких сформований господарський майновий комплекс, матеріально-технічна база, необхідна для раціонального ведення як господарської, так і комерційної діяльності. За умови створення різних об'єднань сімейними селянськими господарствами, наймання працівників, такі господарства населення уже реально є типом фермерських господарств.

Із вищевикладеного можна зробити висновки, що аграрна діяльність господарств населення є різновидом такої у домогосподарствах не лише у сільській, але й у міській та приміській місцевостях. Головна її ознака − відносно високий господарський аспект і аграрний профіль. Безперечно, у всіх домогосподарствах тою чи іншою мірою виконуються виробничі процеси, передусім побутового характеру. Правда, в останні роки визначають такий різновид господарської діяльності, як «робота вдома». Розвиток комп'ютеризації та інформатики дозволяє це здійснювати. І тільки в домогосподарствах аграрного профілю господарська діяльність нерідко є профілюючою, поряд з їхньою споживчою функцією і значенням як постачальника ресурсів на підприємстві.

Крім того, домогосподарства мають позаекономічні цінності й цілі, в них виконуються виробничі процеси, насамперед побутового характеру. Чим більше розвинутим є суспільний поділ праці, тим меншого значення набуває виробнича функція домогосподарств.

У більшості постсоціалістичних країн у сільському господарстві аграрні домогосподарства (особливо така їх складова в Україні, як особисті селянські господарства), залишаються важливим і нерідко навіть провідним сектором в аграрній сфері економіки в аспекті питомої ваги у виробництві валової продукції сільського господарства, сфери зайнятості та джерела доходів.

Отже, усі агроформування в Україні є господарствами, а ті з них, які відокремлені від сім'ї та просторово, і є економічно підприємствами.

Підприємства (юридичні особи) та підприємці (фізичні особи) зорієнтовані і працюють на ринок з метою одержання доходу чи прибутку.

Усі інші не мають ринкового спрямування, їхньою метою переважно виступає задоволення особистих потреб – це аграрні домогосподарства і в їхньому складі присадибні та особисті селянські господарства, індивідуальні городи, садово-городницькі кооперативи. Деякі з цих господарств після задоволення внутрішнього споживання можуть залишки продукції надавати на ринок для продажу.

Агрогосподарства можна розглядати за різними ознаками поділу. Загальноприйнятими критеріями є правова й організаційна форми, а відповідно і суб'єкти власності, розміри господарств в одному або декількох вимірах, сфера економічної діяльності та той факт, хто є господарем − підприємцем виробництва, хто виконує функції менеджера, організовує виробничо-комерційну діяльність та інше. Окрім зазначених, на наш погляд, основними підставами для поділу господарств мають стати: форми власності та господарювання, присутність підприємництва й відповідної діяльності, техніко-технологічна оснащеність виробництва та форми суспільного поділу праці. В цілому типізація аграрної господарської структури може здійснюватися за наступними ознаками (рис. 1).

Розглянемо більш детально запропонований багатовекторний підхід щодо здійснення науково обґрунтованого поділу аграрних господарств взагалі та віднесення їх до певного класифікаційного типу в Україні на сучасному етапі розвитку.

Критерії поділу за формами власності та господарювання. Відносини власності на виробничі ресурси (засоби та предмети праці) безпосередньо взаємопов'язані з відносинами господарювання. Деякі дослідники цей взаємозв'язок розглядають (у межах певних виробничих ланок) таким чином: форма власності безпосередньо визначає спосіб поєднання факторів виробництва, форми управління виробничою та комерційною діяльністю господарства, способи розподілу її результатів. У господарстві поєднуються два різних види виробничих відносин: «1) соціально-економічний (безпосередньо пов'язаний з формою власності); 2) техніко-технологічний (визначається рівнем розвитку продуктивних сил та сферою господарської діяльності)» [1, с. 5].

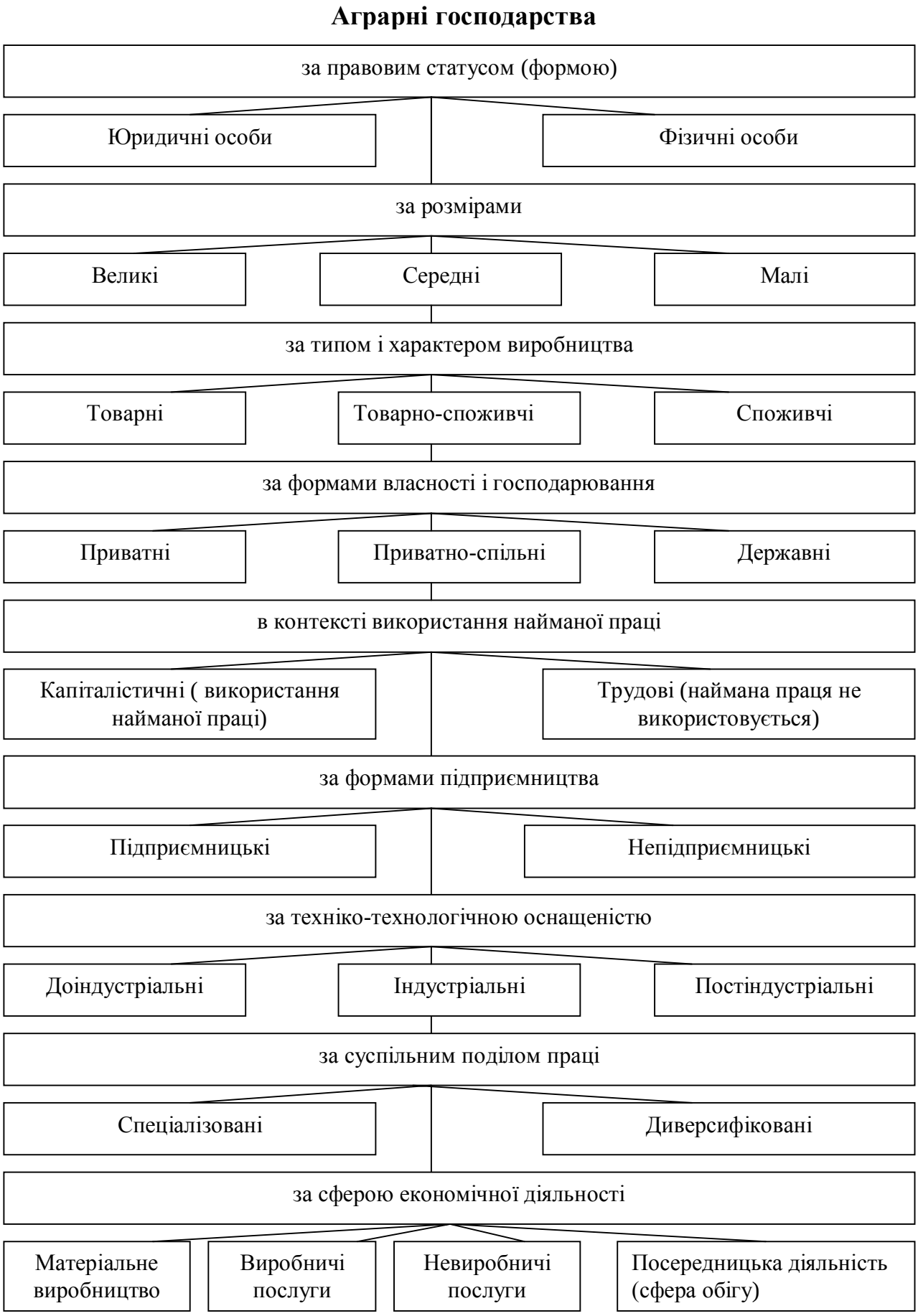

Рис. 1. Критерії типізації аграрної господарської структури (розроблено автором)

Безумовно, форми власності на виробничі ресурси та результати їхнього використання тісно взаємопов'язані. І головне, що вони визначають економічну «маску» господаря виробництва. Незалежно від того, використовуються свої виробничі ресурси чи «чужі», реальний господар самостійно вирішує головні питання організації будь-якого виробництва: що, як, з ким, скільки і для кого виробляти, у кого і за якими цінами купувати засоби виробництва та продавати свою продукцію. Важливо й те, що результати праці − його власність, якою він вільно розпоряджається.

Слід зазначити, що жодна із класифікацій аграрних господарств не привертала до себе такої пильної уваги науковців, як розподіл їх за розмірами. Це зумовлено тією обставиною, що ефективність сільськогосподарських підприємств визначається багатьма факторами. Одним із них є рівень концентрації виробництва або розміри підприємства.

Розмір підприємства − це рівень концентрації в ньому виробничих ресурсів і обсягів виробленої продукції, визначається відповідно за двома групами показників: по-перше ті, що характеризують виробничий потенціал (розміри основних і оборотних фондів, кількість працівників, розміри земельних площ); по-друге, які визначають результати виробництва (обсяги виробленої продукції: валової, товарної; розміри одержаного прибутку тощо).

Виходячи з цих показників, сільськогосподарські підприємства можна розподіляти на більшу чи меншу кількість груп. Найбільш узагальнений підхід − це їх розподіл на три групи: великі, середні, малі. При цьому не обов'язково використовувати систему показників, для агроструктур достатньо використати два показники. Перша група показників − землеробські, до яких відносяться: 1) розміри землекористування; 2) виробництво валової або товарної продукції (товарів, робіт, послуг). Для господарств, які не мають землі у виробничому використанні та займаються сільськогосподарською діяльністю, показники наступні: 1) кількість працівників (або розміри основних і оборотних фондів); 2) виробництво валової або товарної продукції (товарів, робіт, послуг). У такому

випадку за характером виробництва і його розмірами до аграрних малих господарств слід віднести суб'єкти товарного виробництва в малому бізнесі, товарно-споживчі та споживчі господарства населення (рис. 2).

Підприємницькими є майже всі фермерські господарства, а також значна кількість сільськогосподарських підприємств різних форм господарювання, які підпадають під вказану категорію згідно з класифікацією Державної служби статистики України та звітують про свою діяльність, як малі підприємства. До речі, як зазначають деякі дослідники, «суб'єкти підприємництва із розміром сільськогосподарських угідь 500 га і більше недоцільно відносити до підприємств малого бізнесу у сільському господарстві» [5]. Ми підтримуємо позицію цих дослідників і в подальшому до аграрних малих господарств, які у виробничому використанні мають землю, будемо відносити всіх тих, що мають сільгоспугіддя розміром до 500 га включно.

До суб'єктів підприємництва відносяться аграрні малі підприємства приватної, приватно-спільної, державної та комунальної власності, а також фізичні особи – підприємці, що виробляють товарну продукцію.

На сьогодні господарства населення охоплюють сільські домогосподарства, особисті селянські господарства (в тому числі і ті, місце розміщення яких зареєстровано поза територією сільських населених пунктів) та присадибні ділянки, що можуть використовуватися як засіб і предмет праці в сільському господарстві або як просторова база для виробництва неземлеробської продукції. До господарств населення включаються також індивідуальні та колективні сади й городи, дачні ділянки.

Сади, городи, дачні ділянки та їхні кооперативи, сільські (аграрні) домогосподарства, а в їхньому складі присадибні та особисті селянські господарства, в тому числі і ті землі, які розташовані поза територією сільських населених пунктів, у залежності від їхніх розмірів мають товарний або натурально-споживчий характер, тобто підприємницькими є не всі з них.

Рис. 2. Малі господарства в аграрному товарному виробництві та особистому споживанні сімей
(розроблено автором)

Щодо сутності форм власності та господарювання, то дотепер не досягнуто єдності поглядів на це питання. Так, В. К. Черняк стверджує: «…ми стоїмо перед необхідністю формування двосекторної моделі економіки − державного і приватного секторів. Критерій розподілу такий: усе недержавне є приватним» [4, с. 32–33]. В. Я. Месель-Веселяк до приватних агроструктур відносить сільськогосподарські виробничі кооперативи та різні види товариств [2].

Такий підхід, образно кажучи, є занадто узагальненим. Адже під приватну власність тоді підпадають комунальна власність, сумісна власність певних спільнот людей тощо.

З останніх публікацій щодо узагальненої класифікації форм власності та відповідних їм форм господарств, на наш погляд, найбільш науково обґрунтованою на сьогодні є наступна (коротко викладемо її зміст).

1. Приватна (особиста, одноосібна, індивідуальна): об'єкт власності належить окремій особі, яка використовує і розпоряджається ним, виходячи зі своїх потреб та інтересів.

2. Спільна (сумісна чи колективна) власність. Її суб'єктом є певні об'єднання людей (мінімум двох). Інакше кажучи, спільна власність − це не сума власностей кожного члена, а власність спільності людей як цілого, єдиного суб'єкта власності. Головні її ознаки: не визначається частка майна у спільній власності; асоційований власник не може за власним бажанням привласнити та використовувати в господарській діяльності частку спільного майна; прерогативу власника виконує асоціація власників; результати від використання об'єктів спільної власності розподіляються між співвласниками рівними частками або залежно від трудового внеску в колективні результати; спільна власність забезпечує економічну рівність щодо виробничих ресурсів усіх членів асоціації власників.

Одноосібно-приватне (сімейне) підприємництво, *а* найчастіше сімейне − це одна з перших історичних форм підприємництва у товарному господарстві, коли підприємець веде свою справу особисто разом із членами своєї сім'ї або наймає робітників. Засоби виробництва, як правило, знаходяться у приватній

власності підприємця. Іноді вони частково або повністю орендуються підприємцем.

Створений при цьому продукт знаходиться у його приватній власності. У будь-якому разі підприємець вільно розпоряджається доходом, що отриманий від господарської діяльності.

У країнах із розвинутою економікою близько 2/3 усіх підприємств перебувають у приватній (одноосібній або сімейній) власності. Серед них переважають невеликі й дрібні підприємства, які нерідко виконують допоміжні функції у сфері матеріального виробництва, торгівлі та послуг. Великі підприємства рідко знаходяться у приватній власності однієї особи або сім'ї, Відповідно одноосібна (сімейна) форма підприємництва, хоча за кількістю підприємств і має перевагу перед іншими формами, але пріоритетну економічну роль відіграють великі корпорації (акціонерні товариства).

З іншого боку, малий бізнес не лише здатний виконувати значну кількість робіт, а й нерідко робить це краще, ніж великі фірми. У сучасних умовах малий бізнес функціонує по-новому, що зумовлено рядом обставин. Зокрема, гнучке невелике виробництво в ринково розвинених країнах приходить на зміну стандартизованому, масовому виробництву.

За цих умов середні та дрібні підприємства є більш мобільними, швидше реагують на запити ринку. У результаті виробнича структура на базі великих виробництв виявляється менш ефективною, порівняно з середніми та навіть дрібними підприємствами.

Деякі напрямки науково-технічного прогресу настільки здешевлюють засоби виробництва нового покоління, що роблять їх масовими, порівняно з тими, що доступні дрібному та середньому капіталу, який завдяки цьому активно поширює свій вплив на закриті раніше для нього ринки, внаслідок чого руйнуються монополістичні бар’єри.

Створення одного прибуткового підприємства не потребує великих капітальних вкладень. Витрати на управління у дрібних підприємств незначні, виключена і бюрократизація. Головна ж перевага таких підприємств полягає

у високій мобільності на ринку та у галузі технологій. Малим фірмам вдається швидше і з меншими витратами пристосовуватися до зміни ринкової кон'юнктури, а в деяких галузях промисловості навіть зміцнити свої ринкові позиції. Ефект гнучкості виробництва подекуди перевищує ефект масштабності та концентрації ресурсів. Середні та дрібні фірми нерідко мають вузьку виробничу спеціалізацію, високу продуктивність праці, низькі витрати виробництва (у тому числі за рахунок відносно низького, порівняно з великими фірмами, рівня заробітної плати). На теперішній час дрібний (венчурний) капітал відіграє важливу роль в освоєнні нових технологій, принциповому оновленні профілю підприємств і навіть у формуванні галузевих і міжгалузевих комплексів.

Малий бізнес дотримується чесності й етичних цінностей конкурентного ринку. У багатьох розвинених країнах держава підтримує й охороняє його. Вільний від інертності та громіздкості великої промисловості малий бізнес спроможний заповнити практично будь-який дефіцит або нейтралізувати монополістичну підступність і махінації. Саме тому великі монополії змушені рахуватися з малим бізнесом. Водночас слід підкреслити, що дрібні підприємства дуже вразливі на початку своєї діяльності. Тому недостатньо лише одного дозволу на їхнє створення, потрібні державна допомога, пільги, масштабна програмна їх підтримка.

Список використаних джерел:

1. Мельник Л. Л. Розвиток приватних господарств в аграрній сфері економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.07.02 − економіка сільського господарства і АПК / Л. Л. Мельник. – Дніпропетровськ, 2002. – 20 с.
2. Месель-Веселяк В. Я. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2005. – № 6. – С. 17–26.
3. Свиноус І. В. Методологічні аспекти трактування поняття «особисте селянське господарство» / І. В. Свиноус // Агроінком. – 2008. – № 5–6. – С. 53–56.
4. Черняк В. Модель економіки: вибір України / В. Черняк // Економіка України. – 1995. – № 9. – С. 31–39.
5. Яворська Т. Особливості визначення критеріїв малого бізнесу у сільському господарстві / Т. Яворська // Аграрна економіка : наук. журнал. – Львівський НАУ. – Львів, 2009. – Т. 2, № 3–4. – С. 107–112.

Г. Г. Полішко

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВАЛЮТНОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Джерелом формування суспільного добробуту є підприємницька діяльність, що здійснюється в межах національної економіки. Саме внаслідок підприємництва створюється додана вартість, забезпечується товарообіг, розподіл і споживання фінансових ресурсів тощо. Сучасні економічні реалії полягають у системній інтеграції національних економік у світову, а отже умови здійснення підприємницької діяльності сьогодні значним чином залежать від зовнішньоекономічних факторів. Хоча переважна більшість українських підприємців безпосередньо не здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, проте результати їх діяльності прямим чином залежать від конкурентної позиції національної економіки в межах світової економіки, курсу національної грошової одиниці, обсягу притоку іноземної валюти − всіх тих параметрів, які формують валютну безпеку країни. Забезпечення валютної безпеки, таким чином, є одним із стратегічних пріоритетів формування сприятливих умов розвитку підприємницької діяльності в Україні.

Актуальність даного дослідження обумовлюється не тільки важливістю проблематики забезпечення валютної безпеки країни, а й недостатністю обсягу теоретико-методологічних та аналітичних напрацювань відповідної спрямованості. Певна частка існуючого доробку присвячена визначенню сутності та компонентів валютної безпеки (О. І. Барановський, О. Береславська), механізму її забезпечення в межах фінансової безпеки (М. М. Єрмошенко, А. П. Іванчук, Ю. В. Нетесаний, О. М. Підхомний, Р. В. Яковенко), методичним засадам оцінювання (В. М. Геєць, О. Савицька), характеристиці поточної ситуації щодо валютної безпеки (Б. І. Іллічок, Т. В. Філіпенко) тощо. Однак серед

науковців за кожним із зазначених аспектів існують суттєві розбіжності як у змісті отриманих результатів, так і в їх інтерпретації.

Саме розуміння валютної безпеки є досить суперечливим. Наприклад, Б. І. Іллічок [2, с. 41] під валютною безпекою розуміє певний стан курсоутворення, при якому забезпечується активна ринкова позиція країни на світових ринках, її конкурентоспроможність при збереженості захищеності національної грошової одиниці від коливань світових валютних ринків. Іншими словами, валютна безпека – це забезпеченість валютними коштами, що має бути достатньою для виконання міжнародних зобов'язань, підтримання сальдо платіжного балансу та необхідного обсягу золотовалютних резервів [9]. Є. Ю. Свірідов [6, с. 188] крім того пов'язує валютну безпеку із розвитком експорту та притоком іноземних інвестицій. Отож, забезпечення валютної безпеки виступає багатокомпонентним завданням напряму, пов'язаним із формуванням сприятливих умов підприємницької діяльності.

Метою даного дослідження є характеристика сучасного стану валютної безпеки України та виявлення найбільш значущих проблем її забезпечення у контексті розвитку підприємницької діяльності. При проведенні дослідження використано методи абстрагування, аналізу та синтезу.

Для розрахунку складових показників рівня валютної безпеки України використано вихідні дані: обсяг кредитів, наданих резидентам України, млн грн; обсяг кредитів, наданих резидентам України в іноземній валюті, млн грн; переказні депозити в іноземній валюті, млн грн; інші депозити в іноземній валюті, млн грн; цінні папери у банках, що обліковуються в іноземній валюті (крім акцій), млн грн [8]; сальдо купівлі-продажу іноземної валюти фізичними особами, млн грн; валові міжнародні резерви, млн дол. США; обсяг імпорту, млн дол. США; обмінний курс гривні до долара, грн/100 дол. США (середньо квартальне значення); офіційний курс гривні до долара США на кінець кварталу, грн/100 дол. США; форвардний курс гривні до долара США на кінець кварталу, грн/100 дол. США [6].

Не дискутуючи наразі щодо існуючого методичного забезпечення оцінювання валютної безпеки, для її розрахунку використано методичні рекомендації Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [1], в межах яких валютна безпека визначається як компонент фінансової безпеки, а остання, в свою чергу, є компонентом економічної безпеки загалом. Зазначимо, що база даних AREAER МВФ відстежує 192 індикатори, що характеризують рівень валютної безпеки країни та її вплив на розвиток підприємництва, накопичення капіталу й інвестування [11].

Отримані результати є досить показовими. Так, динаміка індексу зміни валютного курсу національної грошової одиниці до долара США (в середньому за період, табл. 1) має відверто циклічний характер із зниженням середньоквартального курсу у третьому кварталі кожного року та стрімким зростанням у четвертому кварталі, що вказує на її кон'юнктурний характер. Стабільне щорічне падіння курсу національної грошової одиниці відповідає задовільному рівню валютної безпеки (табл. 2) відповідно до критеріїв, рекомендованих Мінекономрозвитку.

Хоча саме у період з квітня 2014 р. по грудень 2015 р. відбулось стрімке зниження курсу національної грошової одиниці − більше, ніж у три рази [2, с. 41]. Ринкові коливання курсу національної грошової одиниці вочевидь свідчать про їх спекулятивний характер та призводять до змін рівня валютної безпеки від оптимального до критичного. При цьому валові міжнародні резерви України (у місяцях імпорту) суттєво покращують безпековий рівень. Проте подібна оптимістична ситуація є наслідком зменшення обсягу експорту з України, відповідного зменшення обсягів іноземної валюти, що надходить до економіки та неспроможності фінансування купівлі іноземних товарів. Підґрунтям покращення зазначеного показника є зниження конкурентоспроможності економіки країни.

Таблиця 1

Динаміка показників валютної безпеки України

Період		Індекс зміни валютного курсу національної грошової одиниці до дол. США, середній за період	Різниця між форвардним і офіційним курсом гривні, грн	Валові міжнародні резерви України, місяців імпорту	Частка кредитів в іноземній валюті в загальному обсязі наданих кредитів, %	Сальдо купівлі/продажу населенням іноземної валюти, млрд дол. США	Рівень доларизації грошової маси, %
2015	1 кв.	103,60	1,41	2,21	44,71	2,35	42,23
	2 кв.	105,18	−0,97	3,31	49,49	2,32	41,19
	3 кв.	99,64	−1,02	3,68	56,47	2,06	38,18
	4 кв.	105,16	0,32	3,86	52,82	1,72	38,67
2016	1 кв.	112,22	−0,07	4,42	58,15	−5,28	38,82
	2 кв.	98,27	−0,21	4,60	54,65	−10,46	40,21
	3 кв.	100,55	0,60	4,11	52,29	−7,44	39,98
	4 кв.	102,10	1,00	3,85	50,56	−1,73	40,57
2017	1 кв.	104,66	0,12	4,17	48,28	−3,31	42,71
	2 кв.	97,69	−0,33	4,67	46,53	−11,43	42,80
	3 кв.	97,91	0,63	4,35	44,26	−5,61	41,76
	4 кв.	104,11	1,31	4,02	44,14	−1,07	42,57

Джерело: розраховано автором.

Таблиця 2

Якісна оцінка показників валютної безпеки України

Період		Індекс зміни валютного курсу національної грошової одиниці до дол. США, середній за період	Різниця між форвардним і офіційним курсом гривні, грн	Валові міжнародні резерви України, місяців імпорту	Частка кредитів в іноземній валюті в загальному обсязі наданих кредитів, %	Сальдо купівлі/продажу населенням іноземної валюти, млрд дол. США	Рівень доларизації грошової маси, %
1		*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*
2015	1 кв.	оптимальний	критичний	незадовіль-ний	небезпечний	задовільний	відсутній
	2 кв.	задовільний	критичний	оптимальний	критичний	задовільний	відсутній
	3 кв.	оптимальний	критичний	оптимальний	відсутній	задовільний	відсутній
	4 кв.	задовільний	оптимальний	оптимальний	відсутній	задовільний	відсутній

Продовження табл. 2

1		*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*
2016	1 кв.	критичний	задовільний	оптимальний	відсутній	критичний	відсутній
	2 кв.	оптимальний	задовільний	оптимальний	відсутній	відсутній	відсутній
	3 кв.	оптимальний	незадовіль-ний	оптимальний	відсутній	критичний	відсутній
	4 кв.	оптимальний	небезпечний	оптимальний	відсутній	задовільний	відсутній
2017	1 кв.	задовільний	оптимальний	оптимальний	критичний	небезпечний	відсутній
	2 кв.	оптимальний	задовільний	оптимальний	критичний	відсутній	відсутній
	3 кв.	оптимальний	незадовіль-ний	оптимальний	небезпечний	критичний	відсутній
	4 кв.	задовільний	критичний	оптимальний	небезпечний	задовільний	відсутній

Джерело: складено автором.

Найбільш негативний вплив на рівень валютної безпеки спричинюють значна доларизація економіки та негативне сальдо купівлі-продажу іноземної валюти фізичними особами. Динаміка останнього показника має чітко виокремленні періоди: до початку 2016 року (коли населення активно купувало іноземну валюту) та після початку 2016 року (коли населення переважно здійснювало продаж іноземної валюти). Причому у другому кварталі 2017 року продаж фізичними особами іноземної валюти перевищив її купівлю на 11,43 млрд дол. США, що є значно вищим за критичний рівень у 8 млрд дол. Подібна динаміка може свідчити тільки про недостатність грошових коштів у населення. Таке «вимивання» валютних запасів населення відбувається, незважаючи на значні інфляційні очікування, що свідчить про зростання невизначеності у розвитку економіки [1, с. 50]. Постійно високою є частка кредитів у іноземній валюті (понад 40 %), що обумовлює високу вартість позикових ресурсів, недоцільність їх залучення у реальний сектор економіки. Водночас надання кредитів у іноземній валюті зовсім не є гарантією стабільності банківського сектору [3] чи ефективності організаційно-економічного механізму його антикризового регулювання [4].

Рівень доларизації грошової маси залишається стабільно високим, постійно перевищує критичний рівень у 30 % і навіть не наближається до нього.

Існує, щоправда, досвід свідомої доларизації економіки країни, який має і позитивні наслідки за умови співпадіння економічних циклів національної економіки та економіки США (Панама та Еквадор) [9]. При цьому величина грошової маси тісним і прямим чином пов'язана з рівнем інфляції, отже доларизація економіки обернено впливає на інфляцію. Спостерігається і зворотній зв'язок – із «лагом» у чотири квартали динаміка дефлятора ВВП обумовлює валові міжнародні резерви України та частку кредитів у іноземній валюті. Слід враховувати однак, що рівень доларизації економіки визначається переважно депозитами у іноземній валюті, які з аналітичною метою обліковуються у гривні, що внаслідок падіння курсу останньої призводить до завищення рівня доларизації економіки.

Динаміка компонентів валютної безпеки частково є взаємоузгодженою. Наприклад, валові міжнародні резерви корелюють із сальдо купівлі-продажу населенням іноземної валюти (−0,78), а частка кредитів в іноземній валюті − з рівнем доларизації економіки (−0,886). В цілому динаміка рівня валютної безпеки (рис. 1) коливається в межах від 0,36 (небезпечний рівень) до 0,64 (незадовільний рівень) з незначною тенденцією до покращення.

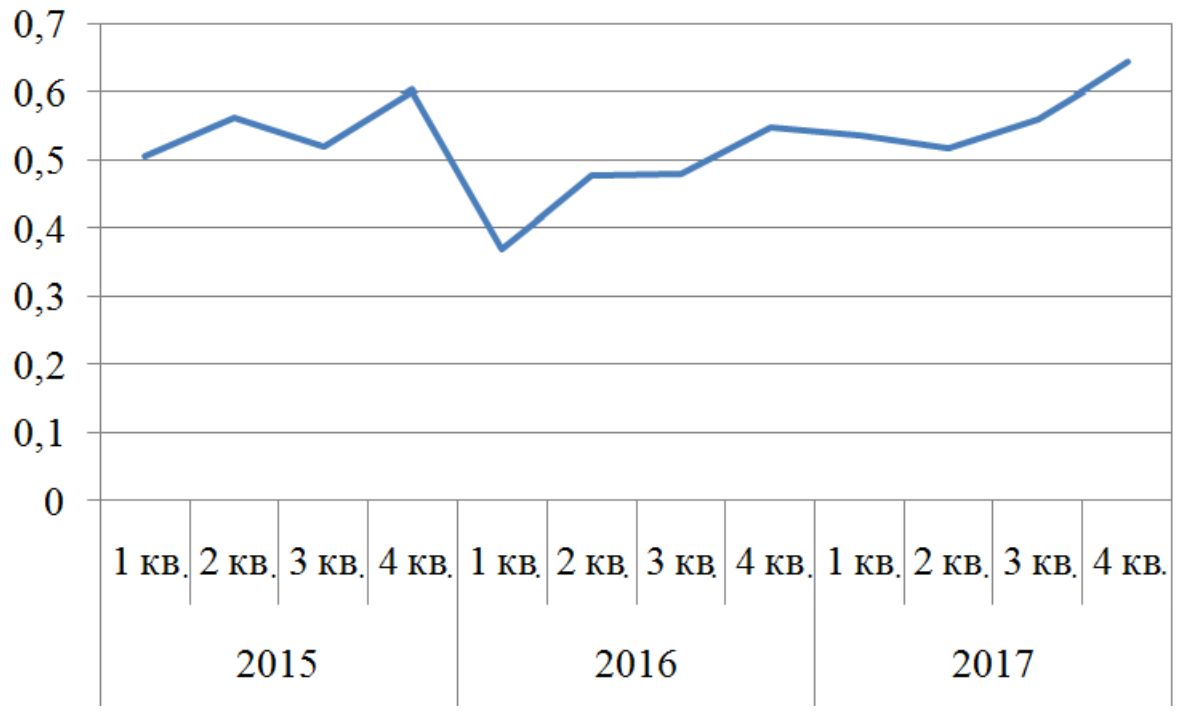

Рис. 1. Динаміка рівня валютної безпеки України (розраховано авторами)

Вочевидь, недоліки забезпечення валютної безпеки України мають системний характер, свідчать про недостатність економічної безпеки загалом, що є наслідком деструктивних тенденцій у національній економіці.

Системність недоліків забезпечення валютної безпеки національної економіки України прямим чином обумовлює значну частку ризиків і загроз розвитку підприємницької діяльності (рис. 2).

Рис. 2. Проблеми забезпечення валютної безпеки України та їх основні наслідки для розвитку підприємництва (складено авторами)

Основними наслідками незадовільного рівня валютної безпеки для розвитку підприємництва є:

- девальвація курсу національної грошової одиниці визначає виникнення додаткового спекулятивного валютного ризику для експортерів і додат-

кового чистого валютного ризику для імпортерів, що визначатиме перевагу експорту над імпортом, відповідний їх диспаритет, посилення рівня відкритості економіки (який для економіки України є надмірним) та поглиблення її доларизації;

- водночас девальвація національної грошової одиниці знецінює іноземні капітали, вкладені в економіку, що суттєво зменшує інвестиційну привабливість країни та погіршує стан її платіжного балансу;

- девальваційні та інфляційні очікування є тісно взаємопов'язаними, посилення девальвації визначає також зростання інфляції, що обумовлює зменшення купівельної спроможності населення та призводить до згортання виробництва. Зростання інфляції визначає посилення макроекономічної нестабільності, що в цілому погіршує підприємницьку активність;

- погіршення сукупності компонентів валютної безпеки визначає дорожчання фінансових ресурсів, що зберігаються в іноземній валюті (а через зростання рівня інфляції − і тих, що зберігаються у національній валюті). Це визначає більшу вартість обслуговування зовнішнього боргу та формування валютних резервів.

У сукупності негативні наслідки погіршення валютної безпеки спричинюють зменшення обсягів фінансових ресурсів, що надходять у реальний сектор економіки, та відповідне погіршення підприємницької активності. Враховуючи, що індекс зміни курсу національної грошової одиниці до долара США (за рік) протягом 2015−2017 рр. складає 13−14 % (небезпечний рівень валютної безпеки згідно методики Мінекономрозвитку), дана сукупність негативних наслідків реалізується в економіці України у повному обсязі.

Таким чином, сучасні параметри валютної безпеки України є такими, що засвідчують її формування переважно за рахунок підтримання стабільної незначної девальвації національної грошової одиниці та забезпечення валютних резервів. Спостерігається стала тенденція «вимивання» заощаджень населення

в іноземній валюті. Враховуючи, що значна частка валютних резервів формується за умов надання зовнішнього фінансування, що грошова маса є «доларизованою», можна констатувати − валютна безпека країни знаходиться у стані хиткої рівноваги, піддається значній кількості загроз та небезпек. Відповідно здійснення підприємницької діяльності в існуючих умовах незадовільної валютної безпеки натикається на низку проблем, пов'язаних, перш за все, з девальваційними очікуваннями. Нестабільність та знецінення національної грошової одиниці породжують значні цінові ризики підприємницької діяльності, подолання яких вбачають у випереджувальному зростанні цін на товари та послуги, що обумовлює пришвидшення інфляції й знецінення національної грошової одиниці.

Список використаних джерел:

1. Грабчук О. М. Інфляційна складова невизначеності розвитку економіки України / О. М. Грабчук // Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України. – 2012. – Вип. 36. – С. 48–58.
2. Іличок Б. І. Валютна безпека України: стан та перспективи вдосконалення / Б. І. Іличок // Економіка та управління національним господарством. – 2017. − Вип. 2 (58). – С. 40–45.
3. Павлов Р. А. Банківський сектор національної економіки: стан, тенденції розвитку та проблеми антикризового регулювання / Р. А. Павлов // Держава і регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2007. – № 2 – С. 177–184.
4. Павлов Р. А. Організаційно-економічний механізм антикризового регулювання банківського сектору національної економіки: теоретичні аспекти та вдосконалення / Р. А. Павлов // Схід. – 2007. – № 2. – С. 39–41.
5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1277 від 29. 10. 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу − http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm
6. Свірідов Є. Ю. Фінансово-банківський аспект економічної безпеки держави/ Є. Ю. Свірідов// Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України. – 2011. – Вип. 33. – С. 185-191.
7. Статистика зовнішнього сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article; jsessionid= 35DEF88265E9E385674B7451CF910376?art_id=44502&cat_id=44446
8. Статистика: Грошово-кредитна статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article; jsessionid= 35DEF88265E9E385674B7451CF910376?art_id=65833&cat_id=44578

9. Філіпенко Т. В. Валютна безпека держави в умовах світової глобалізації [Електронний ресурс] / Т. В. Філіпенко// Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2010. − № 11. − Режим доступу : http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=219
10. Collateral Damage: Exchange Controls and International Trade [Електронний ресурс]. − Режим доступу : https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2007/wp0708.pdf

АНОТАЦІЇ

УДК 351.84:364.044.24(477)

Рецензент:
Сазонець Ігор Леонідович,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри державного управління,
документознавства та інформаційної діяльності
Національного університету водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна

О. І. Бобирь

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Автором запропоновано зміст і значення поняття «корпоративна соціальна відповідальність», що проявляється в соціальних інвестиціях, розглянуто її переваги та недоліки, обґрунтовано невідворотність впровадження КСВ-ідеології і практики як єдино можливого способу утримання конкурентних переваг суб'єктів господарювання як в Україні, так і у світі.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції, КСВ-ідеологія, стратегічний менеджмент, реалізація загальнолюдських цінностей, переваги, конкурентоздатність, розвиток економічно-фінансової системи.

Автором предложено содержание и значение понятия «корпоративная социальная ответственность», которая проявляется в социальных инвестициях, рассмотрены ее преимущества и недостатки, обоснована неотвратимость внедрения КСО-идеологии и практики как единственно возможного способа удержания конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования как в Украине, так и в мире.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, КСО-идеология, стратегический менеджмент, реализация общечеловеческих ценностей, преимущества, конкурентоспособность, развитие экономическо-финансовой системы.

The author proposes the content and importance of corporate social responsibility, which manifests itself in social investments, examines its advantages and disadvantages and substantiates the inevitability of the introduction of CSR-ideology and practice as the only possible way to maintain the competitive advantages of business entities in Ukraine and in the world.

Key words: corporate social responsibility, social investments, CSR-ideology, strategic management, realization of universal values, advantages, competitiveness, development of the economic-financial system.

УДК 65.012:368.02

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

Г. С. Бовсуновська

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Автором розглянуто теоретичні засади формування механізму забезпечення фінансової безпеки страхової компанії. Досліджено складові елементи зазначеного механізму та їх сутність з огляду на специфіку страхової діяльності.

Ключові слова: фінансова безпека, страхова компанія, механізм забезпечення фінансової безпеки.

Автором рассмотрены теоретические основы формирования механизма обеспечения финансовой безопасности страховой компании. Исследованы составляющие элементы указанного механизма и их сущность с учетом специфики страховой деятельности.

Ключевые слова: финансовая безопасность, страховая компания, механизм обеспечения финансовой безопасности.

The theoretical principles of forming a mechanism for ensuring financial security of an insurance company are considered. The constituent elements of the indicated mechanism and their essence are investigated in view of the specifics of insurance activity.

Keywords: financial security, insurance company, mechanism of financial security.

УДК 336.658.1

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

В. Г. Бикова

ПРИНЦИПОВІ ПОЛОЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА РИНКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

З урахуванням специфіки функціонування ринку високотехнологічної продукції систематизовано чинники впливу на формування інноваційної політики транснаціональних корпорацій та визначено організаційні передумови її реалізації, що сприятиме активізації інтеграції національної економіки у світовий економічний простір.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, інноваційна діяльність, інноваційна політика, високотехнологічна продукція.

С учетом специфики функционирования рынка высокотехнологической продукции систематизированы факторы влияния на формирование инновационной политики транснациональных корпораций и определены организационные предпосылки ее реализации, что будет способствовать активизации интеграции национальной экономики в мировое экономическое пространство.
Ключевые слова: транснациональная корпорация, инновационная деятельность, инновационная политика, высокотехнологическая продукция.

Taking into account the specifics of the functioning of the market of high-technology products, the factors influencing the formation of the innovation policy of transnational corporations are systematized and the organizational prerequisites for its implementation are determined, which will promote the integration of the national economy into the world economic space.
Keywords: transnational corporation, innovative activity, innovation policy, high technology products.

УДК 658.7/8:631.151.6

Рецензент:
Васильєва Наталія Костянтинівна,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри інформаційних систем і технологій
Дніпровського державного аграрно-економічного університету, Україна

Л. А. Величко, О. П. Величко

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ СИСТЕМАМИ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ «BOA»

У статті розглянуто особливості логістичного підходу до формування системи менеджменту процесу використання техніки у сільськогосподарських підприємствах. Визначено можливості та шляхи організації виконання індивідуальних замовлень підприємств на засадах логістичної концепції «BOA». Розроблено комплексний методичний підхід до організації міжгосподарського використання техніки з орієнтацією на етапи впровадження логістичної системи «BOA».
Ключові слова: управління, оптимізація, логістика, концепція «BOA», inter-farm, техніка, ефективність.

В статье рассмотрены особенности логистического подхода к формированию системы менеджмента процесса использования техники на сельскохозяйственных предприятиях. Определены возможности и пути организации выполнения индивидуальных заказов предприятий на основе логистической концепции «BOA». Разработан комплексный методический подход к организации межхозяйственного использования техники с ориентацией на этапы внедрения логистической системы «BOA».
Ключевые слова: управление, оптимизация, логистика, концепция «BOA», inter-farm, техника, эффективность.

The article considers the peculiarities of the logistic approach to the formation of a management system for the use of technology in agricultural enterprises. The possibilities and ways of organization of execution of individual orders of enterprises on the principles of logistic concept «BOA» are determined. The complex methodical approach to the organization of inter-farm use of technology with the orientation to the stages of implementation of the logistics system «BOA» is developed.
Keywords: management, optimization, logistics, concept «BOA», inter-farm, technique, efficiency.

УДК 338

Рецензент:
Розпутенко Іван Васильович,
д-р наук з держ. упр., проф., в.о. директора
Інституту публічного управління та адміністрування
Національної академії державного управління при Президентові України

З. В. Гбур

РЕЙДЕРСТВО ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

В статті пояснюється сутність рейдерства, його вплив на формування економічної безпеки України. Досліджено види рейдерства та рейдерів. Наведено найбільш поширені способи здійснення рейдерських дій. Зазначено суб'єкти рейдерської атаки. Виокремлено соціальні причини виникнення рейдерства. Запропоновано власну класифікацію рейдерів: «замовники», «координатори», «професіонали», «солдати» та «корупціонери». Наведено заходи з профілактики рейдерства на рівні підприємств та заходи щодо вдосконалення діяльності державних органів в сфері протидії рейдерським захопленням.

Ключові слова: бізнес, державне управління, економічна безпека, рейдерські дії, рейдерство.

В статье разъясняется сущность рейдерства, его влияние на формирование экономической безопасности Украины. Исследованы виды рейдерства и рейдеров. Приведены наиболее распространённые способы осуществления рейдерских действий. Указаны субъекты рейдерской атаки. Выделены социальные причины возникновения рейдерства. Предложена собственная классификация рейдеров: «заказчики», «координаторы», «профессионалы», «солдаты» и «коррупционеры». Приведены меры профилактики рейдерства на уровне предприятий и меры по совершенствованию деятельности государственных органов в сфере противодействия рейдерским захватам.

Ключевые слова: бизнес, государственное управление, экономическая безопасность, рейдерские действия, рейдерство.

The article clarifies the essence of raider and its influence on the formation of economic security of Ukraine. Some facts of its origin are presented and the main definitions are analyzed. The types of raiders and raiders are investigated. In particular, it is noted that all raiders are divided into white, gray and black. The most common methods of carrying out raider actions are given. Subjects of raider attack are indicated. The social causes of raider attacks are highlighted. We propose our own classification of raiders: «customers», «coordinators», «professionals», «soldiers» and «corruptionists». Raid prevention measures at the enterprise level and measures to improve the activities of state authorities in the field of counteraction to raider hijacking are provided.

Keywords: business, state administration, economic safety, raider actions, raidering.

УДК 330

Рецензент:
Башнянин Григорій Іванович
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки
Львівського торговельно-економічного університету, Україна

М. М. Голубка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВЩИНИ)

Усе частіше науковцями, політиками та представниками бізнесу України обговорюється питання важливості втілення моделі інноваційного розвитку, оскільки її реалізація надає можливість участі у міжнародному ринковому середовищі. Відзначимо, що українське місто Львів та Львівщина на даний час мають усі можливості та значний потенціал для втілення наукових інновацій, а також виконують важливу функцію стимулювання розвитку інноваційних установ і їх нововведень. У цьому контексті особлива увага повинна бути звернена на подальший поступальний розвиток інноваційної інфраструктури регіону.

Ключові слова: інновації, інноваційна інфраструктура, інвестиції, інвестиційна діяльність, демопроект МЕРМ, комплекси для електрокарів, муніципальні велопрокати, веломайстерня, паркомати, Lviv City Dialog, «Єдиний студентський квиток», «Картка львів'янина», водовугільна ТЕС, ІТ-виш, IQOS.

Все чаще учеными, политиками и представителями бизнеса Украины обсуждается вопрос важности реализации модели инновационного развития, поскольку ее реализация предоставляет возможность участия в международной рыночной среде. Отметим, что украинский город Львов и Львовская область в настоящее время имеют все возможности и значительный потенциал для воплощения научных инноваций, а также выполняют важную функцию стимулирования развития инновационных учреждений и их нововведений. В этом контексте особое внимание должно быть обращено на дальнейшее поступательное развитие инновационной инфраструктуры региона.

Ключевые слова: инновации, инновационная инфраструктура, инвестиции, инвестиционная деятельность, демопроект МЭСМ, комплексы для электрокаров, муниципальные велопрокаts, веломастерская, паркоматы, Lviv City Dialog, «Единый студенческий билет», «Карта львовянина», водоугольная ТЭС, ИТ-вуз , IQOS.

More and more often scientists, politicians and representatives of Ukrainian business are discussing the importance of implementing the model of innovation development, since its implementation provides an opportunity to participate in the international market environment. Let us note that Lviv and the Lviv region currently have all the opportunities and significant potential for the implementation of scientific innovations, and they also fulfill an important function of stimulating the development of innovative institutions and their innovations. In this context, special attention should be paid to the further progressive development of the region's innovation infrastructure.

Keywords: innovation, innovation infrastructure, investment, investment activity, demo project MESM, complexes for electric cars, municipal bike rentals, bike masters, parking lots, Lviv City Dialog, «Unified student card», «Lvivian map», water coal-fired power plant, IT-university, IQOS .

УДК 336.74

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

Г. Г. Полішко

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВАЛЮТНОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню сучасного стану валютної безпеки України та виявленню найбільш значущих проблем її забезпечення у контексті розвитку підприємницької діяльності. Охарактеризовано динаміку показників валютної безпеки та здійснено їх якісну оцінку. Представлено узагальнені результати оцінки рівня валютної безпеки України за 2015–2017 рр. Сформульовано проблеми забезпечення валютної безпеки України та визначено їх наслідки для розвитку підприємництва.

Ключові слова: валютна безпека, валютний курс, паритет експорту-імпорту, рівень «доларизації» грошової маси, підприємницька діяльність, девальваційні очікування.

Статья посвящена исследованию современного состояния валютной безопасности Украины и віявлению наиболее значимых проблем ее обеспечения в контексте развития предпринимательской деятельности. Охарактеризована динамика показателей валютной безопасности и осуществлена их качественная оценка. Представлены обобщённые результаты оценки уровня валютной безопасности Украины за 2015–2017 гг. Сформулированы проблемы обеспечения валютной безопасности Украины и определены их последствия для развития предпринимательства.

Ключевые слова: валютная безопасность, валютный курс, паритет экспорта-импорта, уровень «долларизации» денежной массы, предпринимательская деятельность, девальвационные ожидания.

The article deals with the research of the current state of monetary security in Ukraine and the identification of the most significant problems of its provision in the context of the entrepreneurial activity development. The dynamics of monetary security indicators was characterized and their qualitative assessment was made. We presented the generalized results of the estimation of monetary security level in Ukraine for 2015-2017. The problems of ensuring the monetary security of Ukraine are formulated and we defined their consequences for business development.

Keywords: currency security, exchange rate, export-import parity, level of money dollarization, entrepreneurial activity, devaluation expectations.

УДК 338

Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Авторами узагальнено основні підходи до визначення сутності дефініції «соціальне підприємництво». На основі дослідження основних підходів до формування соціального підприємництва розроблено етапи створення соціального бізнесу, а також визначено складові та встановлено критерії, які характерні для соціального підприємництва.

На основі дослідження зарубіжного досвіду щодо розвитку соціальних підприємств визначено основні напрями соціального бізнесу. Крім того, встановлено основні соціальні

проблеми українського суспільства, що потребують негайного вирішення, а також проаналізовано стан і розвиток соціального підприємництва в Україні. Визначено місце соціального підприємництва в системі забезпечення економічної безпеки країни. Запропоновано методичний підхід до оцінки впливу розвитку соціального підприємництва на рівень економічної безпеки країни.

Ключові слова: соціальне підприємництво, економічна безпека країни, індекси розвитку, соціальні проблеми суспільства.

Авторами обобщены основные подходы к определению сущности дефиниции «социальное предпринимательство». На основе исследования основных подходов к формированию социального предпринимательства разработаны этапы создания социального бизнеса, а также определены составляющие и установлены критерии определения социального предпринимательства.

На основе исследования зарубежного опыта развития социальных предприятий определены основные направления социального бизнеса. Кроме того, установлены основные социальные проблемы украинского общества, требующие немедленного решения, а также проанализировано состояние и развитие социального предпринимательства в Украине. Определено место социального предпринимательства в системе обеспечения экономической безопасности страны. Предложен методический подход к оценке влияния развития социального предпринимательства на уровень экономической безопасности страны.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, экономическая безопасность страны, индексы развития, социальные проблемы общества.

The authors generalized the main approaches to defining the essence of the definition of «social entrepreneurship». Based on the study of the main approaches to the formation of social entrepreneurship, the stages of creating a social business have been developed, and the components and criteria for determining social entrepreneurship have been defined.

Based on the study of foreign experience in the development of social enterprises, the main lines of social business have been defined. In addition, the main social problems of Ukrainian society are identified that require immediate solution, and the state and development of social entrepreneurship in Ukraine is analyzed. The place of social entrepreneurship in the system of ensuring the economic security of the country has been determined. A methodical approach is proposed to assess the impact of the development of social entrepreneurship on the level of economic security of the country.

Keywords: social entrepreneurship, economic security of the country, indices of development, social problems of society.

УДК 330.46

Л. М. Дебунов, О. Г. Яковенко

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті обґрунтовано доцільність застосування моделювання фінансової стійкості за допомогою штучних нейронних мереж, описані основні принципи роботи ШНМ. Також наведено приклад побудови ШНМ для вирішення завдання, в якому присутні ряд фінансових показників, які доцільно використовувати при моделюванні фінансової стійкості, параметри побудови описаної нейронної мережі, вибір найкращої архітектури та методу «навчання» мережі. Наведено результати роботи моделі, які показують, що штучні нейронні мережі здатні досить точно класифікувати підприємства за видами «потенційні банкрути» і «стабільні підприємтсва».

Ключові слова: фінансова стійкість, штучні нейронні мережі, персептрон, банкрутство, економіко-математичне моделювання, задача класифікації.

В статье обоснована целесообразность применения моделирования финансовой устойчивости при помощи искусственных нейронных сетей, описаны основные принципы работы ИНС. Также приведен пример построения ИНС для решения задачи, в которой присутствуют ряд финансовых показателей, имеющих смысл использовать при моделировании финансовой устойчивости, параметры построения описанной нейронной сети, выбор наилучшей архитектуры и метода «обучения» сети. Приведены результаты работы модели, которые показывают, что искусственные нейронные сети способны достаточно точно классифицировать предприятия по видам «потенциальные банкроты» и «стабильные предприятия».

Ключевые слова: финансовая устойчивость, искусственные нейронные сети, персептрон, банкротство, экономико-математическое моделирование, задача классификации.

The article substantiates the feasibility of applying financial stability simulations using artificial neural networks (ANN), and describes the basic principles for the work of ANN. It also provides an example of building an ANN to accomplish this task, which includes a number of financial indicators, using which makes sense for the simulation of financial stability, the parameters for building the neural network described, choosing the best architecture and method for training the network. The results of the model's work, which show that artificial neural networks can reasonably accurate classify enterprises by the types of «potential bankrupts» and «stable», have been provided.

Keywords: financial stability, artificial neural networks, perceptron, bankruptcy, economic-mathematical modelling, classification task.

УДК 339.137

Н. І. Дучинська, Ю. М. Чайка

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ ЗГІДНО СВІТОВИХ РЕЙТИНГІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Досліджено особливості конкурентоспроможності економіки України згідно рейтингів Всесвітнього економічного форуму та Міжнародного інституту розвитку менеджменту. Здійснено порівняльний аналіз переваг і недоліків конкурентоспроможності вітчизняної економіки відповідно до Звіту глобальної конкурентоспроможності та Статистичного щорічнику конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність національної економіки, Всесвітній економічний форум, Міжнародний інститут розвитку менеджменту

Исследованы особенности конкурентоспособности экономики Украины в соответствии с рейтингами Всемирного экономического форума и Международного института развития менеджмента. Осуществлён сравнительный анализ преимуществ и недостатков конкурентоспособности отечественной экономики в соответствии с Отчётом глобальной конкурентоспособности и Статистическим ежегодником конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность национальной экономики, Всемирный экономический форум, Международный институт развития менеджмента.

The features of the competitiveness of the Ukrainian economy are studied according to the ratings of the World Economic Forum and the International Institute for Management Development. A comparative analysis of the advantages and disadvantages of the competitiveness of the domestic economy is carried out in accordance with the Global Competitiveness Report and the Statistical Yearbook of Competitiveness.

Keywords: competitiveness of the national economy, World Economic Forum, International Institute for Management Development.

УДК 338.432

Рецензент:
Писаренко Володимир Вікторович,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу
Полтавської державної аграрної академії, Україна

Т. В. Дядик

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛТАВЩИНИ

Автором здійснена оцінка економічного розвитку аграрних підприємств Полтавщини в умовах економічної кризи, зокрема наведені та проаналізовані такі основні показники, як; обсяги виробництва продукції, що забезпечує продовольчу безпеку країни; оснащеність аграрних підприємств енергетичними потужностями; рівень продуктивності праці та рентабельність сільськогосподарських підприємств регіону.

Ключові слова: економічний розвиток, валова продукція, продуктивність праці, прибуток, рентабельність.

Автором осуществлена оценка экономического развития аграрных предприятий Полтавщины в условиях экономического кризиса, в частности, проанализированы такие основные показатели как: объёмы производства продукции, которая обеспечивает продовольственную безопасность страны; оснащённость аграрных предприятий энергетическими мощностями; уровень производительности труда и рентабельность сельскохозяйственных предприятий региона.

Ключевые слова: экономическое развитие, валовая продукция, производительность труда, прибыль, рентабельность.

The author evaluates the economic development of agrarian enterprises of the Poltava region in the conditions of the economic crisis, in particular, the following basic indicators as production volumes ensuring the food security of the country are given and analyzed; equipment of agrarian enterprises with power facilities; the level of productivity and profitability of agricultural enterprises in the region.

Keywords: economic development, gross products, labour productivity, profit, profitability.

УДК 338.242

Рецензент:
Высоцкий Олег Арсентьевич,
д-р экон. наук, доц., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Брестского государственного технического университета, Республика Беларусь

В. В. Зазерская

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИСЧИСЛЕНИЯ ЗАТРАТ, АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Реализация предлагаемого методического инструментария базируется на планировании условно-постоянных и переменных издержек с учетом их эластичности и динамики; расчете экономически обоснованного тарифа, позволяющего уменьшить негативные последствия риска сезонности и полностью покрыть расходы; определении показателей порога рентабельности, запаса прочности и планируемой прибыли с учетом дотационного характера финансирования отрасли и влияния факторов внешней среды.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, издержки, внешние факторы, анализ безубыточности.

Реалізація запропонованого методичного інструментарію базується на плануванні умовно-постійних та змінних витрат з урахуванням їх еластичності та динаміки; розрахунку економічно обґрунтованого тарифу, що дозволяє зменшити негативні наслідки ризику сезонності й повністю покрити витрати; визначенні показників порогу рентабельності, запасу міцності та планованого прибутку з урахуванням дотаційного характеру фінансування галузі і впливу факторів зовнішнього середовища.

Ключові слова: житлово-комунальне господарство, витрати, зовнішні фактори, аналіз беззбитковості.

The implementation of the proposed methodological tools is based on the planning of conditional fixed and variable costs, taking into account their elasticity and dynamics, the calculation of an economically sound tariff that reduces the negative consequences of the risk of seasonality and fully cover the costs, determining the threshold of profitability, safety margin and planned profit taking into account the subsidized nature of the financing industry and the influence of environmental factors.

Keywords: housing and communal services, costs, external factors, break-even analysis.

УДК 658.5

А. М. Колосов, Н. В. Восьмачкина

ВИЗНАЧЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЗДАТНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ДОНБАСУ

Розглянуто питання визначення відновлюваної здатності виробничого потенціалу підприємств Донбасу, який втрачено внаслідок збройного конфлікту та економічної блокади його підприємств, що працювали в законодавчому полі України. Подальше різке зменшення виробничого потенціалу стало наслідком того, що більшість промислових підприємств Донбасу опинилися на території, яка тимчасово непідконтрольна українській владі. Втім уже протягом 2016 року підприємства Донбасу показали певні ознаки стабілізації, чим вперше проявили власну відновлювальну здатність. Вдруге ознаки відновлювальної здатності промислові підприємства Донбасу проявили протягом 2017 року після нищівних результатів економічної блокади підприємств, що функціонували в законодавчому полі України

Ключові слова: виробничий потенціал, підприємство, промисловість, Донбас, відновлення, відновлювальна здатність.

Рассмотрены вопросы определения возобновляемой способности производственного потенциала предприятий Донбасса, утраченного в результате вооруженного конфликта и экономической блокады его предприятий, работавших в законодательном поле Украины. Дальнейшее резкое уменьшение производственного потенциала стало следствием того, что большинство промышленных предприятий Донбасса оказались на территории, которая временно не контролируется украинскими властями. Однако уже в течение 2016 года предприятия Донбасса показали определенные признаки стабилизации, чем впервые проявили собственную восстановительную способность. Второй раз признаки восстановительной способности промышленные предприятия Донбасса проявили течение 2017 года после сокрушительных результатов экономической блокады предприятий, которые функционировали в законодательном поле Украины.

Ключевые слова: производственный потенциал, предприятие, промышленность, Донбасс, восстановление, восстановительная способность

The questions of definition of renewable ability production potential of the Donbass enterprises lost as a result of armed conflict and economic blockade of its enterprises working in the legislative field of Ukraine. A further sharp decrease in the production potential was the result of the fact that most industrial enterprises in the Donbas were in a territory temporarily not controlled by the Ukrainian

authorities. However, already during the next 2016, the Donbass enterprises showed certain signs of stabilization, the first time they showed their own restorative capacity. For the second time, the industrial enterprises of Donbass have shown signs of restorative power in the course of 2017 after the devastating results of the economic blockade of enterprises that functioned in the legislative field of Ukraine.

Keywords: production potential, enterprise, industry, Donbas, recovery, regenerative capacity

УДК 338

Рецензент:
Хамініч Світлана Юріївна,
д-р екон. наук, проф., професор кафедри економічної теорії та маркетингу
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

М. М. Кошевий

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті досліджено проблеми якості діяльності підприємства в сучасних умовах. Розглядається поняття якості управління з точки зору реалізації ієрархічного підходу. Уточнено основні напрямки вивчення проблеми якості діяльності підприємства. Досліджено переваги та особливості системного підходу до управління діяльністю підприємства, встановлена його якісна складова. Якість діяльності підприємства сформульовано з позиції реалізації стратегічного підходу. Розкрито економічний, інституційний, технологічний, екологічний аспекти забезпечення якості. Досліджено склад і специфіку взаємозв'язків елементів системи управління діяльністю підприємства для забезпечення якості.

Ключові слова: якість управління, якість продукції, якість діяльності підприємства, системний підхід, якість системи управління, стратегія якості.

В статье исследованы проблемы качества деятельности предприятия в современных условиях. Рассматривается понятие качества управления с точки зрения реализации иерархического подхода. Уточнены основные направления изучения проблемы качества деятельности предприятия. Исследованы преимущества и особенности системного подхода к управлению деятельностью предприятия, установлена его качественная составляющая. Качество деятельности предприятия сформулировано с позиции реализации стратегического подхода. Раскрыты экономический, институциональный, технологический, экологический аспекты обеспечения качества. Исследованы состав и специфика взаимосвязей элементов системы управления деятельностью предприятия для обеспечения качества.

Ключевые слова: качество управления, качество продукции, качество деятельности предприятия, системный подход, качество системы управления, стратегия качества.

The article examines the problems of the quality of the enterprise in modern conditions. The concept of management quality from the point of view of implementation of the hierarchical approach is considered. The main directions of studying the problem of the quality of the enterprise's activity are specified. The advantages and peculiarities of the system approach to the management of the enterprise activity are investigated, its qualitative component is established. The quality of the enterprise's activities is formulated from the position of implementing the strategic approach. Economic, institutional, technological, environmental aspects of quality assurance are disclosed. The composition and specificity of the interrelationships of the elements of the enterprise management system for quality assurance are studied.

Keywords: quality of management, product quality, enterprise quality, system approach, quality of the management system, quality strategy.

УДК 332.1:65.011.56

Рецензент:
Петрович Михаил Владимирович,
д-р экон. наук, доц., профессор кафедры организации и управления
Белорусского государственного экономического университета, Республика Беларусь

С. Ф. Куган

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В НАРАЩИВАНИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Автором проведен анализ информационно-коммуникационной системы как составного элемента логистической системы регионов Республики Беларусь. Рассмотрена возможность ее оценки через определенный состав индикаторов, формирующих комплексный индикатор оценки уровня развития информационно-технологических ресурсов в регионах. Проведен расчет комплексного интегрального показателя, который дает обобщенную характеристику состояния, развития и использования телекоммуникационных технологий в регионах.

Ключевые слова: информационно-коммуникационная система, логистические системы, территории, регион.

Автором проведено аналіз інформаційно-комунікаційної системи як складового елементу логістичної системи регіонів Республіки Білорусь. Розглянуто можливість її оцінки через певний склад індикаторів, які формують комплексний індикатор оцінки рівня розвитку інформаційно-технологічних ресурсів в регіонах. Проведено розрахунок комплексного інтегрального показника, що дає узагальнену характеристику стану, розвитку та використання телекомунікаційних технологій в регіонах.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційна система, логістичні системи, території, регіон.

The author analyzed the information and communication system as an integral element of the logistics system of the regions of the Republic of Belarus. The possibility of its evaluation through a certain set of indicators that form a comprehensive indicator of the level of development of engineering in the regions is considered. The calculation of the integrated integral indicator is carried out, giving a generalized description of the state, development and use of telecommunication technologies in the regions.

Keywords: information and communication system, logistics systems, territories, region.

УДК 330.341.1

О. І. Кузьмак, О. М. Кузьмак

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність, значення та важливість розвитку інноваційних процесів на підприємстві. Розкрито сутність поняття «інноваційний потенціал підприємства». Визначено ступінь впливу інноваційного потенціалу на розвиток підприємств. Досліджено основні чинники, які перешкоджають ефективному використанню наявного інноваційного потенціалу підприємств та його розвитку. Обґрунтовано етапи прийняття управлінських рішень щодо ефективного використання інноваційного потенціалу підприємств.

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, інноваційна політика.

В статье рассмотрены суть, значение и важность развития инновационных процессов на предприятии. Раскрыт смысл понятия «инновационный потенциал предприятия». Определена степень влияния инновационного потенциала на развитие предприятий. Исследованы основные факторы, которые препятствуют эффективному использованию имеющегося инновационного потенциала предприятий и их развитию. Обоснованы этапы принятия управленческих решений по эффективному использованию инновационного потенциала предприятий.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, инновационное развитие, инновационная стратегия, инновационная политика.

The article examines the nature, meaning and importance of innovation processes in the enterprise. The essence of the concept of the innovative potential of enterprise. The degree of innovation potential for the development of enterprises. The main factors that hinder the effective use of existing innovative potential of enterprises and their development. The stages of decision-making for effective use of innovative potential of enterprises.

Keywords: innovation, innovative potential, innovative development, innovation strategy, innovation policy.

УДК 338

Рецензент:
Каховська Олена Володимирівна,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки та регіональної економічної політики
Дніпропетровського регіонального інституту державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

І. Г. Курінна

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті проведено аналіз існуючої методичної бази оцінки ефективності системи стимулювання на підприємстві; розглянуто чотириступінчасту модель оцінки системи оплати праці та здійснено розподіл показників ефективності системи оплати праці на три категорії.

Ключові слова: показники ефективності, оплата праці, методичне забезпечення, фонд оплати праці.

В статье проведен анализ существующей методической базы оценки эффективности системы стимулирования на предприятии; рассмотрено четырехступенчатую модель оценки системы оплаты труда и осуществлено распределение показателей эффективности системы оплаты труда на три категории.

Ключевые слова: показатели эффективности, оплата труда, методическое обеспечение, фонд оплаты труда.

The existing methodological basis of evaluating the effectiveness of the incentive system at the enterprise has been analyzed in the article; the four-steps model of estimation of the system of remuneration has been reviewed; indicators of the efficiency of the system of remuneration has been divided into three categories.

Keywords: efficiency indicators, labor remuneration, methodical support, compensation package fund.

УДК 230.111:330.1

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

В. Й. Куценко

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Автором відновлено сутність соціально-орієнтованої економічної системи з духовно-моральної точки зору, запропоновано втілення в життя внутрішніх і зовнішніх напрямів розвитку соціальної економіки України з метою забезпечення гармонійного, життєдайного домострою суспільства, економіки та довкілля.

Ключові слова: духовно-моральна культура, особистість, показники соціального ефекту, напрями розвитку.

Автором восстановлено сущность социально-ориентированной экономической системы с духовно-нравственной точки зрения, предложено воплощение в жизнь внутренних и внешних направлений развития социальной экономики Украины с целью обеспечения гармоничного, животворного домостроя общества, экономики и окружающей среды.

Ключевые слова: духовно-нравственная культура, личность, показатели социального эффекта, направления развития.

The essence of the socially-oriented economic system from the spiritual and moral point of view have been restored; proposed the implementation of internal and external trends in the development of Ukraine's social economy with the aim of providing a harmonious, life-giving housing society, the economy and the environment.

Keywords: spiritual and moral culture, personality, indicators of social effect, directions of development.

УДК 330.322.16.

Рецензент:
Падерін Іван Дмитрович,
д-р екон. наук, проф., професор кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів, Україна

С. К. Кучеренко

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Розглянуто питання визначення чинників, які відображають інвестиційну привабливість України, або навпаки, є перешкодами на шляху запровадження міжнародного інвестиційного проекту, що отримав назву «план Маршалла» для України, яким передбачено «вливання» до 50 млрд євро інвестицій до економіки України протягом 10 років. Розгляд проведено в розрізі

чотирьох критичних аспектів: 1) політичної доцільності та серйозності намірів світових держав долучитися до міжнародного інвестиційного проекту; 2) динаміки процесів мирного врегулювання збройного конфлікту на Донбасі й готовності України до його реінтеграції; 3) проблематики оцінювання стану готовності економіки України до сприйняття й ефективного освоєння інвестиційних програм та усунення негативних чинників погіршення інвестиційної привабливості країни як об'єкту інвестування; 4) використання наявних чинників забезпечення високої ефективності іноземного інвестування для відновлення Донбасу в процесі його реінтеграції до єдиного економічного комплексу України. Результати розгляду проблеми дозволяють акцентувати увагу керівництва України на здійснення заходів з усунення чинників негативного впливу на інвестиційну привабливість країни як об'єкту масштабного іноземного інвестування.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційні чинники, «план Маршалла», інвестиційна привабливість, ефективність іноземного інвестування

Рассмотрены вопросы определения факторов, которые отражают инвестиционную привлекательность Украины, или наоборот, являются препятствиями на пути внедрения международного инвестиционного проекта, который получил название «план Маршалла» для Украины, которым предусмотрено «вливание» до 50 млрд евро инвестиций в экономику Украины в течение 10 лет. Рассмотрение проведено в разрезе четырех критических аспектов: 1) политической целесообразности и серьезности намерений мировых государств присоединиться к международному инвестиционному проекту; 2) динамики процессов мирного урегулирования вооруженного конфликта на Донбассе и готовности Украины к его реинтеграции; 3) проблематики оценки состояния готовности экономики Украины к восприятию и эффективному освоению инвестиционных программ и устранению негативных факторов ухудшения инвестиционной привлекательности страны как объекта инвестирования; 4) использования имеющихся факторов обеспечения высокой эффективности иностранного инвестирования для обновления Донбасса в процессе его реинтеграции в единый экономический комплекс Украины. Результаты рассмотрения проблемы позволяют акцентировать внимание руководства Украины на осуществлении мероприятий по устранению факторов негативного влияния на инвестиционную привлекательность страны как объекта масштабного иностранного инвестирования.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционные факторы, «план Маршалла», инвестиционная привлекательность, эффективность иностранного инвестирования

The issues of determining the factors that reflect the investment attractiveness of Ukraine or, on the contrary, they are obstacles to the implementation of the international investment project, which was called the «Marshall Plan» for Ukraine, which provide up to 50 billion euros of investments in the economy of Ukraine for 10 years. The review was carried out in the context of four critical aspects: 1) the political feasibility and seriousness of the intentions of world states to join the international investment project; 2) the dynamics of the processes of peaceful settlement of the armed conflict in the Donbass and Ukraine's readiness for its reintegration; 3) the problems of assessing the state of readiness of the Ukrainian economy to perceive and effectively absorb investment programs and eliminate negative factors of deterioration of the country's investment attractiveness as an investment object; 4) use of existing factors to ensure high efficiency of foreign investment in the renovation of the Donbass in the process of its reintegration into a single economic complex of Ukraine. The results of consideration of the problem allow to focus the attention of the Ukrainian leadership on the implementation of measures to eliminate the factors of negative impact on the investment attractiveness of the country as an object of large-scale foreign investment.

Keywords: investment, investment factors, Marshall Plan, investment attractiveness, efficiency of foreign investment

УДК 65.012.23:658.512(075)

Н. Б. Кушнір, Н. Б. Савіна, Н. Е. Ковшун

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ У СФЕРІ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Авторами розглянуто практичний досвід підприємства при виконанні проекту створення комплексу з подрібнення біомаси. Визначено збитки від використання неефективної каскадної моделі управління проектом та запропоновано впровадження елементної моделі.

Ключові слова: управління проектом, методи управління проектом, каскадна модель, елементна модель.

Авторами рассмотрен практический опыт предприятия при выполнении проекта создания комплекса по измельчению биомассы. Определены убытки от использования неэффективной каскадной модели управления проектом и предложено внедрение элементной модели.

Ключевые слова: управление проектом, методы управления проектом, каскадная модель, элементная модель.

The authors review the practical experience of the enterprise in the implementation of the project to create a complex for the shredding of biomass. The damages from using an ineffective model of project management were determined and the implementation of the element model was proposed.

Keywords: project management, project management methods, cascade model, element model.

УДК 338

Ю. П. Макаренко

БАГАТОВЕКТОРНИЙ ПОДІЛ АГРАРНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Досліджено та обґрунтовано критерії поділу аграрних домогосподарств в умовах розвитку ринкової економіки та євроінтеграції. Автором запропоновано класифікацію аграрних господарств за розмірами.

Ключові слова: домогосподарство, сімейні господарства, агроформування, аграрні малі підприємства

Исследованы и обоснованы критерии разделения аграрных домохозяйств в условиях развития рыночной экономики и евроинтеграции. Автором предложена классификация аграрных хозяйств по размерам.

Ключевые слова: домохозяйства, семейные хозяйства, агроформирования, аграрные малые предприятия.

The criteria for the division of agrarian households in the conditions of market economy development and European integration are investigated and grounded. The author proposed the classification of agrarian enterprises by size.

Keywords: household, family farms, agroforming, agrarian small enterprise.

УДК 65.011.2

Рецензент:
Грущінська Наталія Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., професор кафедри публічного управління та адміністрування
Навчально-наукового інституту неперервної освіти НАУ, Україна

І. Є. Максютенко

МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ВІДПОВІДНОСТІ ОСНОВНИХ ФОНДІВ СУБ'ЄКТІВ АТ ВИМОГАМ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВІАТРАНСПОРТНОГО ПРОЦЕСУ

Автором запропонована методика оцінки відповідності стану основних фондів різних суб'єктів господарювання, а саме авіакомпаній, аеропортів та ДП Украероруху, що беруть участь в процесі інформаційно-телекомунікаційного забезпечення авіатранспортного процесу.

Ключові слова: основні фонди, інформаційно-телекомунікаційні засоби, аеропорти, авіакомпанії, авіатранспортний процес.

Автором предложена методика оценки соответствия состояния основных фондов различных субъектов хозяйствования, а именно авиакомпаний, аэропортов и ГП Украерорух, участвующих в процессе информационно-телекоммуникационного обеспечения авиатранспортного процесса.

Ключевые слова: основные фонды, информационно-телекоммуникационные средства, аэропорты, авиакомпании, авиатранспортный процесс.

The author proposes a methodology for assessing the suitability of the state of fixed assets of various economic entities, namely airlines, airports and Ukrainian State Air Traffic Services Enterprise, involved in the process of information and telecommunication provision of the air transport process.

Keywords: fixed assets, information and telecommunication facilities, airports, airline companies, air transport process.

УДК 230.111:330.1

Рецензент:
Стефанишин Ольга Василівна,
д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки України
Львівського національного університету імені Івана Франка, Україна

О. Я. Маліновська, З. Р. Костак

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Авторами розглянуто і узагальнено сутність економічної безпеки суб'єктів підприємництва. Визначено загрози та фактори, які впливають на економічну безпеку суб'єктів підприємництва. З метою підвищення рівня економічної безпеки запропоновано механізм формування економічної безпеки сучасних суб'єктів підприємництва.

Ключові слова: економічна безпека суб'єктів підприємництва, суб'єкти, об'єкти, ризики та загрози, механізм.

Авторами рассмотрена и обобщена сущность экономической безопасности субъектов предпринимательства. Определены угрозы и факторы, влияющие на экономическую безопасность субъектов предпринимательства. С целью повышения уровня экономической безопасности предложен механизм формирования экономической безопасности современных субъектов предпринимательства.
Ключевые слова: экономическая безопасность субъектов предпринимательства, субъекты, объекты, риски и угрозы, механизм.

The authors review and generalize the essence of economic security of business entities. The threats and factors that affect the economic security of business entities are identified. In order to increase the level of economic security, a mechanism for the formation of economic security of modern business entities has been proposed.
Keywords: economic security of subjects of entrepreneurship, subjects, objects, risks and threats, mechanism.

УДК 338.512:63

Рецензент:
Махмудов Ханлар Зейналович,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри підприємництва і права
Полтавської державної аграрної академії, Україна

А. С. Олійник

ЕКОНОМІКО-СТРУКТУРНА ПОБУДОВА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто економіко-структурну побудову витрат виробництва в аграрному середовищі. Здійснено оцінку трансформації ресурсів у витрати виробництва. Досліджено еволюцію витрат виробництва. Проаналізовано особливості формування витрат виробництва в аграрному середовищі.
Ключові слова: витрати, трансформація ресурсів, витрати виробництва, еволюція витрат виробництва.

В статье рассмотрено экономико-структурное построение издержек производства в аграрной среде. Осуществлена оценка трансформации ресурсов в издержки производства. Исследована эволюция издержек производства. Проанализированы особенности формирования издержек производства в аграрной среде.
Ключевые слова: расходы, трансформация ресурсов, издержки производства, эволюция издержек производства.

The article deals with the economic-structural construction of production costs in the agrarian environment. An assessment of the transformation of resources into production costs is estimated. The evolution of production costs is investigated. Peculiarities of formation of production costs in agrarian environment are analyzed.
Keywords: costs, transformation of resources, production costs, evolution of production costs.

УДК 330.11:330.131.7

Рецензент:
Катан Людмила Ігорівна,
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровського державного аграрно-економічного університету, Україна

Т. І. Олійник

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Автором розглянуто теоретико-методологічні засади антикризового менеджменту в сучасному його підході до забезпечення економічної безпеки та сталого розвитку підприємств. Визначена роль ризик-менеджменту за його індикаторами в системі економічної безпеки підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, антикризове управління, бізнес-процеси, індикатори економічної безпеки.

Автором рассмотрены теоретико-методологические основы антикризисного менеджмента в современном его подходе к обеспечению экономической безопасности и устойчивого развития предприятий. Определена роль риск-менеджмента по его индикаторам в системе экономической безопасности предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, антикризисное управление, бизнес-процессы, индикаторы экономической безопасности.

The author examines the theoretical and methodological principles of anti-crisis management in its modern approach to ensuring economic security and sustainable development of enterprises. The role of risk management according to its indicators in the system of economic security of enterprises is determined.

Keywords: economic security, crisis management, business processes, indicators of economic security.

УДК 519.8

С. О. Острянин О. Г. Яковенко

МОДЕЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ЗМІНИ ПОПИТУ ЗА ДИФУЗІЙНИМ ЗАКОНОМ

Авторами розглянуто проблему планування та оптимізації рекламної діяльності товарів і послуг з інноваційною складовою, запропоновано оптимізаційну модель з врахуванням зміни попиту за дифузійним законом

Ключові слова: рекламна діяльність, дифузійний закон, оптимізаційна модель

Авторами рассмотрена проблема планирования и оптимизации рекламной деятельности товаров и услуг с инновационной составляющей, предложно оптимизационную модель с учетом смены спроса согласно диффузионному закону.

Ключевые слова: рекламная деятельность, диффузионный закон, оптимизационная модель.

Authors addressed the problem of planning and optimizing of advertising activity which promotes goods and services with innovative aspect, optimizing model with accounting change of demand due to diffusion law is suggested.

Keywords: advertising activity, diffusion law, optimizing model

УДК 330.16:17.024:51.77: 338.242.2

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

Р. А. Павлов, Т. С. Павлова, О. В. Левкович

ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ НОРМ У МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

Авторами розглянуті основні підходи до моделювання процесу прийняття фінансово-економічних рішень у контексті обліку поведінкового фактору дотримання прийнятих соціальних норм, що дає змогу вийти за межі класичного уявлення щодо мотивації економічних агентів.

Ключові слова: соціальна норма, моральні емоції, економіко-математичне моделювання, процес прийняття рішень, «теорія ігор».

Авторами рассмотрены основные подходы к моделированию процесса принятия финансово-экономических решений в контексте учета поведенческого фактора соблюдения принятых социальных норм, что позволяет выйти за рамки классического представления о мотивации экономических агентов.

Ключевые слова: социальная норма, моральные эмоции, экономико-математическое моделирование, процесс принятия решений, «теория игр».

The authors consider the main approaches to modeling the process of making financial and economic decisions in the context of taking into account the behavioral factor of compliance with accepted social norms, which allows to go beyond the classical view of the motivation of economic agents.

Keywords: social norm, moral emotions, economic-mathematical modeling, decision-making process, game theory.

УДК 330.4

О. А. Парокінний, О. Г. Яковенко

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА

Авторами розглянуто проблеми функціонування підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища, запропоновано підходи до моделювання його діяльності та побудови ефективної стратегії управління.

Ключові слова: управління запасами, бюджет підприємства, математичне моделювання, динамічне програмування, матеріально-технічні ресурси.

Авторами рассмотрені проблемы функционирования предприятия в условиях изменчивой внешней среды, предложены подходы к моделированию деятельности и построения эффективной стратегии управления.

Ключевые слова: управление запасами, бюджет предприятия, математическое моделирование, динамическое программирование, материально-технические ресурсы.

Authors investigated problems of enterprise activity in the temporary environment, they offered new approaches for modeling of its activity and building the new management strategy.

Keywords: inventory management, the budget of enterprises, mathematical modeling, dynamic programming, material and technical resources.

УДК 339.137.24

Рецензент:
Лепейко Тетяна Іванівна
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри менеджменту і бізнесу
Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця, Україна

О. О. Петряєв

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Автором визначено сутність і зміст конкурентоспроможності продукції підприємства; розглянуто методичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції в управлінні підприємством; наведено класифікацію чинників конкурентоспроможності продукції підприємства; проаналізовано фінансовий стан суб'єкта господарювання, виробництва і реалізації продукції; запропоновано методичні підходи щодо визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства та розроблено заходи з підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, управління, підприємство, класифікація, чинники, фінансовий стан, оцінка, методика.

Автором определены сущность и содержание конкурентоспособности продукции предприятия; рассмотрены методические основы оценки конкурентоспособности продукции в управлении предприятием; приведена классификация факторов конкурентоспособности продукции предприятия; проанализировано финансовое состояние субъекта хозяйствования, производства и реализации продукции; предложены методические подходы к определению уровня конкурентоспособности продукции предприятия и разработаны меры по повышению уровня конкурентоспособности продукции предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, управление, предприятие, классификация, факторы, финансовое состояние, оценка, методика.

The author defines the essence and content of the competitiveness of the company's products; the methodical bases for evaluating the competitiveness of products in the management of the enterprise are considered; the classification of factors of competitiveness of production of the enterprise is given; the financial status of a business entity, production and sales of products is analyzed; Methodical approaches to determination of the level of competitiveness of production of the enterprise are offered, and measures have been developed for raising the level of competitiveness of the enterprise's products.

Keywords: competitiveness of products, management, enterprise, classification, factors, financial status, evaluation, methodology.

УДК 658.14/.15

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

Н. О. Піскунова

ОПТИМІЗАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Автором наведено обґрунтування напряму синхронізації грошових потоків з урахуванням тривалості періодів їх самоафінності, також розглянуто особливості формування грошових потоків на макрорівні у сучасних умовах господарювання вітчизняних підприємств.

Ключові слова: грошові потоки, синхронізація, доходи та видатки, децентралізація.

Автором приведено обоснование направления синхронизации денежных потоков с учетом длительности периодов их самоафинности, также рассмотрены особенности формирования денежных потоков на макроуровне в современных условиях хозяйствования отечественных предприятий.

Ключевые слова: денежные потоки, синхронизация, доходы и расходы, децентрализация.

The author provides the rationale for the direction of the synchronization of cash flows, and also the peculiarities of the formation of cash flows at the macrolevel in the in modern business conditions of domestic enterprises.

Keywords: cash flow, synchronization, income and expenses, decentralization.

УДК 339.137.2

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

Г. Є. Рябик

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Досліджено маркетинговий аспект забезпечення економічної безпеки підприємства, удосконалено схему взаємодії маркетингу з економічною безпекою та розглянуто завдання інформаційно-аналітичної складової маркетингу у розрізі елементів економічної безпеки.

Ключові слова: економічна безпека, маркетингове забезпечення, динамічне середовище, маркетинг.

Исследован маркетинговый аспект обеспечения экономической безопасности предприятия, усовершенствована схема взаимодействия маркетинга с экономической безопасностью и рассмотрены задачи информационно-аналитической составляющей маркетинга в разрезе элементов экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, маркетинговое обеспечение, динамичная среда, маркетинг.

The marketing aspect of ensuring the economic security of the enterprise investigated, the scheme of interaction of marketing with economic security has been improved, the tasks of the informational and analytical components of marketing in the context of the elements of economic security have been reviewed.

Keywords: economic security, marketing support, dynamic environment, marketing.

УДК 658.5.011

Рецензент:
Гринько Тетяна Валеріївна
д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки та управління підприємством
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

С. Б. Станінов

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ І «BIG DATA» ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ ГНУЧКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті було досліджено вплив нових інформаційних технологій на систему управління стратегічною гнучкістю підприємства, його конкурентоспроможність, ресурсозабезпеченість та інвестиційну привабливість. Було розглянуто тенденції розвитку технології «Big Data» та вплив наявності об'ємної й актуальної інформації на забезпечення стратегічної гнучкості підприємства через реалізацію основних функцій: планування, координацію та контроль. Проаналізовано інформаційно-аналітичну підсистему та її значення в системі управління стратегічною гнучкістю підприємства.

Ключові слова: стратегічна гнучкість, система управління стратегічною гнучкістю, інформаційні технології, «Big Data», інформаційно-аналітична підсистема.

В статье было исследовано влияние новых информационных технологий на систему управления стратегической гибкостью предприятия, его конкурентоспособность, ресурсообеспеченность и инвестиционную привлекательность. Были рассмотрены тенденции развития технологии «Big Data» и влияние наличия объемной и актуальной информации на обеспечение стратегической гибкости предприятия через реализацию основных функций: планирование, координацию и контроль. Проанализирована информационно-аналитическая подсистема и ее значение в системе управления стратегической гибкостью предприятия.

Ключевые слова: стратегическая гибкость, система управления стратегической гибкостью, информационные технологии, «Big Data», информационно-аналитическая подсистема.

In the article the influence of new information technologies on the system of strategic flexibility management of the enterprise, on its competitiveness, resource availability and investment attractiveness was investigated. The trends in the development of Big Data technology and the impact of the availability of voluminous and relevant information on ensuring strategic flexibility of the enterprise through the implementation of the basic functions: planning, coordination and control were considered. The information-analytical subsystem and its significance in the strategic flexibility management system of the enterprise are analyzed.

Keywords: strategic flexibility, strategic flexibility management system, information technologies, Big Data, information-analytical subsystem.

УДК 338.48

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

І. В. Тімар

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Розглянуто сутність, цілі та підходи до класифікації готелів в міжнародній практиці. Досліджено особливості єдиної системи готельних стандартів Hotelstars Union. Визначено недоліки національної системи категоризації готелів, запропоновано шляхи її вдосконалення.

Ключові слова: готельний бізнес, готель, класифікація готелів, вдосконалення, Hotelstars Union.

Рассмотрена сущность, цели и подходы к классификации гостиниц в международной практике. Исследованы особенности единой системы гостиничных стандартов Hotelstars Union. Определены недостатки национальной системы категоризации гостиниц, предложены пути ее совершенствования.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиница, классификация гостиниц, совершенствование, Hotelstars Union.

The essence, goals and approaches to the classification of hotels in international practice are considered. The features of the Hotelstars Union hotel system standards are investigated. The disadvantages of the classification of the national hotel system are identified, and ways of its improvement are proposed.

Keywords: hotel business, hotel, hotel classification, improvement, Hotelstars Union

УДК 658.012

К. С. Тригуб, С. Ю. Хамініч

ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті обґрунтовано необхідність застосування маркетингового управління як базової складової загальної системи управління підприємством. Розкрито різницю між тлумаченням понять «маркетинговий менеджмент» та «управління маркетингом». Сформульовано основні положення та тенденції щодо застосування маркетингу в управлінні бізнесом.

Ключові слова: маркетинговий менеджмент, управління маркетингом, маркетингове управління, конкуренція, маркетингові технології, попит, управління.

В статье обоснована необходимость применения маркетингового управления как базовой составляющей общей системы управления предприятием. Раскрыто разницу между толкованиями понятий «маркетинговый менеджмент» и «управление маркетингом». Сформулированы основные положения и тенденции по применению маркетинга в управлении бизнесом.

Ключевые слова: маркетинговый менеджмент, управление маркетингом, маркетинговое управление, конкуренция, маркетинговые технологии, спрос, управление.

The article substantiates the necessity of using marketing management as the basic component of the general enterprise management system. The difference between the concepts of «marketing management» and «marketing management» is revealed. The main provisions and tendencies on application of marketing in business management are formulated.

Keywords: marketing management, competition, marketing technologies, demand, management.

УДК 331.1

Рецензент:
Грабчук Оксана Миколаївна,
д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, Україна

П. О. Хуторською

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сучасний стан та основні підходи й методи до оцінки вартості підприємства. Охарактеризовані основні підходи до оцінки вартості підприємства, визначено їх недоліки та переваги. Виділено основні методи оцінки вартості підприємства відповідно до існуючих підходів. Узагальнено характеристику основних підходів до оцінки вартості підприємства з визначенням основних проблем.

Ключові слова: оцінка вартості підприємства, підходи до оцінки вартості підприємства, витратний підхід, дохідний підхід, порівняльний (ринковий) підхід.

Исследовано современное состояние и основные подходы и методы к оценке стоимости предприятия. Охарактеризованы основные подходы к оценке стоимости предприятия, определены их недостатки и преимущества. Выделены основные методы оценки стоимости предприятия в соответствии с существующими подходами. Обобщена характеристика основных подходов к оценке стоимости предприятия с определением основных проблем.

Ключевые слова: оценка стоимости предприятия, подходы к оценке стоимости предприятия, затратный подход, доходный подход, сравнительный (рыночный) подход.

The modern state and basic approaches and methods to the enterprise value estimation are investigated. The main approaches to the valuation of the enterprise are characterized, their shortcomings and advantages are identified. The main methods for estimating the value of an enterprise are identified in accordance with existing approaches. Generalized characteristics of the main approaches to the valuation of the enterprise with the identification of major problems.

Keywords: enterprise valuation, approaches to enterprise valuation, cost approach, income approach, comparative (market) approach.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Бикова В. Г.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Бобирь О. І.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Бовсуновська Г. С.	канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Величко Л. А.	канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Величко О. П.	д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту і права, *Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна*
Восьмачкина Н. В.	аспірант кафедри економічної теорії, маркетингу та підприємництва, *Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Старобільськ), Україна*
Гбур З. В.	канд. наук з держ. упр., головний спеціаліст Міністерства фінансів України, *Національна академія державного управління при Президентові України, Україна*
Гвініашвілі Т. З.	канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Голубка М. М.	канд. екон. наук, викладач вищої кваліфікаційної категорії, завідувач кафедри обліку та фінансово-економічної діяльності, *ВНЗ «Львівський кооперативний коледж економіки і права», Україна*
Гринько Т. В.	д-р екон. наук, проф, завідувач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*

Дебунов Л. М.	аспірант кафедри економічної кібернетики, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Дучинська Н. І.	д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та маркетингу, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Дядик Т. В.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, *Полтавська державна аграрна академія, Україна*
Зазерська В. В.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, *Брестський державний технічний університет, Республіка Білорусь*
Ковшун Н. Е.	канд. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства, *Національний університет водного господарства та природокористування, Україна*
Колосов А. М.	д-р екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту, *Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Старобільськ), Україна*
Костак З. Р.	канд. екон. наук, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу, *Львівський торговельно-економічний університет, Україна*
Кошевий М. М.	канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Куган С. Ф.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, *Брестський державний технічний університет, Республіка Білорусь*
Кузьмак О. І.	д-р екон. наук, доцент, директор, *Рівненська філія ПВНЗ «Європейський університет», Україна*
Кузьмак О. М.	д-р екон. наук, доцент, професор, завідувач кафедри економіки та менеджменту, *Рівненська філія ПВНЗ «Європейський університет», Україна 27*

Курінна І. Г.	старший викладач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Куценко В. Й.	канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Кучеренко С. К.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара, Україна*
Кушнір Н. Б.	канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства, *Національний університет водного господарства та природокористування, Україна*
Левкович О. В.	канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Макаренко Ю. П.	д-р екон. наук, професор, професор кафедри банківської справи, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*
Максютенко І. Є.	канд. екон. наук, доцент кафедри управління професійною освітою Навчально-наукового інституту неперервної освіти, *Національний авіаційний університет, Україна*
Маліновська О. Я.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту, *Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*
Олійник А. С.	здобувач, *Полтавська державна аграрна академія, Україна*
Олійник Т. І.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Острянин С. О.	студент кафедри економічної кібернетики, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*

Павлов Р. А.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Павлова Т. С.	д-р філос. наук, доцент, професор кафедри філософії, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Парокінний О. А.	аспірант, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Петряєв О. О.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри державного управління публічного адміністрування та регіональної економіки, *Харківський національний університет імені Семена Кузнеця, Україна*
Піскунова Н. О.	канд. екон. наук, асистент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Полішко Г. Г.	д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедрою фінансів, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Рябик Г. Є.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Савіна Н. Б.	д-р екон. наук, професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків, *Національний університет водного господарства та природокористування, Україна*
Станінов С. Б.	аспірант кафедри економіки та управління підприємством, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Тімар І. В.	старший викладач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Тригуб К. С.	аспірант кафедри економічної теорії та маркетингу, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*

Хамініч С. Ю.	д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної теорії та маркетингу, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Хуторською П. О.	канд. екон. наук, доцент кафедри економіки,підприємництва та управління підприємствами, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Чайка Ю. М.	канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та маркетингу, *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна*
Яковенко О. Г.	канд. техн. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики, *Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара, Україна*

Наукове видання

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: МЕХАНІЗМИ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Колективна монографія

За загальною редакцією
д-ра екон. наук, проф. Т. В. Гринько

За зміст, наукову новизну, достовірність та точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор *Біла К. О.*
Технічний редактор *Олексенко Н. В.*
Дизайн обкладинки *Медведєва А. Д.*
Оригінал-макет *Біла К. О.*
Коректор *Грунтова В. Ю.*

Підп. до друку 04.04.18. Формат 60х84$^{1}/_{16}$. Друк – плоский.
Ум. друк. арк. 21,03. Тираж 100 пр. Зам. № 0418-03/1.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 2
+38 (099) 780-50-49; +38 (067) 210-02-56
www.impact.dp.ua
e-mail: impact.dnepr@gmail.com